

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA



TESIS DOCTORAL

**Evolución y procesos de cambio en el ocio de los mayores de
65 años en España**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Noelia María Gutiérrez Láiz

Director

Millán Arroyo Menéndez

Madrid

© Noelia María Gutiérrez Láiz, 2021

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA



TESIS DOCTORAL

**Evolución y procesos de cambio en el
ocio de los mayores de 65 años en España**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Noelia María Gutiérrez Láiz

DIRECTOR

Millán Arroyo Menéndez

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA**



TESIS DOCTORAL

EVOLUCIÓN Y PROCESOS DE CAMBIO EN EL OCIO DE LOS MAYORES DE 65 AÑOS
EN ESPAÑA

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Noelia María Gutiérrez Láiz

DIRECTOR

Dr. Millán Arroyo Menéndez

Madrid, 2021

AGRADECIMIENTOS

Mi más profundo y sincero agradecimiento a todos aquellos que de una forma u otra me han acompañado en este camino plagado de aprendizajes.

Quiero agradecer expresamente a mi director de tesis su gentileza y buen hacer para solventar infinitas dudas, a mis colegas docentes por sus valiosos consejos y su aliento, a mis amigos, amigas y familia que han vivido de cerca la evolución de esta tesis mostrando siempre su interés y por último y de forma muy especial agradecer a mi marido su apoyo incondicional a pesar de las horas robadas y a mis padres su fe inquebrantable en mí.

A todos ellos, gracias.

ÍNDICE

RESUMEN	10
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	15
1.1.- Idea central de la tesis	15
1.2.-Delimitación del objeto de estudio	15
1.3.- Estructura de la tesis.....	17
PARTE I: ESTADO DEL ARTE.....	21
CAPÍTULO 2. REVISIÓN CONCEPTUAL.....	26
2.1.- ¿Qué es ser mayor?	26
2.2.- Usos del tiempo en relación con la jubilación y la tercera edad.	31
Antecedentes en la investigación sobre el uso del tiempo en España.....	31
Tiempo libre, tiempo ocupado, tiempo de ocio	33
La distribución del tiempo en los mayores de 65 años	39
2.3 Ocio y mayores.....	43
Tipos de ocio	43
Vinculaciones del ocio con la felicidad y la satisfacción en la vida	45
Relación entre ocio y envejecimiento satisfactorio	48
2.4 La jubilación	56
Actitudes frente a la jubilación	56
Distribución del tiempo de ocio de los jubilados	64
Variables que influyen en la distribución del tiempo de ocio de los jubilados.....	67
CAPÍTULO 3.- CÓMO ESTÁN CAMBIANDO LOS JUBILADOS EN ESPAÑA	75
3.1 Formas de convivencia y estado civil.....	75
3.2 Evolución de la distribución del tiempo en mayores de 65 años	78

CAPÍTULO 4.- TENDENCIAS Y PROCESOS DE CAMBIO Y TRANSFORMACIÓN EN LA JUBILACIÓN Y LA TERCERA EDAD	89
4.1 El nuevo jubilado	89
4.2 Teorías del cambio social y cultural	92
4.3 Teorías sobre valores sociales	98
La teoría de los valores culturales de Schwartz	99
La teoría de los valores de Rockeach	101
La teoría de los valores culturales de Inglehart	102
4.4 Factores que influyen en el cambio de los mayores de 65 años	107
CAPÍTULO 5.-CONCLUSIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN	122
PARTE II: FASE EMPÍRICA	130
CAPÍTULO 6.- OBJETIVOS E HIPÓTESIS	132
6.1 Objetivos	132
6.2 Principales hipótesis relacionadas con los objetivos	133
CAPÍTULO 7.- METODOLOGÍA	136
7.1. Encuesta europea de valores	139
Breve reseña metodológica	139
Análisis estadístico	140
7.2 Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España	141
Breve reseña metodológica	141
Análisis estadístico	144
7.3 Encuesta ad-hoc	146
Reseña metodológica	146
Análisis estadístico	158

CAPÍTULO 8.- CAMBIOS Y EVOLUCIONES EN VALORES, ACTITUDES Y MENTALIDADES.....	168
8.1 Comparativa mayores de 65 años respecto al total de la población	168
8.2 Comparativa de los senior jóvenes con los senior mayores	178
CAPÍTULO 9.- ACTIVIDADES DE OCIO Y CONSUMO CULTURAL	184
9.1 Comparativa entre los mayores de 65 años respecto al total de la población.	185
9.2 Evolución y comparativa de hábitos culturales por generación	196
9.3 Evolución y comparativa de hábitos culturales por sexo	213
CAPÍTULO 10.- RELACIÓN ENTRE OCIO Y VALORES.....	228
10.1 Presentación y explicación de los índices.....	230
Índice de apertura a los cambios.	230
Índice ética tradicional vs individual.....	232
Índice de pesimismo ante la jubilación.....	234
Índice de interés en actividades de ocio.....	236
Índice práctica de actividades	239
Índices de los distintos tipos de ocio	240
10.2 Relaciones entre los índices de valores y actitudes con los índices de ocio....	243
103 Diferencias por género, edad, nivel de estudios y ocupación.....	246
CAPÍTULO 11.- CONCLUSIONES	258
BIBLIOGRAFÍA	265
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	266
ÍNDICE DE TABLAS.....	266
ANEXOS	266

RESUMEN

EVOLUCIÓN Y PROCESOS DE CAMBIO EN EL OCIO DE LOS MAYORES DE 65 AÑOS EN ESPAÑA

Los mayores de hoy no son como los de antes, la población de más de 65 años está viviendo un proceso de profunda transformación que, entre otras esferas, afecta a la manera en la que el colectivo se enfrenta a la jubilación. La jubilación (se haya trabajado o no de forma remunerada, sea la propia o la del cónyuge) supone un punto de inflexión vital en la vida de las personas. Tradicionalmente, en muchos de los casos, se ha vivido esta etapa como un momento de retiro, muchas veces obligatorio, con ciertas connotaciones negativas asociadas al sentimiento de dejar de ser útil y productivo, sobre todo en aquellas generaciones mayores para las que el trabajo ocupaba una centralidad mayor que en las jóvenes, y sus vidas y la vida personal y familiar giraba más en torno al trabajo y especialmente en torno al trabajo del varón. Pero esta visión negativa de la jubilación va progresivamente cambiando y surgiendo un perfil de jubilado diferente, más orientado a disfrutar de su tiempo libre, que se aleja progresivamente de concebir la jubilación o la tercera edad como un mero retiro, y dota de sentido, así como a su tiempo libre, para llevar a cabo actividades de ocio que le satisface, le llena y le ayuda a encontrar la realización personal como camino para la búsqueda de la felicidad. Características de una sociedad postmoderna en la que la búsqueda de la felicidad se convierte en un objetivo primordial de la existencia.

El cambio experimentado por la población senior no solo se debe a la adopción de valores postmodernos y al cambio social. Asistimos a una situación sin precedentes en el colectivo de mayores de 65 años (senior), y es que cada vez tienen unos niveles de educación más altos, tasas de empleo femeninas más elevadas, han ganado poder adquisitivo en los últimos años y gozan de una esperanza de vida cada vez más saludable. La conjunción de estos factores nos hace intuir que en la generación anterior (los que en 2021 tienen entre 55 y 64 años, denominados presenior) estas tendencias que describimos estarán aún más arraigadas, por lo que anticipamos una gran consolidación de este proceso de cambio cuando los que hoy son presenior lleguen a la jubilación. Es decir,

antes de 2033 resultará hegemónico el proceso de cambio que se describe y vislumbra en esta tesis.

Para conocer cómo ha evolucionado el colectivo de mayores de 65 años, constatar si prevalece el efecto generación sobre el efecto de periodo, analizar tres segmentos de comparación (presenior, senior jóvenes y senior mayores), y dilucidar la magnitud de la vinculación entre ocio y hábitos culturales, se han re-explotado los datos disponibles para España de la Encuesta Europea de Valores, incluida la última edición disponible, la de 2018. Se ha realizado una explotación inédita de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en las ediciones 2006-2019 y por último se ha realizado una encuesta ad-hoc para comparar hábitos culturales y valores. Lo novedoso y más importante es que con la re-explotación de los datos se ha conseguido mostrar una perspectiva longitudinal del colectivo en cuanto a sus hábitos culturales, muy reciente e infrecuente (por no decir inexistente) en las fuentes de datos secundarias consultadas. La elaboración del cuestionario ad-hoc nos permite conocer la vinculación existente entre ocio y valores así como la magnitud de esta vinculación.

Como conclusiones más notorias, destacar primero la constatación del hipotético proceso que se ha descrito, segundo, que en los hábitos culturales y valores prevalece el efecto generacional sobre los efectos de periodo (lo que significa que los principales cambios en el conjunto del colectivo se producen por el relevo generacional del mismo y no por influencia en ese colectivo de lo que ocurre en ese momento en el conjunto de la sociedad). En estrecha relación con esto, se han hallado importantes diferencias en los segmentos de edad estudiados (los presenior y los senior), pero también son muy acusadas las diferencias por sexo, ya que hombres y mujeres tienen hábitos, actitudes y comportamientos bien diferenciados en lo referido a la concepción de la jubilación y uso del tiempo durante la tercera edad. Sin embargo, se aprecia una tendencia a la disminución de dichas diferencias. Por tanto, es previsible en el plazo previsto, antes de 2033, que asistamos también por esta razón a una revolución de las jubiladas, cuando las mujeres que hoy tienen 55-64 lleguen a la jubilación con sus actuales actitudes y valores, bien diferenciados de las actuales jubiladas. Y es que un importante factor del cambio en el colectivo reside en cambiante papel de la mujer, que está evolucionando desde ser la esposa del marido retirado a ejercer un papel mucho más activo e igualitario.

Por último, encontramos indicios y razones varias para prever que estamos caminando hacia el ideal de un envejecimiento más activo y más saludable.

ABSTRACT

Today's elders are quite different from previous generations, the population over the age of 65 is experiencing a process of deep transformation that, among other areas, affects the way they cope with retirement. Retirement (regardless they have been working with a salary or not, or its own or partner's retirement) is a vital turning point in people's lives. Traditionally, in many cases, this stage has been experienced as a moment of withdrawal, often obligatory, with certain negative connotations associated with the feeling of no longer being useful and productive, especially in those generations for which work was the core of their lives and personal and family life turned around work and especially around the work of the male. But these negative vision about retirement is gradually changing, and as a result, there is a new profile of retiree that has little to do with his predecessors, who wants to enjoy his free time, a free time that gives meaning to carry out leisure activities that satisfy them, that use their spare time to find personal realization as a path to the pursuit of Happiness. One of the main characteristics of a postmodern society is the aim of reaching for Happiness as a primary objective of existence.

