

INSTITUTO CUBANO DE INVESTIGACIÓN CULTURAL JUAN MARINELLO
OFICINA NACIONAL DE ESTADÍSTICA

CONSUMO CULTURAL EN CUBA
II ENCUESTA NACIONAL

Noviembre 2009

CONSUMO CULTURAL EN CUBA
II ENCUESTA NACIONAL

INSTITUTO CUBANO DE INVESTIGACIÓN
CULTURAL JUAN MARINELLO

Cecilia Linares

Yisel Rivero

Pedro E. Moras

Yosleidy Mendoza

CENTRO DE ESTUDIOS DE POBLACIÓN Y DESARROLLO (CEPDE)

de la OFICINA NACIONAL DE ESTADÍSTICA (ONE)

Gisela Piferrer, Joel Granda, y colaboradores

		3
I.	INTRODUCCIÓN.....	4
II.	CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS.....	5
	2.1 CONCEPTOS NECESARIOS: DEFINICIONES OPERACIONALES.....	6
	2.2 ALCANCE GEOGRÁFICO Y POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO.....	7
	2.3 DISEÑO MUESTRAL.....	7
III.	ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	9
	3.1 CONSUMO CULTURAL. GRUPO DE 12 A 14 AÑOS.....	9
	3.1.1 Literatura, prácticas y espacios de lectura.....	11
	3.1.2 Teatro.....	13
	3.1.3 Música.....	14
	3.1.4 Galerías y Museos.....	15
	3.1.5 Casas de cultura, comunal o de la trova.....	15
	3.1.6 Cine y medios de comunicación masiva.....	16
	3.1.7 Actividades de formación en materias artísticas.....	19
	3.2 CONSUMO CULTURAL EN POBLACIÓN ADULTA (A PARTIR DE 15 AÑOS).....	21
	3.2.1 Prácticas de frecuencia diaria y semanal.....	21
	3.2.2 Prácticas de frecuencia mensual y anual.....	24
	3.2.3 Lugares más visitados en un año.....	27
	3.2.4 Particularidades del consumo por campos culturales.....	31
	3.2.4.1 Literatura, prácticas y espacios de lectura.....	32
	3.2.4.2 Teatro.....	37
	3.2.4.3 Música.....	39
	3.2.4.4 Galerías y Museos.....	41
	3.2.4.5 Casas de cultura.....	44
	3.2.4.6 Cine y otros medios de comunicación masiva.....	45
	3.2.5 Dinámicas de participación cultural.....	52
	3.2.6 Algunas comparaciones entre prácticas en zonas urbanas y rurales.....	57
IV.	CONCLUSIONES.....	67
V.	ANEXOS.....	69
	I DISEÑO MUESTRAL.....	69
	II TABLAS.....	76
	III INSTRUMENTOS.....	145

I. INTRODUCCION

El Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello” en coordinación con el Centro de Estudios de Población y Desarrollo (CEPDE) de la Oficina Nacional de Estadísticas realizó, durante los años 2008 y 2009, la segunda Encuesta Nacional sobre Prácticas de Consumo Cultural.

Los resultados que serán expuestos a continuación, no abarcan el universo de los posibles análisis de esta investigación. Se limita a describir algunas de las principales tendencias a escala nacional y las variables sociodemográficas y socioestructurales que condicionan las prácticas de consumo. Hace énfasis especial en la relación de la población cubana con los campos de la cultura artística-literaria.

La posibilidad de contar con otro estudio nacional realizado en 1998 sobre esta misma problemática, permitió hacer comparaciones sobre la evolución de los comportamientos culturales a lo largo del tiempo transcurrido entre las dos encuestas, para personas de más de 15 años, en la franja poblacional común para ambas. A su vez, captar -en la medida que un tipo de instrumento de esta naturaleza lo permite-, los procesos de reproducción o reconfiguración de los patrones de consumo.

Por otra parte, este nuevo ejercicio enriquece y profundiza en otros aspectos no abordados en la indagación anterior, además de ampliar la población objeto de análisis, pues en esta ocasión se incluyó a sujetos de 12 a 14 años y residentes en zonas rurales.

La información presentada, dado los niveles de representatividad estadística nacional y en algunos casos provinciales de sus datos, permite trazar un mapa general del consumo cultural válido para el país (zonas urbana y rural). Ofrece la oportunidad de aproximarnos al conocimiento de como los diferentes grupos sociales interaccionan con determinados tipos de bienes o servicios culturales. Acercarnos al modo en que intereses, expectativas y conductas se entrelazan con elementos de orden estructural, como ocupación, sector y rama de actividad en que se trabaja o a otros como edad, sexo o nivel escolar, para condicionar y estimular modos de integración y comunicación o marcar segmentos de diferenciación.

No quisiéramos finalizar esta introducción, sin antes recordar algunas de las limitaciones de un tipo de estudio como el que se presenta a continuación.

Sin dudas las encuestas por muestreo, son la forma más confiable y eficiente para tipificar comportamientos, en este caso particular, percibir como los segmentos poblacionales contemplan grados distintos de relaciones con los campos culturales y algunas de las articulaciones que están en su base, aspecto que no se debe desestimar. Sin embargo sus resultados no pueden ser tratados como algo definitivo, reflejo de la absoluta verdad a la usanza positivista, en la medida que sobre los mismos pesan las selecciones intencionadas de sus investigadores, el diseño de sus instrumentos, las

percepciones de los entrevistados o las motivaciones desconocidas que orientan sus respuestas. Por otra parte su naturaleza cuantitativa privilegia la constatación de la generalidad de los hechos y no es suficiente para reflejar dinámicas cualitativas de cambio, que por su especificidad espacial, temporal y grupos en que focaliza su impacto, no necesariamente logran visualizarse a nivel macro social en mediciones de este tipo.

Esperemos que la lectura, siempre cautelosa de estos datos, ayude a los lectores, no sólo a conocer las tendencias que el estudio se empeña en fotografiar, sino se convierta en provocación para encontrar, todos juntos, los significados que subyacen en las insinuaciones de los porcentos y correlaciones que presenta, así como los marcos articulatorios con que se conectan y ayudan a configurar tales estadísticas.

II. CONSIDERACIONES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Este estudio tiene como intención fundamental dar un conjunto de elementos que contribuya a enfrentar los grandes retos que la diversa y cambiante realidad imponen a políticos, planificadores y creadores en su labor de promover la participación cultural. Sin ánimo de agotar el tema, intentaremos transitar por algunos de los asuntos que componen la intrincada red en que ésta se desenvuelve. Para ello nos trazamos los siguientes objetivos:

Objetivo general: Conocer las prácticas culturales que caracterizan a la población cubana

Objetivos específicos:

- Identificar las prácticas y el uso de los espacios culturales.
- Caracterizar los intereses y motivos que condicionan las prácticas culturales de la población cubana.
- Explorar la influencia de factores sociodemográficos y socioeconómicos

Ahora bien la aproximación a los procesos de participación y consumo cultural precisa primeramente, acotar cada uno de los elementos que nos proponemos abordar. Estos constituyen nociones muy abarcadoras y complejas, tanto por los procesos a los que hacen alusión como por la variedad de acepciones atribuidas, lo cual conlleva a una ausencia de consenso sobre su definición y dificulta su aprehensión empírica. Enfrentando estos retos, delimitamos los elementos conceptuales y metodológicos esenciales, que guiaron nuestra indagación.

2.1 CONCEPTOS NECESARIOS: DEFINICIONES OPERACIONALES.

Cultura: Conjunto de significaciones, concepciones del mundo, que de algún modo orientan y regulan el comportamiento de las personas. Se expresa en prácticas concretas. Constituye campo del espacio social, donde se producen formas y sentidos, se rige por instituciones y reglas de discurso especializadas, y que se manifiesta a través de obras (el arte, la literatura) y de debates de ideas que giran en torno a las batallas críticas de lo estético y de lo ideológico.

Consumo cultural: Proceso de apropiación y uso de productos, en los que el valor simbólico prevalece sobre los de uso y de cambio, o donde, al menos, estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica¹. En esta conceptualización se destaca que no se define según el tipo de productos que se usan, o sea si son bienes materiales o culturales, como habitualmente se hace, sino del valor simbólico que se les atribuye por parte de los sujetos.

Prácticas Culturales: Conductas y formas de proceder de las personas que expresan cierta relación con los objetos culturales. Se refiere a la acción directa y conscientemente practicada por los individuos (escribir una novela, asistir a una función teatral, ver televisión, asistir a conciertos, peñas musicales, ferias, escuchar música, leer, visitar tiendas, bibliotecas, librerías, galerías de arte, museos, iglesias, casa de amigos o familiares, participar en carnavales, parrandas, actividades deportivas, etc).

Intereses artísticos: Gustos o preferencias artísticas y literarias de los individuos.

Motivos: Elementos reguladores que guían, mantienen y justifican el comportamiento hacia la meta u objetivo deseado.

Expectativas: Orientaciones afectivo-cognitivas proyectadas hacia el futuro, referidas a aspiraciones, anhelos y demandas culturales.

Espacios Culturales: Instituciones y lugares públicos o privados donde las personas interactúan con la cultura en un sentido más amplio, por ejemplo: teatro, cine, cabaret, playas, restaurantes, parques, casas particulares, entre otras.

¹ García Canclini, N. El consumo cultural en México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1993.

Características sociodemográficas: Referidas a variables como edad, sexo, nivel educacional, estado civil y lugar de residencia de los encuestados.

Características socioeconómicas: Referidas a la situación de actividad de los individuos (trabajador, estudiante, pensionado, etc), tipo de trabajador según el sector al que pertenece (estatal, capital mixto o privado, etc), tipo de labor que desempeña (dirigente, obrero, técnico, etc), actividad económica que realiza la empresa o negocio a la que pertenece el centro laboral del trabajador (salud, educación, agricultura, cultura, etc). Además se considera el acceso a divisa y la posesión de bienes culturales.

2.2 ALCANCE GEOGRÁFICO Y POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

- El alcance geográfico de la investigación, comprendió todo el territorio nacional, excluyendo el territorio ocupado ilegalmente por la Base Naval de Guantánamo.
- La población objeto de estudio estuvo conformada por aquellas personas de 12 años y más, residentes de forma permanente en las viviendas particulares de la parte urbana y rural del país.

2.3 DISEÑO MUESTRAL (Ver anexo metodológico)

- El Marco Muestral utilizado para el presente estudio, fue elaborado por el CEPDE a partir de los resultados del último Censo de Población y Viviendas de septiembre del 2002.
- Se utilizó la Muestra Maestra del Diseño Muestral General del Sistema de Encuestas de Hogares de la Oficina Nacional de Estadísticas.
- El método de muestro utilizado fue el Muestreo por Conglomerados Trietápico con estratificación de las unidades primarias.
- El tamaño de la muestra fue determinado de manera tal, que permitiera obtener resultados de los principales indicadores de la encuesta para personas de 15 años y más, tanto a nivel nacional como para las catorce provincias del país y el Municipio Especial Isla de la Juventud, parte urbana y rural, con un nivel de error inferior al 10 % y una confiabilidad del 95 %; además se tuvo en cuenta un cierto nivel de caída de muestra esperado

- En el caso de las personas de 12 a 14 años, se previó un nivel de salida nacional, parte urbana y rural, con características de precisión y confiabilidad de un 10% y un 95% respectivamente.
- El tamaño teórico de la muestra ascendió a 1505 Distritos y se seleccionaron dos secciones por Distrito, lo que equivale a una muestra teórica de 15050 viviendas en todo el país.
- En el caso de la muestra de personas, la misma se dividió en dos grupos, personas de 12 a 14 años y personas de 15 años y más. En total se entrevistaron 1 522 personas entre 12 y 14 años y 33 383 individuos de 15 años y más.

2.4 ESTRATEGIA DE INDAGACIÓN Y ANÁLISIS.

El método que se utilizó para la recopilación de los datos fue exclusivamente la encuesta. Se elaboró un cuestionario estructurado con preguntas cerradas con varias alternativas de selección cada una.

Para el procesamiento de los datos se recurrió a distribuciones de frecuencia para todas las variables y el análisis de tablas de contingencia bivariadas que permitieron determinar la correlación entre las variables medidas. A este tipo de análisis se le denomina por igual pruebas de hipótesis o de significación y demuestra la asociación y dependencia de las variables incluidas en el análisis. Para ello se utilizó el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS), en especial el Chi cuadrado, este es un coeficiente de correlación que permite conocer la relación causal entre las variables, o sea en qué medida la presencia de una condiciona la otra.

III. ANALISIS DE RESULTADOS

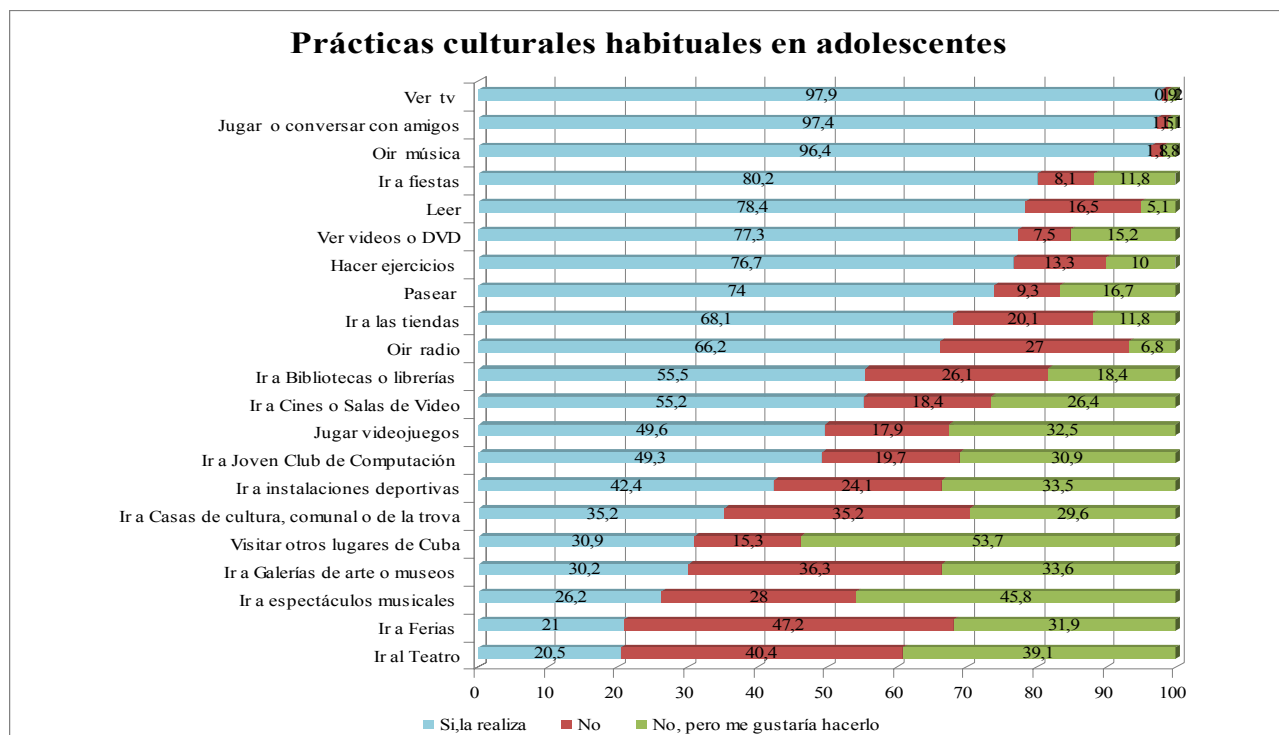
La presentación de resultados se dividirá en dos partes. La primera, reseña los comportamientos culturales de los adolescentes entre 12 a 14 años y algunos condicionamientos aportados por el sexo, color de la piel y provincia. Dada las características peculiares de este grupo de edad, se utilizó un instrumento de recogida de información diferente del resto de la muestra, no obstante se logra esbozar una panorámica de sus principales prácticas de consumo a escala nacional. La segunda, expone los datos del resto de la población a partir de 15 años y especifica las relaciones particulares que los distintos sectores sociales tienen con algunos campos artístico-literarios, las jerarquías que operan y el uso de los espacios en que se concretan.

3.1 CONSUMO CULTURAL GRUPO DE 12 A 14 AÑOS.

Este grupo poblacional se caracteriza por la diversidad de sus prácticas culturales. Es necesario precisar que aunque unas se destaquen sobre otras, todas denotan interesantes niveles de realización, lo cual apunta a las potencialidades culturales de los adolescentes que ameritan un llamado especial a las instituciones culturales y escolares, para continuar estimulando su desarrollo. Veamos a continuación las principales tendencias identificadas.

Los comportamientos culturales de los adolescentes que alcanzan los mayores porcentajes de realización (más de un 96%) son: ver televisión, jugar y conversar con amigos, oír música.

Gráfico 1. Prácticas culturales en los adolescentes.



Otras prácticas como ir a fiestas, leer, ver video y DVD, hacer ejercicios y pasear muestran porcentos importantes para este grupo de edad (más del 70 %).

Escuchar radio es también de interés, pues el 66,2% declara su uso, no obstante la irrupción en los últimos años de las nuevas tecnologías, como reproductores de CDs, mp3, mp4, etc.

Es de destacar la importancia que tienen las instituciones culturales para los adolescentes. Más del 50 % asisten habitualmente a bibliotecas, librerías, salas de cine y de video, datos que muestran la significación que tienen estos espacios como satisfactores de las demandas e intereses culturales de este grupo poblacional.

Por la importancia que tiene en el ámbito comunitario, como responsable de la mayoría de las acciones culturales de los territorios, es preciso llamar la atención en el hecho de que un 35,2% visite casas de cultura. Si bien esta cifra puede no satisfacer las expectativas sobre su misión, representa un valor considerable que es necesario analizar a la luz de los siguientes argumentos.

Muchas de las acciones desarrolladas por las casas de cultura, desbordan su espacio físico e implican a una gran cantidad de actores, lo que pudiera restar visibilidad a su real protagonismo. Por otra parte, su significación puede variar de acuerdo a su ubicación geográfica y competencia con las ofertas de otras

instituciones culturales en zonas urbanas. Todo ello apunta a la necesidad de estudios cualitativos que profundicen en el impacto real de sus acciones.

El resto de las instituciones culturales, alcanzan cifras no despreciables. Un 30,2 % frecuenta galerías y museos, un 26,2% espectáculos musicales, un 21% ferias y un 20,5% asiste al teatro. Estos espacios culturales tradicionales de ofertas artísticas, demandan competencias específicas, además la posibilidad real de asistencia para este grupo de edades depende de las decisiones del adulto. Los datos indican que existen porcentajes considerables (más de un 30%) de deseo de contacto con estos espacios²

La información sobre público potencial y real observado da cuenta del efecto que tiene la irrupción de nuevos actores de desarrollo y los vínculos cada vez más estrechos entre las escuelas y las instituciones culturales de los territorios. Dentro de las relaciones de ambas entidades se destacan los programas de formación vocacional que tienen como objetivos favorecer la participación protagónica y masiva de la población infantil, adolescente y juvenil en un movimiento cultural de alta calidad artística; desarrollar su percepción y sensibilidad estética; acercarlos a las actividades artísticas e inculcarles la necesidad y la costumbre de participar en ellas como creadores, promotores y espectadores.

Una vez transitado el espectro global de prácticas de los adolescentes es imprescindible detenernos en las particularidades que asumen en campos específicos de la cultura artística-literaria.

3.1.1 Literatura y prácticas y espacios de lectura

El 80,6% de los adolescentes declaran gustar de la lectura³ y un 78,4% dicen que acostumbran hacerlo habitualmente⁴, las hembras muestran especialmente su inclinación por realizar este tipo de actividad⁵. Estas cifras denotan el impacto en la población de los programas y acciones para el fomento de la lectura que vienen desarrollándose en los últimos años junto al crecimiento de publicaciones dirigidas a niños, adolescentes y jóvenes.⁶

Como ya habíamos señalado la asistencia a las bibliotecas y librerías también exhibe cifras alentadoras. Un 55.5 % de nuestros adolescentes declaran visitarlas de manera asidua, lo que apunta

² Ver Tabla 1 en Anexo II

³ Ver Tabla 2 en Anexo II

⁴ Ver Tabla 1 en Anexo II

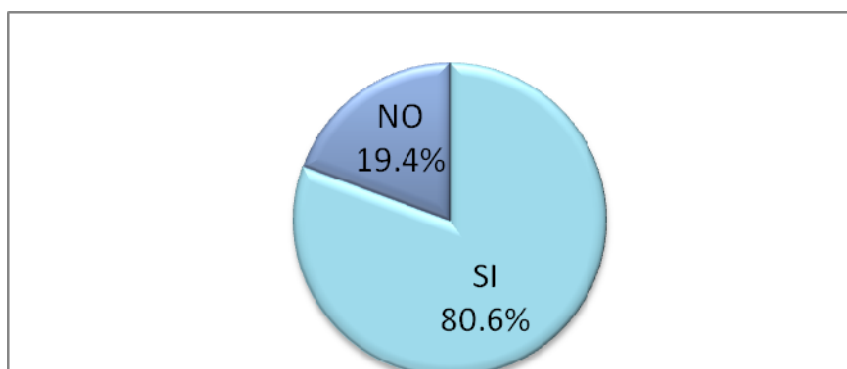
⁵ Ver Tabla 3 en Anexo II

⁶ Anuario Estadístico de Cuba 2007.

cómo estos espacios constituyen fuente para satisfacer los intereses diversos en este grupo etareo⁷. Las hembras y negros muestran importantes porcentos de asistencia⁸.

Cuba cuenta con una importante red de bibliotecas públicas y escolares que son espacios privilegiados de socialización, en tanto constituyen ámbitos que garantizan el acceso equitativo a textos y cuentan con un agente especializado, el bibliotecario, que ejerce una acción formativa y mediadora de gran valor.

Gráfico 2. Gusto por la lectura



En sus lecturas habituales se destaca predominantemente la literatura de aventuras (56,7%). Otros géneros como historietas, fotonovelas y comics, poesía y novelas románticas, son mencionados aproximadamente por un 25% de los sujetos⁹.

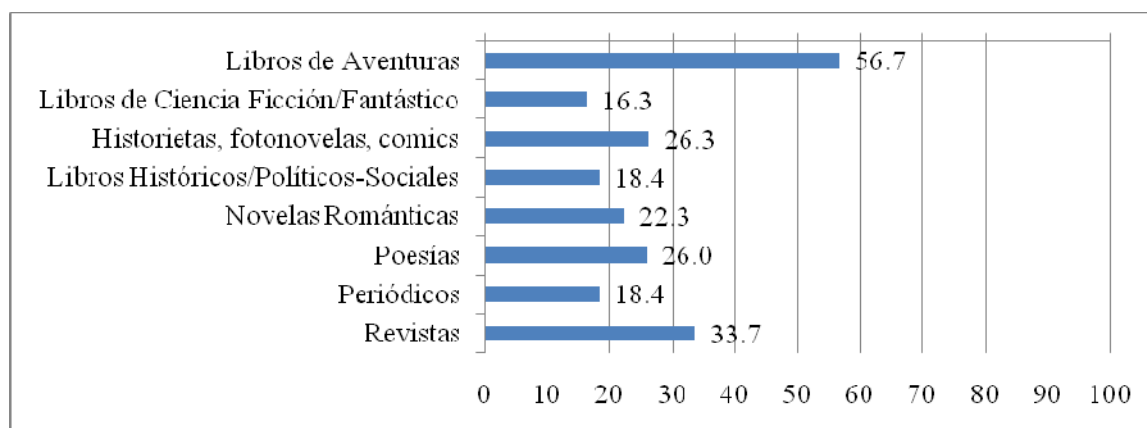
El 33.7% de los adolescentes declara leer revistas, cifra superior al de la prensa que sólo alcanza el (18.4%)¹⁰.

⁷ Ver Tabla 4 en Anexo II

⁸ Ver tablas 5 en Anexo II

⁹ Ver tabla 6 en Anexo II

¹⁰ Ver Tabla 6 en Anexo II

Gráfico 3. Tipos de lecturas habituales en adolescentes.

3.1.2 Teatro

Como ya vimos la asistencia al teatro es señalada por el 20,5% de la población menor de 15 años, con cifras significativas entre las hembras y color de piel negra¹¹. Por otra parte, si bien un alto porcentaje de ese grupo poblacional declara no frecuentar esos recintos, el 39,1% plantea que le gustaría poder acudir¹².

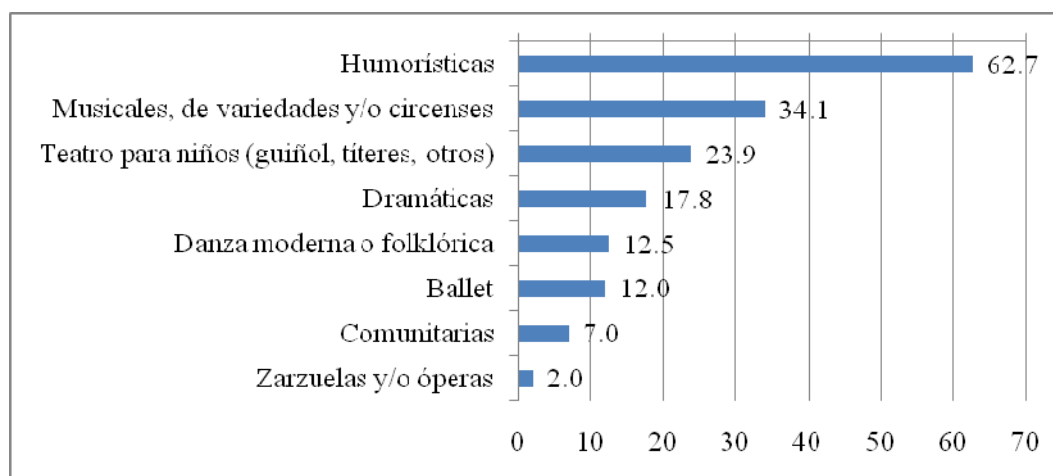
El segmento de jóvenes que habitualmente va a las salas de teatro señala entre sus presentaciones preferidas las humorísticas (62,7%) y en menor medida los espectáculos musicales, de variedades y circenses que alcanzan un 34,1% de interés. La zarzuela y opera son los géneros menos señalados¹³ (2,0%).

Nos interesaría llamar la atención que el teatro es más visitado para presenciar espectáculos de naturaleza diferente a los que tradicionalmente han definido su esencia. Es decir, presentaciones escénicas clásicas como las dramáticas, el ballet, la danza, la zarzuela y la ópera son menos frecuentadas que otras más próximas a la cultura popular. Este desequilibrio podría revertirse al estimular estrategias que preparen al público juvenil para el disfrute del teatro en sus múltiples géneros y dimensiones.

¹¹ Ver Tabla 7 en Anexo II

¹² Ver Tabla 4 en Anexo II

¹³ Ver Tabla 8 en Anexo II

Gráfico 4. Presentaciones teatrales preferidas por adolescentes

3.1.3 Música

El 96,4%¹⁴ de los adolescentes afirman que disfrutar de la música ocupa un lugar especial en sus prácticas culturales, al margen del soporte en que esta se les presente, sin distinciones por sexo y edad¹⁵. Su consumo se realiza principalmente a través de múltiples vías como la radio, la televisión y en dependencia de su acceso, otras tecnologías como reproductoras de CDs, computadoras, mp3, mp4, etc. Esta práctica constituye a su vez un eje estructurador de espacios de sociabilidad significativos para esta edad, como fiestas u otras actividades de interacción grupal.

La asistencia a espectáculos musicales en vivo también tiene cierta relevancia para esta franja poblacional (26,2%)¹⁶. Son las hembras, negros y mestizos quienes resaltan por su consumo¹⁷

El género musical preferido para este grupo etareo es indiscutiblemente el Reggaetón, señalado por el 90,1 %, lo que confirma la impronta de esta moda en las nuevas generaciones. Con marcada distancia le siguen la música popular bailable y con cifras aún más bajas, la romántica y discoteca¹⁸.

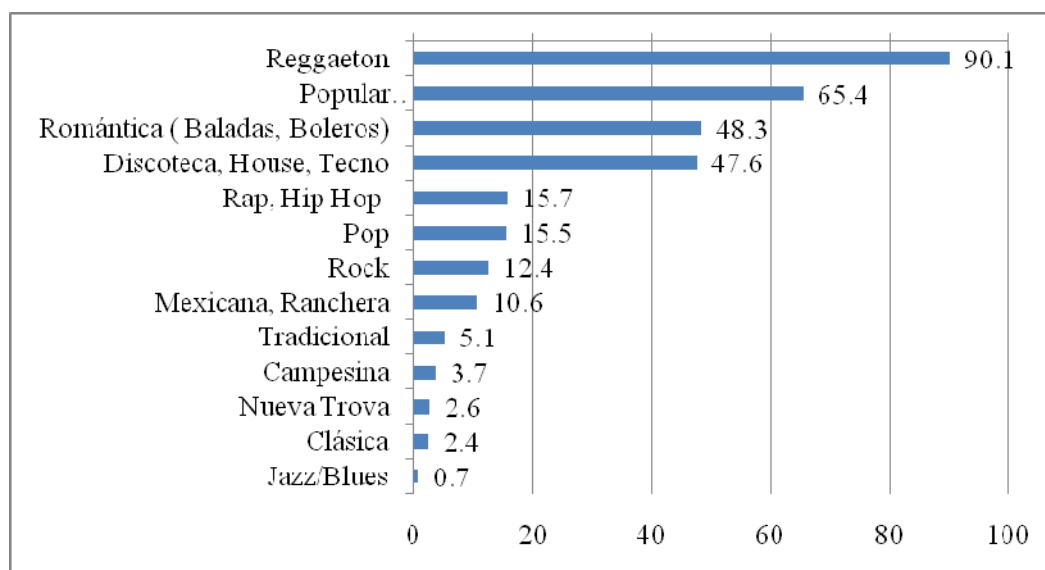
¹⁴ Ver Tabla 9 en Anexo II

¹⁵ Ver Tabla 10 en Anexo II

¹⁶ Ver Tabla 1 en Anexo II

¹⁷ Ver Tablas 11 en Anexo II

¹⁸ Ver Tabla 12 en Anexo II

Gráfico 5. Tipo de música preferido en los adolescentes.

3.1.4. Galerías y Museos

El 30.2%¹⁹ de los adolescentes declaran visitar galerías o museos. Las muchachas y los mestizos revelan interesantes porcentajes de asistencia a estos recintos.²⁰ Por otra parte un 33.6% plantea que aunque nunca lo ha hecho, le gustaría frecuentar este tipo de espacio²¹. La vinculación con instituciones escolares tiende a estimular el contacto con los mismos, a su vez, utilizarlos para promover actividades de otra naturaleza, más próximas a los intereses y motivaciones de niños y adolescentes, como son círculos de interés, talleres y presentaciones artísticas, son estrategias que los aproximan a las comunidades donde se insertan y contribuyen a redimensionar su imagen tradicional de elite que encierra un patrimonio estático e inamovible. En este sentido, resulta notable la aproximación a la cultura popular e inmaterial de las localidades con las que interactúan.

3.1.5 Casa de cultura, comunal y trova

Las casas de cultura, comunal y trova son visitadas por un 35,2% de los adolescentes²². Las hembras y negros,²³ exhiben porcentajes importantes de asistencia. El (29.6%) afirma que le gustaría poder asistir a estas instituciones.

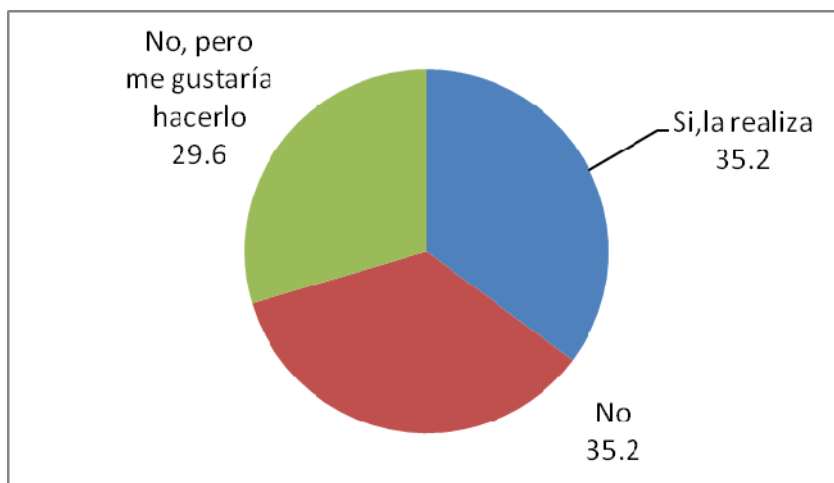
¹⁹ Ver tabla 1 en Anexo II

²⁰ Ver Tabla 13 en Anexo II

²¹ Ver Tabla 1 en Anexo II

²² Ver Tabla 1 en Anexo II

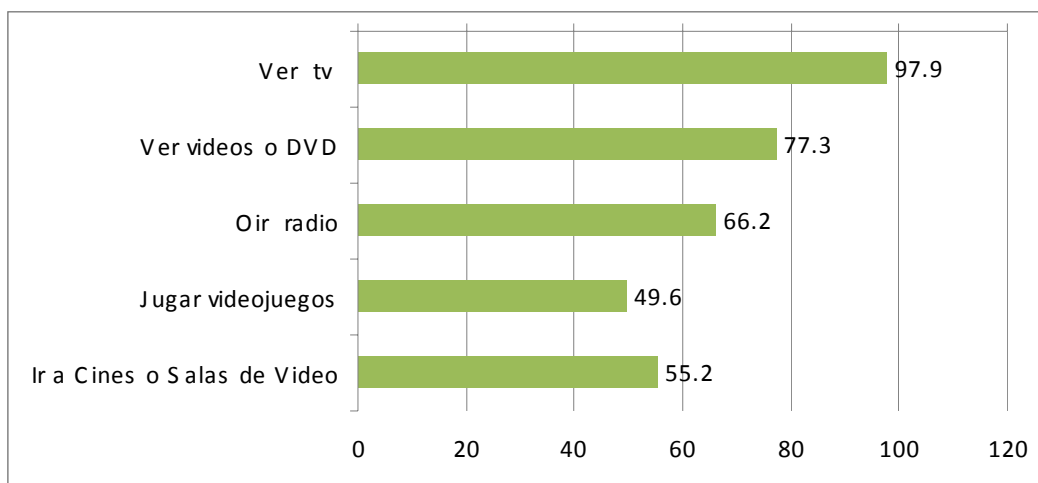
²³ Ver tabla 14 en Anexo II

Gráfico 6. Asistencia a casas de cultura y casas de la trova

3.1.6 Cine y medios de comunicación masiva

Más de la mitad de los adolescentes reconocen asistir a las salas de cine o video (55,2%)²⁴ frecuentemente, observándose una ligera inclinación a favor de varones y negros²⁵.

Como se ha dicho la televisión y la radio constituyen elementos decisivos que aportan regularidades a los comportamientos culturales de este segmento poblacional. El siguiente gráfico, muestra que el 97,9% declara ver televisión, el 66,2% oír radio; y a ello se suma la presencia de otros dispositivos como el video o el DVD que alcanza un 77,3% de utilización.

Gráfico 7. Prácticas relacionadas con los medios en adolescentes.

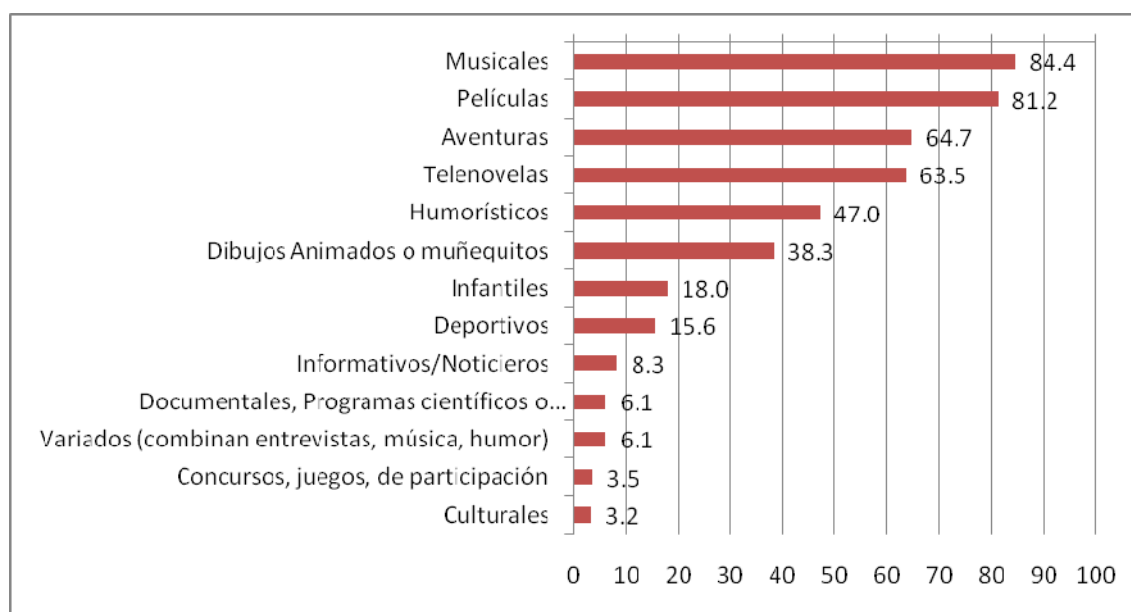
²⁴ Ver Tabla 1 en Anexo II

²⁵ Ver Tabla 15 en Anexo II

Entre las diferencias aportadas por las variables socio demográficas encontramos como los consumos más altos están asociados a: las muchachas y los mestizos para la radio; los varones en el uso de videojuegos, video y DVD, a estos dos últimos se adicionan los mestizos²⁶. No se encuentran diferencias significativas con respecto al consumo de la televisión.

Al indagar que les gustaba ver en la pantalla chica, los géneros que ocupan los primeros lugares en la estructura de preferencia son los musicales, cinematográficos, aventuras y telenovelas²⁷. Géneros que en buena medida se corresponden con intereses que apuntan a la vida adulta y que desplazan a otros que tipifican estadios anteriores de desarrollo. Esta etapa es reconocida como un período de transito entre el niño y el adulto, por lo que es frecuente que tiendan a conformar intereses y gustos que van distanciándose del mundo infantil.

Gráfico 8. Tipos de programas de televisión preferidos en adolescentes.

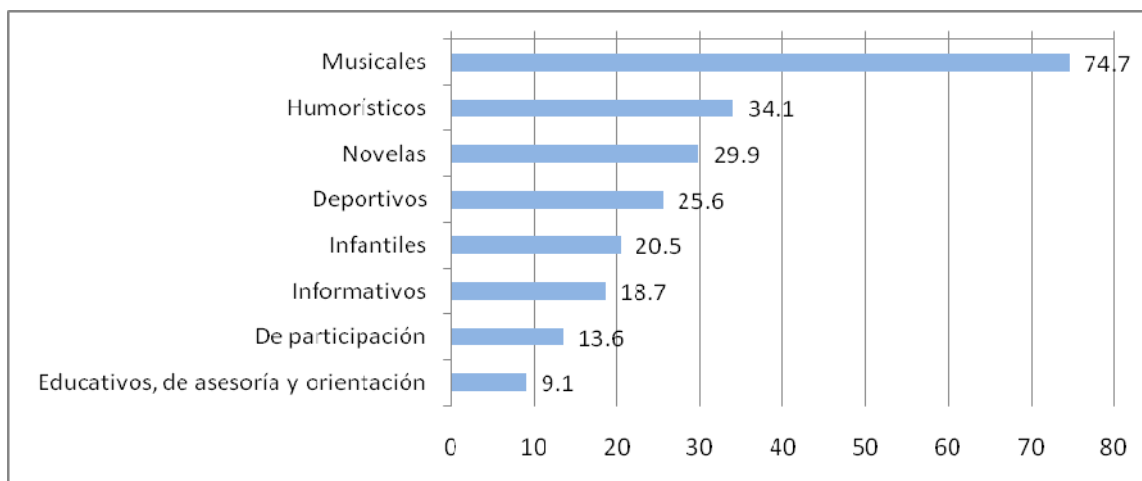


Con respecto a la radio, los programas musicales ocupan también el primer lugar, seguido en porcentajes mucho menor, por los humorísticos, novelas y deportivos²⁸. Datos que indican como la radio es utilizada fundamentalmente por los adolescentes para escuchar música.

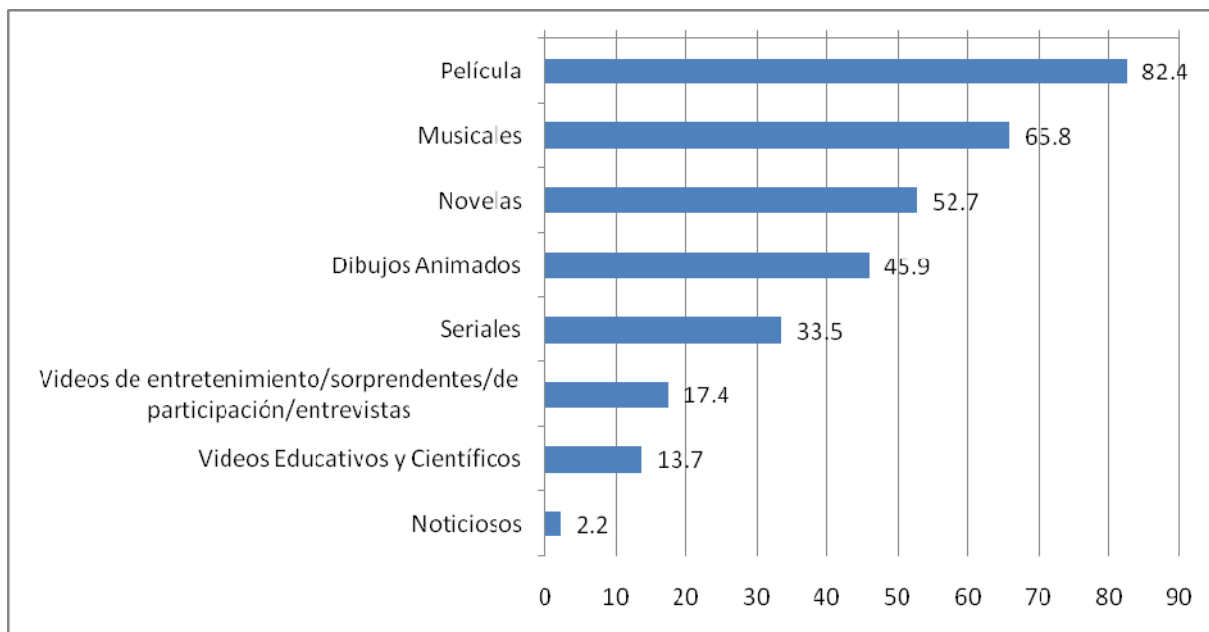
²⁶ Ver Tablas 16-19 en Anexo II

²⁷ Ver Tabla 20 en Anexo II

²⁸ Ver Tabla 21 en Anexo II

Gráfico 9. Programas preferidos en radio en adolescentes.

Pudo constatar además como la utilización del video y el DVD, guarda similitud con las preferencias ya referidas para la televisión. Ver películas (82,4%) videos musicales y novelas (52,7%)²⁹ ocupa los lugares principales. A ello se añade el disfrute de videojuegos, señalado por un 49. 6% de estos sujetos³⁰.

Gráfico 10. Programas preferidos en video/dvd/vcd en adolescentes.

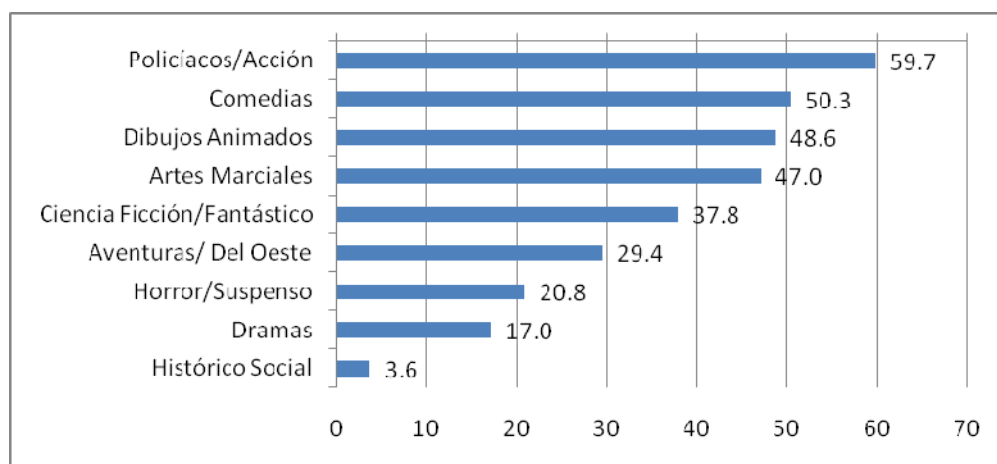
²⁹ Ver Tabla 22 en Anexo II

³⁰ Ver Tabla 9 en Anexo II

En síntesis ver películas ocupa un lugar privilegiado en las prácticas culturales en estas edades y es el principal uso que se le confiere en particular a los medios audiovisuales. Aunque aproximadamente un 45% de los sujetos declaró no haber visitado una sala cinematográfica o de video en el último año, el consumo cinematográfico es elevado, ahora, desde la pequeña pantalla, en su casa o en la de sus amigos.

En lo referido al tipo de películas que prefieren, los adolescentes señalaron los policíacos (59,7%), comedias (50,3%) y dibujos animados (48,6%), tal como se observa en el siguiente cuadro.³¹

Gráfico 11. Películas preferidas por adolescentes.



3.1.7. Actividades de formación en materias artísticas

Elevar los niveles de apropiación que exige el consumo artístico literario demanda de determinadas acciones formativas y educativas, específicas o de carácter general que tributan directa o indirectamente al desarrollo de competencias culturales para disfrutar del hecho o producto artístico. En este sentido entre los adolescentes, como parte de sus actividades extraescolares, se destaca el estudio de computación, idiomas y algunas materias artísticas culturales³². El espacio de formación privilegiado son las instituciones culturales y educativas estatales por encima de los otros espacios³³.