The change experienced by the senior population is not only due to the adoption of postmodern values and social change. There is an extraordinary situation in the group of over 65 (senior), as a result of a combination of circumstances: they have higher levels of education, higher female employment rates, have gained purchasing power in recent years and enjoy a healthier life expectancy. All of these factors will be probably more established in the previous generation (people that in 2021 are from 55 to 64 years old, named presenior), so we anticipate a huge consolidation of this course of change when those who are now presenior achieve the age of retirement. That is, before 2033 the course of changed described in this thesis, would be predominant.

To learn how the group of over-65s has evolved, to see if the generation effect prevails over the period effect, in order to analyze three key comparison segments (presenior, young senior and old senior), and in order to determine the size of the link between leisure and cultural habits, we have re-exploited the data available for Spain of the European Values Survey have been re-exploited, including the latest available edition, data from

2018. We have also developed an unprecedented exploitation of the Survey of Cultural Habits and Practices for Spain with the data available in the 2006-2019 editions and finally, an ad-hoc survey has been conducted to compare cultural habits and values. The innovative and most important contribution is that with the re-exploitation of the data it has been possible to show a longitudinal perspective of the seniors in terms of its cultural habits, very rare and not easy to find in the secondary data sources consulted. The preparation of the ad-hoc questionnaire allows us to know the link between leisure and values as well as the magnitude of this linkage.

As more notorious conclusions, first of all, the confirmation of the hypothetical process described, then, it should be noted that in cultural habits and values prevails the generation effect over the period effect (which means that the main changes revealed are a consequence of the generation change more than due what is happening in the society at that moment). With regards to this fact there are important differences that have been found in the segments studied (the presenior and seniors), gender differences are also very important because of the fact that men and women have different attitudes and behaviors with regards to the retirement conception and the use of their spare time. Otherwise, a progressive decrease in this gap is detected, and therefore, is probable than before 2033 a revolution of women retirees is foreseeable, when women who are now 55-64 reach retirement, with their current attitudes and values, very well differentiated from present women retired. One of the most important factors of changes in the seniors is the evolution of women, changing roles from 'wife of retired' to a role much more active and equal. Finally, we have found several reasons to think that is predictable an active and healthy aging.

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

1.1.- Idea central de la tesis

La idea central que se desarrollará y se demostrará en esta tesis versará sobre el proceso de transformación profunda de la vivencia de la jubilación y de la denominada “tercera edad” que se está produciendo. Esta transformación implica una redistribución cualitativa y cuantitativa del tiempo y cambios en el sentido que se atribuye a la jubilación, al tiempo libre y al tiempo de ocio, como por la transformación de los usos que están teniendo lugar en estos ámbitos.

Conforme se incorporan nuevas cohortes al grupo de mayores de 65 años (o similar, dependiendo de cuándo se produce la jubilación) disminuye el sentido tradicional que se otorga a la jubilación y a la tercera edad, tradicionalmente relacionado con el retiro y el descanso, y a menudo asociado a connotaciones negativas y a la centralidad de la actividad laboral y correlativamente, aumenta a otorgar a esta etapa de la vida un sentido más lúdico y positivo que reinterpreta esta etapa como una ocasión propicia para alcanzar una mayor realización y obtener la felicidad personal .

Esta dotación de sentido emergente reaviva el interés por cómo aprovechar y disfrutar del mayor tiempo libre disponible y centrar su atención en el ocio como una fuente cada vez más importante de realización y felicidad. Esto es lo que explica el creciente interés y la creciente práctica de actividades de ocio tales como viajar, hacer deporte, disfrutar de las artes escénicas, navegar por internet o conectarse a las redes sociales.

Esta tendencia se explica principalmente por el relevo generacional del colectivo de mayores los cuales, conforme pasa el tiempo, se han socializado en unos valores y han incorporado unos hábitos que favorecen estos cambios tales como la secularización, el individualismo, la postmodernización o valores postmaterialistas.

1.2.-Delimitación del objeto de estudio

El envejecimiento de la población, fruto del fuerte incremento de la esperanza de vida en las sociedades avanzadas, del descenso de la tasa de mortalidad y del progresivo descenso

de la natalidad, es un proceso que en las últimas décadas ha alcanzado un innegable interés. En el caso de España, este proceso se produce con cierto retraso respecto a otros países de su entorno, aunque de forma muy intensa. Según los últimos datos disponibles del INE (datos provisionales a enero de 2020) España tiene un 19,6% de su población con 65 o más años, 9,2 millones de personas, y, según las previsiones, la población mayor de 65 años alcanzaría un máximo del 31,4% en torno a 2050 para comenzar a descender a partir de entonces.

Este progresivo e imparable envejecimiento de la población, ha despertado un inusitado interés en cuanto al estudio de los hábitos de consumo de la población *senior* (la población con más de 65 años). Aunque este interés es creciente, y relativamente reciente, hasta hace relativamente poco tiempo, se detecta una falta de estudios relacionados con la influencia del colectivo de mayores en la economía o en el consumo. A comienzos del S.XXI, la mayor parte de los estudios realizados sobre el consumo en la población *senior* se refieren a viajes fuera de temporada y a actividades o productos relacionados con la salud, detectándose una falta de estudios que investigasen cómo determinados hábitos de consumo pueden ser modificados, e incluso cómo se incorporan algunos de ellos, a medida que se produce el envejecimiento de la población desde la perspectiva del comportamiento del consumidor.

De forma paulatina, el colectivo de los mayores se está convirtiendo en foco de atención por su potencial de consumo y la generación de actividades que estimulan la actividad económica. Los mayores de hoy son una población experimentada, en algunos casos con recursos económicos importantes que les convierten en objeto de atención de determinados sectores, como por ejemplo el del ocio. Hoy, las “personas mayores” ya no son lo que eran: han experimentado fuertes cambios a lo largo de su vida, en los planos individual y colectivo, y están ya instaladas mayoritariamente en el “modelo de consumo”. Uno de los factores indicativos de la adopción de nuevos hábitos de consumo en los mayores es la importancia que otorgan al tiempo libre en relación con la importancia otorgada al trabajo, la manera en la que utilizan el tiempo libre, así como el tipo de actividades de ocio en las que utilizan su tiempo libre.

En correspondencia con esta nueva realidad, la población mayor de 65 años muestra cada vez una actitud más positiva y activa ante esa etapa de la vida y unos estilos de vida diferentes respecto a generaciones anteriores. Aparece la figura de un nuevo jubilado (Trinidad Requena, 2006), que poco tiene que ver con la imagen tradicional de los

jubilados. Jubilados que buscan alternativas para el empleo de su tiempo, que se sienten activos, que manifiestan deseos y exigen recursos.

Nuestro objeto de estudio será conocer cómo son y cómo están cambiando los jubilados mayores de 65 años en España. Se estudian los jubilados porque en la configuración del tiempo libre existe un punto de inflexión y este es el del momento de la jubilación, ante este momento clave del ciclo de vida, los mayores tienen actitudes distintas ante esta nueva situación que afectan, entre otras esferas, a su forma de entender el ocio. Se profundizará en su percepción del tiempo libre y en cómo configuran su tiempo de ocio. Se establece el corte en los 65 años porque en el caso de España, la edad legal de jubilación se instauró a los 65 años (en 1919 en Reglamento General para el Régimen Obligatorio del Retiro Obrero), a pesar de que se han producido profundos cambios en cuanto al incremento de esperanza de vida al nacer (80,5 años en hombres y 85,9 en mujeres) (INE, 2018) la edad de jubilación legal ha permanecido inamovible hasta la reforma en 2011 que eleva la edad de retiro hasta los 67 años en el 2027.

Las distintas actitudes frente a la jubilación y el ocio están marcadas por los valores que subyacen detrás de los comportamientos, por lo que no solo investigaremos en cómo utilizan su tiempo de ocio los mayores, sino que además profundizaremos en las razones que motivan estos comportamientos.

1.3.- Estructura de la tesis

La presente tesis está estructurada en un primer capítulo introductorio, para luego distinguir dos partes. La primera parte en el que se realizará una revisión del estado de la cuestión en la que se llevará a cabo una revisión conceptual, se mostrará de manera descriptiva cómo están cambiando los jubilados en España para, finalmente, mostrar las tendencias de cambio detectadas, así como los factores que han influido en el cambio.

La segunda parte es la fase empírica en la que se mostrarán los objetivos e hipótesis de trabajo, la metodología, los capítulos referidos a la explotación empírica inédita y las conclusiones.

La tesis está estructurada en once capítulos de los que a continuación se enuncia brevemente su contenido:

Capítulo 1. Introducción: en este primer capítulo se señala la idea central de la tesis, se define el objeto de estudio y cómo se ha estructurado la tesis.

Capítulo 2. Revisión conceptual: a lo largo de este capítulo se acuñarán una serie de conceptos básicos que han de quedar bien establecidos tales como la definición de mayor, las tipologías del tiempo en relación con su uso (tiempo ocupado, tiempo libre, tiempo de ocio), los tipos de ocio de los que disfrutaban los mayores, la jubilación y sus implicaciones en cuanto a la redistribución del tiempo, así como las variables que influyen en esta nueva redistribución.

Capítulo 3. Cómo están cambiando los jubilados en España: se mostrará aquí desde una perspectiva descriptiva algunas de las transformaciones que están viviendo los jubilados con relación al uso del tiempo, la distribución de su tiempo de ocio y el tipo de actividades de ocio que realizan.

Capítulo 4. Tendencias y procesos de cambio y transformación en la jubilación y la tercera edad. A lo largo de este capítulo se revisarán las teorías del cambio social, las teorías de los valores sociales, así como los factores que influyen en el cambio y han dado lugar a la figura de un “nuevo jubilado”.

Capítulo 5. En el capítulo cinco se recogen las principales conclusiones relativas al estado de cuestión.

Capítulo 6. Objetivos e hipótesis. En este capítulo, correspondiente a la fase empírica, se delimitan los objetivos y las hipótesis de trabajo.

Capítulo 7. Metodología. Se explica en este capítulo la metodología utilizada así como las fuentes re explotadas para la consecución de los objetivos de investigación.

Capítulo 8. Cambios y evoluciones en valores, actitudes y mentalidades. Se muestran en este capítulo los resultados de la explotación de la Encuesta Europea de Valores en la que se comparan los datos de los mayores de 65 años con el total de la población y los datos de los mayores de 65 años con los de 75 años para la última ola disponible.

Capítulo 9. Actividades de ocio y consumo cultural. Se exponen en este capítulo los datos de explotación relativos a la Encuesta de Hábitos Culturales en la que se comparan los resultados del total población con mayores de 65 años, los resultados y evolutivo por generación y por sexo.

Capítulo 10. Relación entre ocio y valores. Se describen en el presente capítulo los resultados obtenidos de la encuesta realizada con carácter exploratorio a una muestra de la población objeto de estudio de 411 individuos. Se han creado una serie de indicadores a medida que permiten relacionar valores con actitudes hacia el ocio.

Capítulo 11. En este último capítulo se presentan las conclusiones finales del trabajo realizado.

Se añaden al final del trabajo la bibliografía, los índices de tablas y de gráficos y los anexos.

PARTE I: ESTADO DEL ARTE

Revisión conceptual

Cómo están cambiando los jubilados en España

Tendencias y procesos de cambio y transformación en la jubilación y la tercera edad.

PARTE I: ESTADO DEL ARTE

En esta primera parte de la tesis se procederá a la revisión de las aportaciones teóricas más relevantes relacionadas con el proceso de profunda transformación en la vivencia de la jubilación, el sentido otorgado al tiempo libre y al ocio de los mayores (de 65 años) en España. A continuación, se realizará un breve análisis descriptivo a partir de fuentes secundarias con el objetivo de mostrar la evolución de los jubilados en España en cuanto a la distribución del uso del tiempo en general, el tiempo de ocio en particular y se profundizará en la tipología de actividades de ocio que practican los jubilados. Se concluye esta primera parte con un capítulo de revisión crítica del estado del arte, que dará pie al planteamiento de la fase empírica de esta tesis.

El marco teórico para la realización de esta tesis gira en torno a grandes temáticas relacionadas con nuestro objeto de estudio (mayores de 65 años, uso del tiempo, jubilación y cambio de valores) fundamentales para desarrollar el contenido de esta investigación.

Para ello primero se hará una revisión conceptual de una serie de cuestiones básicas y esenciales tales como la revisión de los conceptos de “mayor” y “envejecimiento”, se pondrán de manifiesto los múltiples y dispares términos existentes para hacer referencia a los mayores, se expondrán los criterios para determinar cuál es la edad a partir de la que una persona ha de considerarse mayor, los diferentes criterios de clasificación de los mayores, para terminar acuñando una definición propia que se utilizará en esta tesis, y se establecerán los grupos de edad en los que se realizarán los diversos análisis y comparativas. Se examinarán los diferentes usos del tiempo en relación con los mayores de 65 años distinguiendo entre el tiempo libre, el tiempo ocupado y el tiempo de ocio, sobre todo en cuanto a la distribución de esos “tiempos” tras la jubilación; seguidamente se profundizará en el término de jubilación, haciendo un breve repaso del concepto para profundizar en las diferentes actitudes que los mayores muestran frente a la jubilación así como los principales factores que motivan el tomar una u otra actitud frente a la jubilación. Las diversas actitudes que los mayores presentan frente a la jubilación marcarán, entre otras, las variadas y diversas formas de distribución del uso del tiempo una vez jubilados.

Una vez definidas las actitudes frente a la jubilación se mostrarán datos sobre cómo ha evolucionado la distribución del uso del tiempo en los mayores jubilados, los cambios producidos en el tiempo de ocio y la evolución del tipo de actividades de ocio que realizan.

Por último, se ahondará en las razones de ese cambio de distribución del uso del tiempo así como de las motivaciones que llevan a los mayores a utilizar su tiempo libre en determinados tipos de ocio. Para profundizar en esas motivaciones se realizará una revisión de las teorías del cambio social, de las teorías del cambio de valores y se terminará analizando los factores que han influido en el cambio como la incorporación de la mujer al trabajo, la mejora del nivel de estudios, el aumento de la esperanza de vida o la mejora de la percepción del estado de salud.

Para la revisión documental de la literatura se ha realizado una revisión bibliográfica de las principales publicaciones en torno a las áreas sobre las que versa la presente tesis doctoral. Se ha realizado una búsqueda sistemática en las principales bases de datos referentes en ciencias sociales y en concreto de la Sociología.

Como buscadores se ha utilizado Google Scholar, Catálogo Cisne, Dialnet, JSTOR.

Se han utilizado las bases de datos del INE, IMSERSO (publicaciones relacionadas con los Informes sobre Mayores, publicaciones en torno al Observatorio de las personas Mayores), CSIC (especialmente Envejecimiento en red), CIS (especialmente los Barómetros relacionados con hábitos de ocio). Para publicaciones y revistas especializadas se utilizó la base de datos de la Biblioteca de la UCM, publicaciones de la revista REIS, y muy especialmente las publicaciones de Estudios sobre Ocio de la Universidad de Deusto.

Las búsquedas se han realizado con palabras clave de los temas recogidos en la presente tesis doctoral: ocio, consumo, mayores, jubilación, cambio cultural.

Para la exploración de los hallazgos empíricos se ha recurrido a fuentes secundarias, a publicaciones recientes en cuanto a la situación de la jubilación en España y a la distribución del tiempo de los mayores de 65 años en España, se han revisado las estadísticas publicadas en el INE tales como la Encuesta de Empleo del Tiempo en las olas de 2004 y de 2010, la Encuesta de Población Activa de 2019, los datos sobre la ocupación del tiempo libre de la Encuesta sobre Condiciones de vida de los Mayores del IMSERSO publicada en 2010, el barómetro del CIS de 2018 relativo a las actividades de

ocio, los datos del informe publicado en el CSIC “Un perfil de las personas mayores en España” en su edición de 2020 y las series históricas del CSIC relativas a tasa de ocupación, nivel de estudios, estado de salud y cuantía de las pensiones.

Se muestra a continuación el esquema de la revisión bibliográfica en el que se recoge el contenido de cada capítulo del estado del arte, el objetivo que se pretende alcanzar con cada temática, así como los principales autores de referencia en cada apartado. La elección de los autores de referencia se ha realizado en función de las aportaciones previas de estos autores al problema de investigación de esta tesis, y en base a criterios objetivos tales como el número de citas o los artículos de referencia de cada autor relacionado con cada temática.

REVISIÓN CONCEPTUAL

Objetivo: definir y aclarar conceptos básicos a utilizar a lo largo de la tesis

Contenido: Definición de mayor, conceptualización del tiempo, distinción del tiempo libre y tiempo de ocio, relación entre ocio y mayores y la jubilación. Se muestran los principales autores por subapartado.

¿Qué es ser mayor?

Principales autores: Agulló Tomás (2011), Sánchez Vera (1993), Pérez Ortiz (2006), Pérez Nieto (1997), Neugarten (1974), Grande (1993), Alcaide (2005), Garcia y Martorell (2007), Díaz Casanova (1989),

Usos del tiempo en relación con la jubilación y la tercera edad

Principales autores: Durán y Rogero (2009), Durán (2006), Ramos (1995), Barrio (2007), Munné y Codina (1996), Weber (1969), Cuenca Cabeza (2009), Iglesias de Ussell (2004), Pérez Ortiz (2003), Bazo (1990)

Ocio y mayores

Principales autores: Cuenca Cabeza (2014), Riesman (1948), Veblen (1899), Lafargue (1883), Russell (1932), Pieper (1962), San Salvador del Valle (2002), Neulinger (1974), Dumazedier (1975), Tinsley & Tinsley (1986), Cumming y Henry (1961), Kelly (1990), Richie (1975) Iso-Ahola (1980), Lehr (1985), López Paz (2014), Monteagudo y Cuenca Cabeza (2012), Santiesteban (1992), López-Paz (2014), Cuenca Cabeza (2014),

Veenhoven (2001), Filimon (2018), Diener&Suh (1998), Rowe et al (1998), Havighurst (1968)

La jubilación

Principales autores: Elder (1998), Cabeza (2009) Adler (1986), López Jiménez (1992), Agulló Tomás (2011), Zubero (2002), Bazo (2002), Weiss (2005), Cuenca Cabeza (2008) Cumming y Henry (1961), Havighurst (1968), Neugarten (1964), Marshall (1981), Riley (1971),Díaz Casanova (1989), Bueno y Buz (2006), Freire (2017), Trinidad Requena (2006), Bazo (2000), Wilson (1996), Alcalde y Laspeñas (2005), Iso-Ahola (1980)

CÓMO ESTÁN CAMBIANDO LOS JUBILADOS EN ESPAÑA

Objetivo: realizar un análisis descriptivo para mostrar la evolución de los jubilados en España en cuanto al reparto del tiempo, del tiempo libre y de las actividades de ocio que realizan utilizando fuentes de datos secundarias

Contenido: análisis descriptivo de una serie de tablas de datos

Fuentes de datos: Encuesta Calidad de Vida 2016, Perfil de las personas mayores en España 2020 (CSIC), Encuesta empleo del Tiempo 2004 y 2010, Barómetro CIS 2018.

TENDENCIAS Y PROCESOS DE CAMBIO Y TRANSFORMACIÓN EN LA JUBILACION Y LA TERCERA EDAD

Objetivo: Mostrar las teorías y los factores que justifican el cambio habido en los mayores de 65 años en España

Contenido: teorías de modernización, teorías de valores sociales, análisis descriptivo factores del cambio

Principales autores: Sue (2005), Bauman (2007), Jenkins (2008), Cuenca Cabeza (2009), Weber (1969), Schwartz (1992), Rokeach (1973), Inglehart (1971), Welzel (2013), Camacho (2008), Díez Nicolás (2011), Bericat (2010), Halmann (1994), Bourdieu (1979), Alonso (2007), Ariño (2011), Bauman (2002), Suh (1997), Cuenca Cabeza (2014), Rifkin (2000)

Fuentes de datos: Perfil de las personas mayores en España 2020 (CSIC), Series Temporales CSIC

REVISIÓN CONCEPTUAL

CAPÍTULO 2. REVISIÓN CONCEPTUAL

2.1.- ¿Qué es ser mayor?

En la revisión de la literatura especializada sobre envejecimiento o sobre las personas mayores se aprecian dos hechos relevantes: en primer lugar, no existe un claro acuerdo sobre cuál es el término ideal para referirse al grupo de edad avanzada, de hecho existe una importante amplitud de términos utilizados para referirse a este colectivo y en segundo lugar, se detecta una clara falta de consenso a la hora de establecer grupos de edad en los distintos estudios realizados sobre el colectivo, de manera que en múltiples estudios, cuando se refieren al grupo de más de 65 años, se hace como un bloque único sin distinguir subgrupos como se hace en edades más jóvenes (Agulló Tomás, 2001).