Los intereses cognoscitivos de este grupo etareo giran en torno a la computación y al idioma, aunque también aparece una demanda interesante de aprender sobre temas literarios y con discreto acento

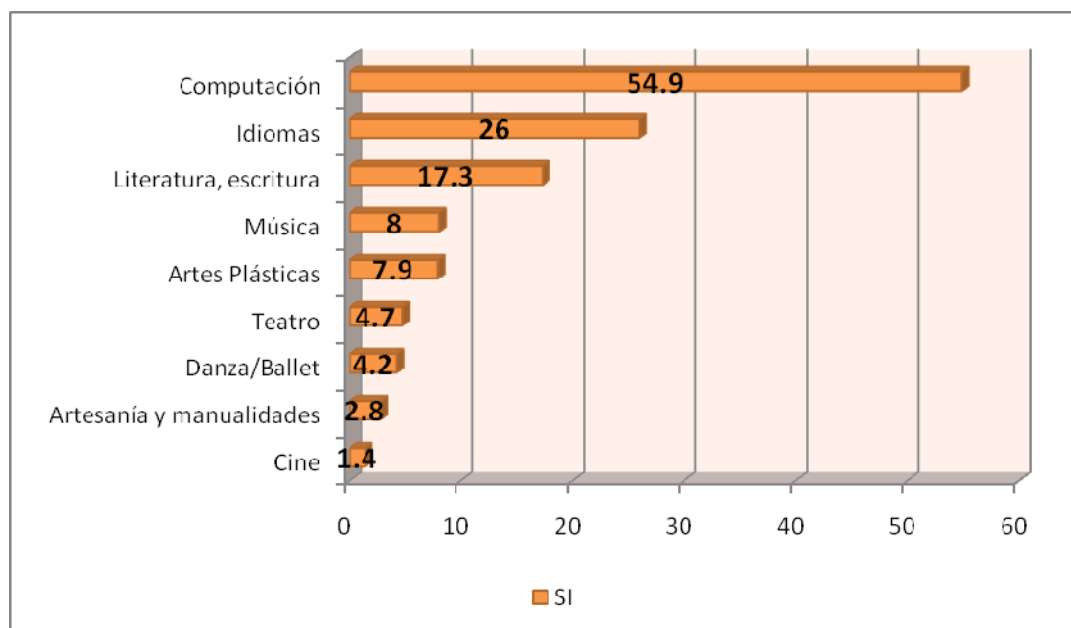
³¹ Ver Tabla 23 en Anexo II

³² Ver tabla 24 en Anexo II

³³ Ver tabla 25 en Anexo II

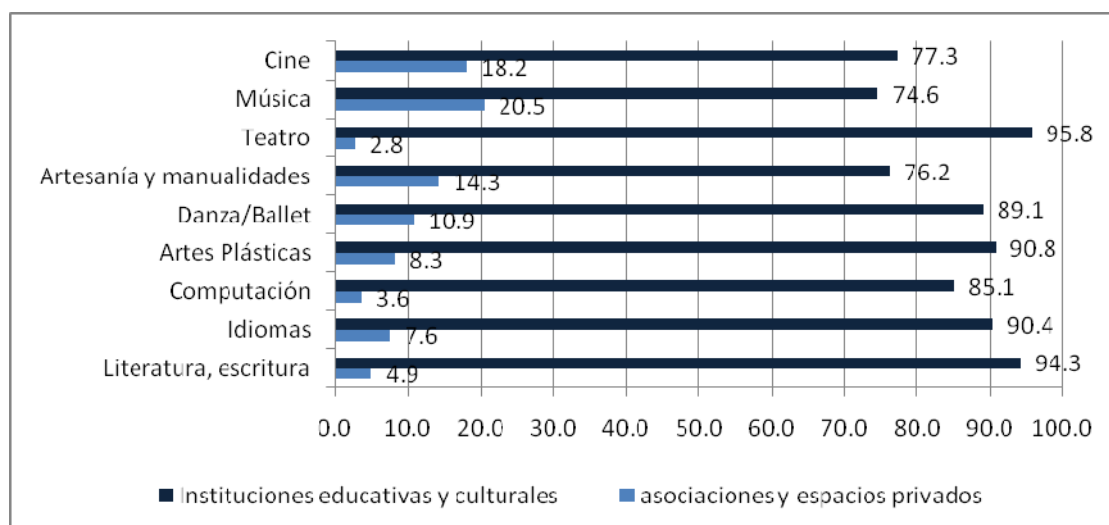
sobre Música y Plástica y en menor medida sobre Teatro y Danza. Resulta interesante el hecho de que no sean identificados como áreas de interés de aprendizaje importantes, la Artesanía y sobre todo el Cine, este último puede resultar contradictorio si analizamos el alto consumo registrado en las prácticas.

Gráfico 12. Materias específicas que se estudian o practican en adolescentes



Por otra parte son los espacios institucionalizados los identificados como más importantes para el aprendizaje artístico y cultural.

Gráfico 13. Espacios de aprendizaje según las materias en adolescentes.



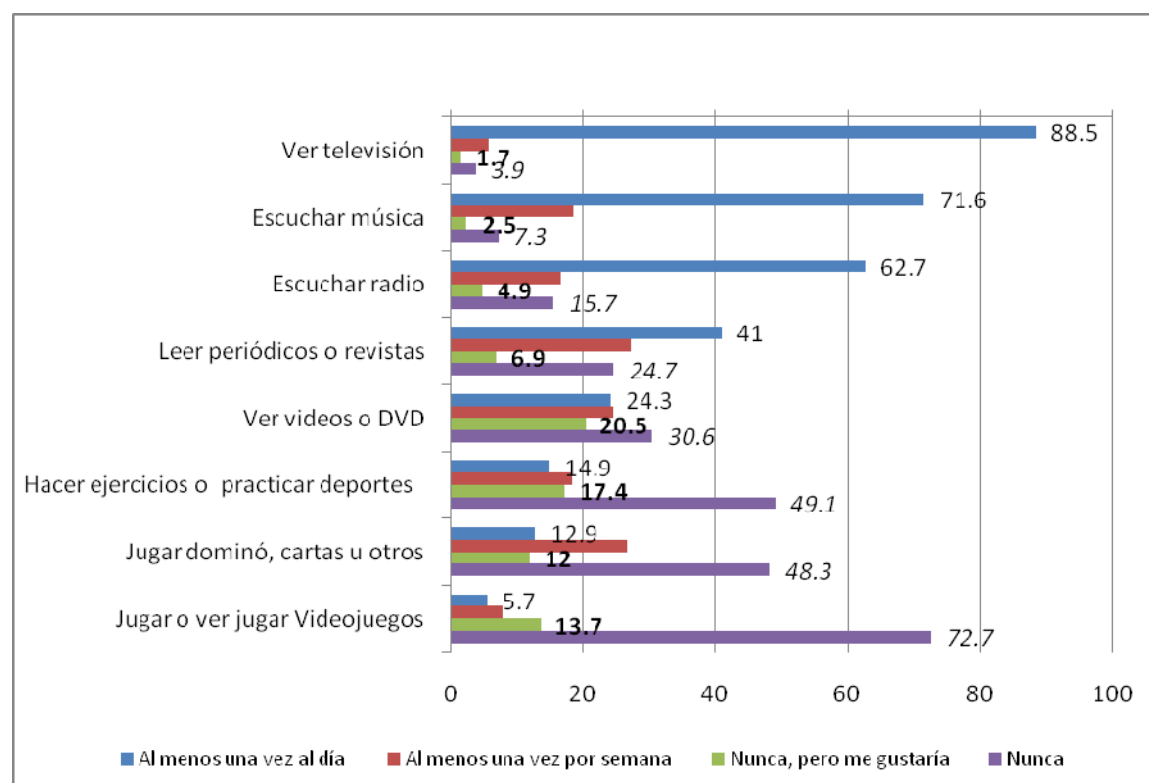
3.2. CONSUMO CULTURAL. POBLACIÓN ADULTA (A PARTIR DE 15 AÑOS)

A continuación se ofrece una panorámica general de los comportamientos culturales de los diferentes grupos poblacionales a partir de los 15 años, tomando como referencia las temporalidades (diaria, semanal, mensual y anual) que describen las mismas. Esto permitirá detallar la naturaleza y estructura general de sus consumos culturales y visualizar las jerarquías que operan en las relaciones con distintos bienes y espacios.

3.2.1 Prácticas de frecuencias diaria, semanal.

Las prácticas diarias y semanales de consumo de la población cubana giran fundamentalmente en torno al uso de los medios de comunicación masiva. El 88,5 % de las personas declara ver televisión y el 62,7% escuchar radio todos los días durante la semana, sólo un 3,9% declara no ver nunca televisión y un 15,7% no oír radio, lo que apunta a que gran parte del devenir cultural de nuestra población ocurre a través del contacto con estos medios.³⁴

Gráfico 14. Frecuencia de prácticas diarias y semanales.



³⁴ Ver Tabla 26 en Anexo II

Del comportamiento relacionado con bienes artístico-culturales, resultan privilegiados la música de escucha diaria (71,6%), la lectura de periódicos y revistas, que tanto diaria como semanal alcanza un 68,4%; y en igual frecuencia ver videos y DVDs fue señalado por un 49%. Esta última es la actividad que concentra la mayor cantidad de personas y que aunque no la practiquen desean realizarla (20,5%). Si bien esta práctica puede ser satisfecha tanto en el ámbito doméstico personal, como en otros espacios privados o institucionales (casas de familiares o amigos y salas de video), el 30,6% admite no hacerlo.

Las prácticas de no realización más significativas se ubican entre los videojuegos (72,7%), hacer ejercicios y practicar deportes (49,1%) seguida por jugar dominó y cartas entre otros juegos (48,3%).

En el caso de jugar dominó, cartas u otros juegos, a pesar de no ser una de las más realizadas, su presencia no es despreciable pues un 39,6% la declara con recurrencia diaria o semanal, y además un 12% quisiera hacerla. Este hábito apelando a su temporalidad diaria o semanal exhibe porcentos importantes en los varones, personas de menos de 50 años, destacándose particularmente en menores de 30, nivel educativo medio (obrero calificado), negros y mestizos, y las ocupaciones de obreros, trabajadores de los servicios y desempleados, personas del sector no estatal privado y los que laboran en Agricultura, Construcción y Transporte³⁵.

Por su parte, hacer ejercicios y practicar deportes resulta habitual para un 33,4% de la población y un anhelo no satisfecho para un 17,4%³⁶.

La distribución por provincias de las frecuencias de realización, aunque resulta similar a las globales para el país, develan algunos datos curiosos. En este sentido el consumo televisivo aunque es el más significativo, alcanza sus mayores porcentos en Ciudad de la Habana (96,9%), mientras que el menor uso de este soporte se ubica en Las Tunas (89,6%)³⁷.

En relación con la Radio todas las provincias manifiestan altos consumos. No obstante, en su uso diario se destacan Granma (77,3%), Cienfuegos (74,5%) y Guantánamo (74,1%), mientras que Pinar del Río refleja el porcentaje más bajo. La frecuencia semanal tiene un comportamiento diferente, pues en Santiago de Cuba se detecta su mayor consumo (24,3%)³⁸ y en la Isla de la Juventud el menor (9,3%).

³⁵ Ver tabla 27 en Anexo II

³⁶ Ver tabla 26 en Anexo II

³⁷ Ver tabla 28 en Anexo II

³⁸ Ver tabla 29 en Anexo II

Escuchar música es también una práctica de gran relevancia para todas las provincias, sobretodo en su consumo diario, las cifras más elevadas para la frecuencia diaria y semanal se concentran en la Isla de la Juventud (94,2%), Ciudad de la Habana (94,1%), Guantánamo (93,8%), Santiago de Cuba (91,8%) y Granma (91,4%), mientras que en Las Tunas se focaliza el menor registro de este hábito (83,9%)³⁹.

Por otra parte Ciudad de la Habana (59,5%) e Isla de la Juventud (59,1%) manifiestan altos consumos de audiovisuales a través de reproductores de video o DVD, seguidos por Ciego de Ávila (51,8%) y es en las Tunas donde esta actividad alcanza su menor relevancia (26,4%). En Guantánamo y en Santiago de Cuba, se registran porcentajes significativo de personas que les gustaría disfrutar de estos medios aunque actualmente no lo hagan (29,5 y 27% respectivamente)⁴⁰.

Ciudad de la Habana ostenta cifras importantes en la lectura de periódicos y revistas (79,8%), lo que puede estar condicionado por el hecho de que la mayoría de las publicaciones de circulación nacional se editan en la capital, le sigue el municipio especial Isla de la Juventud (76,5%) y Guantánamo (76,3%), siendo Sancti Spiritus (57,2%) y Pinar del Río (59,8%) las provincias que menos la declararon como comportamiento sistemático, mientras que es en Santiago de Cuba (10,2%) y Ciego de Ávila (9,9%), donde se hace más acentuado el reclamo de esta conducta⁴¹.

Jugar dominó, cartas y otros juegos es más común para los residentes en Granma (47,9%), Guantánamo (45,5%) y la Isla de la Juventud (46,4%). Entre tuneros (27,5%), spirituanos (34%) y villaclareños (34,8%) aparecen los menores valores de declaración, mientras que en Guantánamo (15,6%) Ciego de Ávila (14,4%) y Cienfuegos (14,4%) son más acentuadas las expectativas por este tipo de actividades⁴².

Por su parte los juegos electrónicos, si bien no alcanzan una gran representatividad en las prácticas del cubano (inferior al 19 % en todas las provincias), muestra sus mayores cifras en Granma (18,6%) y la Isla de la Juventud (18,3%), resultando con mayor reclamo en Guantánamo (27,4%)⁴³.

Hacer ejercicios y practicar deportes es una práctica usual en Guantánamo (46,3%) y en Ciudad de la Habana (41,9%) y de menor recurrencia en las Tunas (23,9%).⁴⁴

³⁹ Ver tabla 30 en Anexo II

⁴⁰ Ver tabla 31 en Anexo II

⁴¹ Ver tabla 32 en Anexo II

⁴² Ver tabla 33 en Anexo II

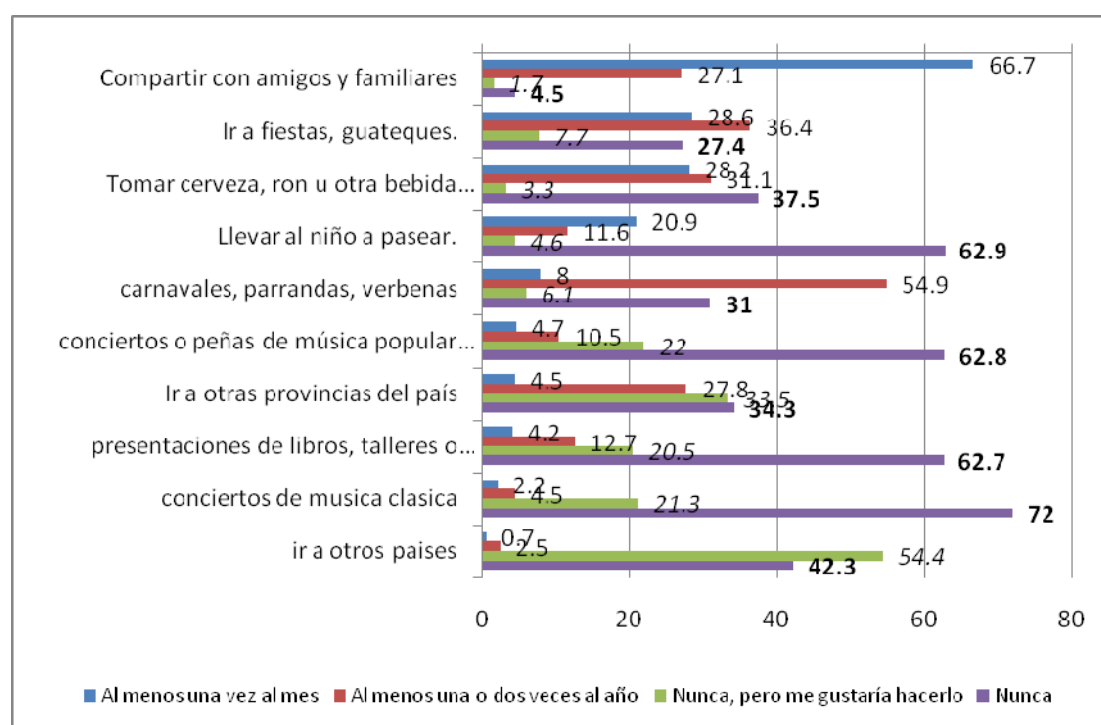
⁴³ Ver tabla 34 en Anexo II

⁴⁴ Ver tabla 35 en anexo II

3.2.2. Prácticas de frecuencias mensual y anual.

Al explorar en la realización de actividades tomando como referencia el último año, es decir los 12 meses anteriores a la aplicación de la encuesta, se obtuvieron los resultados que muestra el cuadro, seleccionando como más habituales las que se realizan al menos una vez al mes.⁴⁵

Grafico 15. Frecuencia de actividades en un año.



Como vemos, compartir con amigos y familiares constituye la práctica más relevante (66,7%), lo que por lo general se concreta en el ámbito privado, es decir en la casa de amigos y familiares. Al parecer en este contexto se reproducen esquemas de sociabilidad que hacen delinear un espacio propio de interacción con sus semejantes. Este rubro es significativamente también el de menor cantidad de respuestas de no realización, lo que nos hace pensar que es un comportamiento que satisface las demandas y expectativas de los diferentes grupos poblacionales y que puede estar resultando una alternativa para suplir la demanda de espacios diferenciados para el disfrute de la cultura.

Aunque este comportamiento es de alta significación para todos los grupos, en su frecuencia mensual, podemos decir que es común en personas menores de 30 años, hombres, mestizos, de nivel de

⁴⁵ Ver tabla 36 en anexo II

escolaridad medio superior y superior, estudiantes y desempleados, trabajadores del sector no estatal mixto y de las ramas de ciencia e innovación tecnológica, comercio y cultura ⁴⁶.

El ambiente festivo que tiende a propiciar un espacio recreativo y cultural en ámbitos privados o institucionalizados, deviene en una presencia no despreciable por este tipo de actividades (28,6%). Son las personas de 30 años o menos, de niveles medio superior y superior y los del sexo masculino quienes predominan, se destacan también en esta conducta: negros, mestizos, estudiantes, desempleados, técnicos, trabajadores del sector no estatal mixto y los que pertenecen a las ramas de ciencia e innovación tecnológica, cultura y hotelería y restaurantes⁴⁷.

Por otra parte, la ingestión de bebidas alcohólicas, que en cierta medida puede estar relacionada con estos ambientes, es práctica habitual para un 28,2% de la población. Predominan hombres, personas de 21 a 50 años, de nivel de escolaridad medio, con acento en las razas negra y mestiza, desempleados, obreros y dirigentes, aquellos del sector no estatal privado y no estatal mixto, así como los provenientes de la construcción, hotelería y restaurantes e industria manufacturera y residentes en la Isla de la Juventud ⁴⁸.

Las responsabilidades familiares de brindar atención y recreación a los menores incide en que un 20,9% de la población dedique tiempo para llevar a pasear a sus hijos o familiares menores. Son aquí las mujeres, personas entre 31 a 40 años y los de nivel escolar superior quienes más apelan a este tipo de conducta; así como los técnicos, dirigentes y trabajadores de los servicios, los que provienen del sector no estatal mixto, hotelería y restaurantes, salud pública, comercio y ciencia e innovación tecnológica, además de los habitantes de la Isla de la Juventud, Matanzas, Villa Clara y Ciudad de la Habana⁴⁹.

El resto de las actividades puntúa de manera menos importante al analizar las frecuencias mensuales de realización, tal es el caso de carnavales, parrandas, verbenas o semanas de la cultura. Hecho que puede estar justificado en la focalización de este tipo de festejos en fechas de realización de mayor periodicidad, pues por lo general ocurren una vez al año. Se destacan en este tipo de celebraciones los hombres, sujetos entre 15 a 30 años, los de nivel medio, negros, mestizos, estudiantes, obreros y técnicos, sector estatal, agricultura, educación y construcción ⁵⁰.

⁴⁶ Ver tabla 37 en Anexo II

⁴⁷ Ver tabla 38 en Anexo II

⁴⁸ Ver tabla 39 en Anexo II

⁴⁹ Ver tabla 40 en Anexo II

⁵⁰ Ver tabla 41 en Anexo II

Las actividades artísticas como asistir a conciertos y peñas de música popular (4,7%), presentaciones de libros y tertulias (4,2%) y conciertos de música clásica (2,2%) son de muy pobre realización habitual y registran las cifras más elevadas de no realización (68,2; 62,7 y 72%). Sin embargo, en algunos segmentos de la población puntúan como opciones a las que les gustaría asistir (22; 20,5 y 21,3% respectivamente)⁵¹.

Viajar a otras provincias y al exterior son de poca recurrencia (4,5 y 0,7%), sin embargo de gran reclamo (34,3 y 42,3%).

Visitar estadios e instalaciones deportivas es una práctica que solo un 11,7 % realiza habitualmente (frecuencia mensual). Aunque tiende a aumentar en su frecuencia de concreción anual, especialmente en hombres, personas entre 15 y 30 años, de nivel medio, negros y mestizos, estudiantes, obreros y desempleados, sector no estatal privado, construcción, transporte y hotelería-restaurante⁵².

Por provincias, la menor frecuencia de realización mensual de la actividad referida a compartir con amigos y familiares se encuentra en Las Tunas (52,7%), en la que a su vez se focaliza la mayor frecuencia anual registrada de este comportamiento (39,6%). La Isla de la Juventud (86,9%), Guantánamo (75,6%) y Ciudad de la Habana (71,5%) son los lugares donde más se apela a esta práctica de manera sistemática. No obstante esta conducta es altamente significativa para todas las provincias del país⁵³.

Ir a fiestas y guateques manifiesta un comportamiento similar en cada provincia, donde se destaca un mayor acento en su frecuencia anual, especialmente en Granma (46,1%). La realización mensual es más débil en las Tunas (16,8%)⁵⁴.

Asistir a carnavales, parrandas, verbenas o semanas de la cultura, también encuentra en todas las provincias un acento más importante en su frecuencia anual, por las características propias de estos festejos, destacándose en particular Santiago de Cuba, las Tunas y Granma⁵⁵.

Las prácticas artísticas alcanzan los más altos índices de no realización para todos los casos y son más referidas como deseos no materializados que como conductas reales. Su realización es más elevada en el nivel de frecuencia anual que en el mensual y son los capitalinos quienes se destacan en presentaciones de libros y tertulias⁵⁶ y conciertos de música clásica⁵⁷. Esta última alcanza los más

⁵¹ Ver tabla 36 en Anexo II

⁵² Ver tabla 42 en Anexo II

⁵³ Ver tabla 43 en Anexo II

⁵⁴ Ver tabla 44 en Anexo II

⁵⁵ Ver tabla 45 en Anexo II

⁵⁶ Ver tabla 46 en Anexo II

bajos índices del conjunto, sobretodo en Villa Clara, Camaguey, Las Tunas y Santiago de Cuba (valores inferiores al 1%), quizás por las competencias culturales que demanda su disfrute y por la accesibilidad de sus presentaciones, siendo en Ciudad de la Habana donde aparece su mayor registro (5,4%).

Viajar es también una práctica poco recurrente y de gran expectativa para todas las provincias. Isla de la Juventud, Granma, Cienfuegos y Guantánamo reportan destacados porcentajes de viajes nacionales con frecuencia anual. Por otra parte, en Camaguey, Villa Clara y Guantánamo se exhiben altas expectativas por esta práctica.⁵⁸

3.2.3. Lugares más visitados en un año

Al analizar las prácticas de mayor recurrencia anual⁵⁹, llama la atención la importancia que tienen tiendas y parques. En cuanto a las primeras, en las ciudades, constituyen importantes espacios de sociabilidad, destino no solo comercial, es por ello que a nivel internacional se acumulan estudios sobre las pautas de comportamientos que se desarrollan alrededor de estos escenarios. Nuestro país no resulta una excepción y es precisamente el paseo por las tiendas la práctica mas recurrente para los cubanos (62,6%) en su frecuencia mensual. Resultan asiduos con esta regularidad temporal, las mujeres, sujetos menores de 30 años, niveles de escolaridad medio y superior, personal técnico y administrativo, del sector no estatal mixto, que laboran en educación, cultura, comercio, salud pública y hoteles⁶⁰.

Lugar de especial significación en nuestras ciudades representan los parques y las plazas, cuyo ambiente constituye escenario idóneo para que los diferentes grupos sociales identifiquen en ellos espacios propios, a la vez que atesoran patrones de comportamientos que logran transmisión de generación en generación, ocupando un lugar muy especial en el imaginario de la población. Quizás sean estas las razones que ubican a parques, plazas y otros lugares al aire libre como opción de gran recurrencia tanto mensual como anual (43,3% y 25,1% respectivamente). El uso de estos ámbitos se asocia a hombres, menores de 30 años, personas de nivel medio superior, negros y mestizos,

⁵⁷ Ver tabla 47 en Anexo II

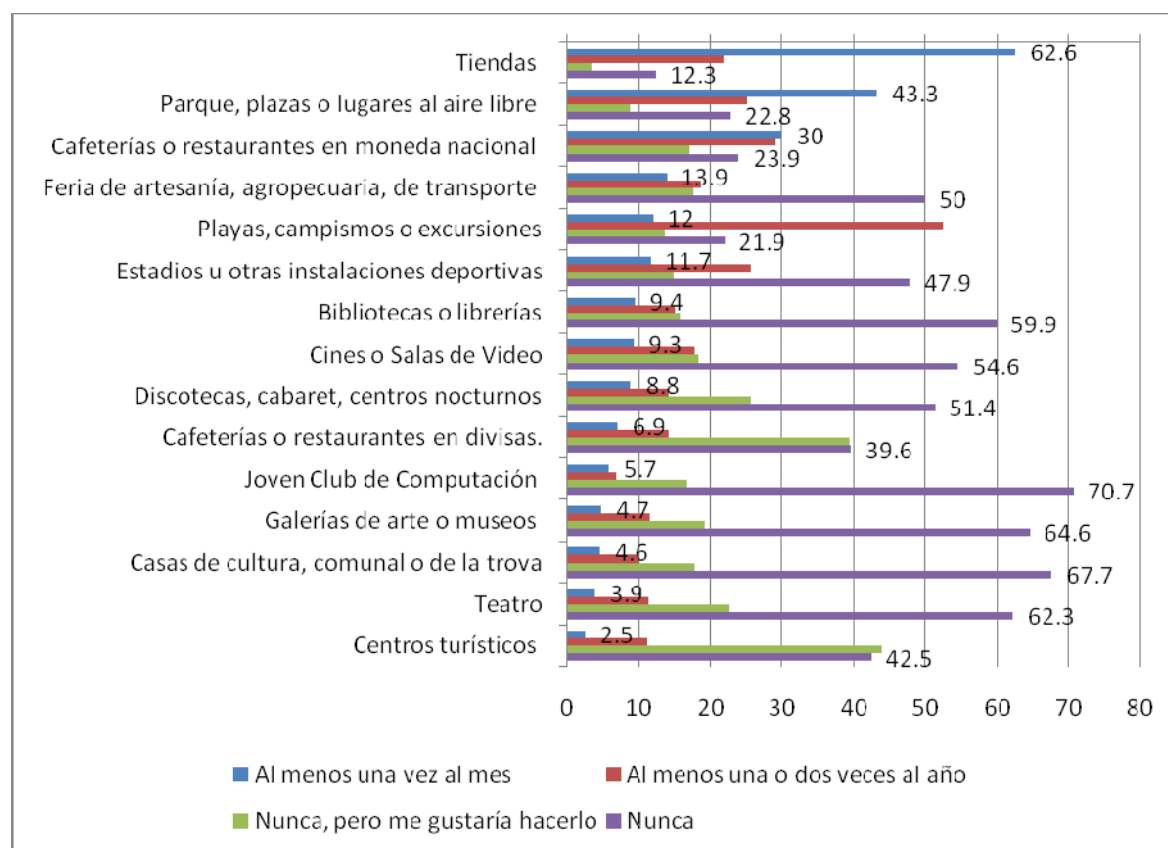
⁵⁸ Ver tablas 48 en Anexo II

⁵⁹ Ver tabla 49 en Anexo II

⁶⁰ Ver tabla 64 y 65 en Anexo II

estudiantes, desempleados y técnicos, sujetos que laboran en el sector no estatal mixto, en las ramas de hotelería y cultura⁶¹.

Gráfico 16. Asistencia anual a espacios culturales



Salir a comer o a merendar, es también un paseo especial entre las prácticas del cubano, para lo cual existen en nuestras ciudades múltiples opciones en moneda nacional, que avalan la alta frecuencia de este comportamiento de manera mensual (30%). Los hombres, menores de 30 años, niveles medio superior y superior, negros, desempleados, estudiantes y técnicos del sector no estatal mixto y de las ramas de hotelería y restaurantes, ciencia e innovación tecnológica y cultura, son las personas que denotan los consumos más elevados de este tipo de espacio⁶². En contraste con una presencia menos significativa de destinos similares en ofertas de moneda convertible (6,9%), comportamiento asociado en su frecuencia anual a jóvenes menores de 30 años, nivel superior de escolaridad, negros, técnicos y

⁶¹ Ver tabla 50 en Anexo II

⁶² Ver tabla 51 en Anexo II

trabajadores administrativos, del sector no estatal mixto, de hotelería y restaurantes⁶³. No obstante, este tipo de oferta puntúa más como expectativa que como práctica habitual, quizás reservada para momentos especiales⁶⁴.

Una modalidad muy común en nuestra cultura popular son las ferias tanto expositoras como comerciales. Un 13,9% las señala entre sus prácticas habituales y se destacan personas entre 21 y 50 años, con nivel de escolaridad superior y de raza blanca, dirigentes, técnicos y trabajadores administrativos y sujetos vinculados al sector no estatal mixto y a la rama ciencia e innovación tecnológica⁶⁵.

Espacios especiales por las características de nuestro clima y por la variedad de opciones que incluye son las playas, campismos y excursiones los que un 12%⁶⁶ de la población declara frecuentarla mensualmente y un 52.4% al menos una o dos veces al año. Estos representan ámbitos de recreación y sociabilidad que por lo general se acompañan de prácticas culturales como son escuchar música, bailar, jugar, etc.

Aunque para la población cubana la asistencia sistemática a los servicios culturales aún no alcanza los niveles deseados, este tipo de prácticas no son ajenas para determinados segmentos. De esta manera resulta interesante como un 9,4% asiste mensualmente a Bibliotecas o librerías y un 15% lo hace una o dos veces al año, mientras que a un 15.7% le gustaría frecuentarlas.

Comportamiento similar se manifiesta en las salas de cine y de video, donde un 9,3%⁶⁷ de la población cubana las visita con frecuencia mensual, un 17.8% al menos una vez al año y a un 18.3% les gustaría. En esta conducta puede estar incidiendo el efecto de las nuevas tecnologías que propician el disfrute de esta manifestación artística en la comodidad del hogar.

Galerías y museos (4,7% mensual, 11.5% anual), casas de cultura (4,6% y 9.9%) y Teatros (3,9% y 11.3%) también alcanzan cifras discretas pero no están ausentes entre las prácticas habituales de algunos grupos poblacionales, con un interesante anhelo de visita para los que nunca lo han hecho (19,2; 17,8 y 22,6% para cada caso)⁶⁸.

Los centros nocturnos han sido históricamente lugares predilectos para la recreación del cubano, la forma de presentación de los mismos adquiere modalidades que se ajustan a las demandas de los

⁶³ Ver tabla 52 en Anexo II

⁶⁴ Ver tabla 49 en Anexo II

⁶⁵ Ver tabla 53 en Anexo II

⁶⁶ Ver tabla 49 en Anexo II

⁶⁷ Ver tabla 49 en Anexo II

⁶⁸ Ver tabla 49 en Anexo II

nuevos públicos como es el caso de las Discotecas, es por ello que estas alcanzan un 8.8% y 14.2% de representatividad, en su frecuencia mensual y anual respectivamente, con un importante reclamo entre las expectativas (25,6%). Se focalizan porcentos elevados para esta práctica tanto en su frecuencia mensual como anual, en hombres, menores de 30 años, de raza negra, personas de nivel medio superior y superior, estudiantes, técnicos y desempleados, de sector no estatal mixto, que trabajan en las ramas hotelería, ciencia e innovación tecnológica y cultura ⁶⁹.

Aunque sólo el 5,7% de los encuestados declara asistir a los jóvenes clubs de computación, un 16,8 % manifiestan querer frecuentarlos⁷⁰. Hay que reconocer que son una importante iniciativa en la socialización y entrenamiento en el manejo de nuevas tecnologías, especialmente entre los más jóvenes (menores de 20 años), personas de nivel superior, estudiantes, trabajadores del sector estatal, de educación y cultura ⁷¹.

Los centros turísticos si bien representan la presencia más débil en su frecuencia mensual (2,5%), vale aclarar que por su naturaleza este tipo de espacio resultan de significación para momentos especiales, de esta manera es más fuerte su frecuencia anual (11.1%), a su vez constituye el reclamo más acentuado (43,9%)⁷², lo que debe estar condicionado por su emblemática representación de destino del tiempo libre, vacaciones y recreación. Entre los que asisten a centros de esta naturaleza, se encuentran personas menores de 30 años, raza blanca, dirigentes y técnicos, sector no estatal mixto y de la rama ciencia e innovación tecnológica⁷³.

En relación con las provincias la temporalidad más destacada entre las personas que frecuentan este tipo de espacios es la anual, es decir, la asistencia más significativa a escenarios culturales ocurre una o dos veces al año y su comportamiento es el siguiente:

Las provincias que acumulan porcentos importantes en relación al uso de Bibliotecas y librerías en dicha temporalidad son Ciudad de la Habana (20%) y Guantánamo (19.9%) mientras que en Sancti Spiritus (8.1%) y Las Tunas (7.8%)⁷⁴ se ubican los menores porcentos.

La asistencia a galerías y museos registra en Sancti Spiritus (4.5%) y Las Tunas (2.8%) las cifras menos significativas, mientras que en la Ciudad de la Habana se encuentra su más elevado registro (18.3%)⁷⁵.

⁶⁹ Ver tabla 54 en Anexo II

⁷⁰ Ver tabla 49 en Anexo II

⁷¹ Ver tabla 55 en Anexo II

⁷² Ver tabla 49 en Anexo II

⁷³ Ver tabla 56 en Anexo II

⁷⁴ Ver tabla 57 en Anexo II

El Teatro alcanza un registro notable en Ciudad de la Habana (23.3%), mientras que a Las Tunas (1.9%), Sancti Spiritus (2.0%) y Holguin (5.6%), asocian cifras de consumo bajas⁷⁶.

Guantánamo (27.0%) y Ciudad de la Habana (25.3%) se distinguen por los públicos asiduos a salas de cine y video y en Sancti Spiritus (9.4%) y Las Tunas (10.4%)⁷⁷ las cifras menores. Por otra parte es en Las Tunas (3.3%) y la Habana (6.5%) donde el contacto con Casa de Cultura, evidencia porcentos bajos, mientras la visita a estos espacios en Guantánamo (18.0%) y Granma (14.7%) es significativa.

Los altos porcentos de visita a las ferias se asocia a Ciudad de la Habana (25.3%), Granma (23,7%) y Camaguey (21.5%) y los menores a Guantánamo (11.1%) e Isla de la Juventud (11.2%)⁷⁸.

La importancia de los parques y plazas se afirma cuando se observa su alta presencia para todas las provincias en su frecuencia de realización mensual, lo que los ubica en un lugar sugerente para el análisis de los procesos de consumo.⁷⁹

Como datos curiosos en el caso de las tiendas todas las provincias exhiben porcentos importantes de asistencia al menos una vez al mes⁸⁰, mientras en las instalaciones deportivas se destacan los porcentos en la frecuencia anual⁸¹. Por su parte las ofertas gastronómicas en moneda nacional son importantes opciones de consumo para ambas temporalidades⁸² sin embargo en moneda convertible son destinos reservados para ocasiones especiales y no alcanzan porcentos elevados en ninguna provincia, excepto Ciudad de la Habana (28.4%)⁸³. De manera similar sucede con la asistencia a centros nocturnos y turísticas reservados para momentos relevantes de la vida de los sujetos y ninguno exhibe cifras elevadas⁸⁴. Contrasta la visita a las playas, campismos y excursiones, paseo habitual de una o dos veces al año para toda las provincias.⁸⁵

3.2.4 Particularidades del consumo por campos culturales.

A continuación se describen las relaciones que establece la población cubana con los bienes artístico-literarios y las mediaciones que aportan variables sociodemográficas y socioestructurales. Se detalla

⁷⁵ Ver tabla 58 en Anexo II

⁷⁶ Ver tabla 59 en Anexo II

⁷⁷ Ver tabla 60 en Anexo II

⁷⁸ Ver tabla 62 en Anexo II

⁷⁹ Ver tabla 63 en Anexo II

⁸⁰ Ver tablas 64 y 65 en Anexo II

⁸¹ Ver tabla 66 en Anexo II

⁸² Ver tabla 67 en Anexo II

⁸³ Ver tabla 68 en Anexo II

⁸⁴ Ver tablas 69 y 70 en Anexo II

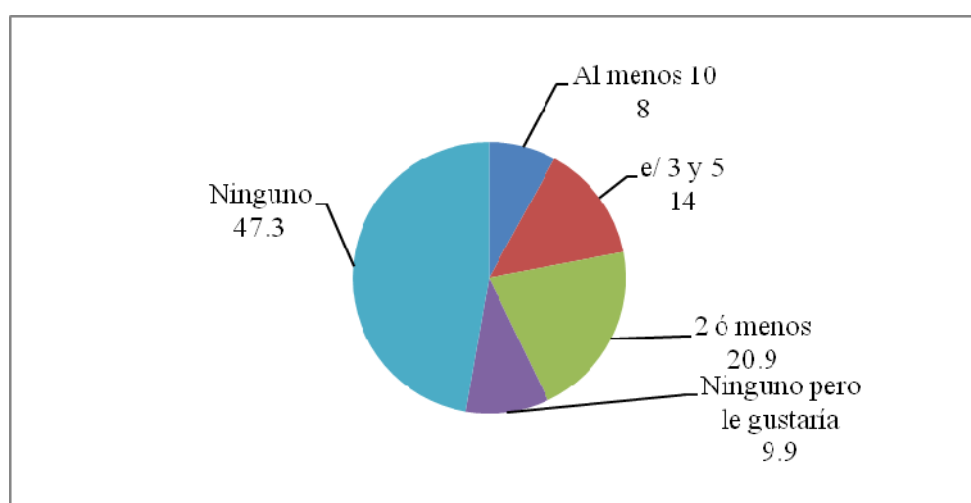
⁸⁵ Ver tabla 71 en Anexo II

por cada manifestación las principales tendencias en cuanto a: estructura de preferencias, frecuencia de consumo, uso de espacios institucionales y criterios de selección.

3.2.4.1. Literatura, prácticas y espacios de lectura

Entre la población de más de 15 años, leer constituye una actividad relevante para un 42.9 % de las personas, quienes afirman hacerlo en forma frecuente, lo que contrasta con un 47.3 % que plantea no realizarlo nunca. Dentro de los lectores habituales el 20,9% reconoce leer menos de dos libros al año, un 14 % entre 3 y 5; y el 8% 10 libros o más⁸⁶.

Gráfico 17. Cantidad de libros leídos en un año.

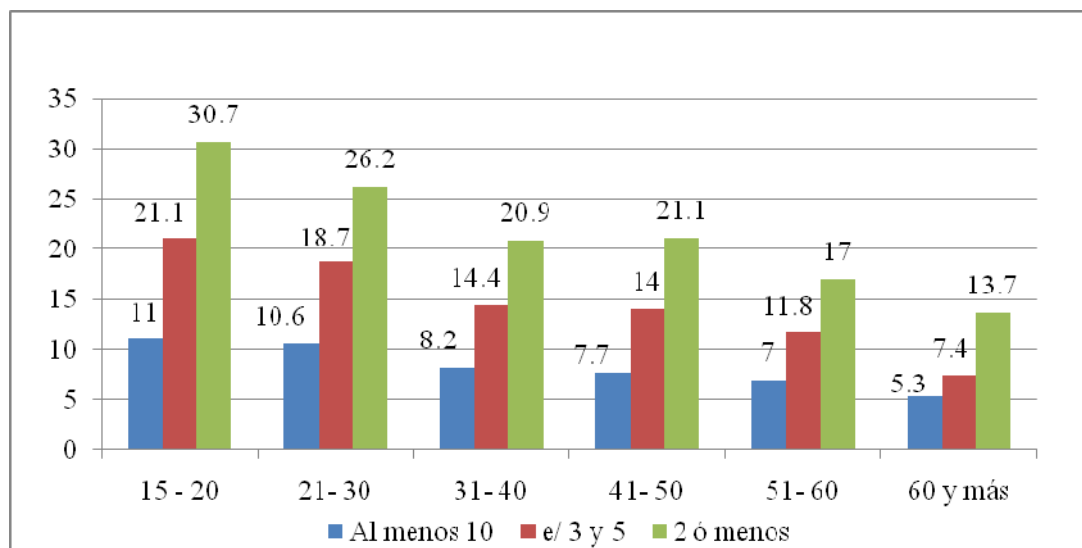


Por otra parte múltiples condicionamientos, aportan diferencias significativas a esta práctica, como es el caso de las variables sociodemográficas. Al respecto pudimos constatar que son los hombres⁸⁷ y los jóvenes entre 15 y 20 años quienes alcanzan niveles destacados de lectura, práctica en la que los grupos de mayor edad señalan cifras discretas, especialmente las personas de 60 años y más⁸⁸. Es importante destacar que esta relación inversa que se establece entre edad y niveles de lectura, es menos acentuada entre los grupos de lectores asiduos, quienes reflejan mayor estabilidad y consolidación de un hábito que se resiente menos con el paso de los años, como demuestra el siguiente gráfico.

⁸⁶ Ver Tabla 72 en Anexo II

⁸⁷ Ver Tabla 73 en Anexo II

⁸⁸ Ver Tabla 74 en Anexo II

Gráfico 18. Cantidad de libros que leyó según edad

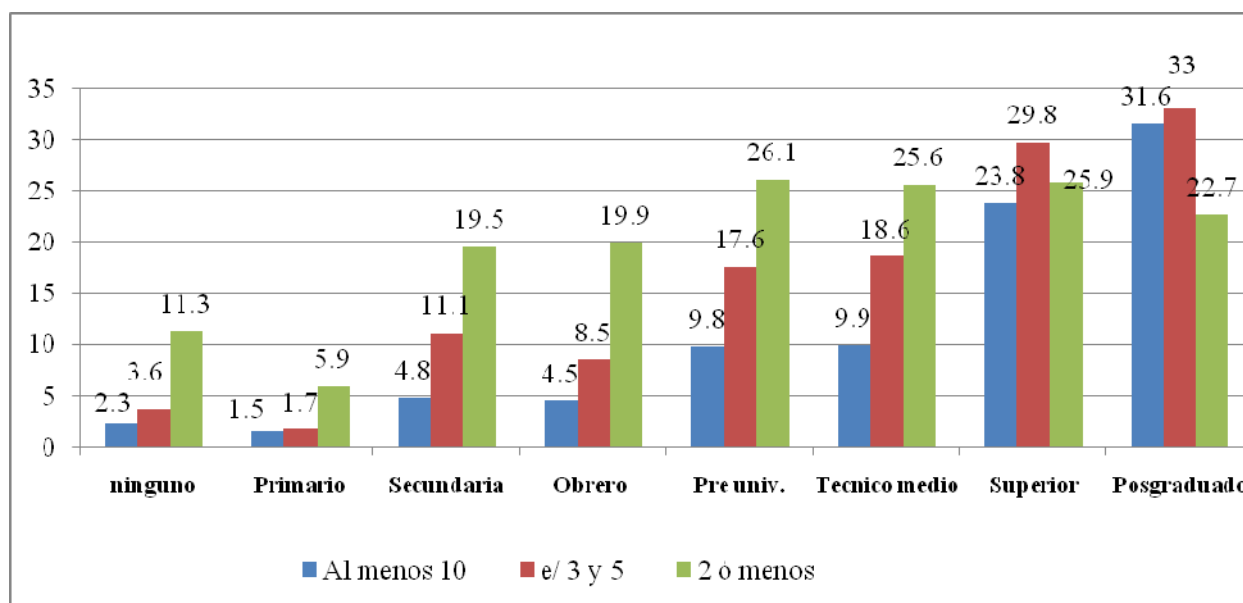
El consumo de libros guarda estrecho vínculo con las características socioestructurales, en este sentido los dirigentes, técnicos y estudiantes, los trabajadores del sector no estatal mixto y los de las ramas cultura, ciencia e innovación tecnológica y salud pública, muestran altos niveles de lectura⁸⁹.

Los niveles educacionales constituyen también una variable de peso que condiciona la lectura. El incremento de la frecuencia de esta práctica a medida que aumenta la escolaridad, es ostensible. Precisamente son los universitarios (23,8%) y los que cuentan con estudios de post grado (31,6%) los que alcanzan las cifras de libros leídos más altas (al menos 10 al año)⁹⁰. En cuanto a la raza no se aprecian grandes diferencias⁹¹.

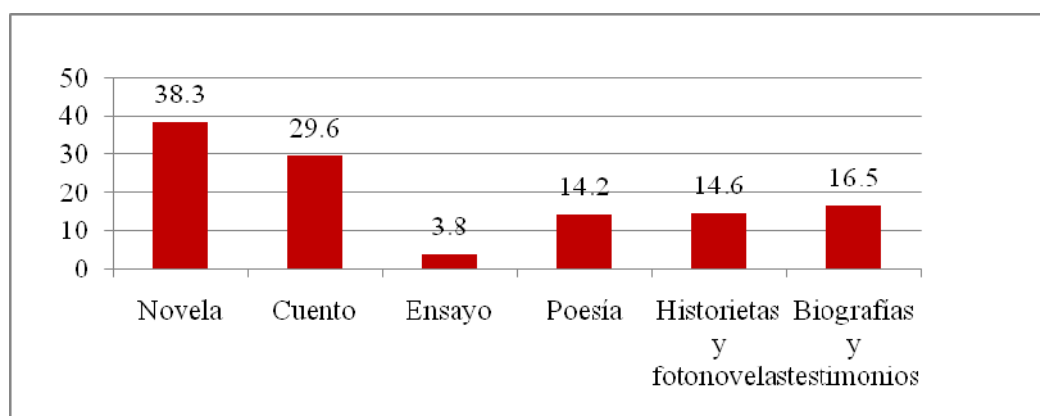
⁸⁹ Ver Tabla 75 en Anexo II

⁹⁰ Ver Tabla 76 en Anexo II

⁹¹ Ver Tabla 77 en Anexo II

Gráfico 19. Cantidad de libros que leyó según nivel educacional

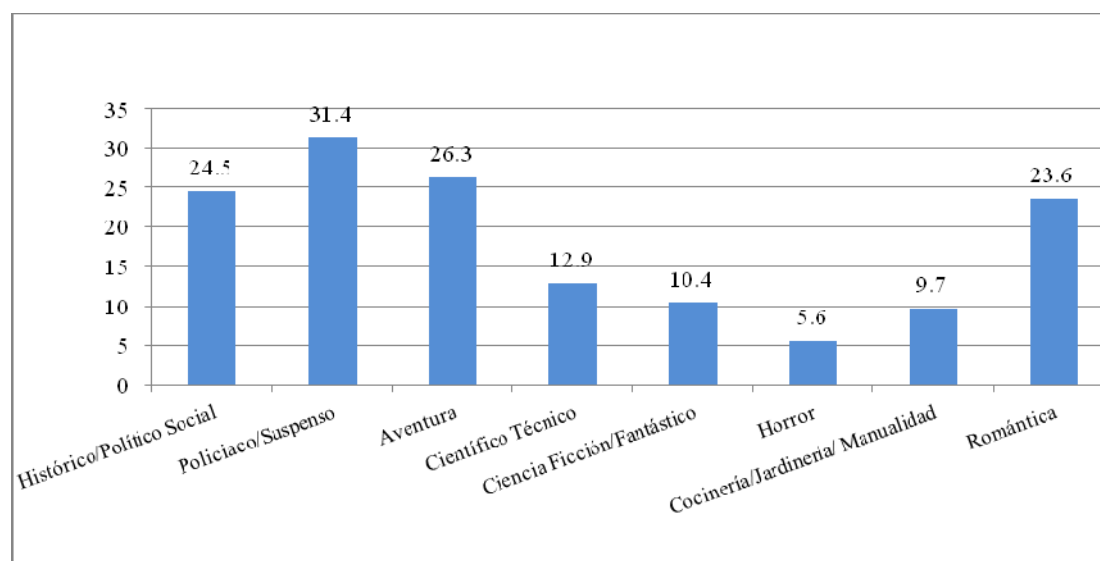
Otra matriz que establece diferencias en relación a la lectura es la preferencia de géneros y temáticas literarias. Para el primero es la novela el más señalado (38.3%), seguido por el cuento (29,6%) y el menos referido es el ensayo (3.8%)⁹².