Diferentes ensayos e investigaciones (a título ilustrativo se podríamos citar: *“Estructura social de la vejez”* IMSERSO 2006, *“La participación social de las personas mayores”* IMSERSO 2008, *“Hábitos de compra y consumo de las personas mayores”* Fundación Edad&Vida 2006) destacan la existencia de una importante pluralidad de términos utilizados a la hora de nombrar al colectivo de mayores, incluso el propio término (mayor) es ambiguo. Según Sánchez Vera (1993:41), el término “mayores” expresa “la generalización de lo genérico: el mayor es cualquiera que tiene más años que otro”, si bien es cierto que el término “mayor” tiene ciertas connotaciones de dignidad y madurez (Agulló Tomás, 2001).

En esta pluralidad de términos asociados al concepto de mayor se encuentran algunos de referencia como “viejos” (asociado a incapacidad y limitación), “ancianos” (personas que han superado el límite de esperanza de vida) (García, 1997) , “mayor o mayores” (usado como término genérico) (Sánchez Vera, 1993), “tercera/cuarta edad” (Pérez Ortiz, 2006), cuando se hace referencia al término tercera/cuarta edad se está considerando la vida como un ciclo con distintas etapas aunque algunos autores (Agulló Tomás, 2001) son críticos con la denominación de tercera o cuarta edad, ya que no se considera a la infancia como primera edad ni a la época adulta como segunda edad, por lo que consideran que el concepto “tercera o cuarta edad” busca “suavizar” la palabra vejez. Se utilizan también nociones como el de “abuelos” empleada de manera general con tono cariñoso para referirse a todo el grupo de mayores.

Otras expresiones utilizadas son “senior”, derivado del latín, en plural, *seniores*, utilizado en el Bajo Imperio para designar a los viejos más respetables y que ha derivado en el término “señor”, como tratamiento de respeto y no solo centrado en las personas de más edad. En el ámbito empresarial se utiliza este término para designar a personas expertas en alguna materia, con connotaciones positivas (Agulló Tomás, 2001). Se empiezan a manejar expresiones como la de “poder gris” que reflejan el incremento del peso de este colectivo en distintos ámbitos de la vida social, económica, política y familiar.

Existe, pues, falta de conceptualización adecuada en la definición de “mayor” y cierta dificultad a la hora de establecer grupos de edad homogéneos en la generación senior, por falta de información en algunas ocasiones, porque muchas de las encuestas que se realizan, como decíamos, consideran un grupo único a la población de más de 65 años y porque hay dos hechos clave que marcan la diferencia: uno es el estado de salud, que confiere autonomía e independencia a la hora de tomar decisiones de consumo y otro es la capacidad adquisitiva, para gran parte de la población, la situación de jubilación implica en general una disminución de ingresos.

Por lo que respecta a la idea de envejecimiento, dicho término se asimila al de vejez, si bien es cierto que el proceso de envejecimiento es inherente al proceso vital. Las Naciones Unidas, en los Documentos de la Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento (1984) manifiesta que el envejecimiento se entiende de manera global como un “conjunto de procesos biológicos, psicológicos y sociales profundamente interdependientes que se desarrollan a lo largo de toda la vida desde el nacimiento hasta la muerte” (Díaz Casanova, 1989: pp 86).

El término “envejecido” es utilizado por algunos autores (Pérez Nieto, 1997) en un sentido similar al de “viejo” haciendo referencia a la última etapa de la vida en cuanto a aspectos físicos y de la edad.

¿En qué momento se ha de considerar a una persona como “vieja”? ¿Es la edad cronológica el criterio más adecuado? Algunos autores (Díaz Casanova, 1989) apuntan a que la designación de una persona como anciano está más relacionada con su función de jubilado, o con los nuevos roles adoptados tras la jubilación y no tanto con la edad cronológica, a este respecto el autor pone de manifiesto la distinción que las Naciones Unidas (1984) hacen entre envejecimiento intrínseco y extrínseco refiriéndose el primero

a “los procesos internos y específicos de la persona relacionados con la edad”, y el segundo, a “los cambios relacionados con la edad”.

En las últimas décadas ha aumentado significativamente la esperanza de vida al nacimiento en hombres y mujeres: en el caso de los hombres ha pasado en el año 1994 de 74,4 años a 80,5 años en 2018 y la de las mujeres de 81,6 años en 1994 a 85,9 años en 2018 (INE, 2018). El aspecto clave en la evolución de las últimas décadas ha sido la mejora de las expectativas de vida en las personas de edad madura y avanzada. Junto a la esperanza de vida se ha producido una mejora significativa del estado de salud que incide en una mejora de la calidad de vida de los mayores (INE, 2020). Dicho incremento de la esperanza de vida y del estado de salud implica que la fase de la vejez puede durar entre veinte o treinta años con una calidad de vida bastante aceptable, sobre todo en las edades más tempranas (desde los 65 a los 74 años). Se hace entonces cada vez más necesario el establecimiento de diferentes grupos de edad en el colectivo de mayores de 65 años. Aunque existen ciertas dificultades a la hora de establecer un único corte o una clasificación por edades hay algunos referentes que proponen diferentes categorizaciones para dichos subgrupos.

La necesidad de establecer subgrupos de edad dentro del colectivo de mayores ya venía siendo apuntado por autores clásicos como Burgess (1949) que elabora un plan de investigaciones sobre envejecimiento y vejez y propone la distinción entre la primera madurez, la madurez media y la última madurez. Para el autor, la “primera madurez” transcurre desde el final de la cincuentena hasta los setenta y cinco años, y comprende una población que es capaz de aportar su colaboración y tener un papel activo en la sociedad, la “madurez media” la conformarían las personas de más de setenta y cinco años, donde se encuentran las situaciones que plantea la elección de una modalidad de residencia adaptada a las circunstancias de cada individuo, la viudez, o las adaptaciones a nuevas situaciones originadas por enfermedades incapacitantes y por último la “última madurez” sería a partir de los ochenta y cinco años, donde se acrecientan los problemas originados por las enfermedades.

Neugarten (1974) propuso la distinción entre “jóvenes-viejos” y “viejos-viejos” haciendo referencia a las capacidades disponibles, de forma que el primer grupo estaría formado por aquellos mayores de 60 años que aún mantienen su vitalidad y el segundo grupo

estaría integrado por aquellos mayores de 60 años en situación, de fragilidad y dependencia.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) clasifica a las personas entre 60-74 años como personas de edad; las que se encuentran entre los 75-90 años como ancianas, y las mayores de 90 años como muy viejas.

Grande en su artículo “*El comportamiento de los consumidores por grupos de edad*” (1993) establece que en las personas coexisten tres edades: la cronológica (marcada por el año de nacimiento), la biológica (potencial de vida en base a una serie de parámetros) y la subjetiva o auto percibida, el autor considera ésta última como crítica para entender determinados comportamientos ante el consumo. Para Grande (1993) la edad subjetiva depende del nivel cultural de las personas, del grado de satisfacción alcanzado y del nivel de autoconfianza mientras que la edad cronológica no proporciona ninguna clave efectiva a la hora de explicar el comportamiento de los mayores.

Autores como Hossain, Bailey y Lubulwa (2003) se refieren al término *senior* como aquellos de 55 años o más, y a los *no senior* como los menores de 55 años pero mayores de 15 años, segmentan a su vez la categoría senior en dos subgrupos: *younger senior* (los senior más jóvenes), de 55 a 64 años, y *older senior* (los senior más mayores), de 65 en adelante.

Por otro lado, Alcaide (2005) manifiesta que algunas empresas sitúan en los 55 años el segmento de los mayores (en la banca por ejemplo) mientras en otros sectores son los 60, la edad en la que debe establecerse la frontera entre los mayores y los maduros. García y Martorell (2007) considera senior a aquel de más de 65 años.

Examinadas las principales acepciones, distinciones y criterios para clasificar al colectivo de mayores de 65, las dificultades a la hora de establecer una línea de corte y la pluralidad de términos encontrados para referirse a los mayores, en la presente tesis se acepta el corte de los 65 años (aunque arbitrario, ampliamente extendido) para considerar a este grupo, el de los mayores de 65 años, como primer corte de nuestro objeto de estudio. Como en concreto lo que nos interesa es estudiar al colectivo de individuos mayores que han iniciado una nueva fase de su vida con posterioridad a su vida laboral, (por los cambios en la redistribución del tiempo y sobre todo en la disposición de un mayor tiempo “disponible”) el segundo corte sería el referido al de los jubilados, ya que la jubilación en España se ha establecido en los 65 años. Se ha de matizar que la edad de jubilación a los

65 está en pleno proceso de cambio tras la reforma de 2011 que eleva la edad de retiro hasta los 67 años y por otro lado se ha de tener en cuenta que la edad real de jubilación es ligeramente inferior a la de los 65 años (el último dato disponible es un promedio de 64,4 años según los datos de 2019 de la Seguridad Social). A pesar de estas dos circunstancias, de manera aproximada consideramos que los 65 años es un corte razonable para marcar la transición de una vida organizada en torno al trabajo a otra etapa post laboral.

No solo nos interesa indagar en lo que ocurre con el tiempo disponible o tiempo libre de los mayores que han dejado de trabajar (jubilados), también nos interesa indagar en si existen cambios en la redistribución del tiempo en los mayores que no han trabajado de forma remunerada fuera del hogar, este colectivo son mayoritariamente mujeres, también denominadas jubiladas aunque no hayan trabajado fuera de casa, ya que a partir de los 65 años pasan ser “pensionistas” y este hecho influye también en la utilización de su tiempo de ocio.

De esta manera se acota el objeto de estudio de esta tesis en los mayores de 65 años jubilados y jubiladas en España.

En cuanto a la terminología a utilizar se manejará el término *senior* para referirnos al colectivo, por las connotaciones positivas que el término ostenta, como señalaba Agulló Tomás (2011), y porque vamos a referirnos a una población que está mostrando una fuerte inercia de cambio en su mentalidad, en su forma de ver la vida y por supuesto en el manejo del tiempo libre, por lo que el concepto de *senior* lleva implícito la concepción de ese “nuevo jubilado” que apuntaba Trinidad Requena (2006) más moderno y activo que las generaciones anteriores.