Gráfico 20. Preferencia de libro por género.

En cuanto a temáticas son: policiaco/suspense (31.4%), aventura (26,3%) histórico/político/social (24,5%) y romántica (23,6%) las mayormente seleccionadas⁹³.

⁹² Ver Tabla 78 en Anexo II

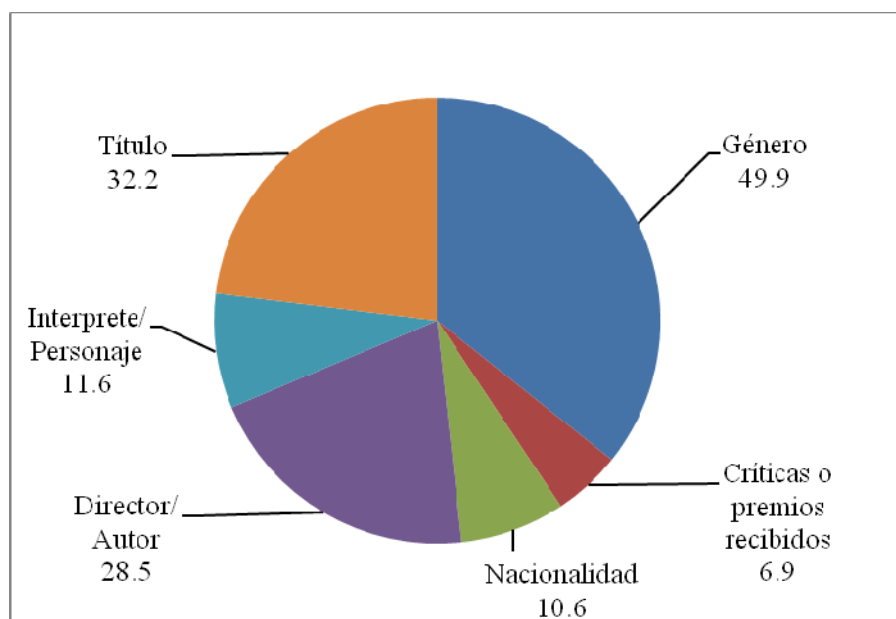
Gráfico 21. Preferencia de libro por temáticas.



También se corroboran diferencias entre los elementos que sustentan la elección de un libro. Los de más peso son el género (49.9%), el título (32.2%) y el autor (28.5%). Sin embargo la crítica o premios recibidos son señalados únicamente por el 6.9% de los encuestados⁹⁴.

⁹³ Ver tabla 78 en Anexo II

⁹⁴ Ver Tabla 79 en Anexo II

Gráfico 22. Criterios de selección para escoger un libro.

Las vías más importantes por la que se accede a este bien cultural son los préstamos o regalos y la compra⁹⁵.

Las presentaciones de libros fueron otras de las prácticas estudiadas. Los datos encontrados apuntan a que estas actividades son de consumo de un porcentaje limitado de la población (16.9%), lo que contrasta con el 62.7 % que afirma nunca haber participado, aunque un 20,5 % plantea que le gustaría asistir⁹⁶. Los segmentos sociales que exhiben cifras de asistencia notables a estos espacios son mujeres, personas entre 15 a 30 años, de alto nivel educacional (universitario y post-graduado), estudiantes y dirigentes, trabajadores del sector no estatal mixto, cultura y ciencia e innovación tecnológica⁹⁷.

Las bibliotecas y las librerías tampoco constituyen sitios de relevancia masiva. Solo un 24,4% afirma visitarlas⁹⁸. Las mujeres, jóvenes de 15 a 30 años, personas de alto nivel educacional (universitario y post-graduado); dirigentes, técnicos y estudiantes; trabajadores del sector no estatal/mixto y de las ramas de actividad educación, cultura y ciencia/innovación y tecnología constituyen los grupos

⁹⁵ Ver Tabla 80 en Anexo II

⁹⁶ Ver Tabla 81 en Anexo II

⁹⁷ Ver Tabla 82 en Anexo II

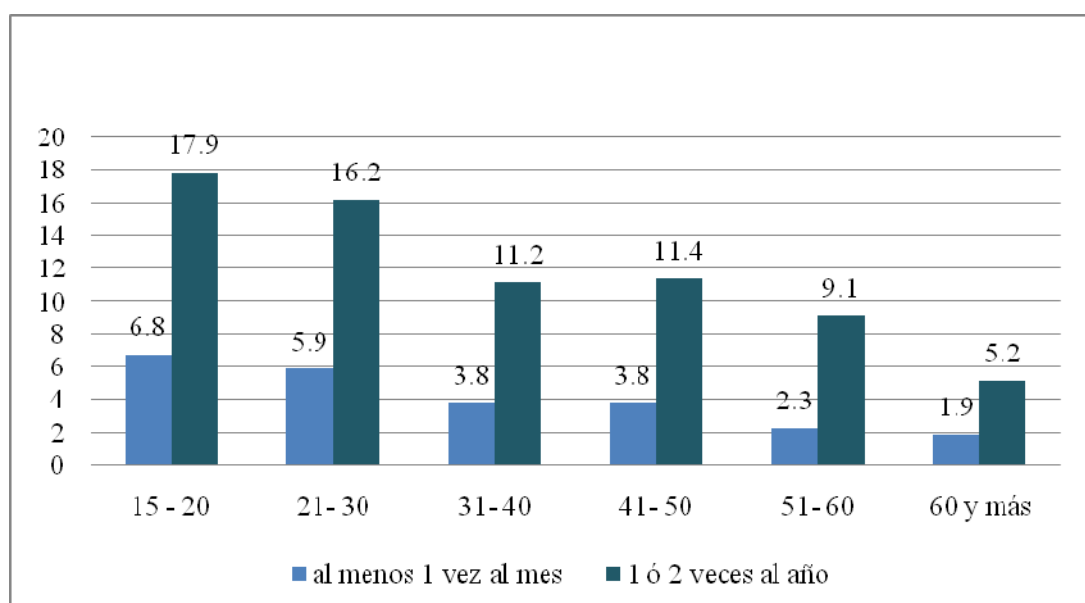
⁹⁸ Ver Tablas 83 en Anexo II

sociales que alcanzan las asociaciones de mas alta significacion respecto a la asistencia estos espacios.⁹⁹.

3.2.4.2 Teatro.

El 62,3% de la población mayor de 15 años no asiste a este tipo de actividad y sólo un 15,2% reconoce haberlo hecho al menos 1 ó 2 veces al año, mientras un 22,6 % le gustaría, aunque en la actualidad no lo visiten¹⁰⁰. La edad impone una línea decreciente. Los jóvenes muestran considerable disposición a acudir al teatro, independientemente de la frecuencia con que lo realicen¹⁰¹.

Gráfico 23. Frecuencia con que fue al teatro en los doce meses anteriores por edad.



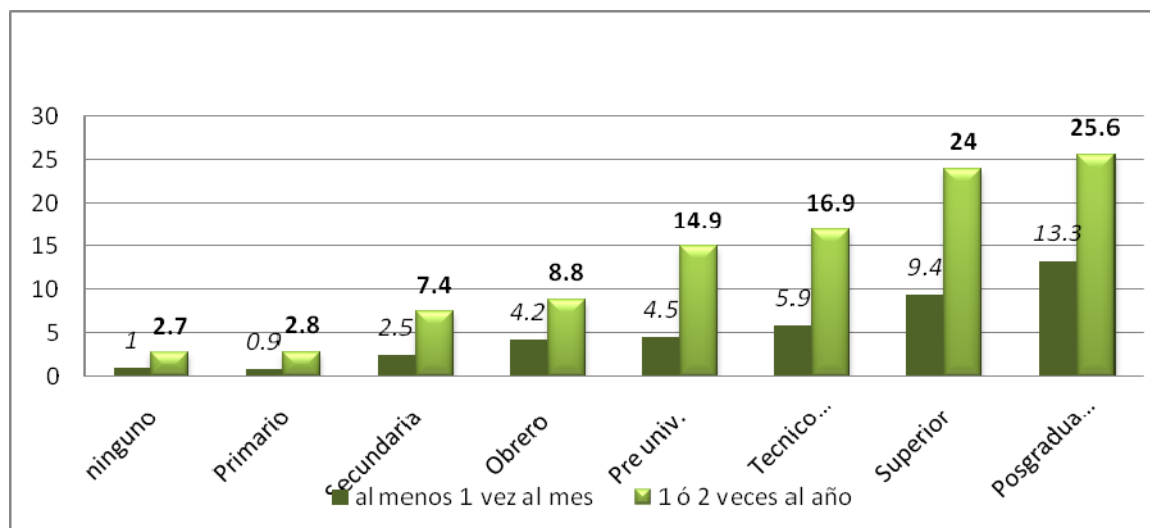
El nivel educativo marca también relaciones apreciables respecto al consumo del teatro. Una mayor asistencia se asocia a los altos niveles de escolaridad¹⁰².

⁹⁹ Ver Tabla 84 en Anexo II

¹⁰⁰ Ver Tabla 85 en Anexo II

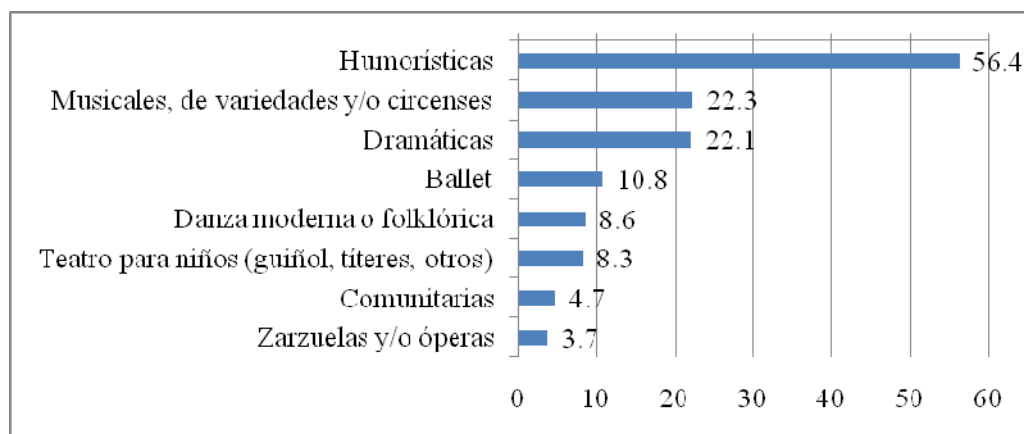
¹⁰¹ Ver Tabla 86 en Anexo II

¹⁰² Ver Tabla 86 en Anexo II

Gráfico 24. Frecuencia con que fue al teatro por nivel educativo

En síntesis, el público asiduo al teatro se asocia a las mujeres, jóvenes (15 y 30 años) con niveles educativos superiores y posgraduado, técnicos, estudiantes, trabajadores de la esfera no estatal/mixto y de las ramas de cultura, educación y ciencia/innovación y tecnología.¹⁰³

Las presentaciones preferidas son las humorísticas (56,4%), también se destacan los espectáculos musicales, de variedades, circenses (22,3%) y los dramáticos (22,1%)¹⁰⁴.

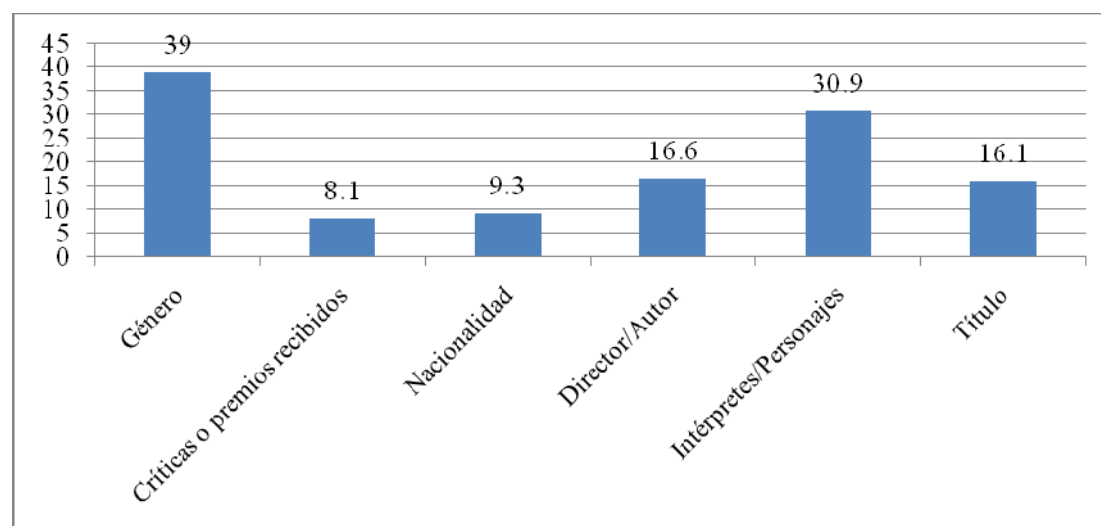
Gráfico 25. Tipo de presentaciones teatrales preferidas en adultos

¹⁰³ Ver tablas 86-87 en el Anexo II

¹⁰⁴ Ver Tabla 88 en Anexo II

Los criterios de selección que predominan al escoger una presentación teatral son el género y los actores del elenco¹⁰⁵.

Gráfico 26. Criterios de selección para obras de teatro.



3.2.4.3 Música

La música constituye unas de las prácticas culturales más relevantes de la población cubana. Se destaca por sus altos niveles de selección con independencia de factores como sexo, edad, ocupación o nivel escolar. De hecho, el 90,2% de la población mayor de 15 años afirma oír música al menos una vez al día (71.6%) o una vez por semana (18.6%), sin que esta práctica, refleje distinciones importantes con respecto a las características sociodemográficas. No obstante, los jóvenes de 15 a 30 años son los que se destacan en su consumo, observándose un ligero descenso de este comportamiento con la edad¹⁰⁶.

Los niveles educativos tampoco condicionan diferencias relevantes, ya que todos los grupos reconocen entre un 70 y un 80% oír música diaria o semanalmente, excepto las personas de nivel de escolaridad primario o inferior, los jubilados y trabajadores del sector agropecuario¹⁰⁷.

Los tipos de música preferidos son: la romántica (74,6%) y popular bailable (64.2%)¹⁰⁸. Lo que los diferencia de los menores de 15 años donde prevalece el reggaetón que decae a un 26.7%. También

¹⁰⁵ Ver Tabla 89 en Anexo II

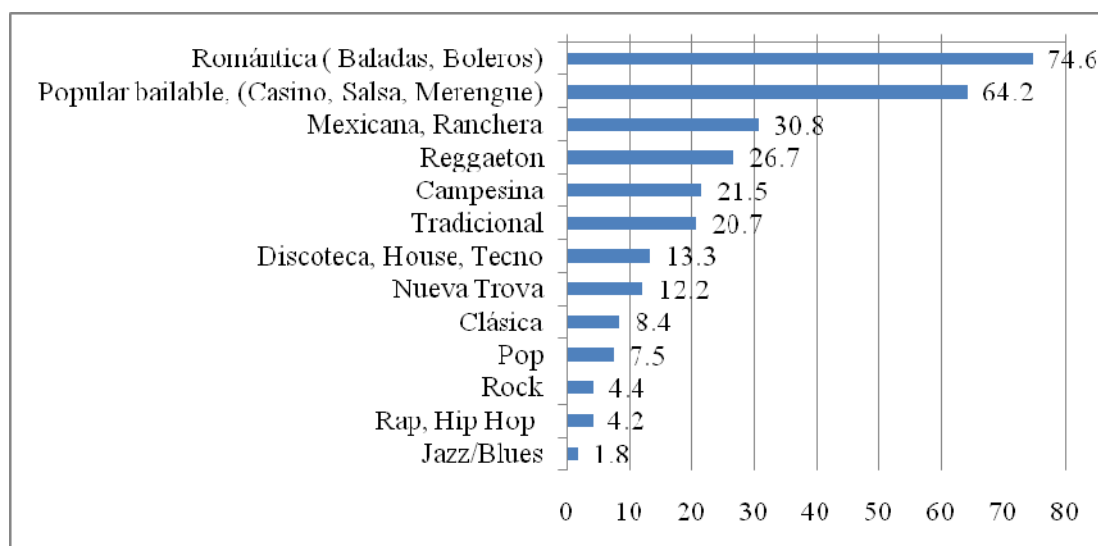
¹⁰⁶ Ver tabla 90 en Anexo II

¹⁰⁷ Ver tabla 91 en Anexo II

¹⁰⁸ Ver Tabla 92 en Anexo II

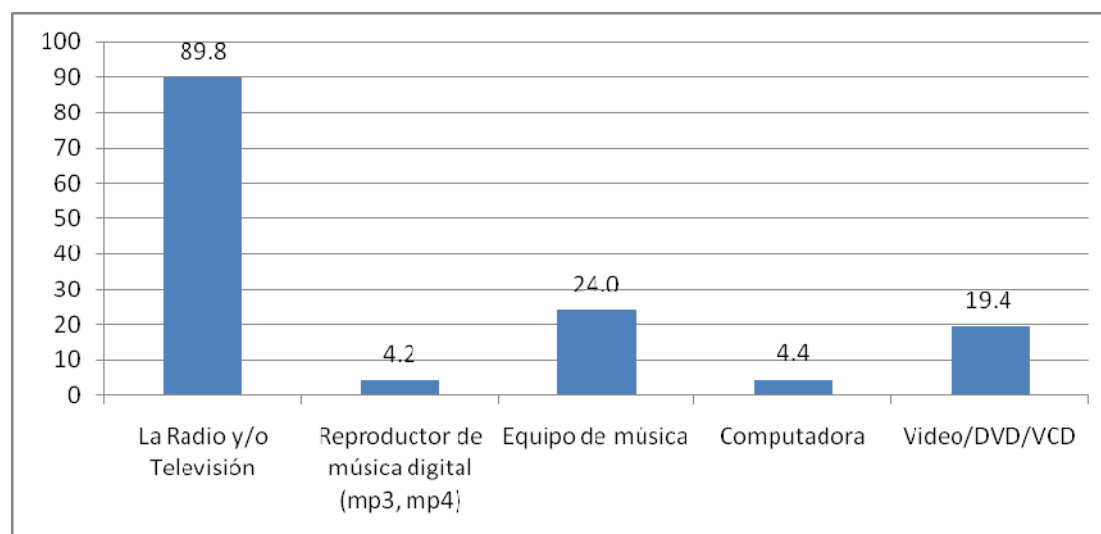
comparativamente en este grupo se aprecia una mayor diversidad de gustos musicales que se expresa en un conjunto de preferencias que oscilan entre un 20 y un 30%, que incluyen la música mexicana, campesina y la tradicional.

Gráfico 27. Tipos de música preferidos en adultos



Los soportes fundamentales para disfrutar la música son la radio y la televisión¹⁰⁹, lo que guarda correspondencia con el hecho de que entre los tipos de programas televisivos y radiales preferidos estén precisamente los de corte musical

¹⁰⁹ Ver Tabla 93 en Anexo II

Gráfico 28. Soportes para el disfrute de música

Los espectáculos musicales en vivo sin embargo no constituyen destinos de gran relevancia para la población en su conjunto.

De hecho la música popular moviliza anualmente sólo a un 15,2%, mientras la clásica y de conciertos a un 6,7%¹¹⁰. Para ambos casos los segmentos sociales que nutren su público¹¹¹ son personas menores de 30 años, con preponderancia del sexo masculino. Sin embargo también se observan algunas diferencias del espectador asiduo a estas actividades. Así vemos que para la música clásica los consumos elevados se ubican entre las personas con niveles de escolaridad superior; técnicos y trabajadores del sector no estatal mixto; además de sujetos procedentes de sectores de cultura, ciencia e innovación y tecnología¹¹². Por su parte para la popular tienen primacía los niveles de escolaridad media y superior, razas negra y mestiza¹¹³.

3.2.4.4. Galerías y museos

En líneas generales este espacio cultural no es relevante para gran parte de la población adulta. Sólo un 16.2% declara haber asistido 1 ó 2 veces en el año y a un 19.2%, aunque nunca lo han visitado, les gustaría hacerlo¹¹⁴.

¹¹⁰ Ver Tabla 94 en Anexo II

¹¹¹ Ver Tablas 95 y 96 en Anexo II

¹¹² Ver tabla 95 en Anexo II

¹¹³ Ver tabla 96 en Anexo II

¹¹⁴ Ver Tabla 97 en Anexo II

Gráfico 28. Frecuencia de asistencia a galerías y museos

Si bien los porcentajes de asistencia observados no son elevados, específicamente en el caso de la población urbana resultan estimulantes al compararlos con las cifras alcanzadas en 1998 donde solo reflejaban un 8.4% de asistencia, la que se duplica en el 2009 para igual tipo de población (19.0%)¹¹⁵. Este hecho puede estar relacionado con nuevas estrategias que vienen desarrollándose para alcanzar una mayor sostenibilidad a través de acciones que integren y representen a la comunidad y buscar así, construir espacios donde el público vea reflejadas sus identidades locales. A la vez se redimensionan los roles tradicionales a ellos atribuidos en aras de desbloquear la imagen estática e inamovible con que tienden a representarse en el imaginario social, en lo cual debe estar incidiendo la relación creciente de estas instituciones, especialmente los museos, con exponentes de la cultura popular y tradicional y en general con el patrimonio inmaterial de las comunidades en que se insertan. Como se observa en los gráficos siguientes son los hombres, jóvenes de 15 a 30 años y los niveles superiores de educación quienes tienen mayor interacción con este espacio cultural¹¹⁶.

¹¹⁵ Ver Tabla 98 en Anexo II

¹¹⁶ Ver Tabla 99 en Anexo II

Gráfico 29. Asistencia a galerías de arte o museos 1 ó 2 veces al año por sexo.

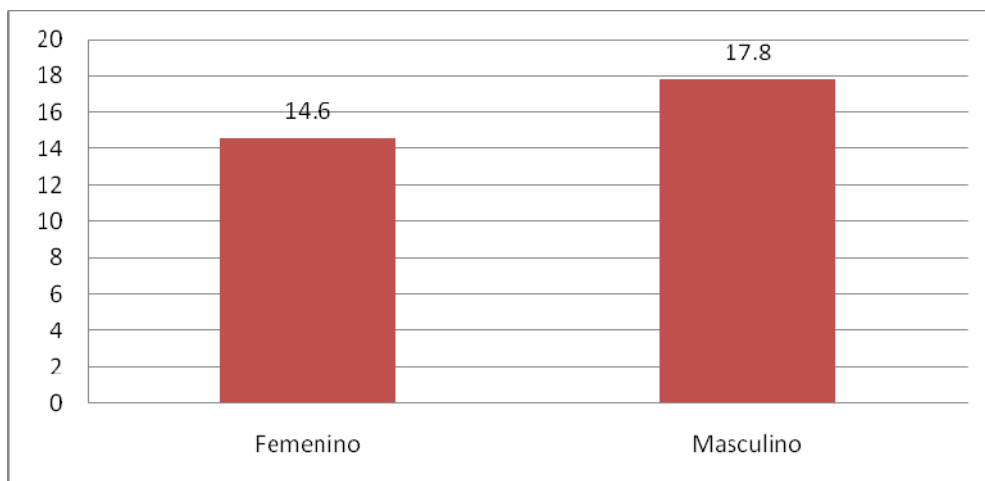


Gráfico 30. Asistencia a galerías de arte o museos 1 ó 2 veces al año por edad.

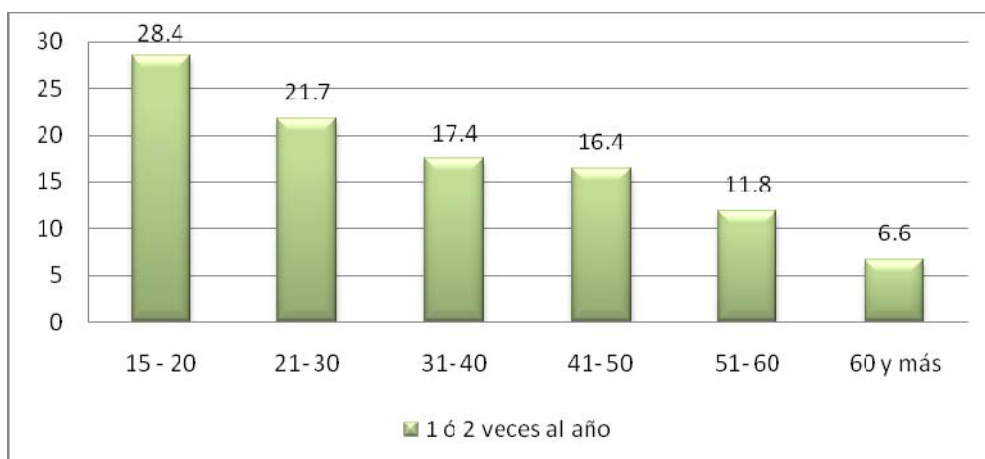
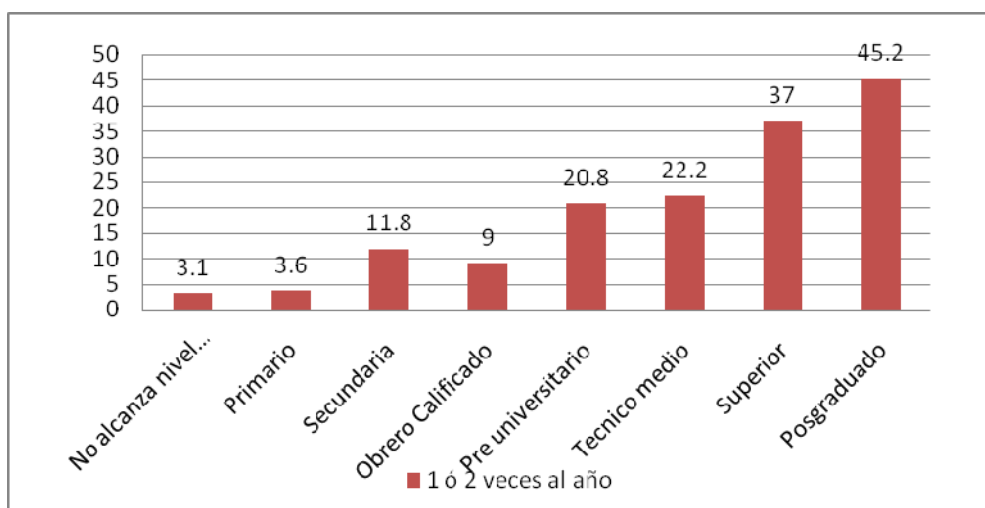


Gráfico 31. Asistencia a galerías de arte o museos 1 ó 2 veces al año por nivel educativo.

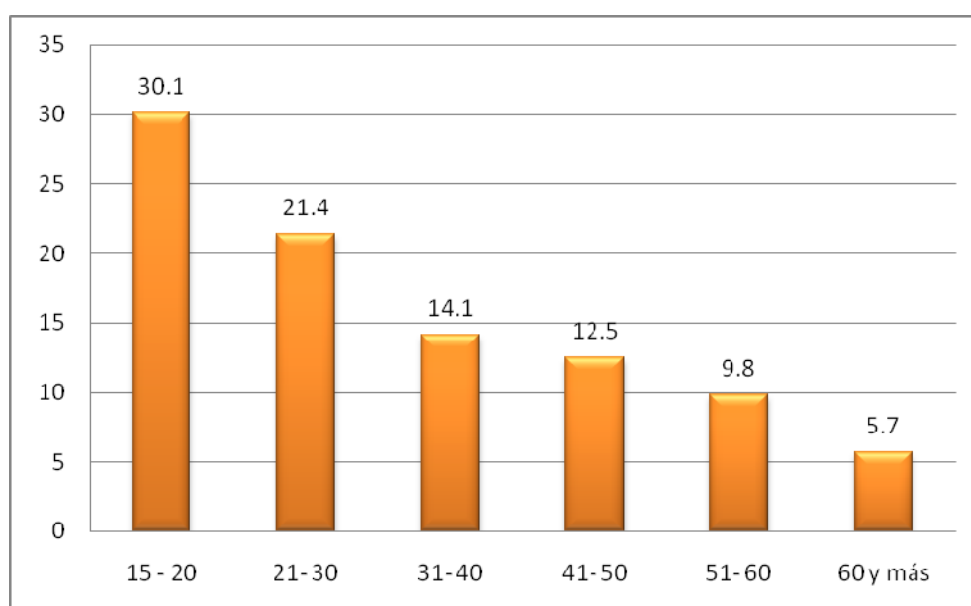


Los técnicos, estudiantes, trabajadores del sector no estatal mixto, cultura, educación y ciencia e innovación tecnológica también se destacan por sus consumos

3.2.4.5. Casas de cultura

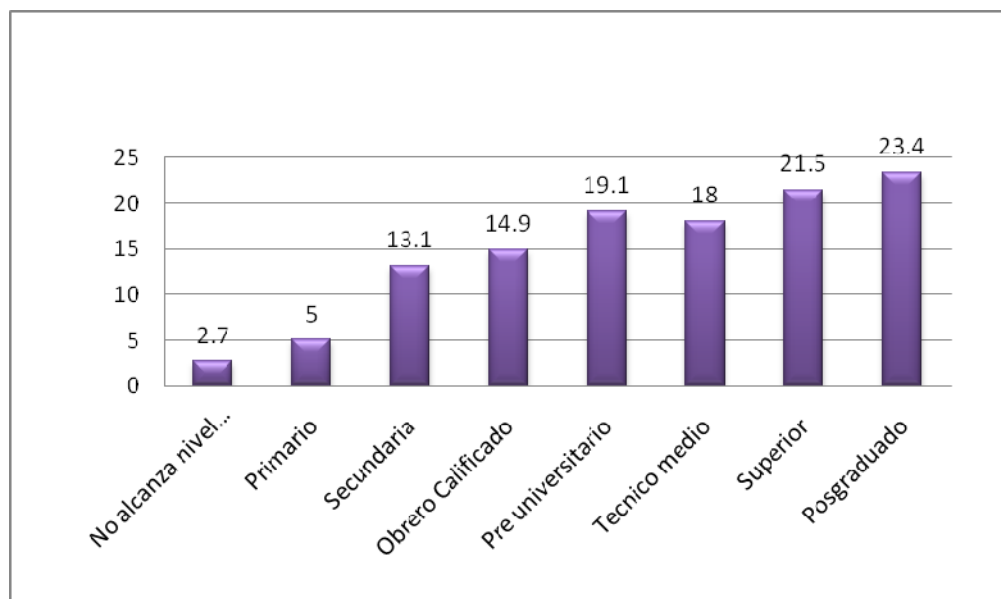
En el caso de la población de 15 años y más, sólo un 14.5% declara haber visitado a estas instituciones al menos una o dos veces al año¹¹⁷. Como sucede con otras instituciones, los grupos poblacionales más jóvenes y los niveles superiores de educación son los que caracterizan su público¹¹⁸.

Gráfico 32. Asistencia a casas de cultura 1 ó 2 veces al año por edad



¹¹⁷ Ver Tabla 100 en Anexo II

¹¹⁸ Ver Tabla 101 en Anexo II

Gráfico 33. Asistencia a casas de cultura 1 ó 2 veces al año por nivel educativo.

Otro elemento a considerar es la incidencia de las características socioestructurales. En este sentido son los estudiantes y técnicos; trabajadores del sector estatal y los de las ramas de cultura y educación¹¹⁹, quienes conforman el público que acude a esta institución.

El trabajo de las casas de cultura depende en buena medida de las articulaciones que logre alcanzar en el entramado social con el cual interactúan. Su misión no se ciñe al recinto en que está enclavada. La atención a las expresiones de la cultura popular y tradicional; el desarrollo del movimiento de artistas aficionados; el trabajo con discapacitados; la promoción de diferentes experiencias culturales en las escuelas o la comunidad; fomentar o acompañar iniciativas que impulsen la participación colectiva de múltiples actores, son tareas que asumen y que desbordan sus marcos físicos y desdibuja la posibilidad de medir su impacto de manera exclusiva a través de la asistencia a la misma, lo que limita captar la variedad de las acciones que realiza en un instrumento de esta naturaleza.

3.2.4.6. Cine y otros medios de comunicación masiva

Los datos obtenidos en la presente encuesta, reiteran el alto consumo de televisión, radio, revistas y periódicos y su importancia en la configuración de la vida cotidiana de nuestra población¹²⁰. Es a

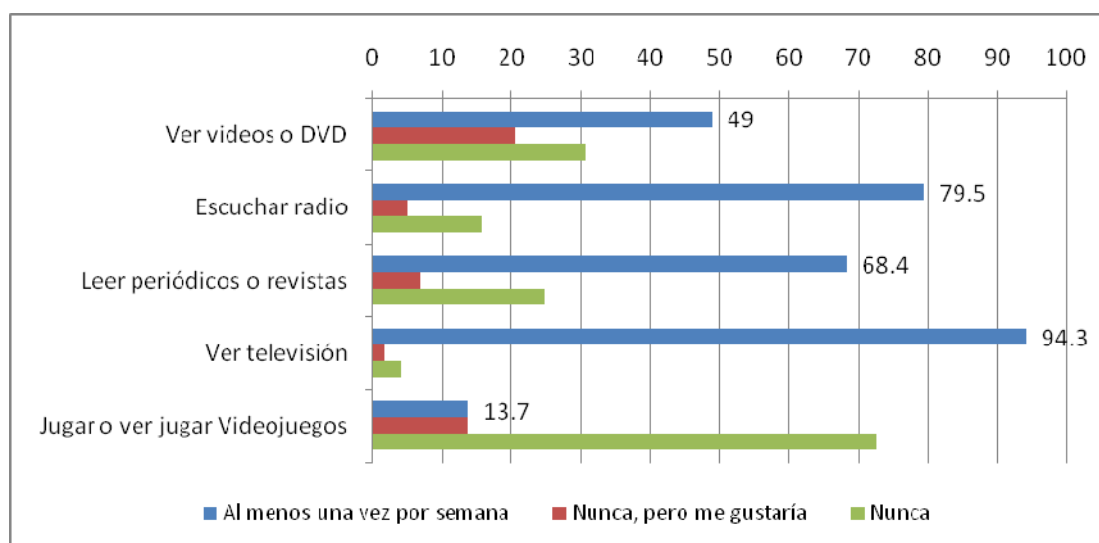
¹¹⁹ Ver Tabla 102 en Anexo II

¹²⁰ Ver Tabla 103 en Anexo II

través de estos medios que se producen los más intensos vínculos de gran parte de los grupos sociales con los diferentes campos artísticos culturales e ideológicos y constituyen además, unas de sus principales fuentes de información y entretenimiento. A pesar del uso generalizado de la televisión, las mujeres, personas con edades menores de 30 años, niveles educativos medio superior y superior, los blancos, trabajadores del sector no estatal-mixto y estatal, junto a estudiantes, técnicos, trabajadores administrativos y aquellos que laboran en la industria manufacturera, educación y hotelería y restaurante revelan los más altos consumos ¹²¹.

Con respecto a la radio son las personas entre 31 y 60 años, niveles educativos medio y superior, obreros, jubilados, amas de casa, del sector estatal y de la rama agrícola quienes caracterizan su audiencia ¹²². Por último, para la lectura de revistas y periódicos, son los hombres, personas entre 41 y 60 años, de nivel superior y posgraduado, dirigentes, técnicos y trabajadores administrativos y los que pertenecen a las ramas de cultura y de ciencia e innovación tecnológica quienes más interaccionan con estos medios. ¹²³.

Gráfico 34. Uso de los medios de comunicación. Población de 15 años y más



En el gráfico anterior también se observa como el video o DVD, alcanza un peso significativo, aunque en menor proporción que los medios anteriormente vistos, a lo que habría que añadir diferencias notables en cuanto a los públicos que lo utilizan. En este sentido, el uso de este soporte, tiene un ligero

¹²¹ Ver tabla 104 en Anexo II

¹²² Ver tabla 105 y 106 en Anexo II

¹²³ Ver Tablas 107 en Anexo II

peso en los hombres, personas de 15 a 30 años, niveles educativos superiores, estudiantes, desempleados y técnicos, sector no estatal/mixto y quienes laboran en las ramas de hotelería y restaurantes, ciencia e innovación tecnológica y cultura¹²⁴.

El impacto de los cambios ocurridos en el campo de la comunicación masiva, nos permiten constatar algunas de las transformaciones más relevantes que dibujan nuevas configuraciones en los públicos, como es el caso del Cine.

La encuesta realizada muestra que sólo un 9.32% de la población afirma haber visitado una sala cine una o dos veces al mes, mientras otro 17.7% confirma haberlo hecho al menos una vez en el último año. Es decir únicamente un 27.1 % de los cubanos se resisten a abandonar las salas oscuras.¹²⁵ Estas cifras hablan de un drástico cambio de la significación social de un espacio, que en otros tiempos convocó grandes masas de público. Un lugar que conformó durante mucho tiempo las rutinas de entretenimiento de numerosas personas a lo largo y ancho del país.

Mucho se ha hablado de la crisis de espectadores y el conjunto de factores que en el caso particular de Cuba pueden estar incidiendo. No vamos a detenernos en ese análisis, sin embargo es un hecho del cual nuestras estadísticas culturales vienen dando cuenta desde hace años y que necesita ser evaluado con profundidad.

Tabla 1. Espectadores de cine. Cuba (en millones).

<i>Cuba</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>	<i>2007</i>
	11.1	8.6	7.1	2.32	1.08	2.7	1.74

Ministerio de Cultura Estadísticas Culturales. Departamento de Estadísticas

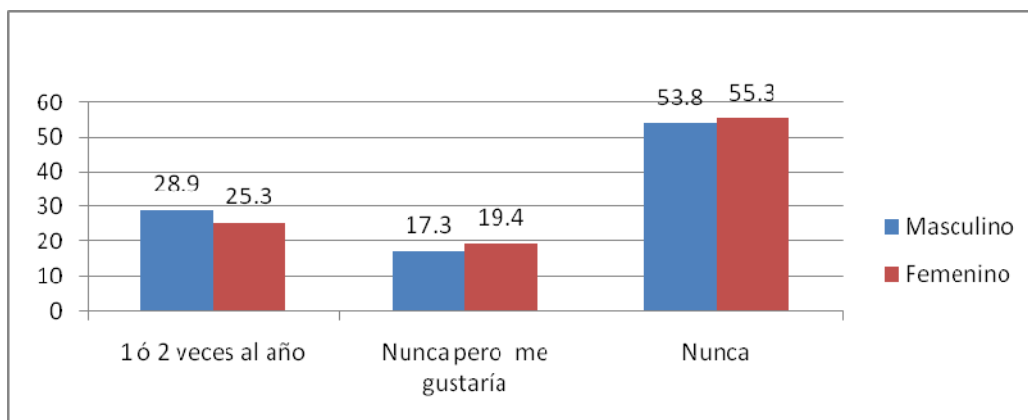
Ahora bien como veremos más adelante la no asistencia a las salas de cine, no implica que haya disminuido el consumo cinematográfico. Como indican las respuestas, el interés de los cubanos por el cine es una tendencia que se mantiene en el tiempo, pero ha cambiado su relación con esta actividad. Ver películas no guarda correspondencia con el uso de los espacios instituidos para su exhibición, son otros sus mapas de acceso.

A pesar de todo ello, se pudieron detectar determinados vínculos con los rasgos sociodemográficos y socioestructurales. En cuanto a los primeros, sobresalen los hombres, las edades juveniles y los niveles educativos superiores.

¹²⁴ Ver Tabla 108 en Anexo II.

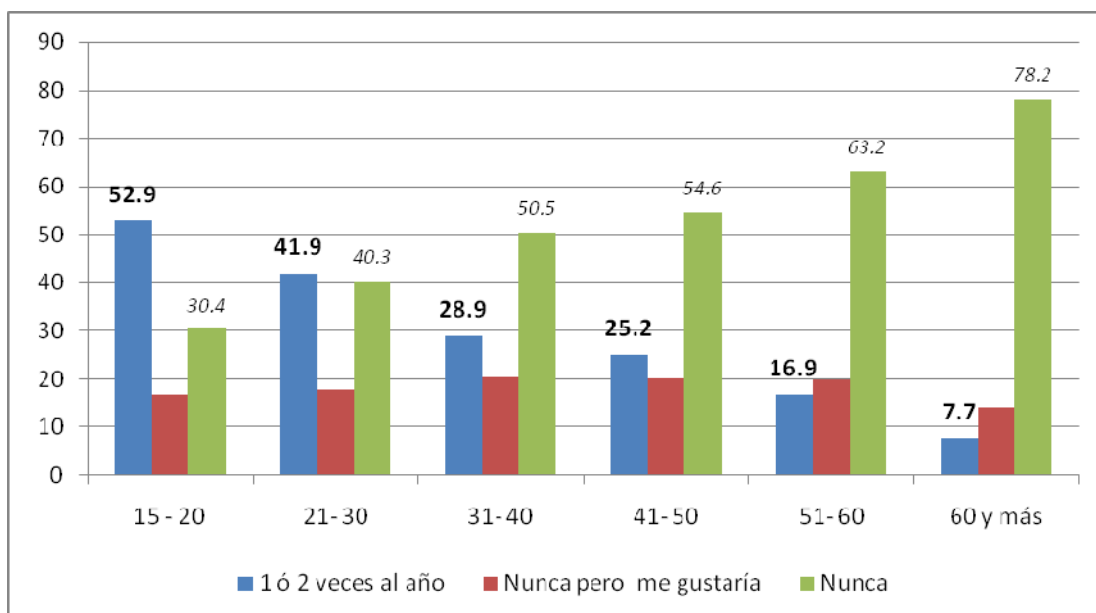
¹²⁵ Ver Tabla 109 en Anexo II

Gráfico 35. Frecuencia con que fue al cine o salas de video en los 12 meses anteriores por sexo.



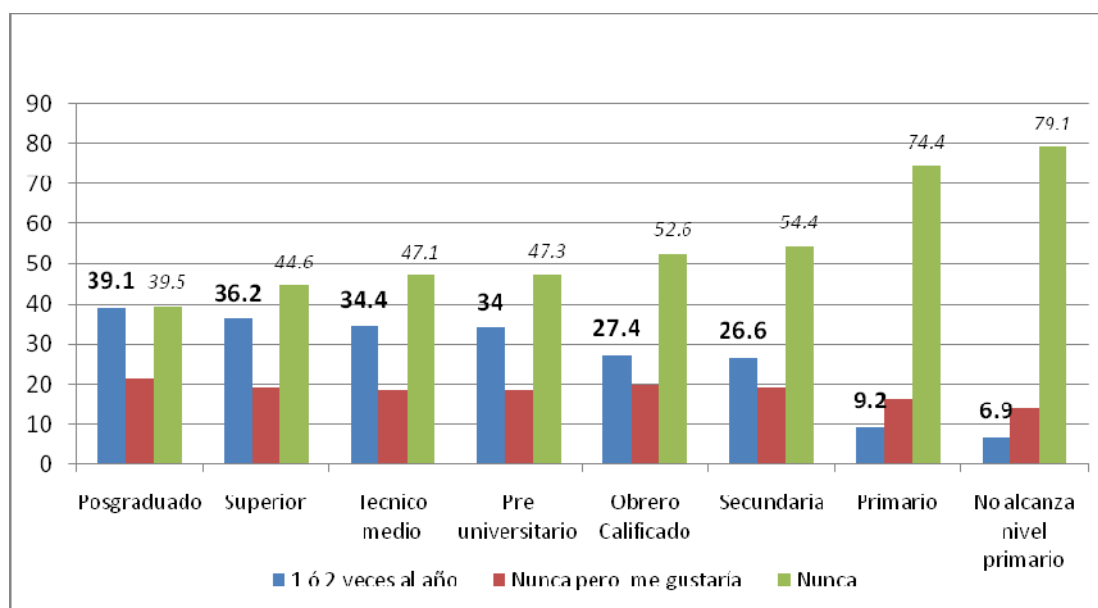
Las tendencias más significativas encontradas indican que a medida que se avanza en edad el número de espectadores de cine disminuye.

Gráfico 36. Frecuencia con que fue al cine o salas de video en los 12 meses anteriores por edad.



Por otra parte los niveles educativos superiores muestran los mayores porcentos de asistencia, para decrecer en los inferiores.

Gráfico 37. Frecuencia con que fue a al cine o salas de video en los 12 meses anteriores por nivel educativo.



Otras características importantes son que el disfrute del cine se encuentra asociado en mayor medida a estudiantes, personas del sector no estatal mixto y de las ramas de cultura, educación y ciencia e innovación tecnológica¹²⁶.

Los géneros cinematográficos que alcanzan los lugares más importantes en el espectro de preferencia de la población son: los policíacos seguidos por las comedias y los de artes marciales¹²⁷. Es precisamente el género, el criterio principal para seleccionar una película, seguido a cierta distancia por los actores que participan en el filme. Como sucede en otras manifestaciones artísticas la crítica no ocupa un lugar relevante en estas decisiones¹²⁸.

Al analizar los patrones de gustos que acompañan cada uno de los medios referidos, vemos que mientras para la radio, las preferencias se concentran en programas musicales e informativos¹²⁹; en el caso de la televisión y el video son las películas, musicales y telenovelas, tal como se muestra en los siguientes gráficos¹³⁰

¹²⁶ Ver tabla 110 en Anexo II

¹²⁷ Ver Tabla 111 en Anexo II

¹²⁸ Ver Tabla 112 en Anexo II

¹²⁹ Ver tabla 113 en Anexo II

¹³⁰ Ver tablas 114 y 115 en Anexo II

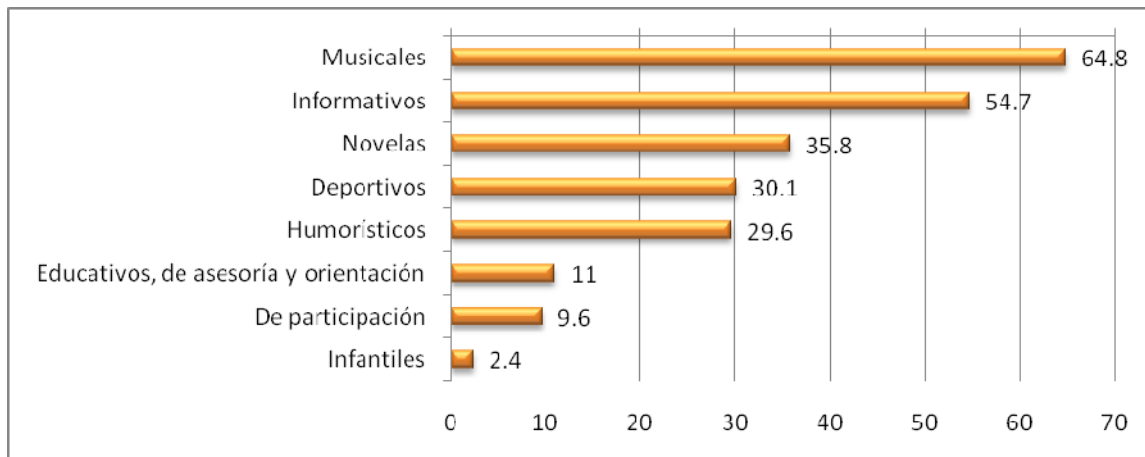
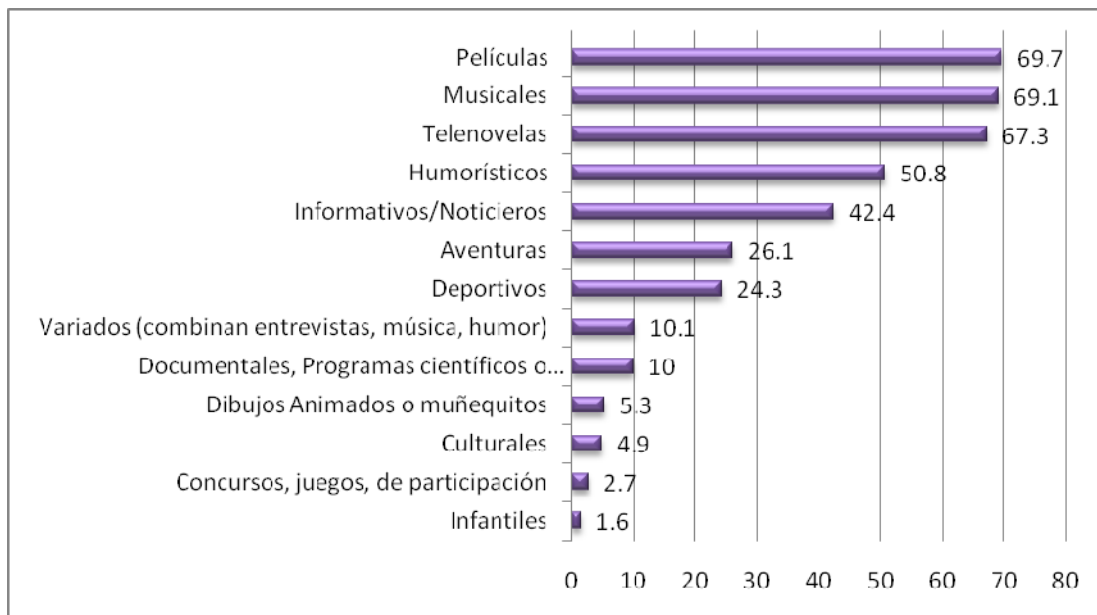
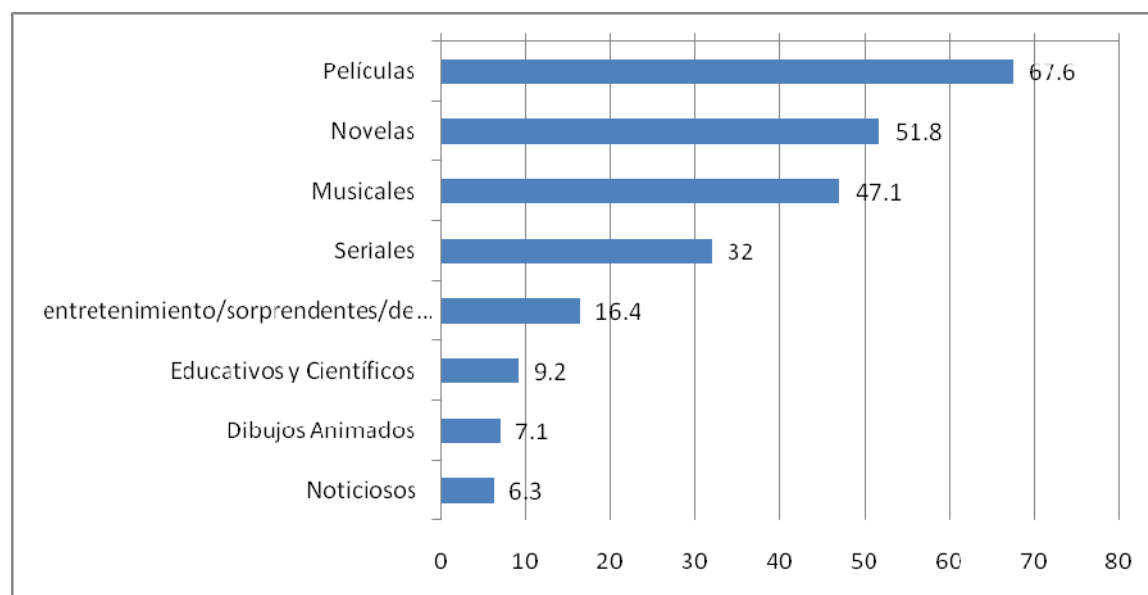
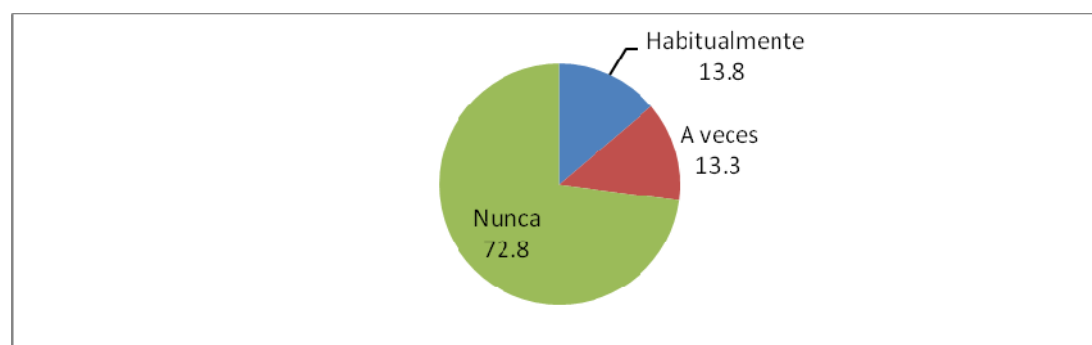
Gráfico 38. Programas preferidos en radio.**Gráfico 39. Programas preferidos en TV**

Gráfico 40. Preferencias en video.

En cuanto al uso de la computadora, se observa que sólo el 13,8% reconoce utilizarla habitualmente, lo que nos habla de un gran porcentaje de la población cubana que no tiene acceso a este tipo de tecnología¹³¹.

Gráfico 41. Frecuencia de utilización de la computadora.

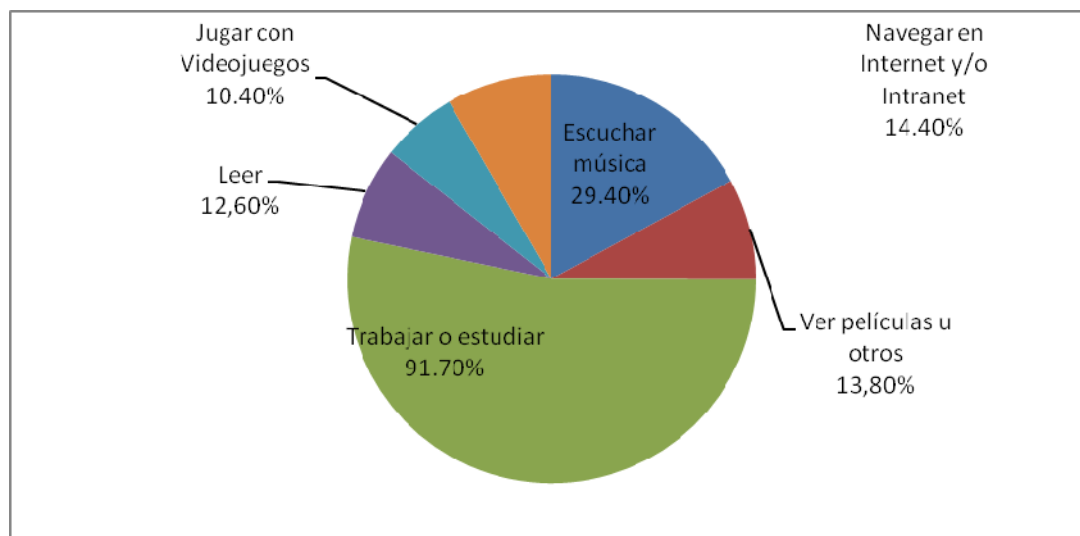
Los grupos que declaran interactuar habitualmente con este medio están conformados por mujeres, edades entre 15 a 20 años, niveles educativos superiores, fundamentalmente posgraduados, técnicos, estudiantes y dirigentes, sector no-estatal mixto y personas de la rama de ciencia e innovación tecnológica y en menor medida, los de educación y cultura¹³².

¹³¹ Ver Tabla 116 en Anexo II

¹³² Ver Tabla 117 en Anexo II.

Otro elemento interesante es el predominio de su uso para trabajar o estudiar y menos para el entretenimiento (jugar, oír música o ver películas)¹³³.

Gráfico 42. Uso que se le da a la computadora.



El peso del empleo didáctico se confirma, por ejemplo en que el uso de internet o intranet se concentra en bajar o buscar información¹³⁴. Otro dato importante es que dentro del 14.40% de la población que tiene acceso a internet y/o intranet, se destacan: mujeres, de edades entre 21 a 30 y 41 a 50 años; nivel educativo superior; técnicos y sectores estatales de educación y salud pública¹³⁵.

3.2.5 Dinámicas de participación cultural.

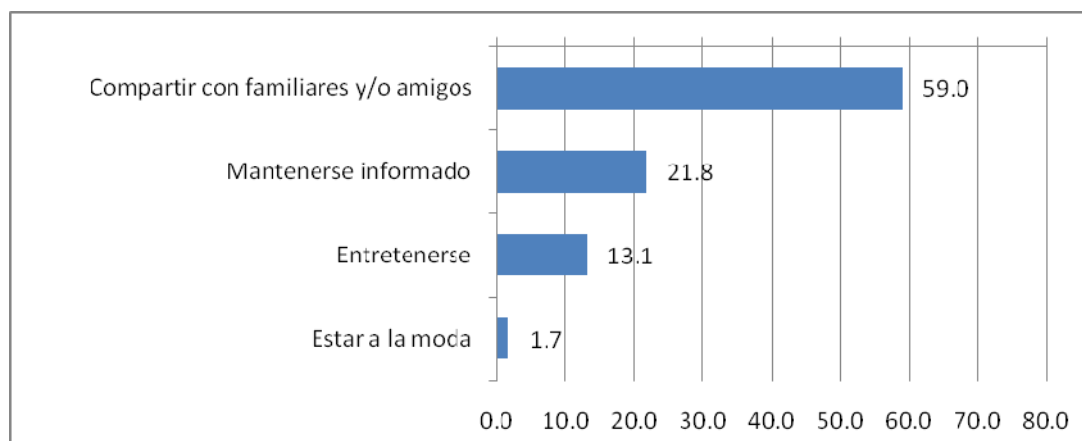
Las motivaciones que predominan para la organización del tiempo libre en la muestra estudiada versan en primer orden en la posibilidad de compartir con familiares y amigos; es decir, disfrutar en espacios de sociabilidad con personas afines (59%). Estar informado (21,8%) es también un estímulo importante en este tipo de planeamiento, sin obviar la búsqueda de entretenimiento (13,1%)¹³⁶.

¹³³ Ver Tabla 118 en Anexo II

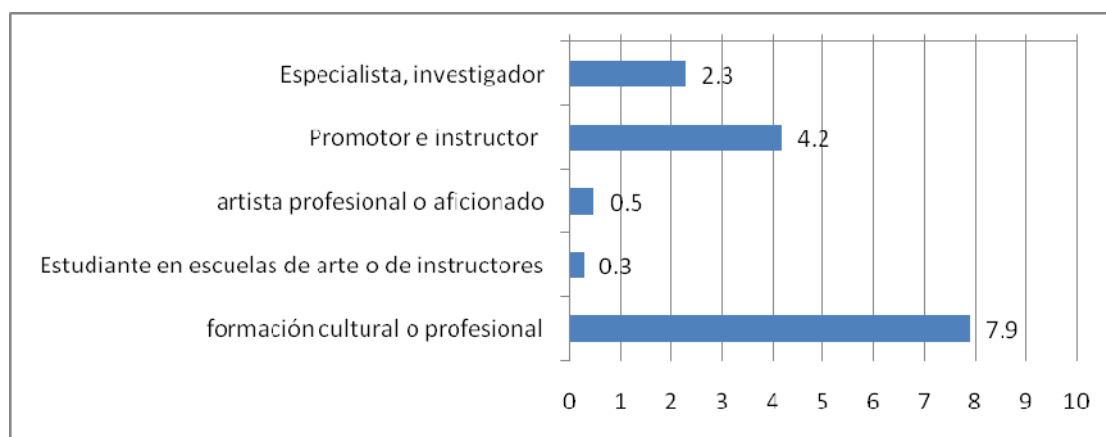
¹³⁴ Ver Tabla 119 en Anexo II

¹³⁵ Ver Tabla 120 en Anexo II

¹³⁶ Ver tabla 121 en Anexo II

Gráfico 43. Motivos que predominan para el uso del tiempo libre

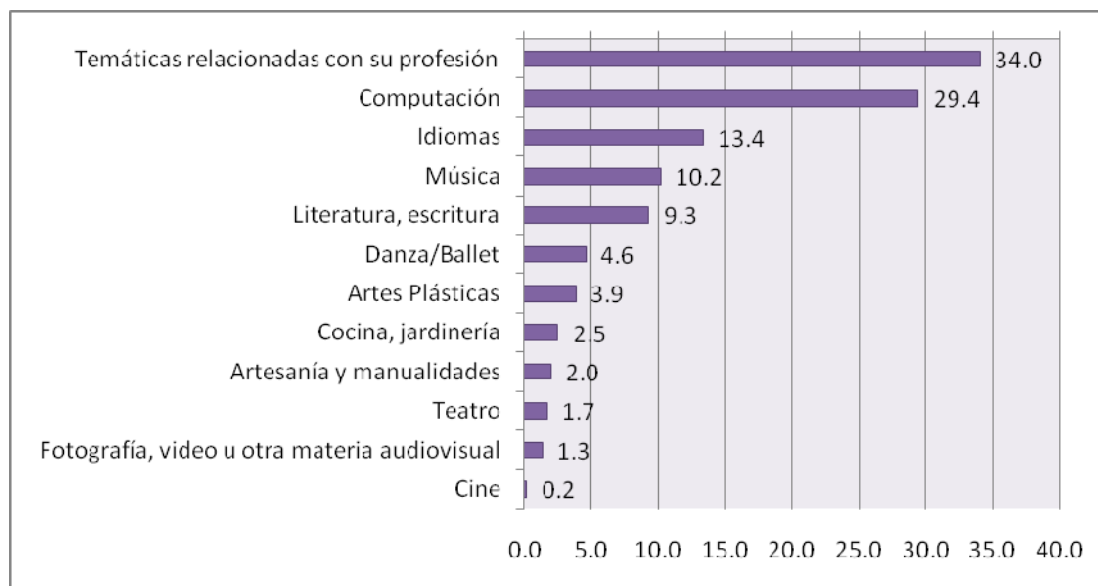
La manera principal en que la población se relaciona con los campos culturales es en su condición de público o espectador (70,6%). Otras formas de involucrarse, no rebasan el 10%¹³⁷

Gráfico 44. Formas de participación.

Únicamente el 7.9% de la población de más de 15 años plantea tomar parte en distintos tipos de cursos u otras acciones docentes para complementar su formación personal. Las materias de estudios más usuales en este segmento poblacional son aquellas vinculadas con la naturaleza de su profesión, junto a otras de carácter general como computación e idiomas. De las personas que indicaron estudiar alguna especialidad artístico-literaria, la música y la literatura son las que ocupan los porcentajes más relevantes¹³⁸.

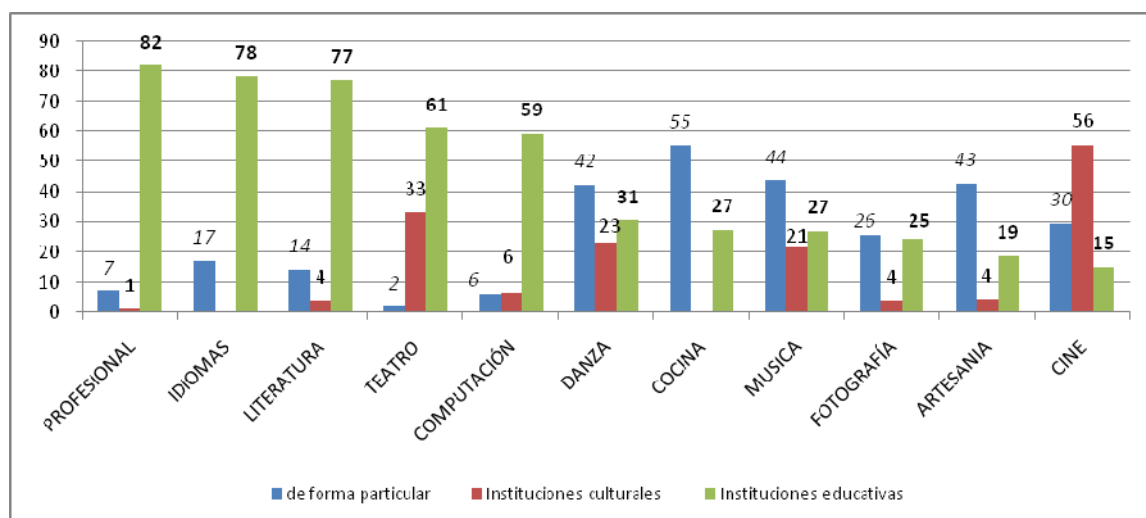
¹³⁷ Ver Tabla 122 en Anexo II

¹³⁸ Ver Tabla 123 en Anexo II

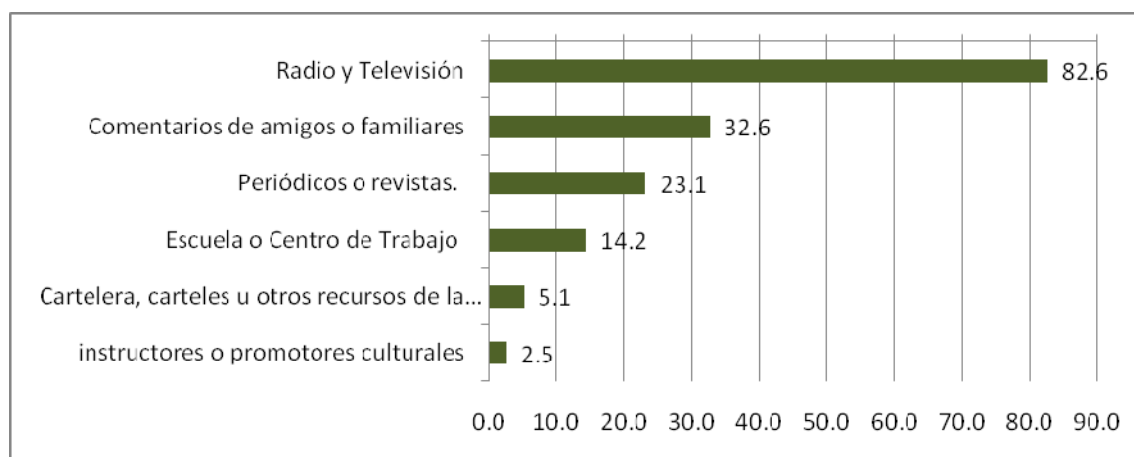
Gráfico 45. Materias que se estudian o practican.

Las instituciones educativas y culturales estatales son los espacios de aprendizaje más significativos en el estudio de casi todas las materias. Las primeras centran las materias profesionales, idiomas y literatura; mientras que las segundas el cine y teatro. Por su parte, en el escenario privado se subrayan las temáticas de cocina, música, artesanía y danza¹³⁹.

¹³⁹ Ver Tabla 124 en Anexo II

Gráfico 46. Espacios de aprendizaje según las materias en adultos.

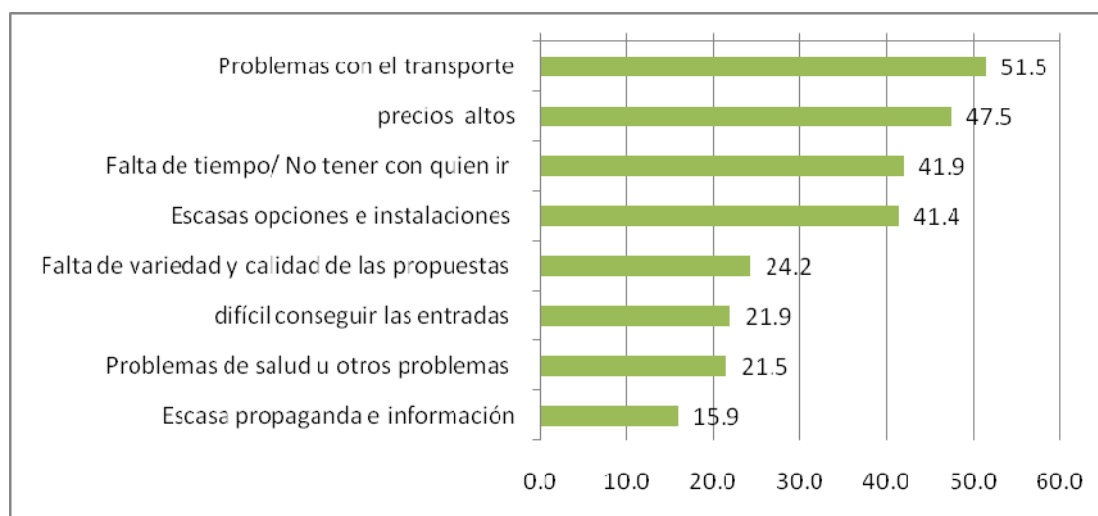
Se destaca como vías de divulgación de la oferta cultural, los medios de comunicación masiva, en especial el radio y la televisión¹⁴⁰.

Gráfico 47. Vías de divulgación de espectáculos culturales.

Los problemas con el transporte, los precios y las escasas opciones e instalaciones son las principales dificultades expresadas¹⁴¹

¹⁴⁰ Ver tablas 125 en Anexo II

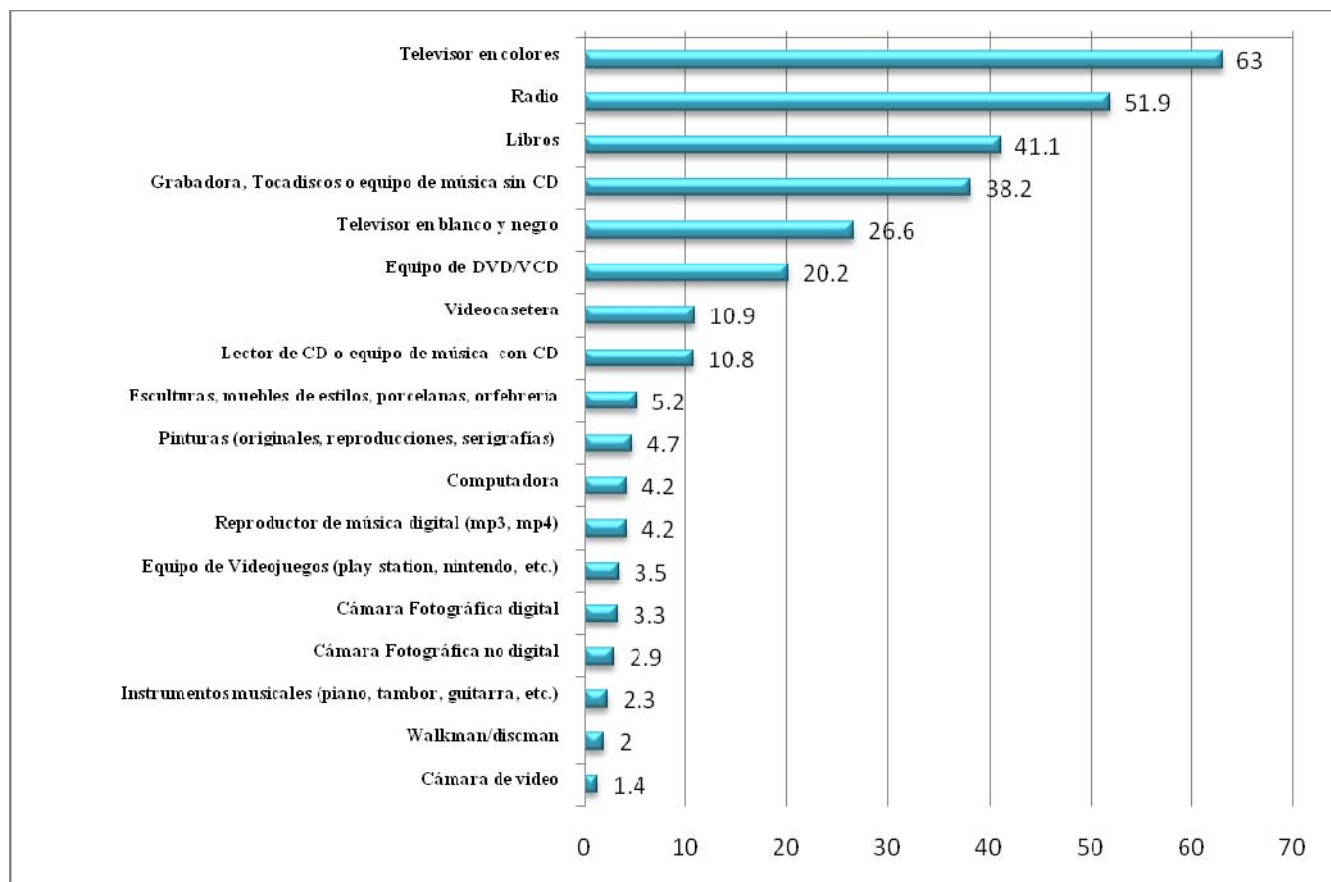
¹⁴¹ Ver tablas 126 en Anexo II

Gráfico 48. Principales dificultades.

El equipamiento de bienes en la vivienda constituye un factor importante, que condiciona las dinámicas de participación culturales. La televisión, la radio, los libros y los equipos de música son los bienes con mayor presencia en nuestros hogares; mientras que otras tecnologías de comunicación como equipos de DVD, reproductor de música digital, computadora o cámara fotográfica o de video no rebasan el 20 por ciento de la población.¹⁴²

¹⁴² Ver tablas 127 en Anexo II

Gráfico 49. Equipamiento de bienes culturales en las viviendas.



3.2.6 Algunas comparaciones entre prácticas en zonas urbanas y rurales

Al analizar diferencias entre zonas urbanas y rurales, encontramos similitud entre las prácticas de mayor relevancia, pues para ambos casos sobresalen: escuchar música, ver televisión y oír radio¹⁴³. Lo que coincide con la información global que arroja la encuesta. No obstante, detectamos diferencias sensibles en algunas de ellas. En líneas generales las zonas urbanas superan a las rurales en todos los campos estudiados, excepto en escuchar radio y jugar dominó cartas y otros juegos¹⁴⁴.

Esta información apunta a la existencia de dinámicas diferentes de consumo cultural en ambos tipos de regiones, quizás condicionado por una mayor presencia y diversidad de instalaciones y espacios culturales en nuestras ciudades. Resulta curiosa la relevancia del radio en escenarios rurales, lo que apunta a la importancia y vigencia de este medio, mientras que el juego es también un comportamiento

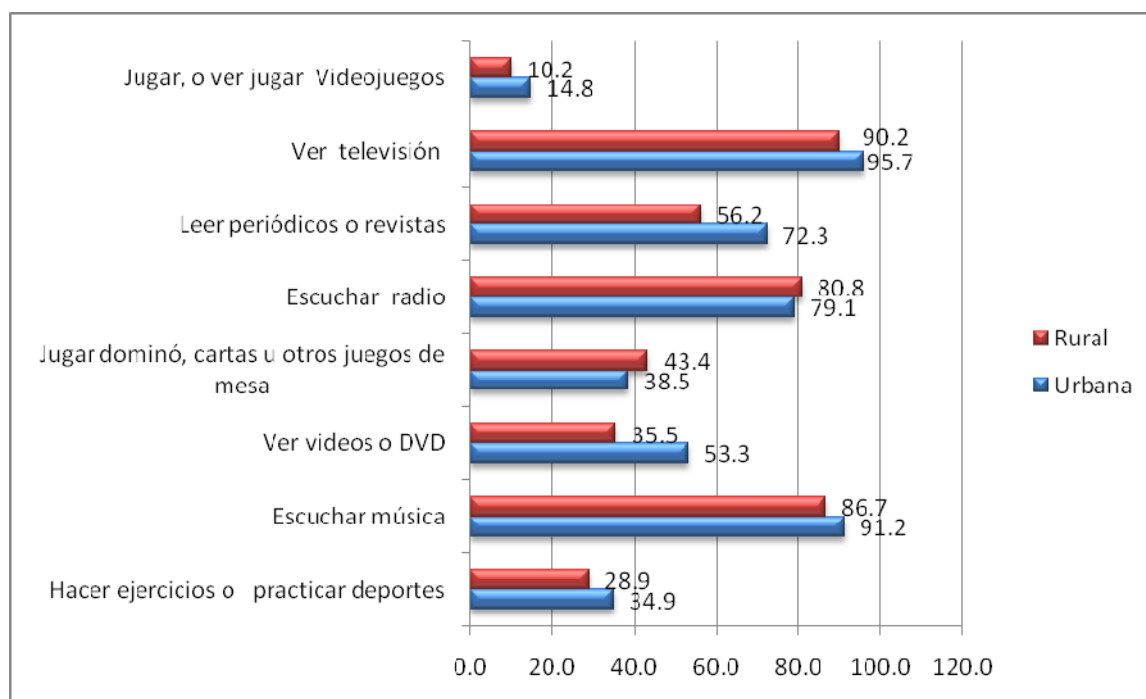
¹⁴³ Ver tabla 128, 129 y 130 en Anexo II

¹⁴⁴ Ver tabla 131 en Anexo II

de singular trascendencia en este ámbito, el que sin duda funciona como alternativa de sociabilidad y de espacio cultural propio para distintos grupos poblacionales.

Existen diferencias sensibles a favor de las zonas urbanas en los comportamientos referidos al uso de videos o DVD y de la lectura de periódicos y revistas¹⁴⁵. Hechos que pueden estar apuntando a un mayor acceso, en el primer caso por la tenencia del equipamiento necesario y en el segundo por una mayor distribución y circulación de publicaciones periódicas.

Gráfico 50. Frecuencia de prácticas diarias y semanales según zonas urbana y rural



Al analizar las prácticas más recurrentes en un año para los sujetos encontramos también diferencias de comportamientos a favor de las urbanas en todas, siendo en ambos casos compartir con amigos y familiares y participar en fiestas¹⁴⁶ las más relevantes, aunque incluso en éstas las zonas urbanas muestran una mayor participación.

Como datos de interés las personas que residen en ciudades suelen llevar a los menores de paseo¹⁴⁷ con mayor recurrencia y son marcadas las diferencias de asistencia a espacios culturales como las

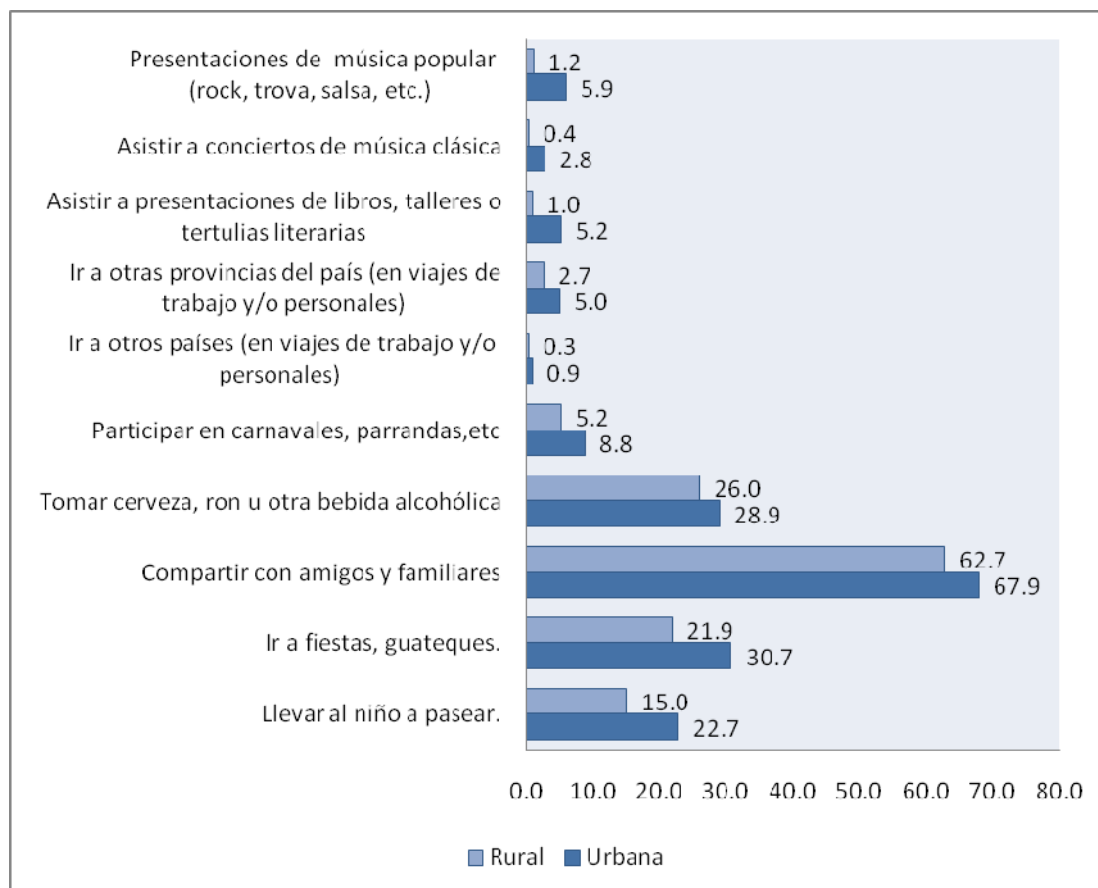
¹⁴⁵ Ver tablas 132 y 133 en Anexo II

¹⁴⁶ Ver tabla 134 y 135 en Anexo II

¹⁴⁷ Ver tabla 136 en Anexo II

presentaciones de libros, conciertos de música clásica y los recitales, conciertos y peñas de música popular¹⁴⁸, lo que insiste en una mayor oferta artístico-cultural en zonas urbanas.

Gráfico 51. Frecuencia de actividades en un año según zonas urbana y rural



En cuanto a los espacios prevalece la tendencia a una mayor asistencia en todas las opciones de las personas que residen en ciudades, aunque son las tiendas, los parques y cafeterías o restaurantes en moneda nacional¹⁴⁹ los más frecuentados por ambos.

El uso de discotecas, cabaret y centros nocturnos¹⁵⁰ es un comportamiento que evidentemente tipifica más a zonas urbanas al igual que asistir a playas, campismos o excursiones e ir a ferias¹⁵¹.

¹⁴⁸ Ver tabla 137-139 en Anexo II

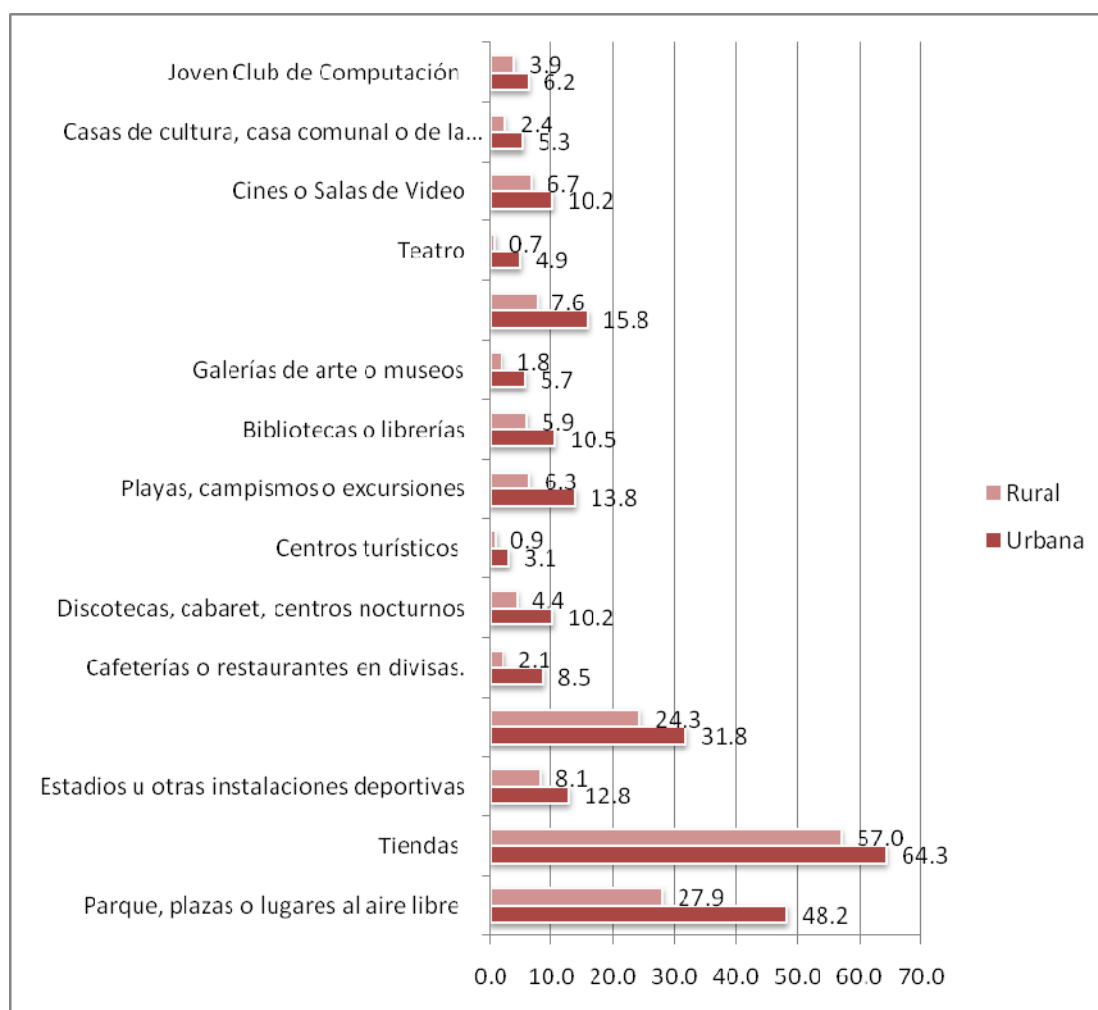
¹⁴⁹ Ver tablas 140-142 en Anexo II

¹⁵⁰ Ver tabla 143 en Anexo II

¹⁵¹ Ver tabla 144 y 145 en Anexo II

Los espacios artísticos-culturales: bibliotecas o librerías, galerías de arte o museos, teatros, cines, salas de video y casas de cultura¹⁵², muestran discretas cifras de asistencia y en todos los casos son menos visitadas en zonas rurales.

Gráfico 52. Asistencia anual a espacios culturales según zonas urbana y rural



3.2.7 Algunas comparaciones en el tiempo

Con la intención de delinear los puntos de continuidad o ruptura en las tendencias de consumo cultural identificadas en la década que media entre las dos encuestas nacionales y reconociendo la impronta del nuevo contexto socioeconómico y de estrategias culturales específicas desarrolladas en los últimos

¹⁵² Ver tablas 146-150 en Anexo II

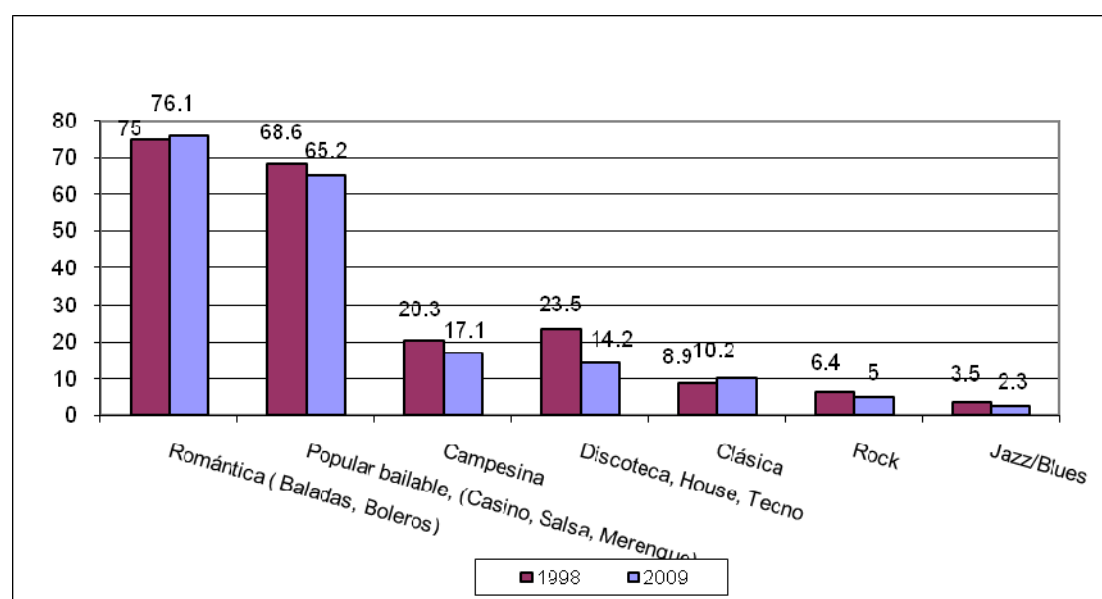
años, realizamos una comparación entre ambos estudios a partir de la información referida a zonas urbanas y población de más de 15 años.

Al comparar con la Encuesta de 1998 y la del 2009 se observan las siguientes tendencias:

- Primacía de los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión y la radio
- Alto consumo de música
- Se mantiene el gusto por la música romántica y la popular bailable, aunque el reggaetón ocupa el primer lugar en la preferencia para los más jóvenes¹⁵³.

-

Gráfico 53. Tipos de música preferidos



- Cifras importantes de consumo de libros, revistas y periódicos que indican grupos poblacionales con hábitos de lecturas consolidados en el tiempo¹⁵⁴
- Estabilidad de las preferencias en relación a los géneros literarios¹⁵⁵
- Desplazamientos favorables del interés hacia libros de temáticas históricas, políticas y sociales aventuras y científico técnicas, ampliándose el espectro de gustos¹⁵⁶

¹⁵³ Ver tabla 151 en Anexo II

¹⁵⁴ Ver tabla 152 en Anexo II

¹⁵⁵ Ver tabla 153 en Anexo II

¹⁵⁶ Ver tabla 154 en Anexo II

Gráfico 54. Preferencia de géneros literarios.

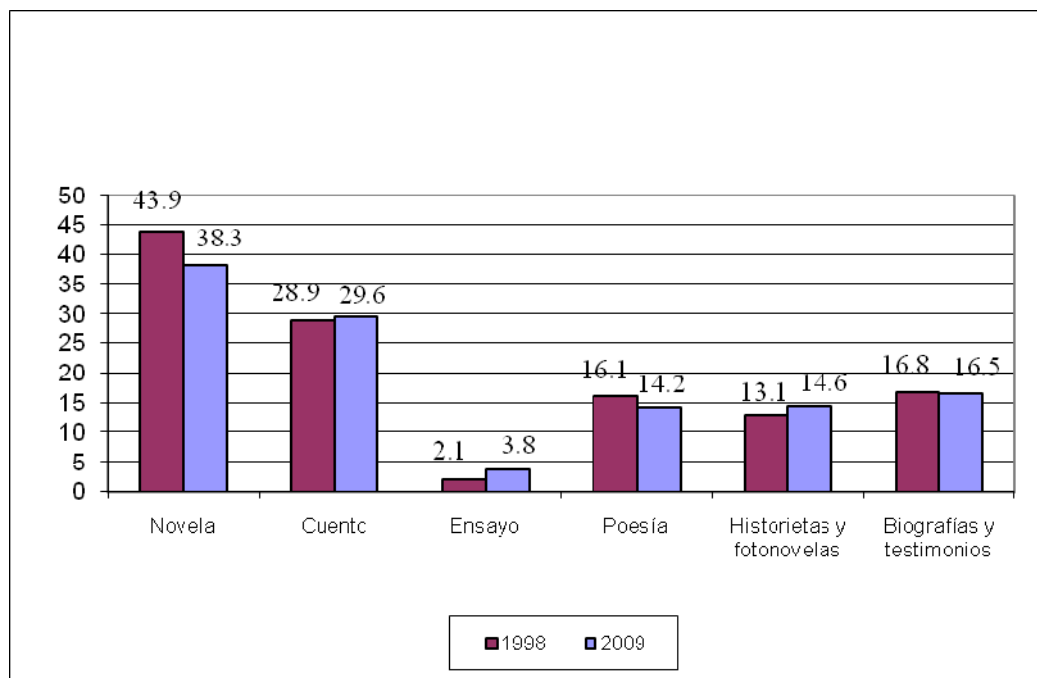
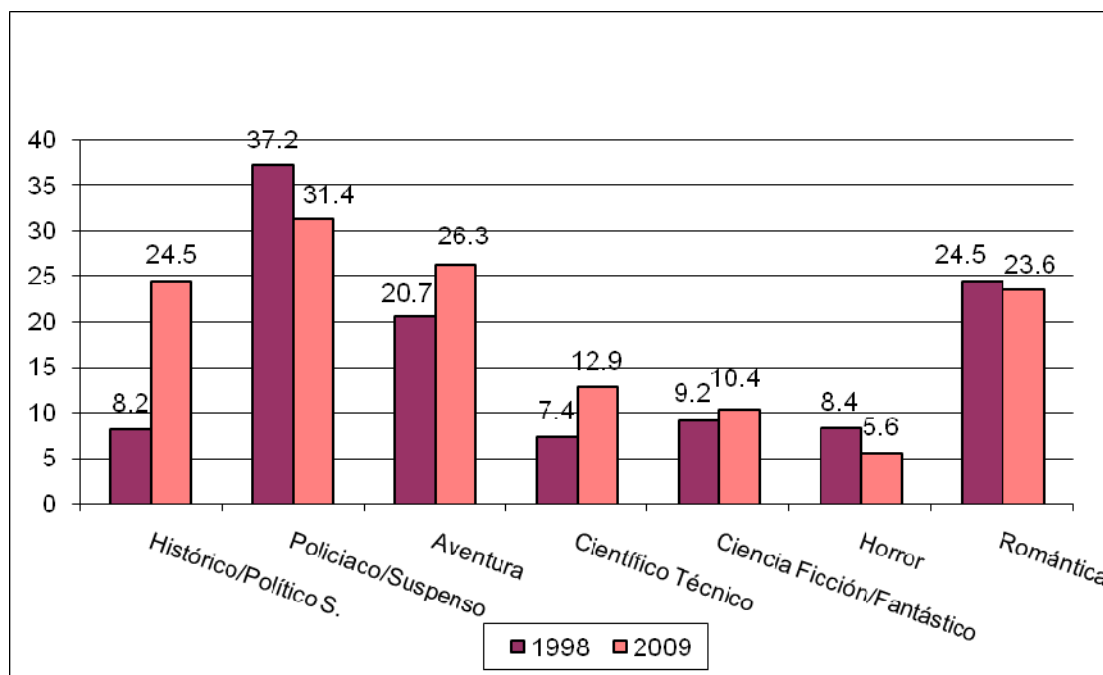
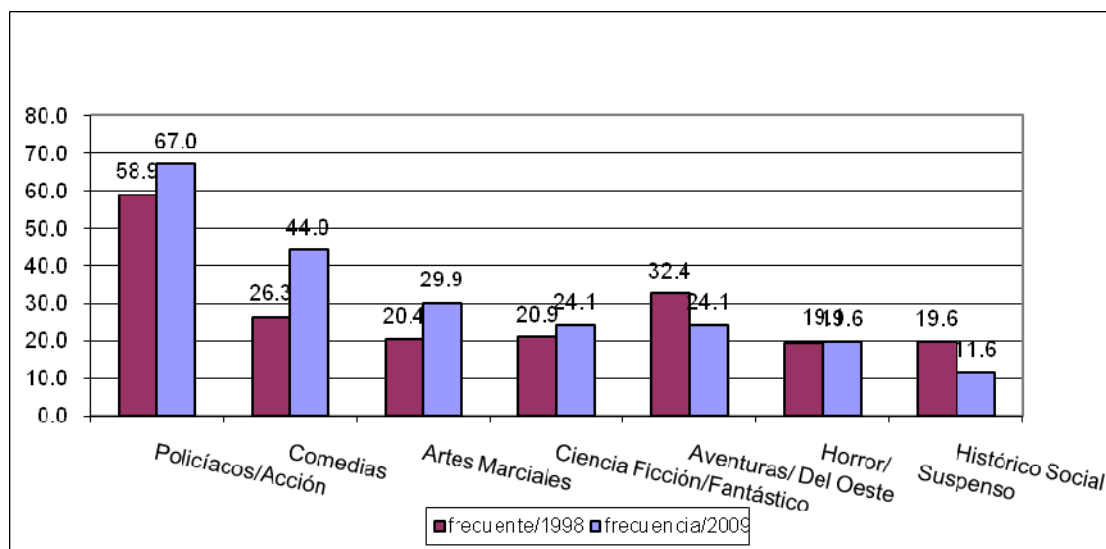


Gráfico 55. Preferencia de temáticas literarias.