Uno de los problemas que se exponían a la hora de referirse al colectivo era el que muchos estudios consideraban a los mayores de 65 años como un bloque homogéneo, estableciendo el corte en los 65, nosotros vamos a establecer dos grupos dentro de los senior, y este corte viene dado por la edad a la que se considera que se produce un mayor declive físico y por tanto afectará a la hora de realizar determinadas actividades de ocio en las que distribuir el tiempo disponible. Este corte, siguiendo la clasificación de la Organización Mundial de la Salud, se establece en los 75 años. De manera que no se considerará a los mayores de 65 años como un bloque homogéneo para nuestro estudio sino que se hará referencia a dos grandes grupos: los *younger senior* o senior jóvenes,

cuando nos refiramos al grupo de edad entre 65 y 74 años y los *older senior*, o senior mayores, cuando nos refiramos a los mayores de 75 años.

Dado que las fuertes tendencias de cambio y transformaciones de colectivo de los *senior* se deben en parte al relevo generacional, nos referiremos como presenior al grupo inmediatamente anterior a los *senior*, esto es, el grupo comprendido entre los 55 y los 64 años, de los que se muestran análisis en el apartado de la explotación empírica y que nos dará muchas pistas sobre el cambio generacional y sobre si estos cambios han llegado para quedarse.

- *La mejora de la salud y el aumento de la esperanza de vida propician una última etapa de la vida en torno a los 20-30 años, con una mayor y mejor calidad de vida que en el pasado reciente.*
- *Este mayor tiempo de calidad supone la necesidad de no tratar a los mayores de 65 años como un todo y distinguir entre segmentos.*
- *Existen múltiples maneras de referirse al colectivo de mayores, sin que exista un consenso en cuanto a los términos a utilizar.*
- *Aunque la edad real de jubilación está ligeramente por debajo de los 65 años y se aspira a llegar a la edad de 67 años de forma progresiva, se establecen los 65 años como punto de corte aproximado y adecuado para distinguir la etapa laboral de la post-laboral en el momento de realización de esta investigación.*
- *Se hará referencia al colectivo de mayores como senior, estableciendo dos grupos, los senior jóvenes y los senior mayores.*

2.2.- Usos del tiempo en relación con la jubilación y la tercera edad.

Antecedentes en la investigación sobre el uso del tiempo en España

El tiempo se ha interpretado históricamente como un recurso escaso, conformándose, desde el último tercio del siglo XX toda una comunidad de investigadores sobre el tiempo. El rasgo característico de esta comunidad es la investigación del tiempo desde tres perspectivas (Durán y Rogero, 2010, pp. 3)

- La perspectiva sociopolítica, en la que la investigación sobre el tiempo lo que busca es evidenciar situaciones injustas y proponer acciones correctoras.
- La perspectiva humanística: enfocada a la visión antropológica del tiempo.
- Perspectiva empirista: destinada a entender las técnicas de medición de la distribución del tiempo.

Los antecedentes del estudio del uso del tiempo en España se encuentran muy vinculados al conocimiento y organización de las jornadas de trabajo impulsadas por el antiguo Ministerio de Trabajo en los inicios del siglo XX. Aunque el verdadero impulso para las investigaciones del uso del tiempo viene de la mano del desarrollo de los medios de comunicación (radio y televisión), que promueven este tipo de estudios con el objetivo de encontrar las franjas idóneas en las que insertar publicidad.

Desde los años 80 se comienza a incorporar información sobre el uso del tiempo en encuestas oficiales realizándose estos estudios sobre el uso del tiempo de forma institucional con las Encuestas del Empleo del Tiempo (en adelante EET) del INE en las olas 2003-2004 y 2009-2010 además de la Encuesta del CSIC sobre Uso del Tiempo en España (2003). La diferencia entre una y otra encuesta radica en que la encuesta realizada por el INE está dentro de las denominadas encuestas de presupuestos de tiempo y la que realiza el CSIC es la encuesta sobre el tipo de actividades, siendo ambas encuestas estudios estáticos. No existe un estudio longitudinal en España sobre el uso del tiempo, por lo que una de las principales limitaciones de estos estudios es que además de no tener en cuenta el ciclo de vida, no se puede estudiar la evolución o los cambios en la redistribución del tiempo de una determinada población.

Sobre el uso del tiempo destacan en particular los estudios de M. Ángeles Durán: *“El valor del tiempo ¿cuántas horas te faltan al día?”* (2006) *“Tiempo de vida y tiempo de trabajo”* (BBVA, 2010) *“La investigación sobre el uso del tiempo”* (CIS, 2010) junto a J. Rogero.

Por lo que respecta al estudio del uso del tiempo en las personas mayores, son numerosas las instituciones públicas y privadas, organismos e investigadores de distintas áreas científicas que han identificado qué tipo de actividades realizan las personas mayores en España, destacan los estudios de Ramón Ramos en la obra colectiva *“Las actividades económicas de las personas mayores”* (SECOT, 1995) quien escribe un capítulo sobre los usos del tiempo y del ocio en los mayores tomando datos publicados por el CIS en

1987 y siguiendo esta línea de análisis e investigación Elena del Barrio Truchado basa su estudio *“Uso del tiempo en las personas mayores”* (IMSERSO 2007) en el análisis descriptivo de los datos publicados por el INE sobre la EET de 2003-2004. Estas investigaciones manifiestan la existencia de una clara relación entre los usos del tiempo y la variable edad, encontrándose a su vez, grandes diferencias por edades dentro del grupo de las personas mayores: no utilizan de la misma manera su tiempo los cercanos a los 65 años que los octogenarios. No solo la edad es un factor diferenciador en el uso del tiempo, el género, las circunstancias históricas vividas, los rasgos generacionales, influyen también de forma notable en el uso del tiempo.

Pero antes de profundizar en cómo utilizan su tiempo los mayores de 65 años, se acuñarán las nociones de tiempo libre, tiempo ocupado y tiempo de ocio y se mostrarán sus diferencias.

Tiempo libre, tiempo ocupado, tiempo de ocio

Existen varias formas de estructurar el tiempo, múltiples definiciones y visiones, pero para el propósito de esta tesis se hace al menos necesaria la distinción entre tiempo ocupado, tiempo libre y tiempo de ocio.

Atendiendo a la estructuración del tiempo que realizan Munné y Codina (1996) en la que distinguen un tiempo destinado a las necesidades fisiológicas o necesidades básicas; un tiempo de carácter socioeconómico, en el que se incluirían el tiempo dedicado al trabajo o a los estudios; un tiempo de tipo sociocultural en el que se incluiría la vida en sociedad y por último el tiempo destinado al ocio en el que se realizarían actividades de disfrute personal y colectivo. Podría distinguirse entre un tiempo “obligatorio” o “necesario” que vendría dado por la estructuración socioeconómica y fisiológica y un tiempo “restante” o “voluntario” en el que se incluirían las áreas socioculturales y de ocio. Esta clasificación ayuda a enmarcar el concepto de tiempo ocupado y tiempo libre porque una noción se manifiesta en contraposición a la otra, pero aún hemos de seguir avanzando para clarificar la distinción entre el tiempo libre y el tiempo de ocio. Si se entiende tiempo libre como “tiempo disponible después de las obligaciones” (Weber, 1969) podría asumirse que el tiempo libre solo podría establecerse en contraposición al tiempo no libre u ocupado (Durán, 1986).

En cuanto al tiempo de ocio ¿es lo mismo que el tiempo de ocio que el tiempo libre? La identificación de tiempo de ocio con el tiempo libre sería demasiado simplista, y aunque es frecuente que se consideren sinónimos, conviene diferenciar ambos conceptos. El tiempo libre sería, como se ha visto, tiempo restante, tiempo excedente, tiempo que sobra una vez se han realizado todas las actividades obligadas (fisiológicas y socioeconómicas) pero para que este tiempo sea considerado tiempo de ocio ha de ser planificado y deseado (Cuenca Cabeza, 2009). El tiempo libre, sería entonces un tiempo libre de obligaciones que pudiese ocurrir se utilizara en prácticas de ocio (Cuenca Cabeza 2009).

El concepto de tiempo libre es consecuencia del desarrollo industrial. Weber en *El problema del tiempo libre* (1969), define el tiempo libre, como “el conjunto de períodos de tiempo de la vida de un individuo en los que la persona se siente libre de determinaciones extrínsecas, quedando con ello libre para emplear con un sentido de realización personal tales momentos, de forma que le resulte posible llevar una vida verdaderamente humana” (Weber, 1969:10). Weber no defiende el ocio en sí mismo, sino la adecuada utilización del tiempo libre. El disfrutar de ese tiempo con sentido. Weber incide en la educación para el ocio «La educación no puede hacer otra cosa que ofrecer una ayuda, y ésta hará probable que el individuo adopte decisiones correctas en su tiempo libre» (Weber, 1969:445).

Si el tiempo libre es el que resta después de las obligaciones, cabría preguntarse qué ha de ser considerado como obligaciones. Aparentemente el trabajo sería una “obligación” para aquellos en edad de trabajar, aunque algunos disfruten o se sientan “realizados” en sus trabajos, si se considera el término trabajo desde una perspectiva instrumental, es decir como un fin material (Agulló Tomás, 2011) entonces se podría considerar el tiempo dedicado al trabajo como tiempo “ocupado”. Gerstl (1983) considera como actividades obligatorias la educación, el trabajo, las tareas domésticas y de cuidado personal. Así que siguiendo la clasificación de Gerstl (1983) la distinción entre el tiempo ocupado y el tiempo libre quedaría clara.

Vayamos ahora a la distinción entre el tiempo libre y el tiempo de ocio, si tiempo libre es tiempo “excedente” o “disponible” el tiempo de ocio es una de las formas en las que utilizar el tiempo libre, Cuenca Cabeza (2010). Aunque no todos los autores coinciden en esta distinción entre ocio y tiempo libre.

Existen múltiples concepciones del ocio, el término ocio se remonta a la Antigua Grecia ya Aristóteles definía el concepto de ocio como un instrumento para la consecución de la Felicidad, para Aristóteles el ocio es una actividad contemplativa, a diferencia de otras actividades que son productivas, del ocio no se obtiene nada más que la propia contemplación: «la actividad de la mente, que es contemplativa, parece ser superior en seriedad, y no aspira a otro fin que a sí misma y a tener su propio placer» (Ética Nicomáquea, 1177b:18-27) en Cuenca Cabeza (2014)

Desde una perspectiva más reciente en cuanto a la conceptualización del ocio desde el punto de vista sociológico, la concepción de ocio en las ciencias sociales se produce a finales de la II Guerra Mundial (Setién Santamaría, 2006) destacando los trabajos de Riesman (*La muchedumbre solitaria*, 1948) contribuyendo a la difusión de la sociología del ocio en los años 50 desde el centro de Estudios de Ocio de Chicago.

Desde una perspectiva científica y con anterioridad a Riesman cabe destacar las figuras de Lafargue (*Derecho a la pereza*, 1883) en Francia y Veblen (*Teoría de la clase ociosa*, 1899) en Estados Unidos, ambos autores utilizan de forma indistinta las nociones de tiempo libre y de ocio. Lafargue acuña el concepto de ocio en contraposición a la jornada laboral, como un “premio” o un merecido descanso mientras que para Veblen ocio y tiempo libre son sinónimos, ya que para el autor el ocio significa “pasar el tiempo sin hacer nada productivo. Veblen, profundiza en el tema del ocio en su capítulo III “El ocio ostensible”, Veblen relaciona el concepto de ocio con las clases dominantes, ya que este sentido del ocio se relaciona por un lado con la “indignidad del trabajo productivo” y por otro lado “como demostración de una capacidad pecuniaria que permite una vida de ociosidad” (Veblen, 2008), para el autor el ocio es un signo de distinción y poder propio de las clases privilegiadas. Desde el punto de vista económico, el ocio es una ocupación que, como ocurre con el trabajo, necesita resultados materiales, aunque no necesariamente tangibles, por este motivo el consumo de ocio ostensible se convierte en un trabajo en sí mismo. A modo de ejemplo prácticas como, la buena educación, el conocimiento de lenguas muertas, de la ortografía, el seguimiento de las últimas modas en vestuario y decoración, juegos y deportes de lujo, el asistir a todo tipo de fiestas y diversiones se convertirían todas ellas en un trabajo en sí mismo con la función de mostrar la posesión de riqueza.

Ya en el S.XX destaca el ensayo de Russell *Elogio de la ociosidad* (1932). En plena depresión económica Russell defiende el concepto de ocio desde un punto de vista aristotélico, es decir, como un fin en sí mismo, proponiendo no trabajar más de cuatro horas al día, ya que los avances técnicos propician, según él, que con una jornada de no más de cuatro horas se asegure lo imprescindible para todos.

Russell no distingue entre los conceptos de ocio y tiempo libre, defiende un empleo del tiempo libre de forma inteligente, y anticipa uno de los problemas actuales ante la jubilación, y es que para Russell el hombre que ha trabajado demasiadas horas se aburrirá cuando disponga de tiempo de ocio. Russell anticipa una realidad de nuestros días: el desarrollo del mercado del ocio como un producto de consumo en sí mismo.

Pieper en su libro, *El ocio y la vida intelectual* (1962), señala que el trabajo exige un alto nivel de especialización, lo que provoca el que se pierda el mirar más allá del trabajo diario. Para Pieper trabajo y ocio son complementarios, el estar ocupado nos hace sentirnos útiles pero el ocio juega un papel fundamental para alcanzar la felicidad.

En nuestros días el ocio es considerado un bien de consumo, poseer, comprar, tener, se han convertido en prácticas de ocio en sí mismas desarrollando un consumo masivo de un ocio de masas cada vez más despersonalizado, mercantilizando experiencias (San Salvador del Valle, 2000) convirtiéndose el ocio en una mercancía de calidad diferente en función del poder adquisitivo del individuo (Setién Santamaría, 2006) coincide ésta realidad con la visión del consumo de ocio que apuntaba Veblen en su *Teoría de la clase ociosa*, (1899) en la que presentaba el consumo de ocio como ostentación de capacidad pecuniaria.

Neulinger (1974) considera ocio como aquella actividad libremente elegida por la persona que se lleva a cabo con el único propósito de la satisfacción personal que a uno mismo le reporta.

La definición de ocio que hace Dumazedier (1964) incluye al trabajo como parte del ocio, de manera que ““el ocio implica y presupone la existencia de obligaciones fundamentales que se oponen a él; estas deben cesar ante de que aquel empiece y sólo pueden definirse en función de aquel y viceversa” (Dumazedier, 1964), el autor considera el ocio como una serie de ocupaciones a las que el individuo se puede entregar de manera voluntaria una vez “liberado” de las obligaciones laborales, familiares y personales.

Otros autores como Tinsley y Tinsley (1986) hablan de las Experiencias Trascendentales de Ocio, esta teoría considera que la participación en actividades de ocio permite a las personas satisfacer algunas necesidades psicológicas humanas, tales como el crecimiento personal, formación de la identidad, protección o enfrentamiento, dentro del marco de la teoría personal de adaptación al entorno. Los autores defienden que la satisfacción de las necesidades personales mediante experiencias de ocio contribuye a mejorar la salud mental y física, lo que incrementa el nivel global de satisfacción vital.

La WLO (World Leisure Organization) en una Carta hecha pública en 1993, considera que el ocio ha de tener las siguientes características:

- El desarrollo del ocio se facilita garantizando las condiciones básicas de vida como son, la seguridad, cobijo, alimentación, educación, recursos sostenibles, equidad y justicia social.
- Para conseguir un estado de bienestar físico, mental y social, un individuo o grupo debe ser capaz de identificar y lograr aspiraciones, satisfacer necesidades e interactuar de forma positiva con el entorno. Por lo tanto, se entiende el ocio como recurso para aumentar la calidad de vida.
- Muchas sociedades actuales se caracterizan por un incremento de la insatisfacción, el estrés, el aburrimiento, la falta de actividad física, la falta de creatividad y la alienación en el día a día de las personas. Todas estas características pueden ser aliviadas mediante conductas satisfactorias de ocio.

Otros autores, como Kelly (2000) sostienen que el ocio, tradicionalmente vinculado a libertad, elección y estado de la mente, ha sido sustituido por un grupo de comportamientos socialmente contruados. El sistema social determina en cierta forma la manera en que los individuos experimentan el ocio (Sousa, 2000).

Por último, y de manera más reciente autores como Bauman en su libro *Modernidad Líquida*, (2000) advierten de las funestas consecuencias de la permanente insatisfacción, de la búsqueda continua a la que someten al consumidor los proveedores de experiencias de ocio; esta insatisfacción perpetua origina frustración, inseguridad, infelicidad, el estar bajo el “yugo hedonista” (Bauman: 2000:89).

Para otros autores como Cuenca Cabeza (2014) si bien el ocio moderno se ha identificado con el consumo, la diversión y las vacaciones, convirtiéndose en un bien de consumo en

sí mismo, el autor considera de manera conceptual, que el sentido del ocio clásico queda plasmado en la actualidad a través del ocio autotélico (Cuenca Cabeza, 2004), el ocio que tiene su fin en sí mismo y que podría ser considerado como la esencia del ocio. Aunque en la sociedad de consumo actual se produzca una mercantilización del ocio, para Cuenca Cabeza (2012) el ocio auténtico es aquel que se realiza sin una finalidad utilitaria, las vivencias de ocio deberían incluir los desarrollos del ámbito humanista: conocimiento desinteresado, reflexión, contemplación.

Cuenca Cabeza (2010) apunta que en nuestros días el término ocio ha sustituido al de tiempo libre revelando un concepto mucho más amplio, relacionándolo con otras áreas de desarrollo, personales y sociales. El antiguo ocio (descanso, prestigio social) da paso a un ocio como valor fundamental en nuestra sociedad cuya principal característica es el ansia de autorrealización, de libertad, del disfrute, aunque se trate de un ocio individualista. (Cuenca Cabeza, 2010). Para Cuenca Cabeza el ocio es una “experiencia humana integral” y para que pueda ser entendido de esta manera lleva inherentes una serie de implicaciones: ha de ser personal, emocional, integrado en los valores y en los modos de vida, estar bien diferenciado del trabajo, requiere capacitación y ha de proporcionar una experiencia única e inolvidable.

Por último, el ocio es algo a lo que no se está obligado porque te agrada, tiene sentido, es una experiencia vivencial, la clave fundamental es lo que “me gusta” y no “lo que debo” hacer (Cuenca Cabeza, 2010).

Se ha realizado este breve recorrido histórico de los diferentes autores que hablan sobre el concepto de ocio con el objetivo de mostrar la inexistencia de unanimidad a la hora de definir el concepto, que en muchas ocasiones se entremezclan los términos ocio y tiempo libre, en muchos casos la frontera entre ocio y tiempo libre está muy difuminada y se utilizan de manera indistinta. Partiendo de los inicios aristotélicos de la concepción de ocio se ha pasado de un fin en sí mismo a algo mucho más prosaico, incluso muchas veces como bien de consumo en sí mismo.

Para la realización de esta tesis se distinguirá entre los términos ocio y tiempo libre, y se considerarán como conceptos diferenciados. El tiempo libre como tiempo “disponible” y el ocio como un tipo de actividad que puede realizarse dentro de este tiempo excedente. El tiempo libre sería tiempo “restante”, fuera de cualquier tipo de obligación (ya sea

laboral, familiar, de cuidado personal) y este tiempo libre podría utilizarse en actividades de ocio. El ocio tampoco es una actividad en sí misma, no es una actividad concreta, aunque en muchas ocasiones la acepción del término se haga de esta manera; el ocio puede encontrarse en cualquier experiencia que la persona pueda llevar a cabo como ocio y, si tuviésemos que buscar una definición más concreta del término nos quedamos con la conceptualización de Cuenca Cabeza (2010) que define el ocio como una actividad que necesariamente ha de “gustar” al individuo, libremente elegidas, que satisfaga ciertas necesidades psicológicas, que sea una actividad emocional y una experiencia en sí misma y la de Neulinger (1974) que subraya el carácter de libre elección de la persona para considerar una actividad como ocio y con el único propósito de la satisfacción personal. Por lo que respecta a la tipología de actividades que se incluyen en las actividades de ocio, se atenderá a la clasificación de Durán (2006) con relación a la medición de las actividades de ocio en las Encuestas de Empleo del Tiempo del INE, en la que el ocio agruparía aquellas actividades realizadas dentro del tiempo libre del individuo que estén relacionadas con la vida social, diversión, actividades culturales u ocio pasivo (que posteriormente pasarán a definirse)

La distribución del tiempo en los mayores de 65 años

En el caso de los mayores de 65 años, la manera en la que utilizan su tiempo, viene marcada por la experiencia vital, los valores, el entorno socio cultural y económico en el que se haya vivido, factores generacionales y sociales (Bueno y Buz, 2006), pero si hay un factor que marca claramente un cambio en la redistribución del uso del tiempo, más allá de las diferencias de género, y de edad es el momento de la jubilación. Como se expuso en la parte introductoria, se debe de considerarse a los mayores de 65 años como bloque homogéneo, sino que están constituidos por grupos muy heterogéneos con diversos intereses, opiniones y prioridades aunque haya un trasfondo común en todos ellos. Esta heterogeneidad se encuentra también en la distribución del uso del tiempo, dentro del propio colectivo, se descubren grandes diferencias entre los grupos de edad; no utilizan de la misma manera su tiempo los cercanos a los 65 años que los octogenarios, las circunstancias históricas vividas, los rasgos inherentes a cada generación, el estado de salud, son variables que propician y condicionan distintos estilos de vida.