- Alto consumo cinematográfico a través de la televisión y otros dispositivos electrónicos.
- Prevalecen como preferencias cinematográficas los filmes policíacos, acción y comedia¹⁵⁷.

Gráfico 56. Tipos de películas preferidos

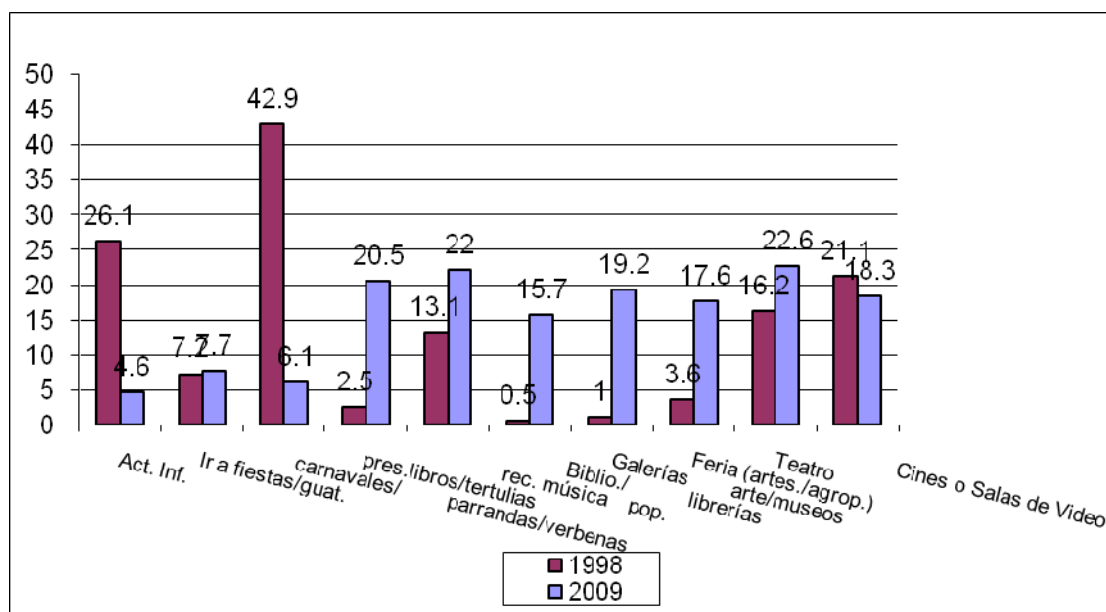


- Disminución del reclamo de algunas actividades culturales (carnavales, parrandas, verbenas y actividades infantiles) y espacios como cine y salas de video y el aumento de la demanda de presentaciones de libros, tertulias literarias, conciertos de música popular, galerías de arte y museos, teatros, ferias y bibliotecas.¹⁵⁸

¹⁵⁷ Ver tabla155 en Anexo II

¹⁵⁸ Ver tabla156 en Anexo II

Gráfico 57. Prácticas culturales deseadas.



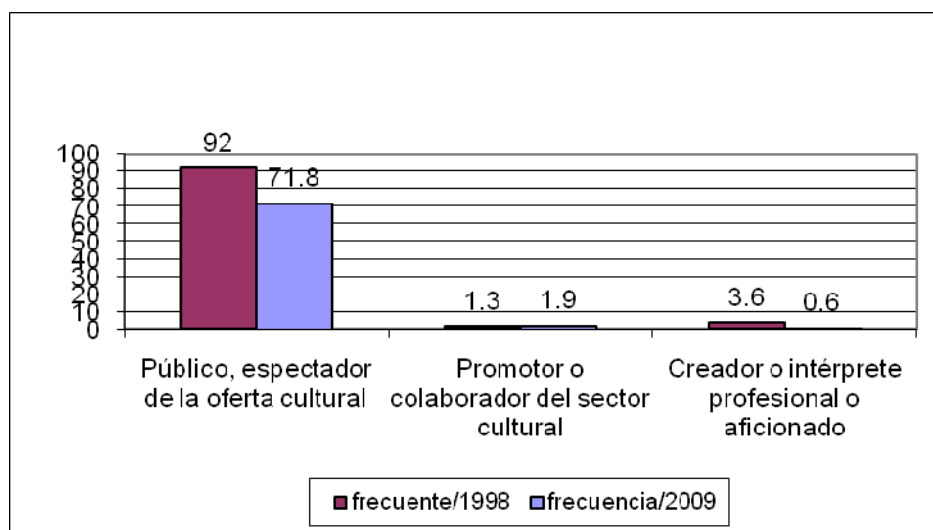
Es preciso comentar que el debilitamiento del reclamo de algunas de estas actividades puede estar indicando una mayor satisfacción con la oferta actual, pero también la pérdida de interés por este tipo de opción o el haber encontrado alternativas en otros espacios no institucionalizados como es el caso del cine.

A su vez el aumento de las demandas puede ser indicador positivo del efecto de las estrategias culturales desarrolladas en los últimos años tendientes a estimular la aproximación a actividades y servicios culturales que históricamente no han sido de aceptación popular masiva. También puede estar incidiendo la falta de conocimiento de las ofertas existentes por no contar con divulgación suficiente.

- La participación en la cultura de la población cubana es como público en ambas etapas, otras formas de implicación diferentes no son utilizadas de manera habitual.¹⁵⁹

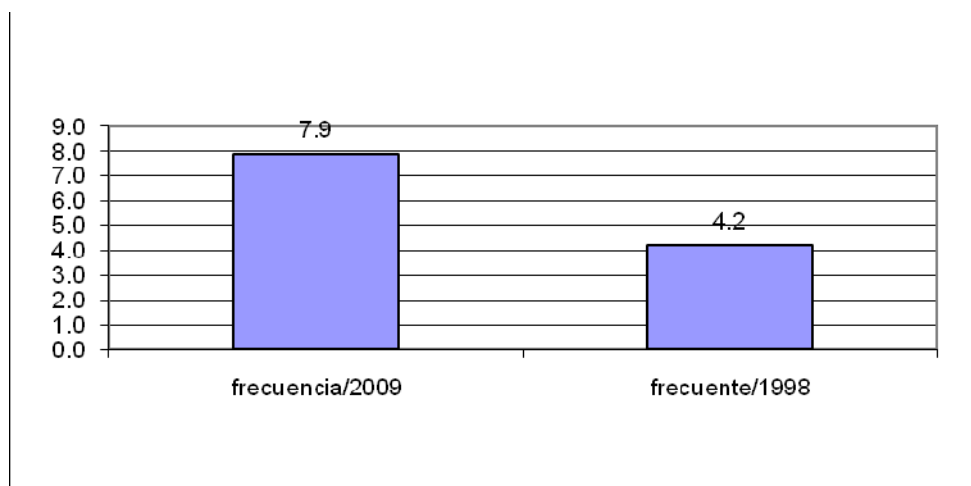
¹⁵⁹ Ver tabla 157 en Anexo II

Gráfico 58. Formas de participación.



- Aunque se observa un aumento en el estudio de materias artísticas y culturales¹⁶⁰

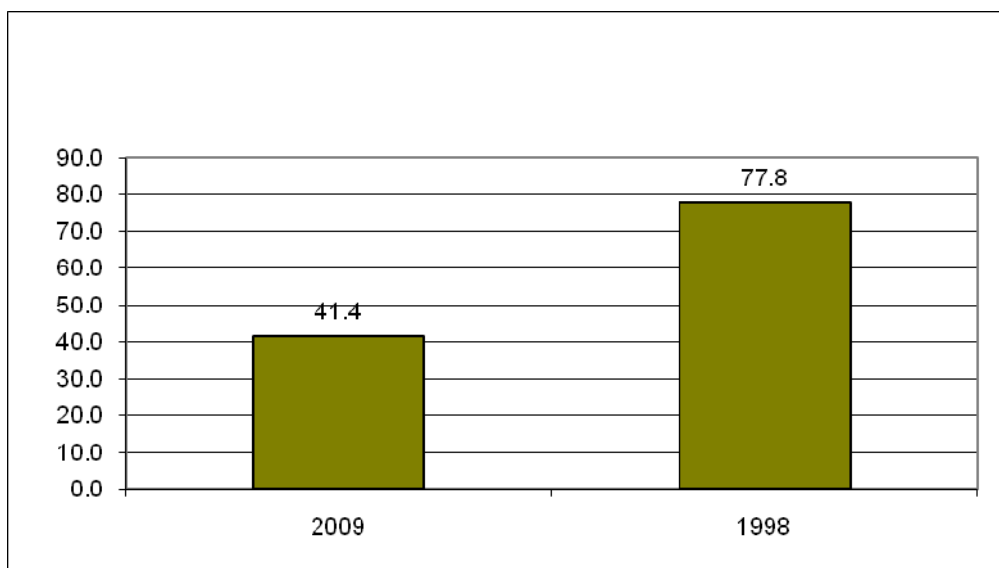
Gráfico 59. Estudio de alguna manifestación cultural.



- Disminución de la percepción de la población sobre la escasas de opciones e instalaciones culturales, de lo que se deriva una mayor satisfacción con la oferta cultural existente y un fortalecimiento y enriquecimiento de la oferta a partir de los esfuerzos desarrollados en la última década¹⁶¹.

¹⁶⁰ Ver tabla 158 en Anexo II

¹⁶¹ Ver tabla 159 en Anexo II

Gráfico 60. Consideración de las opciones e instalaciones culturales como escasas

IV. CONCLUSIONES

En el período que media entre la primera encuesta del año 1998 y la que presentamos, el país ha intensificado los esfuerzos por socializar la cultura. La implementación de programas sistemáticos de formación general y especializada, la ampliación de los vínculos cultura y educación, la revitalización de instituciones y actores claves como son los instructores de arte, así como potenciar nuevas alternativas de carácter local, con una mayor participación de la comunidad son algunas de las acciones que conforman esta estrategia.

En este contexto, el actual estudio nos ofrece una panorámica general del consumo cultural de la población cubana y permite constatar cuanto se ha avanzado a favor de los objetivos de las estrategias culturales implementadas, aunque sus resultados no constituyen una evaluación de la efectividad de las mismas. Como el propio estudio demuestra, no existe una relación directa y unilateral entre los esfuerzos institucionales y el comportamiento de los sujetos. Estamos en presencia de procesos mediados por múltiples factores que van desde el contexto internacional, las difíciles condiciones en que Cuba ha tenido diseñar sus programas de desarrollo cultural hasta aquellos que aportan la individualidad de los sujetos que pretendemos transformar.

La diversidad y particularidad del estilo de vida de cada uno de los grupos sociales¹⁶², sus patrones culturales, sus sistemas de necesidades y los recursos subjetivos que despliegan para apropiarse de la realidad, conforman sistemas de disposiciones estables, modos de pensamiento y acción que trascienden en el tiempo y condicionan su interacción con los bienes y servicios culturales. De hecho los resultados obtenidos comprueban la significación del capital cultural y económico en la naturaleza del consumo cultural. Esto apunta a cuestiones esenciales relacionadas con los procesos de reproducción de la diversidad y la desigualdad social sobre las cuales es necesario reflexionar.

Otro elemento a considerar es que el dato estadístico que genera este tipo de estudios, no es suficiente para captar toda la riqueza cualitativa asociada a las transformaciones culturales, que vienen implementándose en los últimos años, cuyos frutos son difíciles de consolidar y no logran la generalidad deseada para ser visualizada en estudios de este tipo. Si bien mediciones de esta naturaleza deben continuar realizándose sistemáticamente para constatar las características de la participación cultural de nuestra población a nivel macro social, estas deben ser complementadas con otros estudios

¹⁶² Grupos que se definen no sólo por la estructura socioclasista referida a intelectuales, obreros o campesinos y sus respectivas variantes, sino también por el género, la raza, la edad, la zona de residencia

que permitan ahondar en las dinámicas cualitativas de cambio y en las significaciones culturales que subyacen tras los comportamientos de los diversos grupos poblacionales.

A manera de síntesis los principales resultados de este estudio muestran, la alta interacción con los medios de comunicación masiva, y como estos se convierten en los organizadores de la vida cultural de nuestra población.

Por otra parte, los comportamientos relacionados con actividades artísticas se vinculan a grupos poblacionales específicos, en los que se destacan jóvenes, altos niveles educativos y personas de profesiones de corte intelectual.

Al considerar las formas de participación, la de público ocupa el primer lugar. Otras maneras que suponen un mayor compromiso e interacción se limitan a priorizar la autopreparación del individuo, para el caso de los adultos en temas relacionados con su profesión, y en los adolescentes, computación e idiomas, como base para su inserción social futura. La formación vinculada a lo artístico no ocupa lugares relevantes y se concentran principalmente en la música y literatura, a lo que se agrega las artes plásticas para los menores de 15 años.

El resultado de la comparación de la población urbana de esta encuesta con respecto a la precedente indican: estabilidad de los patrones de consumo y un discreto crecimiento del uso y asistencia a instituciones culturales.

Es notable también que en relación al color de la piel y el sexo, los datos captados señalan consumos culturales similares que no establecen diferencias en el acceso a los bienes disponibles en la sociedad, aspecto que sería necesario profundizar a través de otras técnicas de análisis.

En líneas generales los resultados de esta investigación muestran como las acciones culturales emprendidas durante el periodo de ambas encuestas comienzan a tener saldos favorables, lo que se evidencia en la forma en que se transforman las relaciones de la población con los distintos bienes culturales, sin embargo a pesar de estos logros, estamos lejos de alcanzar el impacto masivo deseado y eliminar definitivamente las contradicciones que atraviesan estos procesos, generadores de efectos no deseados.

ANEXO I.

DISEÑO MUESTRAL

El objetivo fundamental de esta investigación fue realizar, a partir de una muestra probabilística, un estudio acerca de los principales hábitos culturales de los cubanos, a partir de los 12 años.

- **Alcance geográfico y población objeto de estudio**

El alcance geográfico de la investigación, comprendió todo el territorio nacional, excluyendo el territorio ocupado ilegalmente por la Base Naval de Guantánamo. La población objeto de estudio estuvo conformada por aquellas personas de 12 años y más, residentes de forma permanente en las viviendas particulares de la parte urbana y rural del país.

- **Marco Muestral**

El Marco Muestral utilizado para el presente estudio, fue elaborado por el CEPDE a partir de los resultados del último Censo de Población y Viviendas de septiembre del 2002. Se utilizó la Muestra Maestra del Diseño Muestral General del Sistema de Encuestas de Hogares de la Oficina Nacional de Estadísticas.

- **Método de Muestreo**

El método de muestreo se corresponde con un Muestreo por Conglomerados Trietápico con estratificación de las unidades primarias.

Se consideraron como estratos las provincias y el Municipio Especial Isla de la Juventud, parte urbana y rural, de acuerdo con la División Político Administrativa vigente.

Las unidades muestrales de primera etapa fueron los Distritos, los cuales tienen 180 viviendas como promedio. Como unidades de segunda etapa se seleccionaron las áreas, las cuales tienen 60 viviendas como mínimo. Las unidades de tercera y última etapa estuvieron constituidas por las secciones, con 5 viviendas como promedio.

- **Tamaño de la Muestra**

El tamaño de la muestra fue determinado de manera tal, que permitiera obtener resultados de los principales indicadores de la encuesta para personas de 15 años y más, tanto a nivel nacional como

para las catorce Provincias del país y el Municipio Especial, parte urbana y rural, con un nivel de error inferior al 10 % y una confiabilidad del 95 %; además se tuvo en cuenta un cierto nivel de caída de muestra esperado.

En otras palabras, los dominios de estudio, es decir los niveles de salida de los resultados de la encuesta para personas de 15 años y más, están conformados por las catorce Provincias y el Municipio Especial, parte urbana y rural. En el caso de las personas de 12 a 14 años, se previó un nivel de salida nacional, parte urbana y rural, con características de precisión y confiabilidad de un 10% y un 95% respectivamente.

El tamaño teórico de la muestra ascendió a 1505 Distritos y se seleccionaron dos secciones por Distrito, lo que equivale a una muestra teórica de 15050 viviendas en todo el país. Por provincias la muestra se estratificó como sigue:

PROVINCIAS	Distritos			Viviendas		
	Urbano	Rural	Total	Urbano	Rural	Total
CUBA	815	690	1505	8150	6900	15050
Pinar del Río	46	50	96	460	500	960
La Habana	47	52	99	470	520	990
Ciudad de La Habana	110	0	110	1100	0	1100
Matanzas	52	53	105	520	530	1050
Villa Clara	50	55	105	500	550	1050
Cienfuegos	55	45	100	550	450	1000
Sancti Spiritus	50	55	105	500	550	1050
Ciego de Ávila	50	55	105	500	550	1050
Camagüey	50	55	105	500	550	1050
Las Tunas	50	55	105	500	550	1050
Holguín	48	52	100	480	520	1000
Granma	48	50	98	480	500	980
Santiago de Cuba	45	54	99	450	540	990
Guantánamo	44	51	95	440	510	950
Isla de la Juventud	70	8	78	700	80	780

• Procedimiento de selección

Con el fin de garantizar la autoponderación de la muestra, o sea, que todos los individuos tengan igual probabilidad final de selección en cada estrato, las unidades de primera etapa, es decir los Distritos, fueron objeto de un selección sistemática con probabilidad proporcional al tamaño, al igual que las áreas tomando como medida de tamaño la cantidad de viviendas con residentes permanentes con que contaban las mismas. Las secciones se seleccionaron con probabilidades iguales.

En cada Distrito se seleccionó un área y de cada área fueron seleccionadas dos secciones con 5 viviendas como promedio.

Dentro de cada vivienda perteneciente a la sección seleccionada se seleccionaron a todas las personas de 12 años y más aptas mentalmente para ser entrevistadas.

- **Muestra real captada**

- *Viviendas*

Siguiendo un procedimiento habitual en el levantamiento de encuestas, en la etapa preliminar de organización del trabajo de campo, se realizó una labor de Registro Previo, de las viviendas existentes en las áreas seleccionadas. La principal función de este registro fue actualizar los datos contenidos en el Marco Muestral que sirvió de base al cálculo de la muestra teórica.

A continuación aparecen los resultados obtenidos y la cantidad de viviendas participantes

PROVINCIAS	Urbano			Rural		
	Teóricas	Registro	Participantes	Teóricas	Registro	Participantes
CUBA	8150	7953	7613	6900	6610	6254
Pinar del Río	460	430	413	500	454	441
La Habana	470	484	469	520	514	499
Ciudad de La Habana	1100	1079	994	0	0	0
Matanzas	520	526	494	530	548	491
Villa Clara	500	471	462	550	518	466
Cienfuegos	550	523	493	450	429	399
Sancti Spíritus	500	470	466	550	514	512
Ciego de Ávila	500	453	435	550	484	456
Camagüey	500	473	467	550	508	480
Las Tunas	500	462	446	550	520	489
Holguín	480	468	446	520	505	479
Granma	480	492	496	500	513	480
Santiago de Cuba	450	454	439	540	516	505
Guantánamo	440	457	444	510	507	483
Isla de la Juventud	700	711	649	80	80	74

En la parte urbana dejaron de participar un total de 340 viviendas, para un 4,2% de pérdidas. De manera general, las causas de no entrevista en el 2% de viviendas del registro se debió a que las mismas estaban cerradas, el 0,5% fueron viviendas vacías, en el 0,3% de los casos no se encontró el inmueble y el restante 1,2% no se entrevistó por otras causas.

En la parte rural, no fue posible realizar la entrevista en 356 viviendas, que representan el 5,4% de las viviendas encontradas en el Registro Previo. De manera general, la causa de no entrevista del 1,7% de

viviendas del registro se debió a que las mismas estaban cerradas, el 0,7% fueron viviendas vacías, en el 0,4% de los casos no se encontró el inmueble y el restante 2,5% no se entrevistó por otras causas.

- *Personas*

En el caso de la muestra de personas, la misma se dividió en dos grupos, personas de 12 a 14 años y personas de 15 años y más. En total se entrevistaron 1522 personas entre 12 y 14 años y 33 383 individuos de 15 años y más.

A continuación aparecen los datos correspondientes a las entrevistas realizadas y el desglose por provincias para las personas de 15 años y más

	URBANO		RURAL	
	Guía	Real	Guía	Real
Personas de 12 a 14 años	807	793	752	729
Personas de 15 años y más	19363	18909	14709	14474

PROVINCIAS	Urbano			Rural		
	Guía	Real	%	Guía	Real	%
CUBA	19363	18909	97.7	14709	14474	98.4
Pinar del Río	1061	1051	99.1	1047	1038	99.1
La Habana	1184	1180	99.7	1183	1171	99
Ciudad de La Habana	2499	2439	97.6	0	0	0
Matanzas	1259	1246	99	1099	1087	98.9
Villa Clara	1186	1162	98	1105	1092	98.8
Cienfuegos	1281	1266	98.8	938	923	98.4
Sancti Spíritus	1122	1111	99	1207	1203	99.7
Ciego de Ávila	1058	1038	98.1	1083	1071	98.9
Camagüey	1176	1146	97.4	1054	1049	99.5
Las Tunas	1120	1043	93.1	1102	1069	97.0
Holguín	1132	1114	98.4	1127	1110	98.5
Granma	1254	1226	97.8	1131	1111	98.2
Santiago de Cuba	1234	1220	98.9	1205	1185	98.3
Guantánamo	1187	1142	96.2	1255	1197	95.4
Isla de la Juventud	1610	1525	95	173	168	97.1

Dentro de las personas de 12 a 14 años, se constató un 98,3% de participación en la parte urbana y un 96,9% en la parte rural.

Con respecto a las caídas de muestra de las personas de 12 a 14 años, en la parte urbana dejaron de participar un total de 14 personas, para un 1,7% de pérdidas. De manera general, la causa de no entrevista en el 1% de los casos fue motivado por la ausencia de las personas; el 0,2% de los individuos se negaron a responder el cuestionario y el restante 0,4 % no se entrevistó por otras causas. En la parte rural dejaron de participar un total de 23 personas, para un 3,1% de pérdidas. El 2,5% de los individuos no participó por ausencia; el 0,2% de los individuos se negaron a responder el cuestionario y el restante 0,4 % no se entrevistó por otras causas.

Dentro de las personas de 15 años y más, se constató un 97,6% de participación en la parte urbana y un 98% en la parte rural.

Con respecto a las caídas de muestra, en la parte urbana dejaron de participar un total de 454 viviendas, para un 2,4% de pérdidas. De manera general, la causa de no entrevista en el 1,3% de los casos fue motivado por la ausencia de las personas; el 0,2% de los individuos se negaron a responder el cuestionario y el restante 0,9 % no se entrevistó por otras causas. En la parte rural dejaron de participar un total de 235 personas, para un 2,0% de pérdidas. El 1% de los individuos no participó por ausencia; el 0,04% de los individuos se negaron a responder el cuestionario y el restante 1,0 % no se entrevistó por otras causas. El desglose por provincias aparece a continuación

PROVINCIAS	URBANO				RURAL			
	Total	Ausente	Negado	Otros	Total	Ausente	Negado	Otros
CUBA	454	260	18	176	235	153	7	75
Pinar del Río	10	4	2	4	9	3	6	0
La Habana	4	4	0	0	12	11	0	1
Ciudad de La Habana	60	20	10	30	0	0	0	0
Matanzas	13	7	0	6	12	3	0	9
Villa Clara	24	0	0	24	13	0	0	13
Cienfuegos	15	3	0	12	15	12	0	3
Sancti Spíritus	11	3	0	8	4	2	0	2
Ciego de Ávila	20	7	0	13	12	1	0	11
Camagüey	30	17	0	13	5	4	0	1
Las Tunas	77	55	0	22	33	24	0	5
Holguín	18	10	2	6	17	13	0	4
Granma	28	21	0	7	20	10	1	9
Santiago de Cuba	14	6	1	7	20	14	0	6
Guantánamo	45	28	2	15	58	47	0	11
Isla de la Juventud	85	75	1	9	5	5	0	0

• Estimación

Como estratos de ponderación se consideraron las provincias del país, realizando posteriormente una postestratificación por sexo y edad. Las estimaciones de la encuesta se realizaron utilizando estimadores de razón los cuales emplearon como variable auxiliar los totales de personas de 12 a 14 años y de 15 años y más correspondientes a cada estrato de ponderación, esta información se toma a partir de las cifras oficiales de población, emitidas por el Departamento de Estudios de Población del CEPDE con cierre de diciembre del 2008.

Como una forma de evaluar la calidad de los datos de la encuesta se calcularon los errores de muestreo, efecto de diseño y los intervalos de confianza de los indicadores básicos obtenidos.

• Métodos y técnicas

Para el procesamiento de los datos se recurrió al cálculo de por cientos y al análisis de tablas de contingencia bivariadas que permitieron determinar la correlación entre las variables medidas. A este tipo de análisis se le denomina por igual pruebas de hipótesis o de significación y demuestra la asociación y dependencia de las variables incluidas en el análisis.

• Interpretación de la Precisión de los Resultados

La precisión de los resultados se evalúa a través del Coeficiente de Variación (C.V.), que es el cociente entre la desviación estándar y la estimación para cada indicador. La interpretación de este valor se realiza de la siguiente manera:

- Coeficiente de Variación (C.V.) menor del 5%, la estimación del indicador es Muy Buena.
- Coeficiente de Variación (C.V.) entre el 5% y el 10%, la estimación del indicador es Buena.
- Coeficiente de Variación (C.V.) entre el 10% y el 15%, la estimación del indicador es Aceptable.
- Coeficiente de Variación (C.V.) entre el 15% y el 20%, la estimación hay que utilizarla con Precaución.
- Coeficiente de Variación (C.V.) mayor del 20%, la estimación del indicador NO es buena y sólo se tomará como cifra indicativa para el análisis del indicador obtenido en momentos distintos.

Se calcularon los coeficientes de variación de algunos de los principales indicadores utilizando el paquete computacional SPSS 13.0. Los mismos permiten calcular los intervalos de confianza de las estimaciones obtenidas, empleando la fórmula:

$$I.C.(Y_{est}) = \left(Y_{est} - (t * Y_{est} * C.V.(Y_{est})) ; Y_{est} + (t * Y_{est} * C.V.(Y_{est})) \right)$$

donde t es el percentil de la distribución normal, que a un nivel del 95% de confiabilidad toma el valor de 1.96.

Las estimaciones de las encuestas no están referidas a valores puntuales, sino a valores que se mueven dentro de un intervalo de confianza como el descrito anteriormente, lo que significa que la muestra se diseñó de forma tal que si se tomaran 100 muestras de igual tamaño y diseño, en 95 de ellas el verdadero valor del indicador quedaría dentro de ese intervalo.

ANEXO II. TABLAS DE FRECUENCIAS

TABLA 1. Prácticas culturales en adolescentes

	Si, la realiza	No	No, pero me gustaría hacerlo
Ver TV	97.9	0.9	1.2
Jugar o conversar con amigos	97.4	1.5	1.1
Oír música	96.4	1.8	1.8
Ir a fiestas	80.2	8.1	11.8
Leer	78.4	16.5	5.1
Ver videos o DVD	77.3	7.5	15.2
Hacer ejercicios	76.7	13.3	10
Pasear	74	9.3	16.7
Ir a las tiendas	68.1	20.1	11.8
Oír radio	66.2	27	6.8
Ir a Bibliotecas o librerías	55.5	26.1	18.4
Ir a Cines o Salas de Video	55.2	18.4	26.4
Jugar videojuegos	49.6	17.9	32.5
Ir a Joven Club de Computación	49.3	19.7	30.9
Ir a instalaciones deportivas	42.4	24.1	33.5
Ir a Casas de cultura, comunal o de la trova	35.2	35.2	29.6
Visitar otros lugares de Cuba	30.9	15.3	53.7
Ir a Galerías de arte o museos	30.2	36.3	33.6
Ir a espectáculos musicales en vivo	26.2	28	45.8
Ir a Ferias	21	47.2	31.9
Ir al Teatro	20.5	40.4	39.1

TABLA 2. Gusto por la lectura.

	Si	No
%	80,6	19,4

TABLA 3. Lectura por sexo, color de la piel y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No pero me gustaría
Masculino	72,5	21,3	6,3
Femenino	84,5	11,7	3,8
Color de la piel			
Blanco	77.1	17.5	5.4
Negro	75.7	14.6	9.7
Mestizo	82.0	14.7	3.3

TABLA 4. Prácticas artísticas en adolescentes¹⁶³.

PRÁCTICAS	Si, la realiza	No	No, pero me gustaría hacerlo
Leer	78,4	16,5	5,1
Ir a Bibliotecas o librerías	55,5	26,1	18,4
Ir a Cines o Salas de Video	55,2	18,4	26,4
Ir a Casas de cultura, comunal o de la trova.	35,2	35,2	29,6
Ir a Galerías de arte o museos	30,2	36,3	33,6
Ir al Teatro	20,5	40,4	39,1

TABLA 5. Ir a Bibliotecas o librerías por sexo, y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No pero me gustaría
Masculino	51,2	30,8	18,0
Femenino	59,7	21,5	18,8
Color de la piel			
Blanco	53,0	27,9	19,1
Negro	63,1	25,2	11,7
Mestizo	58,9	22,7	18,4

TABLA 6. Tipos de lecturas en adolescentes

TIPOS DE LECTURAS	%
Libros de Aventuras	56,7
Libros de Ciencia Ficción/Fantástico	16,3
Historietas, fotonovelas, comics	26,3
Libros Históricos/Políticos-Sociales	18,4
Novelas Románticas	22,3
Poesías	26,0
Periódicos	18,4
Revistas	33,7

TABLA 7. Asistencia al teatro por sexo y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No pero me gustaría
Masculino	18,3	45,2	36,5
Femenino	22,8	35,5	41,7
Color de la piel			
Blanco	20,5	41,2	38,3
Negro	22,3	39,8	37,9
Mestizo	20,0	38,9	41,1

TABLA 8. Preferencias de géneros teatrales en adolescentes.

GÉNEROS TEATRALES	%
Humorísticas	62,7
Musicales, de variedades y/o circenses	34,1
Teatro para niños (guiñol, títeres, otros)	23,9

¹⁶³ En este caso nos referimos a la población de 12 a 14 años

Dramáticas	17,8
Danza moderna o folklórica	12,5
Ballet	12,0
Comunitarias	7,0
Zarzuelas y/o óperas	2,0

TABLA 9. Prácticas relacionadas con los medios audiovisuales en adolescentes

PRACTICAS	Si, la realiza	No	No, pero me gustaría hacerlo
Ver tv	97,9	0,9	1,2
Oír música	96,4	1,8	1,8
Ver videos o DVD	77,3	7,5	15,2
Oír radio	66,2	27	6,8
Jugar videojuegos	49,6	17,9	32,5

TABLA 10. Oír música por sexo y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No pero me gustaría
Masculino	96,1	2,0	2,0
Femenino	96,7	1,7	1,6
Color de la piel			
Blanco	96.1	2.2	1.8
Negro	96.1	2.9	1.0
Mestizo	97.1	0.9	2.0

TABLA 11. Asistir a espectáculos musicales en vivo por sexo y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No, pero me gustaría
Masculino	24,3	30,9	44,9
Femenino	28,2	25,0	46,8
Color de la piel			
Blanco	25.3	28.7	46.0
Negro	26.2	21.4	52.4
Mestizo	28.2	28.0	43.8

TABLA 12. Preferencias musicales en adolescentes

TIPO DE MUSICA	%
Reggaetón	90,1
Popularailable, (Casino, Salsa, Merengue)	65,4
Romántica (Baladas, Boleros)	48,3
Discoteca, House, Tecno	47,6
Rap, Hip Hop	15,7
Pop	15,5
Rock	12,4
Mexicana, Ranchera	10,6
Tradicional	5,1
Campechina	3,7

Nueva Trova	2,6
Clásica	2,4
Jazz/Blues	0,7

TABLA 13. Ir a galerías de arte o museos por sexo y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No, pero me gustaría
Masculino	27,2	40,9	31,8
Femenino	33,1	31,5	35,4
Color de la piel			
Blanco	29.7	36.8	33.4
Negro	30.1	38.8	31.1
Mestizo	31.1	34.4	34.4

TABLA 14. Ir a Casas de cultura, casa comunal o de la trova por sexo y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No, pero me gustaría
Masculino	32,1	38,1	29,9
Femenino	38,4	32,3	29,3
Color de la piel			
Blanco	34.2	37.3	28.6
Negro	41.7	32.0	26.2
Mestizo	36.0	31.6	32.4

TABLA 15. Ir a Cines o Salas de Video por sexo y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No, pero me gustaría
Masculino	57,5	18,3	24,3
Femenino	52,8	18,5	28,6
Color de la piel			
Blanco	53.3	19.6	27.1
Negro	56.3	15.5	28.2
Mestizo	59.1	16.4	24.4

TABLA 16. Oír radio por sexo y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No pero me gustaría
Masculino	62,5	31,6	6,0
Femenino	70,1	22,4	7,5
Color de la piel			
Blanco	63.6	29.2	7.2
Negro	63.1	26.2	10.7
Mestizo	72.7	22.4	4.9

TABLA 17. Ver Televisión por sexo y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No pero me gustaría
Masculino	97,9	0,9	1,2
Femenino	97,9	0,8	1,3

TABLA 18. Jugar videojuegos por sexo y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No pero me gustaría
Masculino	57,8	13,4	28,8
Femenino	41,3	22,5	36,2
Color de la piel			
Blanco	49.5	19.1	31.4
Negro	48.5	16.5	35.0
Mestizo	50.0	15.8	34.2

TABLA 19. Ver videos o DVD por sexo y color de la piel en adolescentes

Sexo	Sí	No	No pero me gustaría
Masculino	78,4	7,0	14,6
Femenino	76,3	7,9	15,8
Color de la piel			
Blanco	76.9	7.6	15.5
Negro	70.9	7.8	21.4
Mestizo	79.8	7.1	13.1

TABLA 20. Preferencias en televisión en adolescentes

PROGRAMAS TELEVISIVOS	%
Musicales	84,4
Películas	81,2
Aventuras	64,7
Telenovelas	63,5
Humorísticos	47,0
Dibujos Animados o muñequitos	38,3
Infantiles	18,0
Deportivos	15,6
Informativos/Noticieros	8,3
Documentales, Programas científicos o educativos	6,1
Variados (combinan entrevistas, música, humor)	6,1
Concursos, juegos, de participación	3,5
Culturales	3,2

TABLA 21. Preferencias en radio en adolescentes

PROGRAMAS RADIALES	%
Musicales	74,7
Humorísticos	34,1

Novelas	29,9
Deportivos	25,6
Infantiles	20,5
Informativos	18,7
De participación	13,6
Educativos, de asesoría y orientación	9,1

TABLA 22. Preferencias en Video/VCD/DVD en adolescentes

TIPOS DE MATERIALES AUDIOVISUALES	%
Película	82,4
Musicales	65,8
Novelas	52,7
Dibujos Animados	45,9
Seriales	33,5
Videos de entretenimiento/sorprendentes/de participación/entrevistas	17,4
Videos Educativos y Científicos	13,7
Noticiosos	2,2

TABLA 23. Preferencias de géneros cinematográficos en adolescentes

GENEROS CINEMATOGRAFICOS	%
Policíacos/Acción	59,7
Comedias	50,3
Dibujos Animados	48,6
Artes Marciales	47,0
Ciencia Ficción/Fantástico	37,8
Aventuras/ Del Oeste	29,4
Horror/Suspense	20,8
Dramas	17,0
Histórico Social	3,6

TABLA 24. Materias que se estudian en adolescentes

MATERIAS	%
Computación	54,9
Idiomas	26
Literatura, escritura	17,3
Música	8
Artes Plásticas	7,9
Teatro	4,7
Danza/Ballet	4,2
Artesanía y manualidades	2,8
Cine	1,4

TABLA 25. Materias según los espacios de aprendizaje en adolescentes

MATERIAS	ESPACIOS	
	Asociaciones y espacios privados	Instituciones educativas y culturales
Literatura, escritura	4.9	94.3
Idiomas	7.6	90.38
Computación	3.6	85.15
Artes Plásticas	8.33	90.83
Danza/Ballet	10.9	89.06
Artesanía y manualidades	14.29	76.19
Teatro	2.8	95.83
Música	20.49	74.59
Cine	18.2	77.27

TABLA 26. Frecuencias de prácticas en adultos

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana	Nunca, pero me gustaría	Nunca
Hacer ejercicios o practicar deportes	14.9	18.5	17.4	49.1
Escuchar música	71.6	18.6	2.5	7.3
Ver videos o DVD	24.3	24.7	20.5	30.6
Jugar dominó, cartas u otros	12.9	26.7	12	48.3
Escuchar radio	62.7	16.8	4.9	15.7
Leer periódicos o revistas	41	27.4	6.9	24.7
Ver televisión	88.5	5.8	1.7	3.9
Jugar o ver jugar Videojuegos	5.7	8	13.7	72.7

TABLA 27. Frecuencia con que juegan dominó, cartas u otros juegos de mesa

SEXO	Al menos 1 vez al día	Al menos una vez por semana pero no todos los días	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	18.3	27.2	11.4	33.1
Femenino	7.7	16.4	12.5	63.4
EDAD				
15 - 20	17.4	33.3	11.9	37.4
21- 30	16.1	30.6	12.7	40.6
31- 40	13	29.5	12.9	44.6
41- 50	12.5	28	12	47.5
51- 60	11	24.3	12.6	52.1
60 y más	9.7	17.2	10.1	63
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	8	16.5	10	65.5
Primario	10.1	18.7	10.3	60.9

Secundaria	14.4	28.5	11.4	45.6
Obrero Calificado	17.7	37.4	13.1	31.8
Pre universitario	13.9	29.8	12.6	43.7
Técnico medio	12.8	28.1	13	46.1
Superior	11.5	25.8	14.1	48.7
Posgraduado	14	24	15.1	46.9
Color de la piel				
Blanco	12.5	24.9	12.2	50.4
Negro	14.4	29.2	10.6	45.8
Mestiza o mulato	13.5	30.5	12	44
OCUPACION				
Dirigente	13.1	30.7	14.2	42.1
Trabajador administrativo	13.3	26.5	13.9	46.2
Técnico	12.3	25.9	14.7	47.1
Obrero	16.5	38.1	11.5	33.9
Trabajador de los servicios	15.2	30.1	12.1	42.5
Buscando trabajo	20.7	33.4	10.6	35.4
Estudiando	15.4	32.9	12.3	39.4
Quehaceres del hogar	7.4	15.6	11	66.1
Jubilado/pensionado	10.3	18.4	10.2	61.1
No realiza ninguna actividad	15.9	20.9	9.1	54.2
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	14.2	31.4	13.1	41.3
No estatal privado	19.7	34.2	12	34.1
No estatal mixto	13.1	29.5	10.4	47
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	15.7	27.3	14.1	42.8
Cultura	16.9	28.8	11.4	42.9
Hotel/Restaurante	15.3	27.3	13.1	44.3
Educación	14	26.2	13.9	45.9
Salud pública	11.2	23.1	14.9	50.8
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	15	34.7	11	39.3
Ciencia e Innovación Tecnológica	17.8	23.9	12	46.2
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	16	40	10.9	33.1
Industria Manufacturera	13.6	34.5	11.8	40.2
Construcción	14.9	36.4	13.2	35.5

TABLA 28. Frecuencia con que ven televisión por provincia

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana, pero no todos los días	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	88.8	3.8	2.2	5.2
La Habana	89.7	5.7	1.2	3.4
Ciudad de La Habana	92.8	4.1	0.9	2.1
Matanzas	88.4	6.3	1.0	4.4
Villa Clara	89.6	4.8	1.5	4.0

Cienfuegos	89.7	4.5	1.9	4.0
Sancti Spíritus	89.7	6.0	0.9	3.4
Ciego de Ávila	90.6	4.4	1.5	3.5
Camagüey	88.7	6.6	1.5	3.2
Las Tunas	82.8	6.8	1.9	8.5
Holguín	83.6	7.8	3.4	5.2
Granma	87.0	7.3	1.6	4.2
Santiago de Cuba	85.2	7.9	2.3	4.6
Guantánamo	87.0	7.1	3.0	2.9
Isla de la Juventud	92.8	2.7	0.9	3.5

TABLA 29. Frecuencia con que escuchan radio por provincia

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana, pero no todos los días	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	47.7	18.4	6.6	27.3
La Habana	58.3	17.6	5.6	18.5
Ciudad de La Habana	59.3	17.4	4.3	19.0
Matanzas	61.7	16.0	5.5	16.8
Villa Clara	63.6	12.7	4.4	19.3
Cienfuegos	74.5	12.6	4.0	9.0
Sancti Spíritus	70.8	14.0	2.1	13.1
Ciego de Ávila	59.7	17.4	5.8	17.1
Camagüey	60.6	16.8	6.3	16.3
Las Tunas	63.2	13.4	5.8	17.7
Holguín	60.4	19.2	6.5	13.9
Granma	77.3	11.3	3.0	8.4
Santiago de Cuba	62.8	24.3	4.2	8.6
Guantánamo	74.1	16.5	4.4	5.1
Isla de la Juventud	69.4	9.3	1.7	19.6

TABLA 30. Frecuencia con que escuchan música por provincia

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana, pero no todos los días	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	65.7	21.0	3.1	10.2
La Habana	65.0	21.9	2.5	10.6
Ciudad de La Habana	80.1	14.0	1.7	4.2
Matanzas	70.9	19.4	1.9	7.8
Villa Clara	71.4	17.9	2.3	8.5
Cienfuegos	75.9	14.9	2.6	6.6
Sancti Spíritus	68.2	20.2	1.5	10.1
Ciego de Ávila	65.8	24.6	2.4	7.3
Camagüey	68.2	18.9	3.7	9.2
Las Tunas	65.9	18.0	3.3	12.8
Holguín	69.0	19.2	3.7	8.1
Granma	77.2	14.2	2.2	6.4
Santiago de Cuba	67.8	24.0	3.0	5.2
Guantánamo	71.0	22.8	2.5	3.7
Isla de la Juventud	85.3	8.9	0.7	5.1

TABLA 31. Frecuencia con que ven videos o DVD por provincia

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana, pero no todos los días	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	29.6	22.1	22.3	26.0
La Habana	29.3	22.5	18.4	29.8
Ciudad de La Habana	35.3	24.2	12.1	28.4
Matanzas	25.4	24.0	19.8	30.7
Villa Clara	26.8	22.3	22.2	28.7
Cienfuegos	29.3	20.1	20.5	30.1
Sancti Spíritus	21.8	22.2	19.0	36.9
Ciego de Ávila	22.9	28.9	17.4	30.8
Camagüey	17.9	27.2	22.8	32.1
Las Tunas	11.6	14.8	23.5	50.1
Holguín	20.6	22.8	24.4	32.2
Granma	13.2	33.0	22.5	31.3
Santiago de Cuba	15.7	30.2	27.0	27.1
Guantánamo	18.8	27.4	29.5	24.2
Isla de la Juventud	43.8	15.4	11.3	29.6

TABLA 32. Frecuencia con que leen periódicos o revistas por provincia

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana, pero no todos los días	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	34.1	25.7	7.9	32.3
La Habana	36.1	23.9	6.1	33.8
Ciudad de La Habana	55.7	24.1	3.7	16.4
Matanzas	43.0	27.8	5.6	23.6
Villa Clara	41.2	24.9	6.0	27.9
Cienfuegos	43.1	25.0	7.7	24.2
Sancti Spíritus	34.2	23.0	7.4	35.4
Ciego de Ávila	33.5	30.4	9.9	26.2
Camagüey	37.0	28.8	8.2	26.0
Las Tunas	41.0	22.4	7.2	29.4
Holguín	40.1	27.0	8.2	24.7
Granma	28.7	34.3	7.6	29.3
Santiago de Cuba	32.6	36.2	10.2	21.0
Guantánamo	44.0	32.3	7.7	16.0
Isla de la Juventud	59.6	16.9	1.5	22.1

TABLA 33. Frecuencia con que juegan dominó, cartas u otros juegos de mesa por provincia

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana, pero no todos los días	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	14.7	28.5	10.7	46.0
La Habana	12.4	24.8	14.7	48.1
Ciudad de La Habana	15.0	25.4	11.4	48.2
Matanzas	13.4	29.2	9.8	47.6
Villa Clara	10.1	24.7	13.4	51.7
Cienfuegos	13.0	23.2	14.4	49.5
Sancti Spíritus	9.9	24.1	12.3	53.7
Ciego de Ávila	11.2	28.8	14.4	45.6
Camagüey	11.3	26.1	13.7	48.9
Las Tunas	9.3	18.2	11.8	60.7
Holguín	13.5	25.9	11.5	49.0
Granma	11.8	36.1	10.4	41.6
Santiago de Cuba	12.2	29.2	9.9	48.7
Guantánamo	16.2	29.3	15.6	38.9
Isla de la Juventud	28.6	17.8	4.7	48.9

TABLA 34. Frecuencia con que juegan, o ver jugar videojuegos por provincia

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana, pero no todos los días	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	7.6	7.2	14.8	70.3
La Habana	6.5	7.8	12.6	73.1
Ciudad de La Habana	6.8	7.5	8.5	77.3
Matanzas	6.1	6.5	13.3	74.1
Villa Clara	5.2	6.8	13.0	75.0
Cienfuegos	5.7	6.0	15.0	73.3
Sancti Spiritus	3.0	6.0	11.2	79.8
Ciego de Ávila	4.9	8.2	12.6	74.3
Camagüey	4.4	7.8	13.9	73.9
Las Tunas	4.2	4.4	12.0	79.4
Holguín	6.6	8.2	17.5	67.7
Granma	4.8	13.8	16.6	64.8
Santiago de Cuba	3.5	9.7	15.0	71.8
Guantánamo	6.1	10.5	27.4	55.9
Isla de la Juventud	12.3	6.0	6.0	75.7