Antes de mostrar en un capítulo posterior los datos relativos a la evolución del uso del tiempo en los mayores de 65 años, se definen aquí, siguiendo la clasificación de Barrio (2007) los principales bloques de actividades en las que distribuyen su tiempo los mayores de 65 años, se adopta esta clasificación porque es la utilizada en las Encuestas de Empleo del Tiempo del INE, de la que se mostrarán los datos de evolución anunciados siendo además la clasificación que más se adecua a la distinción de tiempo libre/tiempo de ocio que se ha realizado en el epígrafe anterior.

-Tareas domésticas y familiares: son aquellas tareas realizadas dentro del hogar que tienen que ver con los quehaceres cotidianos. Serían tareas englobadas dentro del “tiempo ocupado” Se incluirían en este apartado aquellas tareas relacionadas con el cuidado de otras personas, las tareas del hogar, no remuneradas y realizadas con carácter voluntario. Se considera tiempo ocupado porque, aunque se hagan de forma voluntaria, como pueda ser por ejemplo el cuidado de los hijos, en muchas ocasiones no han sido elegidas (como pueden ser las tareas domésticas o de cuidado de hijos, dependientes, ancianos) y ocupan una parte del tiempo disponible que no puede ser usado para otros menesteres. La generación actual de mujeres mayores de 65 años, sobre todo las de más de 75 años han estado más vinculadas al trabajo doméstico y una vez cumplen los 65 años siguen manteniendo mayoritariamente el peso de las tareas domésticas. Por otro lado, los varones han estado tradicionalmente más vinculados al trabajo fuera del hogar (Barrio, 2007). Es de esperar que a medida que se vayan jubilando las cohortes de mujeres incorporadas al trabajo extradoméstico, se produzca una redistribución en estos roles.

-Trabajo voluntario y apoyo informal: se incluyen en este epígrafe actividades de trabajo voluntario al servicio de una organización o apoyo informal a otros hogares. Los mayores de 65 años participan de forma activa en este tipo de actividades no remuneradas y realizadas por el bien de la comunidad. Podrían considerarse actividades que corresponde a lo que denominamos tiempo libre (ya que se realizan una vez satisfechas las obligaciones) e incluso podrían llegar a considerarse actividades de ocio por el carácter voluntario y en muchas ocasiones que conlleva la realización personal. Aunque para Barrio (2007) en España el voluntariado es visto como un servicio social y no como una actividad relacionada con el ocio o la cultura. La Encuesta de Empleo del Tiempo denomina a estas actividades “trabajo voluntario y reuniones”, englobando en este epígrafe las actividades como el trabajo para una organización, las ayudas informales a otros hogares y las actividades participativas.

Las mujeres son más participativas que los hombres, esta mayor participación femenina podría deberse a que muchas mujeres viudas o que viven solas dispongan de un mayor tiempo disponible que deseen utilizar fuera de su propio hogar (Barrio, 2007)

-Trabajo profesional o trabajo remunerado: Se incluyen en este apartado las actividades relacionadas con la producción de bienes y servicios “susceptibles de intercambio en el espacio público de mercado” (Ramos, 199, pp.22). El porcentaje de las personas de más de 65 años que sigue trabajando es muy bajo, según los datos de la Encuesta de Empleo del Tiempo de 2010 solo un 2.1% de las personas de más de 65 años realizan un trabajo remunerado. Las personas que desempeñan un trabajo remunerado pueden ser altos cargos, o dedicarse a profesiones específicas que pueden seguir realizándose una vez traspasada la edad de jubilación como empresarios, trabajadores autónomos, profesionales científicos e intelectuales, actividades agrícolas. Estas personas que se mantienen en el mercado laboral después de los 65 años suelen tener un alto nivel de cualificación y desempeñar cargos altos, lo que se denomina “gerontocracia” (Barrio, 2007) Se encuentran en este epígrafe diferencias por sexo como se apuntó en el anterior epígrafe, si las mujeres tradicionalmente tenían asignado el rol de las tareas dentro del hogar son los varones los que han trabajado fuera del hogar y los pocos mayores de 65 años que continúan trabajando, son mayoritariamente varones.

-Necesidades esenciales: Son las actividades que ocupan la mayor parte del tiempo de los individuos, referidas a las necesidades biológicas entre las que se encuentran las horas dedicadas al descanso, alimentación y al cuidado con prácticas higiénicas (Ramos, 1995). Las necesidades esenciales se agrupan en la EET en el epígrafe “cuidados personales”. Son actividades que corresponderían a la porción de tiempo ocupado.

-Tiempo libre: Se engloban aquí cuatro grandes áreas de actividad las relacionadas con el tiempo libre: el primer área de actividad son todas aquellas actividades que tengan que ver con la vida social y diversión. En este epígrafe se incluyen las actividades que relacionadas con la vida social, diversión y cultura, y ocio pasivo. En esta clasificación se considera ocio pasivo a actividades tales como: descansar, reflexionar, relajarse, meditar. Las personas mayores de 65 años son el segundo bloque de población, por detrás del grupo de 20 a 40 años, que más actividades relacionadas con la vida social y la diversión realizan.

Un segundo bloque está constituido por deportes y ocio activo, que son todas las actividades que tienen que ver con las actividades al aire libre, deportes y juegos. Son cada vez más los estudios que evidencian la correlación entre la realización de ejercicio físico y una buena vejez (Ruiperez, 2000) y existe una mayor aceptación y práctica de este tipo de actividades por parte de los mayores.

El tercer grupo tiene que ver con el estudio y los medios de comunicación, desde una perspectiva física es un ocio más sedentario. Las actividades que tienen que ver con los estudios se desglosan a su vez en dos tipos: de tipo reglado (escuela o universidad para mayores) y estudios realizados muchas veces como “hobby” en el tiempo de ocio tales como talleres de informática, culturales, fotografía, etc.,

Solo una de cada 100 personas mayores de 65 años realiza alguna actividad de tipo formativo (Barrio, 2007). Son las actividades de ocio relacionadas con los medios de comunicación las que tienen una mayor incidencia. Para todos los consumidores de medios de comunicación, independientemente del tramo de edad al que pertenezcan y del tipo de medio de comunicación que se trate (ya sean periódicos, radio, televisión y más recientemente internet), son consideradas como ventanas abiertas al mundo, como una forma de participar de forma activa en el mundo que les rodea. Son también una forma de “acompañamiento” y ayudan a paliar la soledad. (García, 2005).

Como se mostrará en el apartado empírico de esta tesis, el concepto de tiempo libre en los mayores de 65 años está cambiando, aunque de forma lenta. Las razones que justifican que la lenta transformación de la concepción del tiempo libre por parte de los senior son por un lado, la existencia de una parte importante de la población de más de 65 años, sobre todo mujeres, que se dedicaron en exclusiva al cuidado del hogar y algunas de ellas podrían sentir que aún no “se han ganado” el mismo derecho al descanso que los varones, porque ellas no han trabajado fuera de casa y consideran que deben seguir pareciendo ocupadas en la vejez (Pérez Ortiz, 2003).

Por otro lado, la ética del esfuerzo y del trabajo, vinculados a los valores materialistas (Inglehart, 1977) han estado tradicionalmente muy arraigados en la sociedad española. El trabajo se ha relacionado históricamente con el desarrollo de las capacidades personales, la vía natural de vivir en sociedad y la forma de no caer en la pereza (Silvestre, 2014). Esta percepción del trabajo como valor supone para una parte de la sociedad que el ocio solo pueda disfrutarse tras haber trabajado duramente. Sin trabajo, e incluso después de

éste, el ocio es “sospechoso”, considerado en ocasiones algo trivial y sin importancia, una actividad frívola e improductiva allí donde la productividad sigue siendo el estándar del valor. Existe la conciencia de que el ocio también tiene que ver con renunciar a esas necesidades de logros visibles y con disfrutar y apreciar lo que está simplemente a nuestra disposición en los entornos físicos y sociales que nos rodean (Kleiber, Bayón, Cuenca Cabeza, 2012). La importancia otorgada al tiempo libre y al tiempo de ocio va cambiando, aunque de manera lenta, pero firme en el colectivo senior, este cambio tiene que ver con el auge de los valores relacionados con la felicidad personal y la auto realización (Silvestre, 2014)

Nuestros mayores están cada vez más formados, son más abiertos a los cambios y poco a poco va cambiando su concepción del trabajo y del ocio. En las generaciones venideras es donde se augura el gran cambio que redundará probablemente en importantes cambios en la distribución del tiempo. El ocio es algo distinto a emplear el tiempo, es hacer lo que no estás obligado, porque te agrada, porque tiene un sentido. Por eso, el que tiene claro su ocio y lo pone en práctica no desea “matar el tiempo”, sino vivirlo (Cuenca Cabeza, 2009).

2.3 Ocio y mayores

Tipos de ocio

Existen varias clasificaciones de las actividades de ocio, autores como Munné y Codina (1996) hablan hasta de siete categorías de ocio acuñadas en la era de la modernidad tales como el ocio creativo, el ocio “sanador” que ayuda a recuperarse de las tensiones, el ocio para ostentar, el ocio para pasar (o perder) el tiempo, el ocio para consumo de bienes y servicios, el ocio de tipo tecnológico y el ocio para contribuir a la mejora ecológica global.

Cuenca Cabeza (2014) distingue entre ocio autotélico (aquel que supone una experiencia vital, es voluntario y gratificante), el ocio humanista (defiende la dignidad de la persona y la práctica del ocio se considera un derecho humano) y ocio valioso, alejado del tipo de ocio que muestra la sociedad de consumo y vinculado al desarrollo de valores y de desarrollo humano.