TABLA 35. Frecuencia con que hacen ejercicios o practican deportes por provincia

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana, pero no todos los días	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	12.2	14.7	14.5	58.6
La Habana	12.4	14.3	16.2	57.1
Ciudad de La Habana	23.2	18.7	16.4	41.8
Matanzas	13.5	19.4	15.0	52.2
Villa Clara	10.0	15.7	22.6	51.7
Cienfuegos	14.3	14.4	19.6	51.7
Sancti Spiritus	9.4	16.0	13.0	61.7
Ciego de Ávila	10.0	17.5	22.7	49.9
Camagüey	12.8	16.0	18.5	52.8
Las Tunas	8.7	15.2	15.7	60.4
Holguín	18.1	17.8	18.2	45.9
Granma	11.7	24.8	17.5	45.9
Santiago de Cuba	11.9	24.9	16.8	46.4
Guantánamo	19.9	26.4	22.0	31.7
Isla de la Juventud	23.5	11.6	10.6	54.3

TABLA 36. Frecuencia de actividades en un año

	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Compartir con amigos y familiares	66.7	27.1	1.7	4.5
Ir a fiestas, guateques.	28.6	36.4	7.7	27.4
Tomar cerveza, ron u otra bebida alcohólica	28.2	31.1	3.3	37.5
Llevar al niño a pasear.	20.9	11.6	4.6	62.9
Participar en carnavales, parrandas, verbenas	8	54.9	6.1	31
Asistir a conciertos o peñas de música popular (rock, trova, salsa, etc.)	4.7	10.5	22	62.8
Ir a otras provincias del país	4.5	27.8	33.5	34.3
presentaciones de libros, talleres o tertulias	4.2	12.7	20.5	62.7
Asistir a conciertos de música clásica	2.2	4.5	21.3	72
ir a otros países (viajes de trabajo y/o personales)	0.7	2.5	54.4	42.3

TABLA 37. Compartir con amigos y familiares por variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	Al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	69.2	25.7	1.6	3.6
Femenino	64.2	28.6	1.9	5.3
EDAD				
15 - 20	80.9	17.1	0.8	1.02
21- 30	76.4	21.5	0.8	1.4
31- 40	68.4	27.6	1.9	2.1
41- 50	67	28.6	1.3	3
51- 60	59.4	33.3	1.9	5.4
60 y más	53.6	31.1	3.1	12.1
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	46.7	32.1	3.8	17.5
Primario	54.4	31.8	3.1	10.7
Secundaria	66.4	28.5	1.7	3.4
Obrero Calificado	65.7	30.2	2	2.1
Pre universitario	73	23.8	1	2.2
Técnico medio	71.8	24.3	1.6	2.3
Superior	70.8	25.9	1	2.3
Posgraduado	74.3	23	1	1.6
Color de la piel				
Blanco	65.7	27.5	1.9	4.9
Negro	65.7	28.5	1.3	4.5
Mestiza o mulato	69.7	25.6	1.4	3.3
OCUPACION				
Dirigente	71.9	25.4	1	1.7
Trabajador administrativo	69.4	26.2	1.4	3
Técnico	72.8	24.7	1	1.5
Obrero	67.1	28.9	1.7	2.3
Trabajador de los servicios	68.6	27.7	1.4	2.4

Buscando trabajo	80.6	15.5	1.5	2.3
Estudiando	80.5	17.3	0.7	1.5
Quehaceres del hogar	60.1	31.2	2.2	6.5
Jubilado/pensionado	54.4	31.6	2.8	11.1
No realiza ninguna actividad	65.4	24.4	2.5	7.7
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	69.3	27.4	1.4	1.9
No estatal privado	69	26.6	1.2	3.1
No estatal mixto	80.1	15.9	-	4.1
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	74.4	23.1	0.7	1.8
Cultura	73.4	24.3	1.3	1
Hotel/Restaurante	72.5	24.5	1.3	1.9
Educación	70.1	27.1	0.9	1.9
Salud pública	69.9	25.4	1.9	2.8
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	68.1	28.7	0.6	2.6
Ciencia e Innovación Tecnológica	80.1	15.2	0.8	3.9
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	64.8	31.1	1.7	2.4
Industria Manufacturera	71	26.7	1.3	1
Construcción	72.2	24.9	1.2	1.8

TABLA 38. Ir a fiestas, guateques por variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	32.3	37.6	6.6	23.5
Femenino	24.9	35.1	8.7	31.2
EDAD				
15 - 20	56.5	29.4	3.6	10.6
21- 30	46.4	36.4	4.4	12.8
31- 40	30.5	43.9	7.5	18.1
41- 50	25.5	44	7.7	22.8
51- 60	16.6	38.4	10.4	34.6
60 y más	7.8	23	10.9	58.3
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	8.7	20.4	10.6	60.3
Primario	11.1	28.1	11	49.7
Secundaria	29.6	38.3	7.7	24.5
Obrero Calificado	28	42.4	7	22.6
Pre universitario	37.6	37.8	6.1	18.6
Técnico medio	33.8	38	7	21.2
Superior	29.4	42.6	6.6	21.4
Posgraduado	30	45.9	4.4	19.8
Color de la piel				
Blanco	26.2	35.7	8.1	30
Negro	32.2	35.8	6.7	25.3
Mestiza o mulato	33.2	38.5	6.9	21.4
OCUPACION				
Dirigente	28.9	43.5	6.2	21.4

Trabajador administrativo	32.8	42.3	6.7	18.1
Técnico	36.3	41.4	6.5	15.9
Obrero	29.8	44.2	6.7	19.4
Trabajador de los servicios	33.8	39.4	6.6	20.3
Buscando trabajo	41.2	33.5	6.9	18.4
Estudiando	56	28.3	4	11.7
Quehaceres del hogar	17.5	36.2	10.3	35.9
Jubilado/pensionado	8	25.3	11	55.7
No realiza ninguna actividad	30.5	31.7	6.6	31.2
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	32.3	42.9	6.6	18.2
No estatal privado	33.5	37.3	6.2	23.1
No estatal mixto	40.3	32.2	5.5	21.*9
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	35.2	38.2	5.7	20.9
Cultura	44.4	36	5.6	14
Hotel/Restaurante	37.6	37.5	7	17.9
Educación	33.3	42.4	6.2	18
Salud pública	34.6	39.7	7.1	18.7
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	29.2	42.9	6.3	21.7
Ciencia e Innovación Tecnológica	43.8	36.9	7.1	12.3
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	25.1	48.7	7.8	18.4
Industria Manufacturera	32.1	40.2	5.5	22.2
Construcción	32.2	41.3	8.3	18.2

TABLA 39. Tomar cerveza, ron u otra bebida por variables sociodemográficas y socioestructurales y por provincia

SEXO	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	39.7	33.4	2.6	24.3
Femenino	16.7	28.8	4	50.5
EDAD				
15 - 20	23.6	30.3	4.2	41.9
21- 30	38.1	34.7	2.5	24.9
31- 40	33.7	36.5	2.9	26.8
41- 50	34.5	33.8	2.8	28.9
51- 60	25.9	31.2	3.6	39.4
60 y más	12.2	20.1	4.1	63.6
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	12	18	3.1	67
Primario	15.8	22.1	4.4	57.7
Secundaria	28.8	30.5	3.5	37.2
Obrero Calificado	37.6	34.9	4.3	23.2
Pre universitario	33.2	34.9	2.8	29.1
Técnico medio	33.9	33.8	2.6	29.7
Superior	28.8	37.9	3	30.3
Posgraduado	32.9	35.3	2.9	28.9
Color de la piel				

Blanco	25.4	30.4	3.3	40.8
Negro	34.2	31.2	3.4	31.1
Mestiza o mulato	32.7	32.7	3.1	31.5
OCUPACION				
Dirigente	40.4	34.2	3.3	22.5
Trabajador administrativo	33.4	37.3	2.7	26.7
Técnico	31.2	37.8	2.8	28.2
Obrero	42.3	34.8	2.6	20.3
Trabajador de los servicios	37.1	35.3	2.5	25.1
Buscando trabajo	43.7	27	2	27.3
Estudiando	24.4	29.5	4.1	41.9
Quehaceres del hogar	15.1	27	4	53.9
Jubilado/pensionado	12.8	21.9	4.2	61.1
No realiza ninguna actividad	29.6	29.6	2.2	38.5
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatal	36.7	36.2	2.8	24.3
No estatal privado	42.8	33.9	1.9	21.4
No estatal mixto	41	29.3	2.2	27.6
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	39.6	33.9	2.3	24.2
Cultura	38.2	32.4	2.5	26.5
Hotel/Restaurante	44.1	32.3	2.8	20.8
Educación	29	36.9	3.1	30.9
Salud pública	31.4	35.2	3.7	29.8
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	39.7	35.9	1.5	22.9
Ciencia e Innovación Tecnológica	36	35.2	0.8	28
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	38.7	37.1	3	21.3
Industria Manufacturera	40.1	35.4	2.5	22
Construcción	45	34.8	1.3	18.9
PROVINCIA				
Pinar del Río	26.9	28.0	4.2	40.9
La Habana	20.2	21.9	3.5	54.3
Ciudad de La Habana	28.2	29.7	2.3	39.8
Matanzas	25.5	25.9	2.6	46.0
Villa Clara	31.6	27.2	3.3	37.9
Cienfuegos	25.7	32.8	4.8	36.7
Sancti Spiritus	28.6	27.0	3.4	40.9
Ciego de Ávila	29.6	33.5	2.2	34.7
Camagüey	25.2	35.5	2.7	36.6
Las Tunas	19.8	35.0	3.2	42.0
Holguín	26.9	34.0	4.6	34.5
Granma	34.9	35.4	2.1	27.6
Santiago de Cuba	34.6	36.6	3.4	25.4
Guantánamo	29.0	35.1	6.5	29.3
Isla de la Juventud	43.9	22.6	1.5	32.0

TABLA 40. Llevar al niño a pasear por variables sociodemográficas y socioestructurales y por provincia

SEXO	Al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	17	11	4.4	67.6
Femenino	24.7	12.3	4.7	58.3
EDAD				
15 - 20	9.2	4.8	4.5	81.5
21- 30	28.8	11.3	4.4	55.6
31- 40	37.8	19.3	4.2	38.8
41- 50	22.5	14.2	4.6	58.6
51- 60	13.4	10	5.2	71.4
60 y más	7	6.2	4.7	82.1
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	4.9	6.6	5.4	83.1
Primario	8.3	7.9	5	78.7
Secundaria	19.5	12.3	4.9	63.4
Obrero Calificado	17.4	14.5	6.9	61.2
Pre universitario	25.4	12.6	4	57.9
Técnico medio	7.5	12.6	4.5	5.4
Superior	30.6	13	3.6	52.8
Posgraduado	33.1	14.4	3.3	49.3
Color de la piel				
Blanco	21.3	11.4	4.3	63.1
Negro	19.9	10.5	3.5	66.1
Mestiza o mulato	20.2	12.8	5.8	61.2
OCUPACION				
Dirigente	29.7	15.9	3.9	50.6
Trabajador administrativo	3.2	15.9	4.4	46.5
Técnico	30.1	12.8	3.8	53.3
Obrero	19.8	14.8	4	61.5
Trabajador de los servicios	26.6	12.6	5.1	55.7
Buscando trabajo	24.1	11.3	6.8	57.8
Estudiando	12.1	5.5	3.9	78.4
Quehaceres del hogar	25.8	14.8	5.9	53.5
Jubilado/pensionado	8.3	6.4	4.6	80.7
No realiza ninguna actividad	13.4	9	6.1	71.5
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatal	25.4	14.1	4.3	56.2
No estatal privado	25.5	13	3.4	58.1
No estatal mixto	39.7	8.3	2.7	49.3
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	30.8	11.8	3.3	54.1
Cultura	28.6	12.5	3.1	55.7
Hotel/Restaurante	34.3	12.2	4.2	49.2
Educación	25.4	14.8	5	54.8
Salud pública	32.3	13.2	4.3	50.1
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	24.4	14.4	2.5	58.7
Ciencia e Innovación Tecnológica	30.7	7.2	0.6	61.5
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	17.9	17	5.5	59.6

Industria Manufacturera	24.7	13.9	2.9	58.6
Construcción	22.8	15	3.4	58.7
PROVINCIA				
Pinar del Río	20.3	10.6	3.9	65.3
La Habana	18.0	12.9	3.3	65.8
Ciudad de La Habana	24.1	9.9	1.8	64.2
Matanzas	24.3	9.4	2.4	63.9
Villa Clara	24.2	11.9	6.1	57.8
Cienfuegos	20.0	14.2	8.2	57.6
Sancti Spiritus	17.5	10.8	3.3	68.4
Ciego de Ávila	17.1	12.6	4.8	65.5
Camagüey	19.0	14.9	6.4	59.7
Las Tunas	15.1	9.8	1.7	73.4
Holguín	20.5	11.8	6.5	61.2
Granma	18.4	14.7	5.9	61.0
Santiago de Cuba	20.1	11.1	5.5	63.3
Guantánamo	22.3	13.0	10.5	54.2
Isla de la Juventud	32.1	5.8	3.3	58.8

TABLA 41. Participar en carnavales, parrandas, verbenas o semanas de la cultura por variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	9	59.1	5.7	26.2
Femenino	6.9	50.8	6.6	35.7
EDAD				
15 - 20	13.1	68.6	4.3	14
21- 30	13.1	66	4.3	16.6
31- 40	8.5	65.6	5.1	20.8
41- 50	7.9	60.4	5.8	25.9
51- 60	5	50.2	7.1	37.7
60 y más	2.5	24.5	9.4	63.6
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	1.8	26.1	9.1	62.8
Primario	3.5	35.5	9.3	51.7
Secundaria	8.6	59.1	5.8	26.4
Obrero Calificado	10.5	61.7	4.6	23.2
Pre universitario	10.3	62.9	5	21.8
Técnico medio	8.9	58.4	5.4	27.2
Superior	7	56.3	5.2	31.5
Posgraduado	8.2	50.2	6.7	34.8
Color de la piel				
Blanco	7.7	52.6	6.2	33.6
Negro	8.7	56.7	6.8	27.8
Mestiza o mulato	8.4	60.4	5.7	25.4
OCUPACION				
Dirigente	8.3	59.8	59	26

Trabajador administrativo	6.9	64.6	55	23
Técnico	9.4	63	4.4	23.1
Obrero	9.5	66.1	5.3	19.1
Trabajador de los servicios	9.4	58.8	5.8	26.1
Buscando trabajo	14.1	60	4.3	21.6
Estudiando	12.8	68.7	5	13.6
Quehaceres del hogar	5.6	47.3	7.6	39.4
Jubilado/pensionado	2.6	28.5	8.7	60.2
No realiza ninguna actividad	7.8	52.2	58.8	33.7
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	9.2	63.6	53	21.8
No estatal privado	9.5	59.5	4.3	26.7
No estatal mixto	8.1	51.2	4	36.7
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	11.4	60	5.2	23.4
Cultura	12.5	62.4	3.8	21.3
Hotel/Restaurante	12.3	62.2	4.2	21.4
Educación	9	64.2	5.2	21.6
Salud pública	8.6	62.7	4.5	24.2
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	7.1	58.5	5.9	28.5
Ciencia e Innovación Tecnológica	12.4	34.6	3.8	49.3
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	7.2	68.8	6.2	17.8
Industria Manufacturera	8.5	60	5.2	26.2
Construcción	11.8	63.3	4	20.9

TABLA 42. Frecuentar estadios u otras instalaciones deportivas por variables sociodemográficas y socioestructurales

Frecuencia general	Al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Estadios u otras instalaciones deportivas	11.7	25.6	14.8	47.9
SEXO				
Masculino	16.7	35.9	15	32.4
Femenino	6.8	15.3	14.6	63.3
EDAD				
15 - 20	23.3	35.2	13.7	27.8
21- 30	17	34.7	13	35.3
31- 40	12.3	29.7	16.9	41.1
41- 50	10.7	27.3	15	47
51- 60	7.4	20.2	15.8	56.6
60 y más	4.1	10.3	13.8	71.7
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	3.1	7.7	14.1	75.1
Primario	4.7	13	14.9	67.5
Secundaria	11.9	26.3	15.3	46.5
Obrero Calificado	15.7	38.0	15.9	30.4
Pre universitario	14.9	31.4	14.0	39.7
Técnico medio	12.5	28.5	15.8	43.1
Superior	15.1	28.3	14.1	42.5
Posgraduado	17.6	28.2	16.9	37.3

Color de la piel				
Blanco	10.8	23.6	14.5	51.1
Negro	13.3	29.1	14.7	42.8
Mestiza o mulato	13.3	29.1	15.6	42.0
OCUPACION				
Dirigente	14.5	31.9	16.8	36.8
Trabajador administrativo	13.3	28.7	14.6	43.5
Técnico	15.0	28.6	15.3	41.1
Obrero	13.2	36.1	16.2	34.6
Trabajador de los servicios	13.2	29.6	14.3	42.9
Buscando trabajo	18.9	33.3	15.6	32.2
Estudiando	21.8	36.9	13.3	28
Quehaceres del hogar	4.9	11.3	14.1	69.7
Jubilado/pensionado	4.3	12.2	14.1	69.5
No realiza ninguna actividad	11.8	22.3	15.4	50.5
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	13.7	31.7	15.6	39
No estatal privado	15.0	33.4	14.9	36.7
No estatal mixto	14.0	28.1	14.4	43.6
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	15.3	27.4	14.8	42.5
Cultura	31.1	28.9	11.0	29.0
Hotel/Restaurante	11.8	33.2	14.3	40.7
Educación	13.9	29.3	15.1	41.7
Salud pública	12.0	27.1	14.5	46.4
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	14.3	36.9	12.1	36.6
Ciencia e Innovación Tecnológica	17.5	26.7	19.2	36.6
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	10.1	32.6	20.5	36.9
Industria Manufacturera	13.9	30.8	13.9	41.3
Construcción	15.6	36.1	13.9	34.4

TABLA 43. Frecuencia con que comparten con amigos y familiares por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	69.7	22.7	2.0	5.6
La Habana	66.7	24.7	2.2	6.4
Ciudad de La Habana	71.5	23.8	1.5	3.2
Matanzas	67.6	27.1	1.3	4.0
Villa Clara	66.1	24.6	4.6	4.7
Cienfuegos	61.4	30.2	2.6	5.8
Sancti Spíritus	60.4	30.9	1.2	7.5
Ciego de Ávila	64.4	30.5	1.2	3.9
Camagüey	60.7	34.0	1.5	3.7
Las Tunas	52.7	39.6	0.8	6.9

Holguín	63.4	29.3	2.1	5.2
Granma	67.0	28.8	1.0	3.2
Santiago de Cuba	68.8	26.2	0.7	4.2
Guantánamo	75.6	21.1	1.7	1.6
Isla de la Juventud	86.9	7.2	0.8	5.1

TABLA 44. Frecuencia con que van a fiestas o guateques por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	27.5	34.0	8.8	29.7
La Habana	27.8	28.0	9.5	34.7
Ciudad de La Habana	31.7	31.8	6.5	30.0
Matanzas	28.9	36.1	6.4	28.6
Villa Clara	25.7	31.9	10.7	31.7
Cienfuegos	25.6	39.8	6.7	27.9
Sancti Spíritus	26.9	37.9	5.9	29.4
Ciego de Ávila	27.9	42.3	7.4	22.4
Camagüey	25.3	40.6	9.4	24.7
Las Tunas	16.8	41.5	6.2	35.4
Holguín	26.4	38.5	9.8	25.3
Granma	27.9	46.1	6.1	19.9
Santiago de Cuba	34.8	37.4	6.1	21.7
Guantánamo	33.5	38.6	8.8	19.1
Isla de la Juventud	51.0	22.2	3.7	23.1

TABLA 45. Frecuencia con que Participan en carnavales, parrandas, verbenas o semanas de la cultura por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	9.4	56.0	6.4	28.2
La Habana	10.2	39.3	9.8	40.8
Ciudad de La Habana	7.3	20.4	7.4	64.9
Matanzas	12.6	61.1	4.2	22.1
Villa Clara	7.1	63.2	8.1	21.5
Cienfuegos	13.9	52.8	5.8	27.5
Sancti Spíritus	7.8	66.7	3.8	21.8
Ciego de Ávila	9.1	65.3	5.8	19.7
Camagüey	3.7	68.8	5.5	22.0
Las Tunas	3.2	73.2	2.8	20.8

Holguín	7.9	62.8	7.0	22.3
Granma	7.3	72.4	3.6	16.7
Santiago de Cuba	6.2	74.4	3.4	16.0
Guantánamo	6.8	63.6	9.7	19.9
Isla de la Juventud	34.0	47.8	3.5	14.7

TABLA 46. Frecuencia con que asisten a presentaciones de libros, talleres o tertulias literarias por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	3.7	8.9	19.2	68.1
La Habana	2.8	11.0	17.8	68.4
Ciudad de La Habana	9.3	18.3	13.7	58.7
Matanzas	4.9	17.2	16.6	61.3
Villa Clara	3.0	11.5	18.8	66.6
Cienfuegos	4.4	13.7	21.7	60.2
Sancti Spíritus	1.7	6.9	15.4	76.0
Ciego de Ávila	2.1	11.7	20.2	66.0
Camagüey	1.8	10.7	24.8	62.6
Las Tunas	1.5	3.0	20.7	74.8
Holguín	2.0	8.8	25.0	64.1
Granma	2.4	11.1	23.1	63.4
Santiago de Cuba	2.2	15.9	28.5	53.4
Guantánamo	5.5	13.1	33.5	47.9
Isla de la Juventud	9.8	15.9	10.1	64.1

TABLA 47. Frecuencia con que asisten a conciertos de música clásica por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	2.0	3.0	22.3	72.7
La Habana	1.7	3.8	16.8	77.7
Ciudad de La Habana	5.4	7.9	13.6	73.1
Matanzas	2.7	4.8	22.6	69.9
Villa Clara	0.7	3.6	18.3	77.4
Cienfuegos	3.1	3.9	21.9	71.1
Sancti Spíritus	1.2	2.3	11.5	85.0
Ciego de Ávila	0.5	2.8	18.0	78.6
Camagüey	0.8	4.0	25.9	69.3

Las Tunas	0.4	1.0	20.2	78.4
Holguín	1.2	3.3	26.1	69.5
Granma	1.1	3.1	23.2	72.6
Santiago de Cuba	0.7	4.9	31.4	63.0
Guantánamo	3.8	6.6	36.0	53.6
Isla de la Juventud	4.3	3.7	13.2	78.8

TABLA 48. Frecuencia con que visitan otras provincias del país (en viajes de trabajo y/o personales) por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	7.0	22.6	40.1	30.3
La Habana	2.0	13.4	44.9	39.7
Ciudad de La Habana	5.6	30.1	20.2	44.0
Matanzas	5.8	24.6	36.2	33.4
Villa Clara	4.0	28.7	42.7	24.6
Cienfuegos	3.5	34.8	32.8	28.9
Sancti Spíritus	3.5	26.0	24.2	46.3
Ciego de Ávila	3.5	32.7	31.1	32.7
Camagüey	3.2	25.3	46.8	24.7
Las Tunas	3.8	15.2	31.1	50.0
Holguín	3.8	28.7	34.7	32.9
Granma	5.1	36.5	28.5	29.9
Santiago de Cuba	3.9	32.3	36.8	26.9
Guantánamo	3.1	30.4	41.6	24.9
Isla de la Juventud	13.9	39.6	16.2	30.3

TABLA 49. Lugares visitados por los adultos en un año

	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Tiendas	62.6	21.7	3.4	12.3
Parque	43.3	25.1	8.8	22.8
Cafeterías o restaurantes en MN	30	29.1	17.1	23.9
Ferias de artesanía y otras	13.9	18.6	17.6	50
Playas, campismos, excursiones	12	52.4	13.6	21.9
Estadios u otras instalaciones deportivas	11.7	25.6	14.8	47.9
Bibliotecas o librerías	9.4	15	15.7	59.9
Cines o Salas de Video	9.3	17.8	18.3	54.6
Discotecas y Centros nocturnos	8.8	14.2	25.6	51.4
Cafeterías o restaurantes en CUC	6.9	14.1	39.4	39.6
Joven Club de Computación	5.7	6.8	16.8	70.7
Galerías o museos	4.7	11.5	19.2	64.6

Casas de cultura, comunal o de la trova	4.6	9.9	17.8	67.7
Teatro	3.9	11.3	22.6	62.3
Centros turísticos	2.5	11.1	43.9	42.5

TABLA 50. Asistencia a parque, plazas o lugares al aire libre por variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	45.5	25.3	8	21.3
Femenino	41.1	25	9.7	24.2
EDAD				
15 - 20	65.1	20.9	5.7	8.3
21- 30	59.1	24.6	5.5	10.8
31- 40	47.7	28.5	8.4	15.4
41- 50	40.4	29.3	9.3	21
51- 60	32.3	26.5	11	30.2
60 y más	24.1	19.1	11.8	45.1
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	16.3	16.5	13.3	54
Primario	21.4	21.5	12.7	44.4
Secundaria	42.3	26.8	9.4	21.5
Obrero Calificado	48.8	29	7.3	15
Pre universitario	53.1	25.2	6.9	14.8
Técnico medio	52.4	25.5	7.4	14.7
Superior	51.3	27.9	6.8	14.1
Posgraduado	51.3	28.1	6.8	13.8
Color de la piel				
Blanco	41	25	9.3	24.7
Negro	46.8	24.8	7.6	20.7
Mestiza o mulato	47.7	25.7	8	18.6
OCUPACION				
Dirigente	45.8	29.2	8.7	16.3
Trabajador administrativo	50.9	28.4	7.7	13.1
Técnico	53.8	27.2	6.6	12.4
Obrero	40	29.4	9.4	21.2
Trabajador de los servicios	48.5	26.2	7.3	18
Buscando trabajo	58.7	25.2	6.5	9.6
Estudiando	65.5	19.7	5.6	9.2
Quehaceres del hogar	33.3	26	11	29.8
Jubilado/pensionado	26.7	19.9	11.5	41.9
No realiza ninguna actividad	40.4	22.1	8.9	28.6
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	46.2	28.5	8.1	17.1
No estatal privado	47.8	25.4	7.9	18.9
No estatal mixto	64.2	18	4.1	13.7
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	51.2	23.4	7.6	17.8

Cultura	58.7	23.9	5	12.4
Hotel/Restaurante	59.7	23.3	5	12
Educación	51.1	28.9	6.8	20.1
Salud pública	48.8	29.9	7.3	13.9
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	49.2	27.8	7.1	15.8
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	50.4	25.6	5.2	18.8
Ciencia e Innovación Tecnológica	53.6	18.5	12.6	15.3

TABLA 51. Uso de cafeterías y restaurantes en Moneda Nacional por variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	Al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	31.5	30.0	16.9	21.7
Femenino	28.5	28.2	17.2	26.1
EDAD				
15 - 20	37.9	33.0	17.0	12.0
21- 30	39.5	33.2	14.9	12.5
31- 40	32.4	34.1	16.9	16.6
41- 50	31.0	30.9	18.0	20.1
51- 60	27.8	26.9	17.7	27.7
60 y más	15.7	17.9	17.6	48.9
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	13.7	12.4	18.0	55.8
Primario	16.7	17.8	21.1	44.3
Secundaria	29.3	27.9	19.4	23.4
Obrero Calificado	32.6	33.8	15.7	17.8
Pre universitario	36.4	32.9	14.6	16.2
Técnico medio	34.5	35.2	15.3	15.0
Superior	35.4	37.5	12.2	14.9
Posgraduado	34.7	37.2	13.3	14.9
Color de la piel				
Blanco	28.8	27.7	17.9	25.6
Negro	33.8	31.1	14.2	20.8
Mestiza o mulato	31.4	31.8	16.1	20.8
OCUPACION				
Dirigente	37.1	34.8	13.9	14.2
Trabajador administrativo	32.7	37.2	16.6	13.5
Técnico	36.5	37.3	13.8	12.4
Obrero	30.8	30.3	18.4	20.5
Trabajador de los servicios	33.9	32.3	16.1	17.7
Buscando trabajo	44.5	29.0	12.9	13.6
Estudiando	37.7	33.1	16.5	12.7
Quehaceres del hogar	24.5	24.7	20.0	30.8
Jubilado/pensionado	17.7	18.3	17.6	46.4
No realiza ninguna actividad	28.6	21.9	19.7	29.7
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	33.6	33.4	16.5	16.6
No estatal privado	31.7	32.4	16.0	19.9
No estatal mixto	43.9	39.1	4.7	12.3

SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	38.8	32.8	14.1	14.3
Cultura	40.7	31.6	15.3	12.4
Hotel/Restaurante	45.2	32.7	9.6	12.4
Educación	33.1	34.5	18.0	14.5
Salud pública	35.5	34.4	14.3	15.8
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	37.9	37.0	11.2	14.0
Ciencia e Innovación Tecnológica	41.4	30.3	15.3	13.0
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	26.3	26.4	23.2	24.1
Industria Manufacturera	31.6	38.9	13.5	16.1
Construcción	34.0	31.5	15.6	18.8

TABLA 52. Uso de cafeterías y restaurantes en Divisas por variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	6.9	14.5	40.8	37.8
Femenino	7.0	13.6	38.1	41.4
EDAD				
15 - 20	8.8	17.1	47.5	26.6
21- 30	10.8	19.6	41.9	27.8
31- 40	7.7	16.8	42.6	32.9
41- 50	6.8	14.5	41.5	37.2
51- 60	5.6	10.8	38.4	45.3
60 y más	3.1	6.9	28.0	62.1
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	2.0	2.4	26.8	68.8
Primario	1.8	4.4	34.8	59.0
Secundaria	5.2	11.4	43.2	40.3
Obrero Calificado	5.4	13.1	46.4	35.2
Pre universitario	8.8	18.1	41.4	31.7
Técnico medio	10.1	20.2	38.7	31.0
Superior	13.5	23.2	34.4	28.9
Posgraduado	17.7	22.3	33.5	26.5
Color de la piel				
Blanco	7.6	13.8	38.3	40.3
Negro	5.9	17.8	39.1	37.1
Mestiza o mulato	5.7	13.0	42.5	38.8
OCUPACION				
Dirigente	11.2	18.5	39.4	30.9
Trabajador administrativo	9.3	20.8	40.3	29.6
Técnico	11.1	20.8	39.4	28.7
Obrero	5.4	12.8	43.5	38.3
Trabajador de los servicios	8.0	18.0	41.0	33.0
Buscando trabajo	9.1	18.2	45.2	27.5
Estudiando	7.6	17.4	46.8	28.2
Quehaceres del hogar	5.8	10.3	38.6	45.4
Jubilado/pensionado	3.2	6.6	29.5	60.8
No realiza ninguna actividad	5.7	10.3	39.5	44.4

TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	7.7	16.5	42.3	33.6
No estatal privado	8.2	18.9	38.5	34.4
No estatal mixto	28.1	32.3	17.2	22.3
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	11.4	19.1	37.2	32.3
Cultura	12.6	21.7	38.7	27.0
Hotel/Restaurante	16.9	26.6	30.9	25.6
Educación	7.9	15.8	44.2	32.1
Salud pública	8.2	20.5	39.3	32.0
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	11.3	22.9	32.8	33.1
Ciencia e Innovación Tecnológica	21.0	22.5	25.6	30.9
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	3.1	7.7	48.1	41.1
Industria Manufacturera	6.4	20.7	41.3	31.6
Construcción	7.4	14.9	40.3	37.5

TABLA 53. Participación en ferias de artesanía, agropecuaria, transporte por variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	13.7	19.0	17.6	49.7
Femenino	14.0	18.1	17.6	50.3
EDAD				
15 – 20	12.5	21.8	21.7	44.0
21- 30	15.8	22.0	19.3	42.9
31- 40	15.8	20.9	19.1	44.1
41- 50	16.6	20.6	17.8	45.0
51- 60	14.3	17.4	16.4	51.9
60 y más	7.9	10.1	12.8	69.2
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	4.2	6.4	12.9	76.5
Primario	6.5	7.9	15.4	70.2
Secundaria	13.2	16.1	17.9	52.9
Obrero Calificado	13.1	24.8	17.1	45.0
Pre universitario	15.6	22.0	19.2	43.2
Técnico medio	17.0	25.0	18.4	39.6
Superior	22.5	28.8	16.6	32.1
Posgraduado	25.6	32.9	16.1	25.4
Color de la piel				
Blanco	14.3	17.6	16.4	51.8
Negro	12.3	21.3	17.7	48.7
Mestiza o mulato	13.5	19.8	20.8	45.9
OCUPACION				
Dirigente	19.4	24.5	17.6	38.5
Trabajador administrativo	20.4	23.4	18.5	37.7
Técnico	19.8	27.3	19.1	33.8
Obrero	14.0	16.9	18.5	50.6
Trabajador de los servicios	15.5	21.5	17.3	45.6
Buscando trabajo	16.8	21.8	18.6	42.8

Estudiando	12.5	22.7	22.5	42.2
Quehaceres del hogar	11.7	14.3	16.8	57.2
Jubilado/pensionado	8.7	10.5	13.5	67.4
No realiza ninguna actividad	8.4	13.6	14.4	63.6
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatal	16.6	21.9	18.9	42.5
No estatal privado	13.8	19.6	14.4	52.1
No estatal mixto	28.4	27.4	9.9	34.3
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	17.4	21.7	15.4	45.5
Cultura	21.5	26.7	16.5	35.4
Hotel/Restaurante	21.8	23.0	16.3	38.9
Educación	19.5	22.8	19.9	37.8
Salud pública	17.1	23.7	18.9	40.4
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	19.6	24.6	14.4	41.4
Ciencia e Innovación Tecnológica	32.4	31.7	12.1	23.8
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	10.5	16.5	21.5	51.6
Industria Manufacturera	17.3	26.2	17.4	39.1
Construcción	17.5	19.6	16.3	46.6

TABLA 54. Asistencia a Discotecas, cabaret, centros nocturnos por variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	10.1	15.5	26.2	48.2
Femenino	7.5	12.9	25.1	54.6
EDAD				
15 – 20	28.5	23.7	28.2	19.7
21- 30	19.3	26.4	27.1	27.1
31- 40	7.4	17.7	32.0	42.9
41- 50	3.6	13.4	29.7	53.2
51- 60	1.9	6.4	23.7	67.9
60 y más	.7	1.7	13.1	84.5
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	1.6	2.4	12.8	83.2
Primario	1.6	2.9	17.4	78.1
Secundaria	9.0	11.5	28.1	51.4
Obrero Calificado	6.3	14.7	28.8	50.2
Pre universitario	12.8	20.0	27.8	39.4
Técnico medio	11.9	19.0	28.2	41.0
Superior	7.2	23.4	25.4	44.0
Posgraduado	5.1	24.3	28.0	42.5
Color de la piel				
Blanco	8.1	13.9	23.8	54.2
Negro	10.8	16.3	25.2	47.6
Mestiza o mulato	9.6	14.1	30.6	45.6
OCUPACION				
Dirigente	6.0	19.9	28.5	45.6
Trabajador administrativo	8.3	18.7	30.4	42.5

Técnico	11.5	23.8	28.7	36.0
Obrero	7.5	14.1	29.2	49.2
Trabajador de los servicios	9.4	16.8	29.0	44.8
Buscando trabajo	16.9	21.6	24.0	37.5
Estudiando	25.7	24.0	28.4	21.9
Quehaceres del hogar	3.7	7.9	24.5	63.8
Jubilado/pensionado	.7	1.8	14.7	82.8
No realiza ninguna actividad	11.3	12.5	25.0	51.1
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatat	8.7	18.1	29.6	43.6
No estatal privado	9.6	16.2	25.6	48.5
No estatal mixto	15.6	26.2	20.1	38
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	12.4	20.8	26.3	40.5
Cultura	14.2	22.2	29.1	34.5
Hotel/Restaurante	14.4	27.3	24.2	34.2
Educación	10.0	19.4	30.1	40.5
Salud pública	10.0	20.3	29.6	40.1
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	8.0	19.7	25.3	47.0
Ciencia e Innovación Tecnológica	8.1	24.3	18.9	48.7
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	4.5	10.0	34.1	51.4
Industria Manufacturera	8.4	16.2	29.5	45.9
Construcción	7.4	15.3	27.4	49.9

TABLA 55. Asistencia a Joven Club de Computación por variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	5.6	6.7	16.7	71.0
Femenino	5.8	6.8	17.0	70.4
EDAD				
15 – 20	18.8	20.5	21.5	39.2
21- 30	10.3	12.4	20.9	56.4
31- 40	5.2	5.7	21.6	67.4
41- 50	3.2	4.6	18.3	73.9
51- 60	1.7	2.3	12.7	83.4
60 y más	.3	.7	7.2	91.7
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	.6	.9	8.0	90.5
Primario	.8	1.0	9.8	88.3
Secundaria	4.8	6.0	18.3	71.0
Obrero Calificado	3.9	3.1	20.0	73.0
Pre universitario	8.3	9.5	19.0	63.2
Técnico medio	7.5	8.6	18.8	65.1
Superior	9.2	11.2	17.7	61.9
Posgraduado	12.0	10.2	20.7	57.1
Color de la piel				

Blanco	5.3	6.1	15.3	73.3
Negro	5.5	6.6	16.0	71.9
Mestiza o mulato	6.9	8.4	21.2	63.4
OCUPACION				
Dirigente	8.4	9.2	19.0	63.4
Trabajador administrativo	6.0	9.4	21.3	63.3
Técnico	11.1	12.8	19.5	56.6
Obrero	2.6	4.3	17.8	75.4
Trabajador de los servicios	3.4	4.3	20.0	72.2
Buscando trabajo	5.5	7.2	23.5	63.7
Estudiando	20.0	20.1	20.1	39.8
Quehaceres del hogar	1.7	2.4	16.6	79.4
Jubilado/pensionado	.4	.7	7.9	91.1
No realiza ninguna actividad	4.0	6.2	14.6	75.2
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	6.2	7.8	19.6	66.4
No estatal privado	2.2	3.1	15.5	79.3
No estatal mixto	3.3	6.1	12.7	77.9
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	5.0	5.3	18.6	71.2
Cultura	10.2	13.6	20.3	55.9
Hotel/Restaurante	3.2	5.5	19.2	72.1
Educación	11.5	13.5	20.3	54.7
Salud pública	7.2	9.9	21.2	61.8
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	4.4	4.4	17.1	74.1
Ciencia e Innovación Tecnológica	8.0	3.7	14.8	73.5
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	2.3	3.8	20.6	73.3
Industria Manufacturera	3.0	4.5	17.3	75.3
Construcción	3.9	5.0	17.8	73

TABLA 56. Asistencia a centros turísticos por algunas variables sociodemográficas y socioestructurales

	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
EDAD				
15 – 20	3.9	15.2	53.5	27.4
21- 30	4.7	14.8	50.2	30.4
31- 40	2.5	12.8	49.3	35.4
41- 50	2.4	12.1	45.9	39.6
51- 60	1.9	9.0	40.6	48.5
60 y más	.7	4.5	27.8	67.0
Color de la piel				
Blanco	2.6	11.7	42.7	43.0
Negro	2.3	10.3	45.0	42.4
Mestiza o mulato	2.5	9.9	46.6	41.0
OCUPACION				
Dirigente	4.0	21.6	42.8	31.6
Trabajador administrativo	4.6	15.3	47.4	32.7
Técnico	4.3	18.9	46.7	30.1

Obrero	2.3	9.4	48.0	40.3
Trabajador de los servicios	2.8	11.1	47.4	38.8
Buscando trabajo	2.4	13.7	47.2	36.6
Estudiando	3.8	14.4	54.0	27.8
Quehaceres del hogar	1.6	8.2	42.3	47.9
Jubilado/pensionado	.6	4.2	28.7	66.5
No realiza ninguna actividad	1.8	6.8	46.3	45.1
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	3.0	13.5	47.7	35.8
No estatal privado	3.2	11.3	47.2	38.3
No estatal mixto	11.0	29.9	26.0	33.1
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	3.9	15.6	44.7	35.8
Cultura	4.9	20.4	45.2	29.6
Hotel/Restaurante	8.8	19.9	40.3	31.1
Educación	2.6	14.1	49.4	33.9
Salud pública	3.2	14.3	47.1	35.4
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	4.5	15.1	40.2	40.2
Ciencia e Innovación Tecnológica	4.0	24.6	28.9	42.5
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	1.6	7.5	51.0	39.9
Industria Manufacturera	1.1	12.4	50.3	36.2
Construcción	3.1	10.4	49.2	37.3

TABLA 57. Asistencia a Bibliotecas o librerías por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	6.2	10.9	12.5	70.4
La Habana	6.5	13.2	12.0	68.3
Ciudad de La Habana	11.0	20.0	11.7	57.3
Matanzas	10.9	16.0	13.6	59.5
Villa Clara	9.9	11.6	14.4	64.1
Cienfuegos	7.2	11.9	19.3	61.6
Sancti Spíritus	7.2	8.1	11.2	73.5
Ciego de Ávila	5.8	15.7	17.7	60.8
Camagüey	10.8	12.8	18.6	57.8
Las Tunas	5.9	7.8	15.3	71.0
Holguín	9.0	14.2	17.3	59.4
Granma	12.8	16.3	15.5	55.4
Santiago de Cuba	8.2	17.7	24.1	50.0
Guantánamo	13.9	19.9	25.0	41.3
Isla de la Juventud	15.1	14.2	7.7	63.0

TABLA 58. Asistencia a Galerías de arte o museos por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	2.3	7.0	17.5	73.2
La Habana	3.1	9.9	15.1	72.0
Ciudad de La Habana	9.2	18.3	12.3	60.2
Matanzas	5.0	12.6	15.4	67.0
Villa Clara	3.5	9.1	17.7	69.7
Cienfuegos	3.0	7.8	21.3	68.0
Sancti Spíritus	1.8	4.5	14.0	79.7
Ciego de Ávila	1.1	11.7	19.9	67.3
Camagüey	3.0	9.1	25.1	62.8
Las Tunas	1.9	2.8	17.1	78.2
Holguín	3.2	10.8	20.6	65.4
Granma	8.1	14.2	18.9	58.8
Santiago de Cuba	2.8	12.0	32.0	53.2
Guantánamo	6.6	11.4	33.5	48.5
Isla de la Juventud	10.8	14.8	10.1	64.2

TABLA 59. Asistencia al teatro o por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	1.6	7.6	20.7	70.1
La Habana	3.0	8.3	20.6	68.2
Ciudad de La Habana	10.4	23.3	16.2	50.2
Matanzas	5.4	14.8	18.8	61.0
Villa Clara	1.7	5.7	22.5	70.1
Cienfuegos	3.6	9.2	23.1	64.1
Sancti Spíritus	1.2	2.0	14.0	82.8
Ciego de Ávila	0.9	9.2	21.0	68.9
Camagüey	2.3	6.0	31.1	60.7
Las Tunas	0.8	1.9	18.8	78.5
Holguín	1.0	5.6	26.5	66.9
Granma	1.5	9.1	25.5	63.9
Santiago de Cuba	2.4	14.6	28.1	54.9
Guantánamo	4.8	12.9	38.6	43.7
Isla de la Juventud	6.3	7.0	12.6	74.2

TABLA 60. Asistencia Cines o Salas de Video por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	6.4	15.1	18.7	59.7
La Habana	6.6	11.5	19.1	62.8
Ciudad de La Habana	14.0	25.3	11.9	48.8
Matanzas	8.2	11.2	17.7	62.9
Villa Clara	6.8	13.1	18.8	61.2
Cienfuegos	5.7	16.9	23.6	53.9
Sancti Spíritus	4.7	9.4	16.2	69.6
Ciego de Ávila	5.2	15.6	19.2	60.0
Camagüey	6.8	16.7	24.9	51.6
Las Tunas	4.8	10.4	19.8	64.9
Holguín	7.2	14.9	21.4	56.5
Granma	13.2	22.6	17.5	46.7
Santiago de Cuba	10.7	20.9	19.8	48.7
Guantánamo	15.4	27.0	23.9	33.7
Isla de la Juventud	22.2	16.6	7.1	54.1

TABLA 61. Frecuencia con que asisten a casas de cultura, casa comunal o de la trova por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	3.9	9.9	14.4	71.8
La Habana	3.8	6.5	14.7	75.0
Ciudad de La Habana	4.5	8.4	12.2	74.9
Matanzas	6.4	11.2	14.2	68.1
Villa Clara	5.0	7.5	15.9	71.6
Cienfuegos	2.9	6.8	19.5	70.8
Sancti Spíritus	3.1	6.0	14.1	76.8
Ciego de Ávila	3.1	10.6	19.5	66.8
Camagüey	3.5	14.2	21.3	61.0
Las Tunas	2.5	3.3	16.2	78.0
Holguín	4.0	8.1	22.1	65.8
Granma	7.4	14.7	18.5	59.4
Santiago de Cuba	4.3	13.7	27.5	54.5
Guantánamo	8.7	18.0	29.5	43.7
Isla de la Juventud	8.6	9.4	8.3	73.7

TABLA 62. Participan en ferias de artesanía, agropecuaria, de transporte por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	9.9	15.3	18.0	56.9
La Habana	13.5	16.3	12.7	57.6
Ciudad de La Habana	22.0	25.3	10.9	41.8
Matanzas	25.2	17.2	11.1	46.5
Villa Clara	9.5	16.8	17.5	56.2
Cienfuegos	13.0	17.4	20.7	49.0
Sancti Spíritus	20.5	12.7	11.7	55.1
Ciego de Ávila	6.1	19.6	15.6	58.7
Camagüey	3.2	21.5	25.2	50.2
Las Tunas	7.7	6.0	15.3	71.0
Holguín	11.7	16.3	19.3	52.7
Granma	23.5	23.7	13.8	39.0
Santiago de Cuba	5.6	19.7	29.0	45.7
Guantánamo	3.8	11.1	39.3	45.9
Isla de la Juventud	26.3	11.2	7.0	55.5

TABLA 63. Asistencia a parques, plazas o lugares al aire libre por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	30.4	25.1	13.2	31.3
La Habana	40.8	23.4	9.2	26.6
Ciudad de La Habana	53.8	19.2	5.8	21.1
Matanzas	46.9	27.5	5.7	19.8
Villa Clara	43.2	24.5	12.3	20.0
Cienfuegos	39.1	25.4	13.3	22.2
Sancti Spíritus	37.8	23.6	8.7	29.9
Ciego de Ávila	32.2	33.3	8.4	26.2
Camagüey	33.3	32.5	13.6	20.5
Las Tunas	35.2	26.9	5.7	32.2
Holguín	34.9	27.3	11.2	26.6
Granma	43.7	29.3	7.4	19.6
Santiago de Cuba	52.6	25.1	6.3	16.0
Guantánamo	49.4	23.1	10.3	17.2
Isla de la Juventud	69.1	12.9	2.6	15.4

TABLA 64. Uso de las tiendas por provincia y variables sociodemográficas y socioestructurales

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	59.5	23.2	4.5	12.8
La Habana	55.1	21.7	4.7	18.4
Ciudad de La Habana	58.7	25.7	3.1	12.4
Matanzas	61.2	23.7	2.9	12.2
Villa Clara	64.8	16.2	5.7	13.3
Cienfuegos	62.1	18.2	6.5	13.2
Sancti Spiritus	65.8	17.7	1.7	14.7
Ciego de Ávila	68.6	18.6	2.5	10.3
Camagüey	66.2	18.9	3.2	11.7
Las Tunas	73.2	14.7	1.2	10.9
Holguín	61.6	22.2	4.5	11.8
Granma	63.5	22.0	2.4	12.1
Santiago de Cuba	56.9	29.6	2.2	11.4
Guantánamo	78.1	13.2	2.8	6.0
Isla de la Juventud	78.4	13.2	0.6	7.9

TABLA 65. Uso de tiendas por variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	Al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	55.1	25.1	4	15.8
Femenino	70	18.4	2.8	8.9
EDAD				
15 - 20	69.7	21.3	2.5	6.4
21- 30	72.1	21	1.6	5.3
31- 40	69	21.9	2.8	6.3
41- 50	67.7	22.3	2.5	7.6
51- 60	58.3	24.2	3.8	13.8
60 y más	41.8	20	6.6	31.6
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	35.9	16.8	7.7	39.6
Primario	45.4	22.9	6.7	24.9
Secundaria	62.2	22.8	3.3	11.7
Obrero Calificado	59.3	24.6	4.3	11.8
Pre universitario	70.1	21.1	1.9	6.9
Técnico medio	70.1	21.2	2.2	6.5
Superior	71.4	23.3	2.3	6
Posgraduado	72.9	18.7	2.3	6.1
Color de la piel				
Blanco	62.5	20.6	3.7	13.2
Negro	60.7	24.6	2.8	11.9

Mestiza o mulato	63.6	23.3	2.8	10.3
OCUPACION				
Dirigente	62.8	25.5	2.5	9.1
Trabajador administrativo	73.1	20.3	2	4.6
Técnico	74.6	19.4	1.6	4.3
Obrero	58.2	24.6	4	13.2
Trabajador de los servicios	66.3	23.7	2.5	7.6
Buscando trabajo	63.2	27.1	3.9	5.9
Estudiando	69.9	21.6	2.2	6.4
Quehaceres del hogar	66.8	20.4	3.4	9.3
Jubilado/pensionado	45.5	19.5	5.7	29.1
No realiza ninguna actividad	57.1	19.8	4.4	18.7
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	66.6	22.6	2.7	8.4
No estatal privado	59.4	25.6	3.3	11.7
No estatal mixto	69.1	22	1.5	7.4
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	71.5	18.9	1.3	8.3
Cultura	72.9	20	2.2	4.9
Hotel/Restaurante	73.7	19.8	1.4	5.1
Educación	73.7	20.7	1.5	4.1
Salud pública	72.4	21.4	1.7	4.4
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	62.6	26.8	1.8	8.9
Ciencia e Innovación Tecnológica	62.2	24.7	6.4	6.8
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	55.9	24.7	4.6	14.7
Industria Manufacturera	61.8	26	2.8	9.4
Construcción	61.4	22.7	3.4	12.5

TABLA 66. Uso de estadios u otras instalaciones deportivas por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	11.1	22.1	16.3	50.5
La Habana	14.2	22.0	12.0	51.8
Ciudad de La Habana	12.5	20.8	13.1	53.7
Matanzas	12.6	23.7	14.0	49.7
Villa Clara	11.6	22.5	16.9	49.0
Cienfuegos	10.2	22.6	17.0	50.1
Sancti Spíritus	9.9	28.8	11.3	50.0
Ciego de Ávila	10.3	31.5	12.8	45.4
Camagüey	8.6	21.4	17.4	52.5
Las Tunas	6.1	31.8	11.4	50.7
Holguín	13.9	23.8	17.0	45.4

Granma	12.6	30.2	13.7	43.5
Santiago de Cuba	9.1	38.0	15.3	37.6
Guantánamo	15.6	29.4	23.1	31.9
Isla de la Juventud	30.0	23.4	5.6	41.1

TABLA 67. Uso de cafeterías o restaurantes en moneda nacional por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	39.0	22.2	16.4	22.3
La Habana	34.0	26.9	13.2	25.9
Ciudad de La Habana	35.0	34.7	9.1	21.2
Matanzas	38.8	27.1	11.6	22.5
Villa Clara	16.9	28.8	28.3	26.0
Cienfuegos	16.4	28.2	24.8	30.6
Sancti Spíritus	20.6	23.7	20.5	35.2
Ciego de Ávila	19.9	36.7	22.1	21.3
Camagüey	29.0	22.5	25.5	23.0
Las Tunas	23.3	29.7	14.8	32.2
Holguín	23.3	22.6	24.7	29.4
Granma	46.0	25.5	10.4	18.1
Santiago de Cuba	26.0	38.6	15.2	20.1
Guantánamo	24.6	30.8	24.6	20.1
Isla de la Juventud	65.3	19.2	2.8	12.6

TABLA 68. Uso de cafeterías o restaurantes en divisas por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	10.5	13.0	38.9	37.6
La Habana	7.4	12.7	34.1	45.8
Ciudad de La Habana	16.2	28.4	19.9	35.5
Matanzas	9.9	19.6	36.1	34.4
Villa Clara	3.5	9.7	48.7	38.2
Cienfuegos	5.3	10.4	40.8	43.5
Sancti Spíritus	2.9	6.7	33.3	57.0
Ciego de Ávila	2.5	13.2	44.6	39.8
Camagüey	2.9	9.8	51.6	35.6
Las Tunas	1.5	6.7	41.5	50.3
Holguín	4.4	8.9	43.3	43.3

Granma	1.4	4.1	47.8	46.7
Santiago de Cuba	2.8	12.0	52.3	32.9
Guantánamo	4.5	10.4	54.3	30.7
Isla de la Juventud	13.9	14.0	36.4	35.6

TABLA 69. Asistencia a Discotecas, cabaret, centros nocturnos por provincias

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	13.6	12.5	20.9	53.0
La Habana	13.7	13.4	21.0	52.0
Ciudad de La Habana	9.5	18.0	19.7	52.7
Matanzas	14.5	15.8	15.3	54.4
Villa Clara	10.8	10.1	25.6	53.4
Cienfuegos	7.9	13.9	24.0	54.3
Sancti Spíritus	8.8	12.0	18.6	60.6
Ciego de Ávila	6.7	15.5	21.3	56.5
Camagüey	7.7	13.9	30.3	48.1
Las Tunas	3.7	10.3	29.4	56.6
Holguín	4.6	12.4	28.6	54.4
Granma	6.7	15.5	28.9	48.9
Santiago de Cuba	5.4	13.6	42.2	38.8
Guantánamo	6.9	14.8	36.6	41.7
Isla de la Juventud	22.5	11.6	9.6	56.4

TABLA 70. Asistencia a centros turísticos por provincia

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	3.0	14.9	50.3	31.8
La Habana	4.3	11.1	39.5	45.1
Ciudad de La Habana	4.1	15.6	33.3	47.0
Matanzas	3.9	10.0	42.2	44.0
Villa Clara	1.2	10.4	46.1	42.3
Cienfuegos	3.7	8.7	42.8	44.7
Sancti Spíritus	0.9	9.3	35.6	54.2
Ciego de Ávila	2.4	17.3	37.9	42.4
Camagüey	1.4	7.3	54.4	36.9
Las Tunas	0.6	5.8	43.6	50.0
Holguín	1.9	11.1	43.1	43.8

Granma	1.1	8.0	50.1	40.7
Santiago de Cuba	1.3	8.2	54.1	36.4
Guantánamo	2.9	9.5	54.7	32.9
Isla de la Juventud	7.1	9.7	41.7	41.5

TABLA 71. Asistencia a playas, campismos o excursiones

	Al menos una vez mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Pinar del Río	9.1	50.3	17.5	23.0
La Habana	14.9	50.3	11.2	23.7
Ciudad de La Habana	26.8	45.1	8.2	19.9
Matanzas	22.7	48.6	9.4	19.2
Villa Clara	5.5	57.7	15.9	21.0
Cienfuegos	8.3	53.6	13.7	24.5
Sancti Spíritus	6.0	49.3	13.9	30.9
Ciego de Ávila	6.3	55.2	14.4	24.1
Camagüey	3.6	55.7	20.8	19.9
Las Tunas	3.0	63.5	7.0	26.5
Holguín	4.6	59.4	13.9	22.0
Granma	6.1	48.4	19.9	25.7
Santiago de Cuba	8.2	58.2	14.5	19.1
Guantánamo	7.2	54.2	21.2	17.4
Isla de la Juventud	42.2	31.5	4.6	21.7

TABLA 72. Frecuencia de lecturas en adultos¹⁶⁴

	Lectura de algún libro			Ninguno pero le gustaría	Ninguno
	Al menos 10	e/ 3 y 5	2 ó menos		
%	8	14	20.9		
% Total	42.9			9.9	47.3

TABLA 73. Frecuencia de lecturas en adultos según el sexo.

SEXO	2 ó menos	Ninguno pero le gustaría	Ninguno
Femenino	39.5	10	50.6
Masculino	46.4	9.7	43.9

¹⁶⁴ Nos referimos a la población de 15 años en adelante

TABLA 74. Frecuencia de lecturas en adultos según la edad

EDAD	Al menos 10	e/ 3 y 5	2 ó menos
15 - 20	11	21.1	30.7
21- 30	10.6	18.7	26.2
31- 40	8.2	14.4	20.9
41- 50	7.7	14	21.1
51- 60	7	11.8	17
60 y más	5.3	7.4	13.7

TABLA 75. Frecuencia de lecturas en adultos según las características socio estructurales¹⁶⁵.

OCUPACION	al menos 10	e/ 3 y 5	2 ó menos	Ninguno
Dirigente	17	20	24.5	38.5
Trabajador administrativo	8.1	22.1	26.7	43.1
Técnicos	17.1	26.3	27.3	29.3
Obrero	3.4	8.1	16.7	71.8
Trabajadores de los servicios	5.7	12.9	20.9	60.6
Buscando trabajo	6.4	15.3	21	57.3
Estudiando	13.1	23	32.4	31.5
Quehaceres del hogar	5.1	9.5	17.4	68
Jubilado/pensionado	5.1	7.7	14.8	72.4
No realiza ninguna actividad	3.7	7.5	16.8	72.1
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatal	9.5	16.2	22	52.3
No estatal privado	5.3	11.5	18.6	64.6
No estatal mixto	10.5	22	26.4	41
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	5.6	14.6	21.5	58.4
Cultura	16.8	24.7	23.8	34.6
Hoteles y Restaurantes	7.3	16.9	22.8	53
Educación	20	25.1	24.4	30.5
Salud Publica	13.3	20.8	25.2	40.8
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	7.3	14.8	22.4	55.5
Ciencia e Innovación Tecnológica	12.4	28.9	24.7	34
Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca	3.5	7.4	14.7	74.5
Industria Manufacturera	6.6	10.8	20.2	62.3
Construcción	4.5	13.2	21.3	60.9

¹⁶⁵ Este tipo de variables se refiere a la ocupación, el tipo de trabajador y el sector de actividad dónde se labora

TABLA 76. Frecuencia de lecturas en adultos según nivel educativo

NIVEL EDUCATIVO	Al menos 10	e/ 3 y 5	2 ó menos
No alcanza nivel primario	2.3	3.6	11.3
Primario	1.5	1.7	5.9
Secundaria	4.8	11.1	19.5
Obrero Calificado	4.5	8.5	19.9
Pre universitario	9.8	17.6	26.1
Técnico medio	9.9	18.6	25.6
Superior	23.8	29.8	25.9
Posgraduado	31.6	33	22.7

TABLA 77. Frecuencia de lectura en adultos por color de la piel

	Al menos 10	e/ 3 y 5	Al menos 1
Blanco	8.4	13.9	19.7
Negro	7.1	13.6	22.1
Mestizo	7.4	14.4	23.4

TABLA 78. Frecuencia de géneros y temáticas literarias preferidas en adultos

GÉNEROS	%
Novela	38.3
Cuento	29.6
Ensayo	3.8
Poesía	14.2
Historietas y fotonovelas	14.6
Biografías y testimonios	16.5
TEMÁTICAS	%
Histórico/Político Social	24.5
Policiaco/Suspense	31.4
Aventura	26.3
Científico Técnico	12.9
Ciencia Ficción/Fantástico	10.4
Horror	5.6
Cocinería/Jardinería/ Manualidad	9.7
Romántica	23.6

TABLA 79. Criterios de selección para escoger un libro en adultos

CRITERIOS	%
Género	49,9
Críticas o premios recibidos	6,9
Nacionalidad	10,6
Director/Autor	28,5
Intérpretes/Personajes	11,6
Título	32,2

TABLA 80. Vías por las que accede a los libros en adultos

	No respuesta	Compra	Préstamo o regalo	Préstamo bibliotecario	Alquiler	Otro
%	57,1	17,1	18,5	5,6	0,4	1,2

TABLA 81. Frecuencia con que fue a presentaciones de libros en los 12 meses anteriores en adultos

	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
%	16,9	20,5	62,7

TABLA 82. Frecuencia con que fue a presentaciones de libros en adultos según variables sociodemográficas¹⁶⁶ y socioestructurales.

SEXO	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Femenino	4,5	13,8	21,2	60,4
Masculino	3,8	11,5	19,8	65
EDAD				
15 - 20	5,7	20,4	25	49
21- 30	5,9	17,9	23,4	52,9
31- 40	4,5	13,4	23	59
41- 50	4,2	13,2	20,6	61,9
51- 60	3,6	9,1	19,8	67,5
60 y más	1,8	5,2	13,3	79,8
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	1	2,8	11,9	84,2
Primario	0,4	3	15,2	81,4
Secundaria	2,8	9,1	20,6	67,4
Obrero Calificado	4,4	6,8	20,8	67,9
Pre universitario	5,2	16,8	23,5	54,5
Técnico medio	5,9	17,9	21,3	54,9
Superior	10,1	26	22,9	41
Posgraduado	16	30,1	18,8	35
OCUPACION				
Dirigente	6,2	20,6	23,4	49,9
Trabajador administrativo	5,4	17,6	25,4	51,6
Técnico	9,5	24,3	23,3	42,9
Obrero	2,4	8	19,7	69,9
Trabajador de los servicios	3,2	12,2	22,5	62,1
Buscando trabajo	7,3	13,3	21,1	58,4
Estudiando	5,8	22,8	25,3	46,9
Quehaceres del hogar	2,5	7,9	19,8	69,9
Jubilado/pensionado	1,9	4,9	14,3	78,9
No realiza ninguna actividad	3	8	16,9	72,2

¹⁶⁶ Aquí se incluye el sexo, la edad y el nivel educativo

TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	5,1	15,3	22,6	57
No estatal privado	1,7	10,4	16,4	71,5
No estatal mixto	13,6	22,2	17,5	46,7
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	3,7	16	18,6	61,6
Cultura	13,5	27,2	20,1	39,2
Hotel/Restaurante	4,9	17,2	24,6	53,6
Educación	7,7	24,4	24,4	43,5
Salud pública	6,1	17,8	24,3	51,8
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	5,6	14,1	19,2	61,1
Ciencia e Innovación Tecnológica	13,3	20,5	15,4	50,7
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	1,4	6,5	23,6	68,5
Industria Manufacturera	2,6	13,9	18,6	64,9
Construcción	4,3	10,5	20,6	64,7

TABLA 83. Asistencia a bibliotecas y librerías en 12 meses en adultos

	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
%	24,4	15,7	59,9

TABLA 84. Asistencia a bibliotecas y librerías en 12 meses en adultos según variables sociodemográficas y socioestructurales.

SEXO	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Femenino	10,8	16,3	15,3	57,5
Masculino	8	13,7	16	62,2
EDAD				
15 - 20	22,5	27,9	14,9	34,7
21- 30	14,1	22,2	16,5	42,2
31- 40	8,9	15,9	18	57,1
41- 50	8,1	13,6	17,6	60,7
51- 60	5,6	10,5	15,2	68,7
60 y más	2,6	5,5	11,4	80,5
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	0,9	3,5	10,2	85,3
Primario	1,4	4	13,1	81,5
Secundaria	7	11,8	16,5	64,7
Obrero Calificado	6,4	10,6	17,4	65,6
Pre universitario	12,1	19,5	17,3	51,2
Técnico medio	10,8	20,5	16,5	52,2
Superior	25	28,6	13,8	32,7
Posgraduado	31	34	9,2	25
OCUPACION				
Dirigente	15,4	21,5	17,6	45,5

Trabajador administrativo	13	21,1	20,8	45,1
Técnico	20,8	27,1	15	37,2
Obrero	4	9,7	17,3	68,9
Trabajador de los servicios	5,5	13,7	17,8	62,9
Buscando trabajo	9,2	14,4	17,5	59
Estudiando	24,8	29,6	13,7	31,8
Quehaceres del hogar	3	9,9	16,7	70,5
Jubilado/pensionado	2,9	5,6	12,2	79,2
No realiza ninguna actividad	5,9	9,9	13,3	70,9
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatal	11,1	17,3	17	54,5
No estatal privado	3,2	12,9	16,7	67,1
No estatal mixto	11,9	22,5	15,8	49,7
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	6	15,9	16	62
Cultura	25	24,1	16	34,8
Hotel/Restaurante	8,1	17,7	18,8	56,4
Educación	25,6	26,5	12,4	35,4
Salud pública	14,3	22,7	15,9	47,1
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	5,6	15,1	16,8	62,5
Ciencia e Innovación Tecnológica	22,9	18,1	12,9	46
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	3,1	8,3	20,2	68,5
Industria Manufacturera	4,5	14	16,9	64
Construcción	7,1	13,3	15,2	64

TABLA 85. Frecuencia con que fue al teatro en los doce meses anteriores

	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
%	15,2	22,6	62,3

TABLA 86. Frecuencia con que fue al teatro en los doce meses anteriores según la edad, el nivel educativo y sexo

EDAD	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca, pero me gustaría	Nunca
15 - 20	6,8	17,9	27,0	48,4
21- 30	5,9	16,2	24,9	53,0
31- 40	3,8	11,2	24,7	60,4
41- 50	3,8	11,4	24,2	60,6
51- 60	2,3	9,1	21,2	67,4
60 y más	1,9	5,2	15,1	77,8
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	1	2,7	13,1	83,1
Primario	0,9	2,8	16,5	79,8

Secundaria	2,5	7,4	23.0	67.2
Obrero Calificado	4,2	8,8	20.5	66.5
Pre universitario	4,5	14,9	24.4	56.2
Técnico medio	5,9	16,9	25.3	52.0
Superior	9,4	24	26.2	40.4
Posgraduado	13,3	25,6	25.5	35.5
SEXO				
Masculino	3.4	10.4	21.0	65.3
Femenino	4.4	12.3	24.1	59.3

TABLA 87. Frecuencia con que fue al teatro en los doce meses anteriores según variables socioestructurales

OCUPACION	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Dirigente	21,6	26,2	52,2
Trabajador administrativo	22,2	26,3	51,5
Técnico	28,4	28,3	43,4
Obrero	8,1	21,5	70,4
Trabajador de los servicios	16,3	21,7	62,1
Buscando trabajo	18,6	22,8	58,6
Estudiando	27,4	26	46,6
Quehaceres del hogar	9,3	23,1	67,6
Jubilado/pensionado	7,4	15,8	76,7
No realiza ninguna actividad	9.0	19,7	71,3
TIPO DE TRABAJADOR			
Estatad	17,3	25	57,7
No estatal privado	12,6	16,5	71
No estatal mixto	38,4	17,5	44,1
SECTOR DE ACTIVIDAD			
Comercio	16,9	20,9	62,2
Cultura	37,1	26,9	36
Hotel/Restaurante	23,2	22,6	54,1
Educación	23,7	30,5	45,8
Salud pública	21,8	26,6	51,6
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	19,5	21	59,5
Ciencia e Innovación Tecnológica	39,5	16	44,5
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	4,3	25,6	70,2
Industria Manufacturera	15,9	20,9	63,1
Construcción	15,3	17,8	66,8

TABLA 88. Preferencias de géneros teatrales en población adulta

GÉNEROS TEATRALES	%
Humorísticas	56,4
Musicales, de variedades y/o circenses	22,3
Dramáticas	22,1
Ballet	10,8
Danza moderna o folklórica	8,6
Teatro para niños (guiñol, títeres, otros)	8,3
Comunitarias	4,7
Zarzuelas y/o óperas	3,7

TABLA 89. Criterios de selección para escoger una obra de teatro

CRITERIOS DE SELECCIÓN	%
Género	39
Críticas o premios recibidos	8,1
Nacionalidad	9,3
Director/Autor	16,6
Intérpretes/Personajes	30,9
Título	16,1

TABLA 90. Frecuencia con que escuchó música según la edad

	Al menos una vez por día	al menos una vez por semana pero no todos los días	nunca pero me gustaría	Nunca
Escuchar música	71.6	18.6	2.5	7.3
EDAD				
15-20	85.4	12.9	0.8	0.9
21-30	83.4	13.8	1.2	1.6
31-40	76.7	17.8	2.7	2.8
41-50	72.3	20	2.6	5.2
51-60	64	23	3.5	9.4
60 y más	53.3	21.8	3.7	21.2

TABLA 91. Frecuencia con que escuchó música según nivel educativo y variables socioestructurales

Nivel Educativo	al menos 1 vez al día	Al menos una vez por semana pero no todos los días	Nunca pero me gustaría	Nunca
Ninguno	46.5	17.4	6.3	29.8
Primario	56.9	20.8	4.6	17.7
Secundaria básica	72.8	18.9	2.4	5.8
Obrero calificado	70.7	22.4	1.3	5.5
Preuniversitario	77.8	17	1.7	3.4

Técnico medio	79.9	17.2	1.5	3.4
Superior	75.2	19.9	1.8	3.1
Posgraduado (Msc o Dr)	74.8	20.3	1	3.9
OCUPACION				
Dirigente	73.4	20.5	1.6	4.5
Trabajador administrativo	75.3	19.1	2.0	3.7
Técnico	79.4	16.6	1.4	2.6
Obrero	70.4	21.3	2.9	5.4
Trabajador de los servicios	75.1	18.7	2.4	3.7
Buscando trabajo	76.7	18.2	2.1	3.0
Estudiando	84.7	13.2	0.8	1.3
Quehaceres del hogar	70.0	17.6	3.4	9.0
Jubilado/pensionado	55.9	21.3	3.6	19.2
No realiza ninguna actividad	68.9	18.0	2.1	11.1
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	74.2	19.5	2.2	4.1
No estatal privado	75.1	17.8	2.9	4.2
No estatal mixto	82.5	14.5	1.8	1.1
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	79.7	18.4	2.1	3.4
Cultura	83.2	12.7	1.6	2.5
Hotel/Restaurante	77.9	17.5	0.7	3.9
Educación	76.8	18.3	2.0	2.9
Salud pública	74.8	20.4	1.7	3.1
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	76.1	20.9	0.8	2.2
Ciencia e Innovación Tecnológica	80.1	8.9	1.1	9.8
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	66.3	22.5	3.7	7.5
Industria Manufacturera	76.5	19.3	1.6	2.5
Construcción	72.0	19.9	2.4	5.7

TABLA 92. Preferencias musicales en adultos

TIPOS DE MUSICA	%
Romántica (Baladas, Boleros)	74,6
Popular bailable, (Casino, Salsa, Merengue)	64,2
Mexicana, Ranchera	30,8
Reggaetón	26,7
Campesina	21,5
Tradicional	20,7
Discoteca, House, Tecno	13,3
Nueva Trova	12,2
Clásica	8,4
Pop	7,5
Rock	4,4
Rap, Hip Hop	4,2
Jazz/Blues	1,8

TABLA 93. Soportes en los que se disfruta la música

SOPORTES	%
La Radio y/o Televisión	89,8
Reproductor de música digital (mp3, mp4)	4,2
Equipo de música	24,0
Computadora	4,4
Video/DVD/VCD	19,4

TABLA 94. Frecuencia de asistencia a espectáculo en vivo según el tipo de música

TIPO DE MÚSICA	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Clásica	6.7	21.3	72
Popular	15.2	22	62.8

TABLA 95. Asistencia a espectáculos de música clásica según características sociodemográficas y socioestructurales

Sexo	al menos 1 vez por día	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	2.3	4.3	20.4	73.0
Femenino	2.2	4.7	22.1	71.0
EDAD				
15 - 20	4	7.1	26.7	62.2
21- 30	3.3	5.8	25.6	65.2
31- 40	1.8	4.6	24.1	69.5
41- 50	2	4.9	21.8	71.4
51- 60	1.9	3.5	19.2	75.5
60 y más	1.3	2.3	12.4	84
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	0.5	0.5	11.7	87.3
Primario	0.4	0.9	13.7	85
Secundaria	1.7	3	19.8	75.5
Obrero Calificado	3.2	3.4	17.8	75.6
Pre universitario	2.5	5.8	24.9	66.9
Técnico medio	2.8	6.6	24.3	66.3
Superior	6	10.5	28.4	55.1
Posgraduado	9.6	11.4	30	48.9
OCUPACION				
Dirigente	3.2	6.2	26.6	64
Trabajador administrativo	3.4	6.2	27.7	62.7
Técnico	4.7	8.8	28.3	58.3
Obrero	1.4	3.1	18.9	76.6
Trabajador de los servicios	2	3.9	21.4	72.6
Buscando trabajo	4	6.7	19.9	69.4
Estudiando	4	6.2	27.5	62.3
Quehaceres del hogar	0.9	2.7	19.3	77.1

Jubilado/pensionado	1	2.4	13.5	83
No realiza ninguna actividad	1.2	4.1	19.8	74.9
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatal	2.6	5.2	24.2	68
No estatal privado	2.1	4.5	13.8	79.7
No estatal mixto	8.8	10.7	20.1	60.4
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	2.2	5.3	19.7	72.8
Cultura	7.2	13	29.6	49.9
Hotel/Restaurante	3.2	5.7	26	65.1
Educación	3.4	7.3	29.9	59.5
Salud pública	2.7	6.5	26.3	64.6
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	1.9	5.1	17.2	75.7
Ciencia e Innovación Tecnológica	11.7	16.1	15	57.2
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	0.9	2.4	22.1	74.6

TABLA 96. Asistencia a espectáculos de música popular según características sociodemográficas y socioestructurales

Sexo	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	5.4	11.1	21.1	62.4
Femenino	4.1	9.9	22.9	63.1
EDAD	al menos 1 vez al mes	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
15 - 20	10.9	21.4	27.3	40.4
21- 30	9	17.4	25.7	48
31- 40	3.9	10.5	25.8	59.8
41- 50	3.6	9	23.2	64.2
51- 60	2.5	6.7	19.6	71.2
60 y más	1.5	2.9	12.4	83.3
Color de la piel				
Blanco	4.3	9.0	21.6	65.2
Negro	6.0	13.7	20.5	59.7
Mestizo o mulato	5.4	13.0	23.8	57.7
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	1	2.6	11.9	84.5
Primario	1.1	3	14.8	81.1
Secundaria	4.2	8.6	22.3	64.9
Obrero Calificado	6.2	11	18.8	64
Pre universitario	6.3	14.3	24.9	54.5
Técnico medio	6.4	14.1	24.7	54.7
Superior	6.7	16.2	25.6	51.5
Posgraduado	10.9	14.9	26.7	47.5

OCUPACION				
Dirigente	5.7	10.7	26.5	57.1
Trabajador administrativo	5	13.8	28.1	53.1
Técnico	7.9	16.8	27.2	48.1
Obrero	3.4	8.3	22	66.3
Trabajador de los servicios	5.1	11.1	23	60.8
Buscando trabajo	7.5	16.1	22.7	53.7
Estudiando	11	22.9	26.2	39.9
Quehaceres del hogar	1.9	5.6	20.9	71.6
Jubilado/pensionado	1.7	3.1	13.5	81.7
No realiza ninguna actividad	3.9	9	19.3	67.8
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatal	5.3	11.7	25.2	57.9
No estatal privado	3.9	11.4	15.9	68.8
No estatal mixto	11.1	18.3	22.6	47.9
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	5.1	13.4	21.1	60.5
Cultura	14.5	19.6	25.7	40.2
Hotel/Restaurante	8.5	14	25.9	51.6
Educación	6.5	14.5	29.5	49.5
Salud pública	5.1	13.7	26.4	54.9
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	5.3	13.9	19.8	61.1
Ciencia e Innovación Tecnológica	11.6	15.5	16.3	56.6
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	1.6	5.3	26.1	67
Industria Manufacturera	2.8	11.8	20.9	64.6
Construcción	4.5	12.2	21.1	62.1

TABLA 97. Frecuencia de asistencia a galerías de arte o museos en los 12 meses anteriores

	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
%	16.2	19.2	64.6

TABLA 98. Prácticas culturales.

	1998	2009
Ver Televisión	87.5	95.7
Oír radio	82.7	79.1
Leer periódicos y revistas	51.3	72.3
Películas	63.4	70.7
Compartir con amigos y familiares	57.8	94.1
Actividades Infantiles	12.8	33.7
presentaciones libros o tertulias	3.1	20.1
Recitales música pop.	24.6	18.2
Conciertos música clásica.	2.8	8.2
Bibliotecas./librerías	8.2	27.2
Galerías arte/museos	8.4	19.0

Teatro	6.4	18.8
--------	-----	------

TABLA 99. Frecuencia de asistencia a galerías y museos según variables sociodemográficas.

SEXO	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Femenino	14.7	18.7	66.6
Masculino	17.8	19.6	62.5
EDAD			
15 - 20	28.4	24.1	47.5
21- 30	21.7	23	55.3
31- 40	17.4	20.9	61.6
41- 50	16.4	19.5	64.1
51- 60	11.8	18.1	70
60 y más	6.6	11.8	81.6
NIVEL EDUCATIVO			
No alcanza nivel primario	3.1	11.3	85.6
Primario	3.6	13.9	82.4
Secundaria	11.8	18.9	69.4
Obrero Calificado	9	20.6	70.4
Pre universitario	20.8	21.9	57.3
Técnico medio	22.2	21.3	56.6
Superior	37	21.3	41.6
Posgraduado	45.2	20.9	33.9

TABLA 100. Frecuencia de asistencia a las casas de cultura

	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
Casas de cultura, comunal o de la trova	4.6	9.9	17.8	67.7

TABLA 101. Frecuencia con que fue a casas de cultura según edad y nivel educativo

EDAD	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
15 - 20	30.1	20.4	49.4
21- 30	21.4	19.5	59.1
31- 40	14.1	20.7	65.1
41- 50	12.5	19.1	68.4
51- 60	9.8	17.1	73.1
60 y más	5.7	11.1	83.1
NIVEL EDUCATIVO			
No alcanza nivel primario	2.7	11.4	85.9
Primario	5	14.6	80.4
Secundaria	13.1	18.1	68.9
Obrero Calificado	14.9	18.7	66.4

Pre universitario	19.1	19.5	61.3
Técnico medio	18	17.5	64.4
Superior	21.5	20.7	57.8
Posgraduado	23.4	24.8	51.8

TABLA 102. Frecuencia con que fue a casas de cultura según variables socioestructurales.

OCUPACION	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Dirigente	19.1	20.3	60.6
Trabajador administrativo	16.2	21.6	61.9
Técnico	23.2	21	55.8
Obrero	11.9	17.5	70.6
Trabajador de los servicios	13.2	18.2	68.6
Buscando trabajo	17.4	16.1	66.6
Estudiando	30.1	21.3	48.7
Quehaceres del hogar	8	18	74
Jubilado/pensionado	6.1	12.2	81.8
No realiza ninguna actividad	10.2	16.8	72.9
TIPO DE TRABAJADOR			
Estatal	16.6	19.9	63.4
No estatal privado	12.5	12.5	75
No estatal mixto	13.1	11.7	75.1
SECTOR DE ACTIVIDAD			
Comercio	14.6	15.1	70.3
Cultura	39.8	15.7	44.5
Hotel/Restaurante	14.3	17.4	68.3
Educación	25.3	21.2	53.5
Salud pública	17.2	21.7	61.2
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	11.4	16.1	72.5
Ciencia e Innovación Tecnológica	15.9	11.4	72.7
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	9.3	22	68.8
Industria Manufacturera	11.5	18.1	70.4
Construcción	16.4	15.6	68

TABLA 103. Frecuencia de prácticas relacionadas con los medios audiovisuales en adultos

PRÁCTICAS	Al menos 1 vez por semana	Nunca, pero me gustaría	Nunca
Ver videos o DVD	49	20.5	30.6
Escuchar radio	79.5	4.9	15.7
Leer periódicos o revistas	68.4	6.9	24.7
Ver televisión	94.3	1.7	3.9
Jugar o ver jugar Videojuegos	13.7	13.7	72.7

TABLA 104. Frecuencia con que vio TV según variables sociodemográficas y socioestructurales.

SEXO	al menos 1 vez al día	al menos 1 vez por semana	Nunca pero me gustaría	Nunca
Masculino	87.2	6.9	1.9	4.1
Femenino	89.9	4.8	1.5	3.8
EDAD				
15 - 20	92.9	5.4	0.6	1.0
21- 30	91.1	5.7	1.1	2.1
31- 40	89.8	6.4	1.5	2.4
41- 50	89.5	5.7	1.7	3.1
51- 60	87.3	6.5	1.9	4.3
60 y más	82.6	5.2	2.9	9.3
NIVEL EDUCATIVO				
No alcanza nivel primario	73.3	7.5	3.5	15.7
Primario	80.2	7.2	3.5	9.1
Secundaria	89.0	6.3	1.7	3.1
Obrero Calificado	89.2	6.8	1.3	2.7
Pre universitario	91.3	5.5	1.2	2.1
Técnico medio	92.8	4.4	1.0	1.8
Superior	93.1	4.3	0.9	1.7
Posgraduado	91.9	5.7	1.2	1.3
Color de la piel				
Blanco	89.1	5.4	1.6	4.0
Negro	87.6	6.2	1.9	4.3
Mestiza o mulato	87.6	6.7	2.0	3.7
OCUPACION				
Dirigente	91.0	5.8	0.6	2.6
Trabajador administrativo	92.5	4.1	1.1	2.2
Técnico	93.0	4.7	0.8	1.4
Obrero	86.6	7.4	2.1	3.9
Trabajador de los servicios	89.0	6.7	1.8	2.4
Buscando trabajo	90.7	6.8	1.0	1.5
Estudiando	93.2	5.1	0.7	1.1
Quehaceres del hogar	88.0	4.9	2.2	4.9
Jubilado/pensionado	84.0	5.5	2.3	8.2
No realiza ninguna actividad	82.7	6.8	3.1	7.4
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatal	89.9	6.0	1.4	2.6
No estatal privado	85.9	7.9	2.1	4.0
No estatal mixto	90.3	6.2	1.6	1.9
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	90.4	5.7	1.3	2.6

Cultura	89.3	7.3	1.2	2.2
Hotel/Restaurante	91.8	4.3	2.1	1.8
Educación	92.0	4.7	1.0	2.2
Salud pública	90.7	5.9	1.1	2.2
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	90.7	7.0	0.6	1.7

TABLA 105. Frecuencia con que oyó radio según variables sociodemográficas

SEXO	Al menos 1 vez por semana	Nunca pero me gustaría	Nunca
Femenino	80	4.9	15.2
Masculino	79	4.8	16.2
EDAD			
15 - 20	75.9	4.6	19.5
21- 30	79.4	4.9	15.7
31- 40	80.1	5.3	14.6
41- 50	81.9	4.7	13.4
51- 60	82.5	4.8	12.6
60 y más	76.4	4.7	19
NIVEL EDUCATIVO			
No alcanza nivel primario	66.2	7	26.8
Primario	76.2	5.6	18.2
Secundaria	79.8	4.8	15.4
Obrero Calificado	81.5	4.6	13.9
Pre universitario	81.8	4.4	13.7
Técnico medio	80.3	4.9	14.8
Superior	81.6	4.1	14.3
Posgraduado	80.2	4	15.9

TABLA 106. Frecuencia con que oyó radio según variables socioestructurales

OCUPACION	Al menos 1 vez al día	Al menos 1 vez por semana	Nunca, pero me gustaría	Nunca
Dirigente	4.4	4.9	4.4	3.8
Trabajador administrativo	2.8	2.9	2.3	1.9
Técnicos	14.6	16.3	13.4	12.5
Obrero	18.5	18.8	18.4	16.9
Trabajadores de los servicios	11.6	13.1	12.6	10.1
Buscando trabajo	1.2	1.6	1.8	1.6
Estudiando	9.1	13.2	8.6	11.9
Quehaceres del hogar	16	12.1	15.5	15.5
Jubilado/pensionado	17.5	12.2	17.1	18.8
No realiza ninguna actividad	2.6	3.5	3.2	4
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatal	89.8	88.6	89.1	87.1

No estatal privado	7.8	7.7	7.8	9.5
No estatal mixto	2.4	3.7	3.1	3.4
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	10.6	10.5	9	12.2
Cultura	6.3	5.8	6.6	4.8
Hoteles y Restaurantes	5.2	6.5	4.5	5.4
Educación	15.1	14.7	13	13.6
Salud Publica	14.1	15.3	13.8	14
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	7.4	8.4	7.9	8.7
Ciencia e Innovación Tecnológica	0.7	1	0.1	0.7
Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca	23.1	20.9	29.2	22.5
Industria Manufacturera	10.4	9.2	6.9	10.7
Construcción	7.1	7.6	9	7.3

TABLA 107. Frecuencia de lectura de periódicos y revistas según variables sociodemográficas y socioestructurales

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana	Nunca, pero me gustaría	Nunca
Masculino	43.7	26.0	6.7	23.6
Femenino	38.4	28.7	7.0	25.9
Edad				
15 - 20	28.0	37.6	7.8	26.6
21- 30	37.7	32.5	7.0	22.8
31- 40	41.4	30.2	6.8	21.7
41- 50	47.8	26.3	6.1	19.8
51- 60	46.4	24.5	7.0	22.2
60 y más	40.0	17.5	7.1	35.4
Nivel educativo				
ninguno	17.3	12.5	9.6	60.7
Primario	25.7	21.7	10.5	42.1
Secundaria	34.3	30.8	7.6	27.3
Obrero Calificado	45.0	25.2	6.4	23.4
Pre universitario	46.6	30.2	6.0	17.2
Técnico medio	50.7	28.9	5.0	15.4
Superior	67.9	21.7	3.1	7.2
Posgraduado	73.8	15.5	3.2	7.5
OCUPACION				
Dirigente	62.8	22.1	3.7	11.4
Trabajador administrativo	56.8	27.8	3.1	12.2
Técnicos	58.2	26.3	4.8	10.6

Obrero	35.8	29.6	8.2	26.4
Trabajadores de los servicios	43.9	28.7	6.1	21.2
Buscando trabajo	38.0	33.0	6.8	22.3
Estudiando	30.6	38.8	7.2	23.4
Quehaceres del hogar	29.4	27.5	9.2	33.8
Jubilado/pensionado	42.6	18.7	6.7	32.0
No realiza ninguna actividad	23.4	28.3	7.3	41.0
TIPO DE TRABAJADOR				
Estatad	47.8	27.9	6.0	18.3
No estatal privado	38.8	26.0	8.4	26.8
No estatal mixto	56.8	26.0	.8	13.3
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	48.0	24.1	5.4	22.5
Cultura	57.5	24.4	3.9	14.2
Hoteles y Restaurantes	49.4	31.1	5.2	14.2
Educacion	56.8	26.8	3.6	12.9
Salud Publica	48.2	29.3	6.1	16.4
Transporte,Almacenamiento y Comunicaciones	52.5	29.5	4.2	13.8
Ciencia e Innovacion Tecnologica	69.9	14.4	2.2	13.5
Agricultura,Ganaderia,Caza,Silvicultura y Pesca	29.2	29.2	11.2	30.5
Industria Manufacturera	45.9	28.2	4.4	21.5
Construcción	45.7	30.0	6.8	17.5

TABLA 108. Frecuencia en el uso del video o DVD en adultos según variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	Al menos 1 vez al día	Al menos 1 vez por semana	Nunca, pero me gustaría	Nunca
Masculino	24,4	25,9	20,2	29,5
Femenino	24,2	23,4	20,8	31,7
EDAD				
15 - 20	39,3	36,5	13,5	10,7
21- 30	34,5	32,4	17,5	15,7
31- 40	26,2	26,2	24,2	23,5
41- 50	24,1	24,2	23,9	27,8
51- 60	17,4	19,6	23,4	39,6
60 y más	10,7	14	17,2	58
NIVEL EDUCATIVO				
ninguno	6,7	9,6	19,5	64,2
Primario	9,6	12,2	22,1	56,1
Secundaria	22,4	24,2	22,9	30,5
Obrero Calificado	26,3	20,9	24,7	28,1

Pre universitario	30,4	29,5	19,5	20,6
Técnico medio	32	29,6	18,5	19,8
Superior	33,3	32,6	14,8	19,3
Posgraduado	34,4	32,6	16,1	16,9
SECTOR				
Estatal	26,5	27,4	22	24,1
No estatal privado	26,3	25,2	21,5	27
No estatal mixto	42,2	30,4	9,3	18,1
OCUPACION				
Dirigente	30	31,6	17,5	20,9
Trabajador administrativo	31,2	27,2	22,3	19,3
Técnicos	34,2	32,7	16,4	16,7
Obrero	20,7	23,9	25,8	29,6
Trabajadores de los servicios	25,5	24,2	23,1	27,2
Buscando trabajo	30,1	35,2	17,1	17,6
Estudiando	36,6	37,4	14,3	11,7
Quehaceres del hogar	21,3	17,9	23,6	37,2
Jubilado/pensionado	10,9	15	18,1	56
No realiza ninguna actividad	23,7	18,6	20,4	37,3
SECTOR DE ACTIVIDAD				
Comercio	30,6	25,6	20,2	23,6
Cultura	32,2	31,5	17,9	18,5
Hoteles y Restaurantes	33,2	34,1	16,4	16,3
Educación	31,2	30,2	18,9	19,7
Salud Publica	29,5	30,3	20,3	19,9
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	28,5	30,4	18,3	22,8
Ciencia e Innovación Tecnológica	38,8	25	10,2	26,1
Agricultura,Ganaderia,Caza,Silvicultura y Pesca	15,8	21,7	29,7	32,7
Industria Manufacturera	30,1	26,8	18,1	25
Construcción	22	27,1	24,2	

TABLA 109. Frecuencia con que fue al cine en los doce meses anteriores en adultos

	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
%	27.1	18.3	54.6

TABLA 110. Asistencia al cine o salas de video según variables sociodemográficas y socioestructurales

SEXO	1 ó 2 veces al año	Nunca pero me gustaría	Nunca
Femenino	28,9	17,3	53,8
Masculino	25,3	19,4	55,3
EDAD			
15 - 20	52,9	16,8	30,4
21- 30	41,9	17,9	40,3
31- 40	28,9	20,5	50,5
41- 50	25,2	20,2	54,6
51- 60	16,9	20	63,2

60 y más	7,7	14,1	78,2
NIVEL EDUCATIVO			
No alcanza nivel primario	6,9	14	79,1
Primario	9,2	16,4	74,4
Secundaria	26,6	19,1	54,4
Obrero Calificado	27,4	20	52,6
Pre universitario	34	18,7	47,3
Técnico medio	34,4	18,5	47,1
Superior	36,2	19,2	44,6
Posgraduado	39,1	21,3	39,5
OCUPACION			
Dirigente	33,5	18,9	47,7
Trabajador administrativo	29,4	22,5	48,1
Técnico	38,9	20,7	40,5
Obrero	24,8	19	56,1
Trabajador de los servicios	29,9	18,6	51,5
Buscando trabajo	38,8	15,1	46,1
Estudiando	52,8	16,2	31
Quehaceres del hogar	17,3	20,1	62,7
Jubilado/pensionado	8,4	14,9	76,7
No realiza ninguna actividad	22,7	16,9	60,4
TIPO DE TRABAJADOR			
Estatal	31,1	20,1	48,7
No estatal privado	26,9	16,6	56,5
No estatal mixto	35,7	9,5	54,7
SECTOR DE ACTIVIDAD			
Comercio	32,6	16,6	50,8
Cultura	47,9	17,2	34,9
Hotel/Restaurante	31,5	14,6	53,9
Educación	38,7	21,5	39,7
Salud pública	33,1	22	45
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	26,7	16,9	56,4
Ciencia e Innovación Tecnológica	37,7	11,5	50,8
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	20,3	24,5	55,2
Industria Manufacturera	28,9	17,3	53,8
Construcción	29,2	16,4	54,5

TABLA 111. Preferencias de géneros cinematográficos en adultos

GENEROS CINEMATOGRAFICOS	%
Policíacos/Acción	65,7
Dramas	29,4
Ciencia Ficción/Fantástico	23,4
Comedias	41,9

Histórico Social	10,4
Artes Marciales	30,5
Dibujos Animados	8,5
Horror/Suspense	18,3
Aventuras/ Del Oeste	25,3

TABLA 112. Criterios de selección para escoger una película en adultos

CRITERIOS DE SELECCIÓN	%
Género	65.7
Intérpretes/Personajes	46.7
Título	33.4
Nacionalidad	30.9
Director/Autor	22.9
Críticas o premios recibidos	6.7

TABLA 113. Preferencias en radio en adultos

PROGRAMAS RADIALES	%
Musicales	64,8
Informativos	54,7
Novelas	35,8
Deportivos	30,1
Humorísticos	29,6
Educativos, de asesoría y orientación	11
De participación	9,6
Infantiles	2,4

TABLA 114. Preferencias en televisión en adultos

PROGRAMAS TELEVISIVOS	%
Películas	69,7
Musicales	69,1
Telenovelas	67,3
Humorísticos	50,8
Informativos/Noticieros	42,4
Aventuras	26,1
Deportivos	24,3
Variados (combinan entrevistas, música, humor)	10,1
Documentales, Programas científicos o educativos	10
Dibujos Animados o muñequitos	5,3
Culturales	4,9
Concursos, juegos, de participación	2,7
Infantiles	1,6

TABLA 115. Preferencias en Video/VCD/DVD en adultos

PREFERENCIAS EN VIDEO	%
Películas	67,6
Novelas	51,8
Musicales	47,1
Seriales	32
entretenimiento/sorprendentes/de participación/entrevistas	16,4
Educativos y Científicos	9,2
Dibujos Animados	7,1
Noticiosos	6,3

TABLA 116. Uso de la computadora

HABITUALMENTE	A VECES	NUNCA
13.8	13.3	72.8

TABLA 117. Frecuencia de uso de la Computadora

SEXO	Habitualmente	A veces	Nunca
Masculino	12.6	12.5	74.9
Femenino	15.0	14.2	70.8
EDAD			
15 - 20	32.8	35.7	31.6
21- 30	19.6	22.9	57.4
31- 40	13.0	12.7	74.3
41- 50	14.0	10.5	75.5
51- 60	8.8	5.8	85.4
60 y más	2.4	1.6	96.0
NIVEL EDUCATIVO			
No alcanza nivel primario	1.9	1.5	96.6
Primario	1.1	1.4	97.5
Secundaria	7.1	10.2	82.7
Obrero Calificado	6.0	8.6	85.3
Pre universitario	15.6	18.2	66.2
Técnico medio	22.2	19.9	58.0
Superior	45.3	25.4	29.3
Posgraduado	62.1	19.0	18.9
Color de la piel			
Blanco	14.6	12.3	73.1
Negro	10.7	13.8	75.5
Mestiza o mulato	13.1	15.9	71.0
OCUPACION			
Dirigente	33.5	19.0	47.5
Trabajador administrativo	22.9	22.7	54.4
Técnico	39.0	29.7	31.3
Obrero	2.9	5.9	91.2
Trabajador de los servicios	7.0	9.5	83.5
Buscando trabajo	7.7	12.8	79.5
Estudiando	36.1	38.8	25.1
Quehaceres del hogar	2.0	3.4	94.6

Jubilado/pensionado	1.6	1.5	96.9
No realiza ninguna actividad	4.4	6.8	88.8
TIPO DE TRABAJADOR			
Estatad	18.1	16.1	65.8
No estatal privado	4.2	7.0	88.9
No estatal mixto	42.0	17.1	40.9
SECTOR DE ACTIVIDAD			
Comercio	13.0	10.6	76.3
Cultura	20.6	28.2	51.2
Hotel/Restaurante	14.0	12.5	73.6
Educación	34.4	27.6	38.0
Salud pública	20.8	23.0	56.2
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	20.8	13.6	65.6
Ciencia e Innovación Tecnológica	55.4	9.7	34.9
Agricultura/Ganadería/Caza/silvicultura/pesca	3.5	5.7	90.7
Industria Manufacturera	11.3	10.1	78.6
Construcción	10.4	10.3	79.3

TABLA 118. Uso que se le da a la computadora

USO					
Escuchar música	Ver películas u otros materiales audiovisuales (videos, seriales, etc.)	Trabajar o estudiar	Leer libros u otros materiales	Jugar con Videojuegos	Navegar en Internet y/o Intranet
29.40%	13.80%	91.70%	12.60%	10.40%	14.40%

TABLA 119. Uso que se la da a internet

el correo electrónico	Buscar y bajar información	Bajar música, películas u otros	Otros
40,2	56,7	2,5	0,6

TABLA 120. Acceso a internet

SEXO	SI	NO
Masculino	46,9	49,9
Femenino	53,1	50,1
EDAD		
15 - 20	16,8	11,2
21- 30	24,8	14,9
31- 40	20,3	20,6
41- 50	21,4	19,8
51- 60	8,9	13,9
60 y más	7,7	19,6
NIVEL EDUCATIVO		
Primario	0,3	4,4

ninguno	0,1	14,5
Secundaria	4,4	31,6
Obrero Calificado	0,6	1,5
Pre universitario	20,7	24,7
Técnico medio	21,5	13,8
Superior	39,4	8,3
Posgraduado	13	1,2
OCUPACION		
Dirigente	11,1	4,2
Trabajador administrativo	3,1	2,6
Técnicos	51,1	13,6
Obrero	2,9	18,7
Trabajadores de los servicios	3,1	11,9
Buscando trabajo	2,2	1,4
Estudiando	19,6	10
Quehaceres del hogar	2,9	15,6
Jubilado/pensionado	2,3	17,1
No realiza ninguna actividad	0,6	3,1
TIPO DE TRABAJADOR		
Estatal	91,1	89,1
No estatal privado	1,6	8,2
No estatal mixto	7,4	2,7
SECTOR DE ACTIVIDAD		
Comercio	6,3	10,9
Cultura	7,7	5,9
Hoteles y Restaurantes	4,8	5,5
Educación	24,6	14,4
Salud Publica	31,2	13,7
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	11,5	7,7
Ciencia e Innovación Tecnológica	4,4	0,6
Agricultura, Ganadería, Caza, Silvicultura y Pesca	2,8	23,6
Industria Manufacturera	5,1	10,3
Construcción	1,6	7,5

TABLA 121. Motivos que predominan para el uso del tiempo libre en adultos

MOTIVOS	%
Compartir con familiares y/o amigos	59.0
Mantenerse informado	21.8
Entretenerse	13.1
Estar a la moda	1.7

TABLA 122. Formas de participación en adultos

FORMAS	%
Especialista, investigador	2.3
Promotor e instructor	4.2
artista profesional o aficionado	0.5
estudiantes en escuelas de arte o de instructores	0.3
Formación cultural o profesional	7.9

TABLA 123. Materias que se estudian en adultos

MATERIAS	%
Temáticas relacionadas con su profesión	34.0
Computación	29.4
Idiomas	13.4
Música	10.2
Literatura, escritura	9.3
Danza/Ballet	4.6
Artes Plásticas	3.9
Cocina, jardinería	2.5
Artesanía y manualidades	2.0
Teatro	1.7
Fotografía, video u otra materia audiovisual	1.3
Cine	0.2

TABLA 124. Materias según los espacios de aprendizaje en adultos.

MATERIAS	ESPACIOS		
	De forma particular	Instituciones culturales	Instituciones educativas
Profesional	6.80	1.00	81.90
Idiomas	16.90		78.40
Literatura	14.20	3.60	77.10
Teatro	1.9	33.1	61.2
Computación	5.90	6.00	59.40
Danza	42.4	23.0	30.5
Cocina	55.40		27.40
Música	43.7	21.3	27.0
Fotografía	25.50	3.80	24.50
Artesanía	42.80	4.10	18.80
Cine	29.50	55.50	15.00

TABLA 125. Vías de conocimiento sobre las actividades culturales de las instituciones en adultos

VÍAS	%
Radio y Televisión	82,6
Comentarios de amigos o familiares	32,6
Periódicos o revistas.	23,1
Escuela o Centro de Trabajo	14,2

Cartelera, carteles u otros recursos de la institución	5,1
instructores o promotores culturales	2,5

TABLA 126. Dificultades para disfrutar de la oferta cultural en adultos

DIFICULTADES	%
Problemas con el transporte	51,5
Precios altos	47,5
Falta de tiempo/ No tener con quien ir	41,9
Escasas opciones e instalaciones	41,4
Falta de variedad y calidad de las propuestas	24,2
difícil conseguir las entradas	21,9
Problemas de salud u otros problemas	21,5
Escasa propaganda e información	15,9

TABLA 127. Equipamiento de la vivienda en adultos.

BIENES	%
Televisor en colores	63
Radio	51,9
Libros	41,1
Grabadora, Tocabiscos o equipo de música sin CD	38,2
Televisor en blanco y negro	26,6
Equipo de DVD/VCD	20,2
Videocasetera	10,9
Lector de CD o equipo de música con CD	10,8
Esculturas, muebles de estilos, porcelanas, orfebrería	5,2
Pinturas (originales, reproducciones, serigrafías)	4,7
Computadora	4,2
Reproductor de música digital (mp3, mp4)	4,2
Equipo de Videojuegos (play station, nintendo, etc.)	3,5
Cámara Fotográfica digital	3,3
Cámara Fotográfica no digital	2,9
Instrumentos musicales (piano, tambor, guitarra, etc.)	2,3
Walkman/discman	2
Cámara de video	1,4

TABLA 128. Frecuencia con que escuchan música por zonas urbana y rural

Parte	1 vez al día	Una vez por semana pero no todos los días	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	73.0	18.2	2.2	6.6
Rural	67.0	19.7	3.5	9.7

TABLA 129. Frecuencia con que ven televisión por zonas urbana y rural

Parte	1 vez al día	Una vez por semana pero no todos los días	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	90.7	5.0	1.2	3.1
Rural	81.7	8.4	3.2	6.6

TABLA 130. Frecuencia con que escuchan radio por zonas urbana y rural

Parte	1 vez al día	Una vez por semana pero no todos los días	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	62.1	17.0	4.7	16.2
Rural	64.7	16.1	5.3	13.9

TABLA 131. Frecuencia con que juegan dominó, cartas u otros juegos de mesa por zonas urbana y rural

Parte	1 vez al día	Una vez por semana pero no todos los días	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	12.9	25.6	12.3	49.2
Rural	13.1	30.3	11.0	45.6

TABLA 132. Uso del video o DVD por zonas urbana y rural

Parte	1 vez al día	Una vez por semana pero no todos los días	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	27.4	25.9	18.2	28.5
Rural	14.7	20.8	27.6	37.0

TABLA 133. Frecuencia de lectura de periódicos o revistas por zonas urbana y rural

Parte	1 vez al día	Una vez por semana pero no todos los días	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	45.6	26.7	5.6	22.2
Rural	26.6	29.6	11.0	32.9

TABLA 134. Frecuencia con que comparten con amigos o familiares por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	67.9	26.2	1.7	4.2
Rural	62.7	30.2	1.8	5.2

TABLA 135. Ir a fiestas, guateques por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	30.7	33.8	7.2	28.3
Rural	21.9	44.4	9	24.6

TABLA 136. Frecuencia con que llevan al niño a pasear por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	22.7	11.0	3.9	62.3
Rural	15.0	13.6	6.6	64.9

TABLA 137. Asistencia a presentaciones de libros, talleres o tertulias literarias por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	5.2	14.9	18.7	61.2
Rural	1.0	5.5	26.1	67.5

TABLA 138. Asistencia a conciertos de música clásica por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	2.8	5.4	20.4	71.5
Rural	0.4	1.8	24.0	73.7

TABLA 139. Asistencia a recitales, conciertos o peñas de música popular (rock, trova, salsa) por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	5.9	12.3	20.3	61.6
Rural	1.2	5.0	27.4	66.5

TABLA 140. Uso de Tiendas por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	64.3	21.1	2.9	11.6
Rural	57.0	23.7	4.8	14.5

TABLA 141. Uso de Parques, plazas o lugares al aire libre por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	48.2	24.2	7.1	20.5
Rural	27.9	28.0	14.1	29.9

TABLA 142. Uso de Cafeterías o restaurantes en moneda nacional por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	31.8	30.5	15.1	22.7
Rural	24.3	24.5	23.4	27.8

TABLA 143. Asistencia a Discotecas, cabaret, centros nocturnos por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	10.2	15.9	23.0	50.9
Rural	4.4	8.8	33.8	53.0

TABLA 144. Asistencia a Playas, campismos o excursiones por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	13.8	53.6	11.9	20.7
Rural	6.3	48.9	19.0	25.8

TABLA 145. Asistencia a Ferias de artesanía, agropecuaria, de transporte por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	15.8	20.2	15.5	48.4
Rural	7.6	13.3	24.2	54.9

TABLA 146. Asistencia a Bibliotecas o librerías por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	10.5	16.7	14.0	58.8

TABLA 147. Asistencia a Galerías de arte o museos por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	5.7	13.3	17.5	63.5
Rural	1.8	5.8	24.6	67.9

TABLA 148. Asistencia al Teatro por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	4.9	13.9	20.8	60.5
Rural	0.7	3.3	28.1	67.8

TABLA 149. Asistencia a Cines o salas de Video por zonas urbana y rural

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	10.2	19.1	16.1	54.7
Rural	6.7	13.8	25.4	54.1

TABLA 150. Asistencia a Casas de cultura, casa comunal o de la trova

Parte	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca pero me gustaría hacerlo	Nunca
Urbana	5.3	10.7	16.0	68.1
Rural	2.4	7.4	23.8	66.5

COMPARACIÓN EN EL TIEMPO

TABLA 151. Preferencias musicales

GÉNEROS MUSICALES	1998	2009
Romántica (Baladas, Boleros)	75	76.1
Popular bailable, (Casino, Salsa, Merengue)	68.6	65.2
Campesina	20.3	17.1
Discoteca, House, Tecno	23.5	14.2
Clásica	8.9	10.2
Rock	6.4	5
Jazz/Blues	3.5	2.3

TABLA 152. Hábitos de lectura.

LEER	1998	2009
%	46.5	42.9

TABLA 153. Preferencias por géneros literarios

GENERO	1998	2009
Novela	43.9	38.3
Cuento	28.9	29.6
Ensayo	2.1	3.8
Poesía	16.1	14.2
Historietas y fotonovelas	13.1	14.6
Biografías y testimonios	16.8	16.5

TABLA 154. Preferencias por temáticas literarias

TEMÁTICA	1998	2009
Histórico/Político S.	8.2	24.5
Policíaco/Suspense	37.2	31.4
Aventura	20.7	26.3
Científico Técnico	7.4	12.9
Ciencia Ficción/Fantástico	9.2	10.4
Horror	8.4	5.6
Romántica	24.5	23.6

TABLA 155. Preferencias de géneros cinematográficos.

GÉNEROS CINEMATOGRÁFICOS	1998	2009
Policíacos/Acción	58.9	67.0
Comedias	26.3	44.0
Artes Marciales	20.4	29.9
Ciencia Ficción/Fantástico	20.9	24.1
Aventuras/ Del Oeste	32.4	24.1
Horror/Suspense	19.1	19.6
Histórico Social	19.6	11.6

TABLA 156. Prácticas culturales deseadas

	1998	2009
Actividades Infantiles	26.1	4.6
Ir a fiestas/guateques	7.2	7.7
Carnavales/ parrandas/verbenas	42.9	6.1
Presentaciones de libros/tertulias	2.5	20.5
Recitales de música popular.	13.1	22
Bibliotecas/ librerías	0.5	15.7
Galerías de arte/museos	1	19.2
Feria (artesanías./agropecuarias)	3.6	17.6
Teatro	16.2	22.6
Cines o Salas de Video	21.1	18.3

TABLA 157. Formas de participación.

FORMAS	1998	2009
Público, espectador de la oferta cultural	92	71.8
Promotor o colaborador del sector cultural	1.3	1.9
Creador o intérprete profesional o aficionado	3.6	0.6

TABLA 158. Estudio de alguna manifestación artística/cultural.

	1998	2009
SI	4.2	7.9

TABLA 159. Reclamo de variedad en la oferta cultural

	1998	2009
Escasas opciones e instalaciones	77.8	41.4

ANEXO III. INSTRUMENTOS

--	--

FOLIO

REPUBLICA DE CUBA
OFICINA NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y MINISTERIO DE CULTURA
ENCUESTA SOBRE PRÁCTICAS CULTURALES

Esta encuesta es realizada por el centro de estudios de población y desarrollo de la Oficina Nacional de Estadísticas y el Instituto de Investigaciones Culturales "Juan Marinello". La misma tiene como objetivo fundamental conocer algunos aspectos de la vida cultural y recreativa del país. La información que se recoge en el cuestionario es confidencial y solo se utilizara para fines estadísticos. Por tal motivo, le agradeceríamos de antemano su colaboración respondiendo las preguntas a continuación. Muchas gracias.

DIRECCION DE LA VIVIENDA									
Calle o Avenida:					Carretera, Camino, Km:				
No.	Apartamento:		Piso						
Entre calles:						Nombre de la finca:			
Provincia:			Municipio:			Asentamiento:			

PROV.	MUN.	G	DISTRITO	ASENTA- MIENTO	AREA	SECCION	TURNO ROTACION	VIV No.	HOGAR No.

HOGARES EN LA VIV.
_ _

TOTAL DE PERSONAS EN EL HOGAR		
TOTAL	VARONES	HEMBRAS
_ _	_ _	_ _

TOTAL DE PERSONAS POR GRUPOS DE EDADES Y SEXO									TOTAL DE PERSONAS ENTREVISTADAS					
TOTAL			VARONES			HEMBRAS			TOTAL		VARONES		HEMBRAS	
0 a 11	12 a 14	15 y +	0 a 11	12 a 14	15 y +	0 a 11	12 a 14	15 y +	12 a 14	15 y +	12 a 14	15 y +	12 a 14	15 y +
_ _	_ _	_ _	_ _	_ _	_ _	_ _	_ _	_ _	_ _	_ _	_ _	_ _	_ _	_ _

Entrevista realizada por: _____ (Enumerador)

Cuestionario revisado por: _____ (Supervisor)
 _____ (Oficinista)

¿Cuáles de los siguientes equipos (funcionando) y artículos tiene en su casa?

Televisor en blanco y negro.....	<input type="checkbox"/> 01
Televisor en colores	<input type="checkbox"/> 02
Grabadora, Tocabiscos o equipo de música sin CD.....	<input type="checkbox"/> 03
Radio.....	<input type="checkbox"/> 04
Instrumentos musicales (piano, tambor, guitarra, etc.).....	<input type="checkbox"/> 05
Computadora.....	<input type="checkbox"/> 06
Equipo de Videojuegos (play station, nintendo, etc.).....	<input type="checkbox"/> 07
Videocasetera.....	<input type="checkbox"/> 08
Equipo de DVD/VCD.....	<input type="checkbox"/> 09
Lector de CD o equipo de música con CD	<input type="checkbox"/> 10
Reproductor de música digital (mp3, p4).....	<input type="checkbox"/> 11
Walkman/discman.....	<input type="checkbox"/> 12
Cámara de video.....	<input type="checkbox"/> 13
Cámara Fotográfica no digital.....	<input type="checkbox"/> 14
Cámara Fotográfica digital.....	<input type="checkbox"/> 15
Libros.....	<input type="checkbox"/> 16
Pinturas (originales, reproducciones, serigrafías).....	<input type="checkbox"/> 17
Esculturas, muebles de estilos, porcelanas, orfebrería.....	<input type="checkbox"/> 18
Otros.....	<input type="checkbox"/> 19
Ninguno.....	<input type="checkbox"/> 20

<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> 1 NO <input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> 1 NO <input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> 1 NO <input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> 1 NO <input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> 1 NO <input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> 1 NO <input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> 1 NO <input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> 1 NO <input type="checkbox"/> 3
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SI <input type="checkbox"/> 1 NO <input type="checkbox"/> 3

OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES.

Persona No.

**CUESTIONARIO SOBRE PRÁCTICAS CULTURALES
MODELO PC-1, PARA PERSONAS DE 15 AÑOS Y MÁS.**

PROV.	MUN.	G	DISTRITO	ASENTA- MIENTO	AREA	SECCION	TURNO ROTACION	VIV No.	HO- GAR No.

SECCION I. ACTIVIDADES RECREATIVAS, CULTURALES, DE ESPARCIMIENTO U OTRAS

**1. En el mes anterior, ¿Con qué frecuencia realizó las siguientes actividades?
(Admite sólo una marca en cada inciso).**

	Al menos una vez al día	Al menos una vez por semana, pero no todos los días	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
a) Hacer ejercicios o practicar deportes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
b) Escuchar música	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
c) Ver videos o DVD	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
d) Jugar dominó, cartas u otros juegos de mesa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
e) Escuchar radio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
f) Leer periódicos o revistas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
g) Ver televisión	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
h) Jugar, o ver jugar Videojuegos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

**3. En los 12 meses anteriores, ¿Con qué frecuencia fue a los siguientes lugares?
(Admite sólo una marca en cada inciso).**

	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca
a) Parque, plazas o lugares al aire libre	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
b) Tiendas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
c) Estadios u otras instalaciones deportivas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
d) Cafeterías o restaurantes en moneda nacional	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
e) Cafeterías o restaurantes en divisas.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

2. En los 12 meses anteriores, ¿Con qué frecuencia realizó las siguientes actividades? (Admite sólo una marca en cada inciso).

	Al menos una vez al mes	Al menos una o dos veces al año	Nunca, pero me gustaría hacerlo	Nunca/ No aplica
a) Llevar al niño a pasear.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
b) Ir a fiestas, guateques.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
c) Compartir con amigos y familiares	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
d) Tomar cerveza, ron u otra bebida alcohólica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
e) Participar en carnavales, parrandas, verbenas o semanas de la cultura.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
f) Ir a otros países (en viajes de trabajo y/o personales)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
g) Ir a otras provincias del país (en viajes de trabajo y/o personales)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
h) Asistir a presentaciones de libros, talleres o tertulias literarias	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
i) Asistir a conciertos de música clásica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
j) Ir a recitales, conciertos o peñas de música popular (rock, trova, salsa, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

f) Discotecas, cabaret, centros nocturnos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
g) Centros turísticos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
h) Playas, campismos o excursiones	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
i) Bibliotecas o librerías	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
j) Galerías de arte o museos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
k) Feria de artesanía, agropecuaria, de transporte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
l) Teatro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
m) Cines o Salas de Video	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
n) Casas de cultura, casa comunal o de la trova	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
ñ) Joven Club de Computación	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

4. En su tiempo libre, ¿Qué es lo más importante para usted? (Admite una sola marca).

- Mantenerse informado/a, conocer cosas nuevas, ampliar su cultura..... 1
 Compartir con familiares y/o amigos..... 2
 Entretenerse, divertirse y olvidar sus problemas cotidianos..... 3
 Estar a la moda 4
 Otras 5

5. A su juicio, ¿Cuáles son las principales dificultades para asistir o participar en alguna actividad cultural? (Admite hasta cinco marcas).

- Falta de tiempo/ No tener con quien ir 1
 Problemas de salud u otros problemas personales..... 2
 Los precios son altos..... 3
 Problemas con el transporte..... 4
 Escasas opciones e instalaciones culturales..... 5
 Falta de variedad y calidad de las propuestas existentes..... 6
 Escasa propaganda e información..... 7
 Es difícil conseguir las entradas o reservaciones..... 8
 Otras 9

SECCION II. RADIO Y TELEVISION

6. ¿Cuáles son los tipos de programas que prefiere en la televisión? (Admite hasta cinco marcas).

- Musicales..... 01

9. ¿Qué tipo de libros le gustan más?

(a) GENEROS (Admite hasta tres marcas).

- Novelas..... 1
 Cuentos..... 2
 Ensayos..... 3
 Poesías..... 4
 Historietas, fotonovelas, comics..... 5
 Biografías y testimonios..... 6
 Otros..... 7
 Ninguno..... 8

(b) TEMATICAS (Admite hasta cinco marcas).

- Histórico/Político-Social..... 01
 Policiaco/Suspense..... 02
 Aventuras..... 03
 Científico-Técnico..... 04
 Ciencia Ficción/Fantástico..... 05
 Horror..... 06
 Cocina, jardinería, manualidades, decoración o autoayuda..... 07
 Romántico..... 08
 Otras..... 09
 Ninguna..... 10

SECCION IV. TEATRO

Películas.....	<input type="checkbox"/> 02
Telenovelas.....	<input type="checkbox"/> 03
Aventuras.....	<input type="checkbox"/> 04
Humorísticos.....	<input type="checkbox"/> 05
Informativos/Noticieros.....	<input type="checkbox"/> 06
Documentales, Programas científicos o educativos.....	<input type="checkbox"/> 07
Concursos, juegos, de participación.....	<input type="checkbox"/> 08
Variados (combinan entrevistas, música, humor).....	<input type="checkbox"/> 09
Infantiles.....	<input type="checkbox"/> 10
Dibujos Animados o muñequitos.....	<input type="checkbox"/> 11
Deportivos.....	<input type="checkbox"/> 12
Culturales.....	<input type="checkbox"/> 13
Otros.....	<input type="checkbox"/> 14
Ninguno.....	<input type="checkbox"/> 15

7. ¿Cuáles son los tipos de programas que prefiere en la radio? (Admite hasta cinco marcas).

Informativos.....	<input type="checkbox"/> 01
Novelas.....	<input type="checkbox"/> 02
Musicales.....	<input type="checkbox"/> 03
Deportivos.....	<input type="checkbox"/> 04
Humorísticos.....	<input type="checkbox"/> 05
De participación.....	<input type="checkbox"/> 06
Infantiles.....	<input type="checkbox"/> 07
Educativos, de asesoría y orientación.....	<input type="checkbox"/> 08
Otros.....	<input type="checkbox"/> 09
Ninguno.....	<input type="checkbox"/> 10

SECCION III. LITERATURA

8. ¿Cuántos libros se leyó aproximadamente en los 12 meses anteriores?

Al menos 10.....	<input type="checkbox"/> 1
Entre tres y cinco.....	<input type="checkbox"/> 2
Dos o menos.....	<input type="checkbox"/> 3
Ninguno, pero me gustaría.....	<input type="checkbox"/> 4
Ninguno.....	<input type="checkbox"/> 5

Si marcó las casillas 1, 2 ó 3 pase a pregunta 8.1, si no pase a pregunta 9.

8.1 ¿Cuál fue la vía fundamental por la que accedió a los mismos? (Admite una sola marca).

Los compró.....	<input type="checkbox"/> 1
Se lo prestaron o regalaron.....	<input type="checkbox"/> 2
A través de préstamos bibliotecarios.....	<input type="checkbox"/> 3
Los alquiló.....	<input type="checkbox"/> 4
Otros.....	<input type="checkbox"/> 5

11.2 ¿Cuál es la vía fundamental por la que accede a los cassetes, CD de música o música digital? (Admite una sola marca).

Los compra.....	<input type="checkbox"/> 1
Se lo prestan, regalan o los copia.....	<input type="checkbox"/> 2
Los alquila.....	<input type="checkbox"/> 3
Otros.....	<input type="checkbox"/> 4

SECCION VI. VIDEO/DVD/VCD

12. ¿En los últimos 12 meses ha visto algún tipo de programa en VIDEO/DVD ó VCD?

SI 1 NO 3 → Pase a pregunta 13.

10. ¿Qué tipos de presentaciones teatrales le gustan más? (Admite hasta cinco marcas).

Humorísticas.....	<input type="checkbox"/> 01
Dramáticas.....	<input type="checkbox"/> 02
Ballet.....	<input type="checkbox"/> 03
Danza moderna o folklórica.....	<input type="checkbox"/> 04
Zarzuelas y/o óperas.....	<input type="checkbox"/> 05
Musicales, de variedades y/o circenses.....	<input type="checkbox"/> 06
Teatro para niños (guiñol, títeres, otros).....	<input type="checkbox"/> 07
Comunitarias.....	<input type="checkbox"/> 08
Otras.....	<input type="checkbox"/> 09
Ninguna.....	<input type="checkbox"/> 10

SECCION V. MUSICA

11. ¿Qué tipo de música le gusta más? (Admite hasta cinco marcas).

Popular bailable, (Casino, Salsa, Merengue).....	<input type="checkbox"/> 01
Romántica (Baladas, Boleros).....	<input type="checkbox"/> 02
Reggaeton.....	<input type="checkbox"/> 03
Pop.....	<input type="checkbox"/> 04
Tradicional.....	<input type="checkbox"/> 05
Nueva Trova.....	<input type="checkbox"/> 06
Discoteca, House, Tecno.....	<input type="checkbox"/> 07
Rock.....	<input type="checkbox"/> 08
Rap, Hip Hop.....	<input type="checkbox"/> 09
Mexicana, Ranchera.....	<input type="checkbox"/> 10
Campesina.....	<input type="checkbox"/> 11
Clásica.....	<input type="checkbox"/> 12
Jazz/Blues.....	<input type="checkbox"/> 13
Otras.....	<input type="checkbox"/> 14
Ninguna.....	<input type="checkbox"/> 15

Si marcó casilla 15 pase a pregunta 12. ↙

11.1. ¿A través de qué la escucha? (Admite más de una marca).

La Radio y/o Televisión.....	<input type="checkbox"/> 1
Reproductor de música digital (mp3, mp4).....	<input type="checkbox"/> 2
Equipo de música.....	<input type="checkbox"/> 3
Computadora.....	<input type="checkbox"/> 4
Video/DVD/VCD.....	<input type="checkbox"/> 5
Otros.....	<input type="checkbox"/> 6

Si marcó las casillas 2, 3, 4 ó 5, pase a pregunta 11.2, si no pase a pregunta 12.

16. ¿A través de qué vías usted se entera de actividades, programación o espectáculos culturales? (Admite hasta tres marcas).

Radio y Televisión.....	<input type="checkbox"/> 1
Periódicos o revistas.....	<input type="checkbox"/> 2
Escuela o Centro de Trabajo.....	<input type="checkbox"/> 3
Comentarios o recomendaciones de amigos o familiares.....	<input type="checkbox"/> 4
Cartelera, volantes, carteles u otros recursos de la institución.....	<input type="checkbox"/> 5
Acción de instructores o promotores culturales.....	<input type="checkbox"/> 6
Otros.....	<input type="checkbox"/> 7
Ninguno.....	<input type="checkbox"/> 8

17. ¿Cómo se relaciona fundamentalmente con las actividades culturales y/o el ámbito de la cultura? (Admite una sola marca).

12.1 ¿Cómo accedió fundamentalmente a los cassetes de Video o discos de VCD ó DVD? (Admite una sola marca).

- Los compró..... 1
 Se lo prestaron o regalaron..... 2
 Los alquiló..... 3
 Otros..... 4

13. ¿Qué prefiere ver en VIDEO/DVD o VCD? (Admite hasta cinco marcas).

- Novelas..... 01
 Películas..... 02
 Seriales..... 03
 Videos de entretenimiento/sorprendentes/de participación/entrevistas 04
 Videos Educativos y Científicos..... 05
 Musicales..... 06
 Noticiosos..... 07
 Dibujos Animados..... 08
 Otros..... 09
 Ninguno..... 10

14. ¿Qué tipos de películas le agradan más? (Admite hasta cinco marcas).

- Policíacos/Acción..... 01
 Dramas..... 02
 Ciencia Ficción/Fantástico..... 03
 Comedias..... 04
 Histórico Social..... 05
 Artes Marciales..... 06
 Dibujos Animados..... 07
 Horror/Suspense..... 08
 Aventuras/ Del Oeste..... 09
 Otras..... 10
 Ninguna..... 11

SECCION VII. OTROS TEMAS CULTURALES
15. Señale los aspectos que considere más importantes para elegir un libro, una obra de teatro, música o una película. (Admite hasta tres marcas en cada fila).

	Géner o	Críticas o premios recibidos	Nacio - nalidad	Direct or/Aut or	Intérpretes/ Personajes	Títul o	Otro s	Ningu no
a) Libro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
b) Obra de teatro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
c) Música	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
d) Película	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8

- Público, espectador de la oferta cultural..... 1
 Trabajador, especialista..... 2
 Instructor de arte..... 3
 Promotor o colaborador del sector cultural..... 4
 Profesor, crítico, investigador..... 5
 Creador o intérprete profesional o aficionado..... 6
 Estudiando en la escuela de arte (EVA, ENA, ISA)..... 7
 Estudiando en la escuela de instructores de arte..... 8
 Ninguno de las anteriores..... 9

18. Actualmente, ¿Practica o estudia (de manera formal o informal), alguna materia cultural o de superación profesional?

SI 1 NO 3 → Pase a pregunta 20.

19. Señale el área específica y codifíquela a continuación, según el código del lugar donde la practica o estudia.

	Código
a) Música..... <input type="checkbox"/> 01	<input type="checkbox"/>
b) Teatro..... <input type="checkbox"/> 02	<input type="checkbox"/>
c) Danza/Ballet..... <input type="checkbox"/> 03	<input type="checkbox"/>
d) Artes Plásticas..... <input type="checkbox"/> 04	<input type="checkbox"/>
e) Cine..... <input type="checkbox"/> 05	<input type="checkbox"/>
f) Literatura, escritura..... <input type="checkbox"/> 06	<input type="checkbox"/>
g) Idiomas..... <input type="checkbox"/> 07	<input type="checkbox"/>
h) Computación..... <input type="checkbox"/> 08	<input type="checkbox"/>
i) Fotografía, video u otra materia audiovisual..... <input type="checkbox"/> 09	<input type="checkbox"/>
j) Artesanía y manualidades..... <input type="checkbox"/> 10	<input type="checkbox"/>
k) Cocina, jardinería..... <input type="checkbox"/> 11	<input type="checkbox"/>
l) Temáticas relacionadas con su profesión..... <input type="checkbox"/> 12	<input type="checkbox"/>
m) Otras..... <input type="checkbox"/> 13	<input type="checkbox"/>

Lugar	Código
Con un profesor particular, en mi casa o de manera autodidacta.	1
Federación de Mujeres Cubanas.....	2
Instituciones culturales (casas de la cultura, cines, teatros, etc)...	3
Asociaciones Culturales (sociedades de amistad o de emigrantes descendientes).....	4
Instituciones educativas (escuelas, etc).....	5
Joven Club de Computación.....	6
Otros.....	7

SECCION VIII. ACCESO Y USO DE LA COMPUTADORA
20. ¿Utiliza usted la computadora (en su centro de trabajo, de estudio, hogar, casa de familiares o amigos u otro lugar)?

Habitualmente.... 1 A veces.... 2 Nunca.... 3

↓
 Pase a la pregunta 23.

21. Fundamentalmente, ¿Para qué utiliza la computadora? (Admite hasta tres marcas).

- Escuchar música..... 1
 Ver películas u otros materiales audiovisuales (videos, seriales, etc.) 2
 Trabajar o estudiar..... 3
 Leer libros u otros materiales..... 4
 Jugar con Videojuegos..... 5
 Navegar en Internet y/o Intranet..... 6
 Otros..... 7

Si marcó la casilla 6, pase a pregunta 22, si no pase a pregunta 23.

22. ¿Cuál es el principal uso que le da a internet y/o a intranet? (Admite una sola marca)

- Utilizar el correo electrónico (enviar y recibir e-mails), chatear..... 1
 Buscar y bajar información..... 2
 Bajar música, películas u otros materiales de entretenimiento..... 3
 Otros..... 4

SECCION IX. CARACTERISTICAS SOCIODEMOGRAFICAS Y SOCIOECONOMICAS

23. ¿Cuál es su edad en años cumplidos?

Años

24. Sexo:

Varón..... 1 Hembra..... 3

25. ¿Cuál es el color de la piel?

- Blanca..... 1
 Negra..... 2
 Mestiza (o mulato)..... 3

26. ¿Cuál es el mayor nivel educacional que aprobó?

- Ninguno..... 1
 Primaria..... 2
 Secundaria Básica..... 3
 Obrero Calificado..... 4
 Preuniversitario..... 5
 Técnico Medio..... 6
 Superior..... 7

Si marcó casilla 7, pase a pregunta 26.1, si no pase a pregunta 27.

26.1 ¿Es master o doctor?

SI 1 NO 3

28. ¿En su ocupación principal, usted es?

- Trabajador:
 Estatal..... 1
 Asociación Mixta/ Firmas Extranjeras/ Sociedades Mercantiles
 Cubanas..... 2
 Contratado por privado..... 3
 Por cuenta propia..... 4
 En UBPC..... 5
 Cooperativista..... 6
 Pequeño Agricultor..... 7
 Ayudante familiar no remunerado..... 8

29. ¿Cuál es la labor que desempeña en su trabajo?

Anote la ocupación completa: electricista enrollador, maestro de secundaria, secretaria, etc.

CLASIFIQUE SEGUN LA RESPUESTA.

- Dirigente..... 1
 Trabajador administrativo..... 2
 Técnico..... 3
 Obrero..... 4
 Trabajadores de los servicios..... 5

30. ¿Cuál es el nombre de la entidad a la cual pertenece el centro de trabajo donde usted labora?**30.1. ¿Qué actividad realiza la empresa o negocio a la que pertenece el centro donde usted labora?**

Anote la actividad del centro

30.2. Marque la actividad económica que corresponda, según Nomenclador de Actividades Económicas (NAE).

- Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura..... 01
 Pesca, incluida la explotación de criaderos..... 02
 Explotación de minas y canteras..... 03
 Industria Azucarera..... 04
 Industria Manufacturera (excepto azucarera)..... 05
 Suministro de electricidad, gas y agua..... 06
 Construcción..... 07
 Comercio; Reparación de efectos personales..... 08
 Hoteles y Restaurantes..... 09
 Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones..... 10
 Intermediación Financiera..... 11
 Servicios Empresariales, actividades inmobiliarias y de alquiler..... 12
 Administración Pública, Defensa; Seguridad Social..... 13

27. ¿En cuál de estas situaciones se encontraba la semana pasada?

 Trabajando..... 1

 Buscando trabajo..... 2

 Estudiando..... 3

 Dedicado quehaceres del hogar..... 4

 Jubilado/Pensionado..... 5

 No realiza ninguna actividad..... 6

 Otras..... 7

Pase a pregunta 31.

 Ciencia e Innovación Tecnológica..... 14

 Educación..... 15

 Salud Pública y Asistencia Social..... 16

 Cultura; Deporte..... 17

 Otras actividades de Servicios Comunales, de Asociaciones y
personales..... 18

 No especificada..... 99

31. ¿Con qué frecuencia recibe o adquiere divisas?

 Regularmente.... 1 De vez en cuando.... 2 Nunca.... 3

Persona No.

**CUESTIONARIO SOBRE PRÁCTICAS CULTURALES
MODELO PC-2, PARA PERSONAS DE 12 A 14 AÑOS.**

PROV.	MUN.	G	DISTRITO	ASENTAMIENTO	AREA	SECCION	TURNO ROTACION	VIV No.	HO-GAR No.

SECCION I. ACTIVIDADES RECREATIVAS, CULTURALES, DE ESPARCIMIENTO U OTRAS			
1. Señala si acostumbras o no a realizar las siguientes actividades en tu tiempo libre, y cuáles de las que no, te gustaría hacer			
	Si, la realiza	No	No, pero me gustaría hacerlo
a) Hacer ejercicios o practicar deportes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
b) Oír música	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
c) Ver videos o DVD	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
d) Oír radio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
e) Leer	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
f) Ver televisión	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
g) Jugar o conversar con amigos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
h) Jugar videojuegos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
i) Pasear por parques, plazas o lugares al aire libre	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
j) Ir a fiestas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
k) Ir a conciertos o espectáculos musicales en vivo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
l) Ir a las tiendas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
m) Visitar otros lugares de Cuba	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
n) Ir a estadios u otras instalaciones deportivas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
ñ) Ir a Bibliotecas o librerías	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
o) Ir a Galerías de arte o museos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
p) Ir a Ferias de artesanía, agropecuaria, de transporte	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
q) Ir al Teatro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
r) Ir a Cines o Salas de Video	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
s) Ir a Casas de cultura, casa comunal o de la trova	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
t) Ir a Joven Club de Computación	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
SECCION II. RADIO Y TELEVISION			
2. ¿Cuáles son los tipos de programas que prefieres en la televisión? (Admite hasta cinco marcas).			
3. ¿Cuáles son los tipos de programas que prefieres en la radio? (Admite hasta cinco marcas).			
Informativos.....	<input type="checkbox"/> 01		
Novelas.....	<input type="checkbox"/> 02		
Musicales.....	<input type="checkbox"/> 03		
Deportivos.....	<input type="checkbox"/> 04		
Humorísticos.....	<input type="checkbox"/> 05		
De participación.....	<input type="checkbox"/> 06		
Infantiles.....	<input type="checkbox"/> 07		
Educativos, de asesoría y orientación.....	<input type="checkbox"/> 08		
Otros.....	<input type="checkbox"/> 09		
Ninguno.....	<input type="checkbox"/> 10		
SECCION III. LITERATURA			
4. ¿Te gusta leer?			
SI <input type="checkbox"/> 1	NO <input type="checkbox"/> 3	→	Pase a pregunta 6.
5. ¿Qué lees? (Admite hasta cinco marcas).			
Libros de Aventuras.....	<input type="checkbox"/> 1		
Libros de Ciencia Ficción/Fantástico.....	<input type="checkbox"/> 2		
Historietas, fotonovelas, comics.....	<input type="checkbox"/> 3		
Libros Históricos/Políticos-Sociales.....	<input type="checkbox"/> 4		
Novelas Románticas.....	<input type="checkbox"/> 5		
Poesías.....	<input type="checkbox"/> 6		
Periódicos.....	<input type="checkbox"/> 7		
Revistas.....	<input type="checkbox"/> 8		
Otros.....	<input type="checkbox"/> 9		
SECCION IV. TEATRO			

Musicales.....	<input type="checkbox"/> 01	6. ¿Qué tipos de presentaciones teatrales te gustan más? (Admite hasta cinco marcas).
Películas.....	<input type="checkbox"/> 02	
Telenovelas.....	<input type="checkbox"/> 03	
Aventuras.....	<input type="checkbox"/> 04	
Humorísticos.....	<input type="checkbox"/> 05	
Informativos/Noticieros.....	<input type="checkbox"/> 06	
Documentales, Programas científicos o educativos.....	<input type="checkbox"/> 07	
Concursos, juegos, de participación.....	<input type="checkbox"/> 08	
Variados (combinan entrevistas, música, humor).....	<input type="checkbox"/> 09	
Infantiles.....	<input type="checkbox"/> 10	
Dibujos Animados o muñequitos.....	<input type="checkbox"/> 11	
Deportivos.....	<input type="checkbox"/> 12	
Culturales.....	<input type="checkbox"/> 13	
Otros.....	<input type="checkbox"/> 14	
Ninguno.....	<input type="checkbox"/> 15	
		Humorísticas..... <input type="checkbox"/> 01
		Dramáticas..... <input type="checkbox"/> 02
		Ballet..... <input type="checkbox"/> 03
		Danza moderna o folklórica..... <input type="checkbox"/> 04
		Zarzuelas y/o óperas..... <input type="checkbox"/> 05
		Musicales, de variedades y/o circenses..... <input type="checkbox"/> 06
		Teatro para niños (guiñol, títeres, otros)..... <input type="checkbox"/> 07
		Comunitarias..... <input type="checkbox"/> 08
		Otras..... <input type="checkbox"/> 09
		Ninguna..... <input type="checkbox"/> 10

SECCION V. VIDEO/DVD/VCD	SECCION VII. ESTUDIO Y OTRAS PRACTICAS CULTURALES																																												
7. ¿En los últimos 12 meses has visto algún tipo de programa en VIDEO/DVD ó VCD?	11. De las siguientes opciones diga cuales practica o estudia y donde:																																												
SI <input type="checkbox"/> 1 NO <input type="checkbox"/> 3	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>SI</th> <th>NO</th> <th>Donde (código del lugar)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Música.....</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Teatro.....</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Danza/Ballet.....</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Artes Plásticas.....</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Cine.....</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Literatura, escritura.....</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Idiomas.....</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Computación.....</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Artesanía y manualidades.....</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td>_____</td> </tr> <tr> <td>Otras.....</td> <td><input type="checkbox"/> 1</td> <td><input type="checkbox"/> 3</td> <td>_____</td> </tr> </tbody> </table>		SI	NO	Donde (código del lugar)	Música.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____	Teatro.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____	Danza/Ballet.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____	Artes Plásticas.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____	Cine.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____	Literatura, escritura.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____	Idiomas.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____	Computación.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____	Artesanía y manualidades.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____	Otras.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____
	SI	NO	Donde (código del lugar)																																										
Música.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____																																										
Teatro.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____																																										
Danza/Ballet.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____																																										
Artes Plásticas.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____																																										
Cine.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____																																										
Literatura, escritura.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____																																										
Idiomas.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____																																										
Computación.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____																																										
Artesanía y manualidades.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____																																										
Otras.....	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	_____																																										
8. ¿Qué prefieres ver en VIDEO/DVD o VCD? (Admite hasta cinco marcas).																																													
Novelas..... <input type="checkbox"/> 01																																													
Películas..... <input type="checkbox"/> 02																																													
Seriales..... <input type="checkbox"/> 03																																													
Videos de entretenimiento/sorprendentes/de participación/entrevistas <input type="checkbox"/> 04																																													
Videos Educativos y Científicos..... <input type="checkbox"/> 05																																													
Musicales..... <input type="checkbox"/> 06																																													
Noticiosos..... <input type="checkbox"/> 07																																													
Dibujos Animados..... <input type="checkbox"/> 08																																													
Otros..... <input type="checkbox"/> 09																																													
Ninguno..... <input type="checkbox"/> 10																																													
9. ¿Qué tipos de películas te agradan más? (Admite hasta cinco marcas).																																													
Policíacos/Acción..... <input type="checkbox"/> 01																																													
Dramas..... <input type="checkbox"/> 02																																													
Ciencia Ficción/Fantástico..... <input type="checkbox"/> 03																																													
Comedias..... <input type="checkbox"/> 04																																													
Histórico Social..... <input type="checkbox"/> 05																																													
Artes Marciales..... <input type="checkbox"/> 06																																													
Dibujos Animados..... <input type="checkbox"/> 07																																													
Horror/Suspense..... <input type="checkbox"/> 08																																													
Aventuras/ Del Oeste..... <input type="checkbox"/> 09																																													
Otras..... <input type="checkbox"/> 10																																													
Ninguna..... <input type="checkbox"/> 11																																													
SECCION VI. MUSICA																																													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Lugar</th> <th>Código</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Con un profesor particular, en mi casa o de manera autodidacta.</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Instituciones culturales (casas de la cultura, cines, teatros, etc)...</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Asociaciones Culturales (sociedades de amistad o de emigrantes descendientes).....</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Instituciones educativas (escuelas, etc).....</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Joven Club de Computación.....</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Otros.....</td> <td>6</td> </tr> </tbody> </table>	Lugar	Código	Con un profesor particular, en mi casa o de manera autodidacta.	1	Instituciones culturales (casas de la cultura, cines, teatros, etc)...	2	Asociaciones Culturales (sociedades de amistad o de emigrantes descendientes).....	3	Instituciones educativas (escuelas, etc).....	4	Joven Club de Computación.....	5	Otros.....	6																														
Lugar	Código																																												
Con un profesor particular, en mi casa o de manera autodidacta.	1																																												
Instituciones culturales (casas de la cultura, cines, teatros, etc)...	2																																												
Asociaciones Culturales (sociedades de amistad o de emigrantes descendientes).....	3																																												
Instituciones educativas (escuelas, etc).....	4																																												
Joven Club de Computación.....	5																																												
Otros.....	6																																												
	12. Estudias actualmente en:																																												
	Escuela Vocacional de Arte (EVA)..... <input type="checkbox"/> 1																																												
	Escuela Nacional de Arte (ENA)..... <input type="checkbox"/> 2																																												
	Otra primaria..... <input type="checkbox"/> 3																																												
	Otra secundaria..... <input type="checkbox"/> 4																																												
	Escuela de oficio..... <input type="checkbox"/> 5																																												
	Politécnico..... <input type="checkbox"/> 6																																												

<p>10. ¿Qué tipo de música te gusta más? (Admite hasta cinco marcas).</p> <p>Popular bailable, (Casino, Salsa, Merengue)..... <input type="checkbox"/> 01</p> <p>Romántica (Baladas, Boleros)..... <input type="checkbox"/> 02</p> <p>Reggaeton..... <input type="checkbox"/> 03</p> <p>Pop..... <input type="checkbox"/> 04</p> <p>Tradicional..... <input type="checkbox"/> 05</p> <p>Nueva Trova..... <input type="checkbox"/> 06</p> <p>Discoteca, House, Tecno..... <input type="checkbox"/> 07</p> <p>Rock..... <input type="checkbox"/> 08</p> <p>Rap, Hip Hop..... <input type="checkbox"/> 09</p> <p>Mexicana, Ranchera..... <input type="checkbox"/> 10</p> <p>Campesina..... <input type="checkbox"/> 11</p> <p>Clásica..... <input type="checkbox"/> 12</p> <p>Jazz/Blues..... <input type="checkbox"/> 13</p> <p>Otras..... <input type="checkbox"/> 14</p> <p>Ninguna..... <input type="checkbox"/> 15</p>	<p>Otros cursos..... <input type="checkbox"/> 7</p> <p>Ninguno..... <input type="checkbox"/> 8</p>
	<p>13. Eres graduado de:</p> <p>Primaria..... <input type="checkbox"/> 1</p> <p>Secundaria Básica..... <input type="checkbox"/> 2</p> <p>Obrero Calificado..... <input type="checkbox"/> 3</p> <p>Ninguno..... <input type="checkbox"/> 4</p>
	<p align="center">SECCION VIII. CARACTERISTICAS SOCIODEMOGRAFICAS</p>
	<p>14. ¿Cuál es tu edad en años cumplidos?</p> <p align="center">Años <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/></p>
	<p>15. Sexo:</p> <p align="center">Varón.....<input type="checkbox"/> 1 Hembra.....<input type="checkbox"/> 3</p>
	<p>16 ¿Cuál es el color de la piel?</p> <p>Blanca..... <input type="checkbox"/> 1</p> <p>Negra..... <input type="checkbox"/> 2</p> <p>Mestiza (o mulato)..... <input type="checkbox"/> 3</p>