Por lo que se refiere al tipo de ocio en los que los mayores utilizan su tiempo libre, Richie (1975) distingue las actividades de ocio según cuatro ejes (activas-pasivas/ individuales-grupales/simples-complejas/actividades para pasar el rato frente a actividades que requieren una mayor implicación). El ocio activo tendría que ver con una actitud activa por parte del individuo ya sea actividades deportivas o de tipo intelectual, mientras que el ocio pasivo requiere una menor participación activa, se podría considerar a estas actividades ver la TV, ir al cine o al teatro; El ocio individual sería aquel que realiza el individuo solo y no en compañía de los demás (ir a dar un paseo) mientras que el grupal tendría que suponer necesariamente la presencia de otros (jugar un partido de fútbol); el ocio simple estaría relacionado con actividades simples (escuchar radio, ver TV, ir de compras) mientras que las actividades complejas requerirían un esfuerzo superior del individuo (práctica de fotografía, utilizar el ordenador) ; por último las actividades para pasar el rato vs aquellas que requieren una mayor implicación (voluntariado u otras actividades inusuales y novedosas) supone una involucración por parte del individuo

Otras clasificaciones hacen referencia a actividades realizadas fuera o dentro del hogar (Neal et al. 1999). Autores como Kelly (1990) o Meléndez (1991) en investigaciones realizadas anteriormente sostenían que el hogar era el centro de actividades de las personas de mayor edad sobre todo si hablamos de los “older senior” (los mayores de 75 años).

Las actividades de ocio realizadas por mayores han sido clasificadas por Overs, Taylor, Cassell y Chernov (1977) estableciendo nueve tipologías: juegos, educación y entretenimiento cultural, deportes, naturaleza, arte, coleccionismo, artesanía, voluntariado y participación en organizaciones.

Kelly (1998) establece ocho categorías: culturales, viajes, actividades relacionadas con la casa, ejercicio físico, familia, actividades fuera de casa, comunitarias y sociales.

Kabanoff (1982) establece una correspondencia entre las necesidades y las formas de ocio, estableciendo once categorías: necesidad de autonomía con un ocio vinculado a la organización de proyectos personales, necesidad de relajación con una forma de ocio que permite descansar cuerpo y mente, necesidad de refuerzo de lazos familiares con actividades destinadas a tal fin, necesidad de evasión con el ocio orientado a huir de la rutina, necesidad de interacción con el ocio vinculado a nuevas o viejas amistades, necesidad de estimulación cuando se buscan nuevas experiencias, necesidad de

autoestima cuando se realizan actividades encaminadas a ganar el respeto de los demás, necesidad de desafío, cuando se realizan actividades para “ponerse a prueba” y necesidad de poder social cuando se realizan actividades encaminadas a la consecución del poder social. Tinsley (1984), también identifica las tipologías de ocio en función de necesidades satisfechas: expresión del yo, compañerismo, autoestima, poder, romper con la rutina seguridad y servicio.

En esta tesis se utilizará la distinción entre ocio activo y ocio pasivo manejando la definición de Cuenca Cabeza (2009) para quien el ocio activo nos implica física y mentalmente, mientras que el ocio pasivo sería aquel en el que se asume el papel de espectador.

Se clasificará a su vez el ocio por el tipo de actividades que se realizan y no tanto por las necesidades que se cubren o si se hacen en grupo o de forma individual. Hablaremos entonces de un ocio pasivo, otro de tipo cultural, ocio tecnológico y un ocio que se utiliza para ‘ocupar el tiempo’, es un ocio poco relacional, de personas tradicionales para las que el trabajo es importante en su vida y su tiempo libre prefieren mantenerlo ocupado

Vinculaciones del ocio con la felicidad y la satisfacción en la vida

El concepto de felicidad es muy amplio, ha sido estudiado desde diversas disciplinas y prismas, existiendo todo un compendio de literatura científica en torno a la noción de felicidad. Para explicar la relación entre el ocio con la felicidad y la relación entre el ocio y el envejecimiento satisfactorio se toma la definición que de felicidad que realiza Veenhoven (2001) quien considera la felicidad como “el grado en que una persona evalúa positivamente la calidad de su vida actual en su conjunto” (Venhoven, 2001; pp.4), dicho de otro modo, para el autor la felicidad se refiere a “cuanto le gusta a una persona la vida que lleva”. Entenderemos además por calidad de vida la concepción que realiza el autor refiriéndose a esta como la capacidad de disfrute por parte del individuo, por tanto, en este contexto la calidad de vida y la felicidad son consideradas percepciones subjetivas del individuo.

Con relación a este concepto subjetivo de felicidad, como autovaloración de la vida que uno lleva, existen múltiples estudios que vinculan la felicidad de los individuos a una serie de condicionantes que puedan darse en sus países de residencia, así, parece que los

individuos más felices son los que viven en países con unos niveles de educación y de información más altos (Venhoveen, 2001). Existe además una relación muy alta entre felicidad y determinados tipos de valores, de manera que las personas son más felices en sociedades con valores más modernos. Otros autores como Ryff y Keyes (1995) señalan que la percepción de bienestar subjetivo está relacionada con una serie de dimensiones tales como la autoaceptación, la autonomía, la autodeterminación, es decir, que las personas puedan mantener su independencia y autoridad personal (Ryff y Keyes, 1995) y mantener relaciones positivas y estables con otras personas (Ryff y Singer, 1998).

La felicidad parece estar íntimamente relacionada no solo con las relaciones sociales, sino con la participación social, Venhoveen (2001) señala que la participación en actividades eclesiales genera un sentimiento de felicidad similar al de la participación en clubes deportivos o actividades políticas, la clave no es tanto el tipo de actividad sino el formar parte de una comunidad, a su vez es una situación que se retroalimenta, las personas que se declaran más felices muestran una mayor tendencia a realizar un ocio activo y participativo que las que se consideran menos felices.

Otros autores como Menec (2003) señalan que la participación en actividades de tipo social provoca una mayor percepción de felicidad que aquellas actividades de ocio que se realizan de manera individual.

De manera reciente, existen una serie de estudios que vinculan la realización de actividades culturales con la felicidad, independientemente de que se trate de actividades de tipo individual o que tengan un carácter más social. Wheatley y Bickerton (2017) confirman que participar en actividades de tipo cultural o deportivo aumenta la percepción de satisfacción con la vida. Autores como Packer (2008) realizan un estudio respecto a las experiencias de las personas con los museos concluyendo que los museos tienen efectos positivos ya que proporcionan un entorno en el que las personas pueden relajarse, y esto influye en su percepción sobre la felicidad. Binnie (2010) confirma que las personas reportan niveles reducidos de ansiedad y un mayor bienestar tras ver arte.

Fujiwara y MacKerron (2015) realizan un ranking de actividades en función de los efectos positivos que estas generan en los individuos siendo el teatro, danza y conciertos el número uno del ranking que mayor felicidad genera en los individuos, cantar y actuar estaría en segundo lugar, ir a museos y exposiciones en tercero, en cuarto lugar, las actividades relacionadas con hobbies y manualidades, el escuchar música en quinto lugar

y leer en el sexto lugar. Los autores establecen además que el grado de bienestar de este tipo de actividades es mayor cuando las actividades se realizan en compañía de otros. Estudios como el de Harmon (2016) manifiestan que, aquellas parejas que realizan actividades de ocio en conjunto no solo mejoran su bienestar personal sino también el bienestar de la pareja en su conjunto.

En el caso de España destaca el análisis exploratorio realizado por Filimon (2018) en el que relaciona los datos del barómetro del CIS (2014) relacionando las medias entre la felicidad la participación en una serie de actividades de ocio de manera que las actividades “acudir a un espectáculo deportivo, ir al cine o al teatro y hacer deporte son las actividades que muestran unas medias más altas de felicidad en las personas que las practican. Teniendo en cuenta que la escala de felicidad va del 0 al 10, todas las actividades culturales y de ocio obtienen una media superior a 7 en la escala de felicidad.

GRÁFICO 1. Relación entre media de felicidad y participación en distintas actividades



Fuente: CIS (2014).

En definitiva, los recientes estudios sobre consumo de cultura y felicidad muestran una estrecha relación entre ambos conceptos, siendo mayor el impacto en la felicidad cuando se habla de actividades realizadas en compañía de otras personas.

Por lo que respecta a relación entre la felicidad y la edad, para Venhoveen (2001) no existen diferencias significativas entre el grado de felicidad de los mayores de 65 años y el de los más jóvenes. Existe cierto consenso académico con los estudios de Oswald (1997) y Oswald y Blanchflower (2008) según los cuales la felicidad tiene forma de U, los autores utilizaron una muestra de 500.000 individuos de Estados Unidos y Europa occidental concluyendo (si se mantenían constantes otros factores) que el nivel de felicidad de los más jóvenes es alto, desciende a niveles mínimos en las personas de mediana edad (47-50 años) para aumentar a partir de este punto. En España Peiró (2004), utilizando los datos de la Encuesta Mundial de Valores, mostró la existencia de una estrecha relación entre la edad y la felicidad, confirmando los resultados en forma de U que apuntaba Oswald, lo que vendría a confirmar que los más felices son los más mayores y los más jóvenes, aquellos exentos de responsabilidad laboral.

Autores como Diener y Lucas (2005) o Diener y Suh (1998) no han encontrado relaciones directas entre una mayor felicidad a medida que se tiene más edad, destacan más bien, la capacidad de adaptación de los individuos antes las diversas circunstancias del ciclo de vida. Otros autores relacionan el bienestar subjetivo a medida que se envejece no tanto con la edad per se sino con otros factores como el acceso a la educación, al descanso, al ocio o a la cultura (Debert, 1999)

Relación entre ocio y envejecimiento satisfactorio

Los estudios científicos sobre el ocio y el tiempo libre en ancianos comenzaron en los 60 aumentando su interés de forma paulatina a finales del S.XX (Rowe et al. 1997) introduciendo el concepto de “envejecimiento satisfactorio”. Sí se han encontrado diversos autores que relacionan el envejecimiento satisfactorio con prácticas de ocio, realizaremos a continuación un recorrido por estos estudios.

Envejecer es un proceso natural de carácter universal, pero no es igual para todos; forma parte de un desarrollo personalizado físico, psicológico y social. La diferenciación individual es un aspecto esencial en cada envejecimiento. Los distintos estilos de vida, intereses, objetivos y deseos hacen que cada individuo viva una situación única y especial propiciando que lo que es atractivo para unos, no tenga sentido para otros.

El modelo que defiende que el declive físico natural se correlaciona directamente con el declive generalizado de la persona, ha sido superado desde posturas humanistas, afirmando que el envejecimiento no va necesariamente emparejado a las limitaciones de desarrollo; incluso puede llegar a ser estímulo y ayudar a la toma de conciencia del valor de cada momento de la vida (Lehr, 1985; Cáliz, 1983).

El envejecimiento satisfactorio y saludable se asocia con la satisfacción con la vida y la buena salud. Íntimamente relacionado con el envejecimiento satisfactorio se encuentra el término envejecimiento activo, definido en el año 2002 por la Organización Mundial de la Salud como “el proceso de optimización de las oportunidades de salud, participación y seguridad con el fin de mejorar la calidad de vida a medida que las personas envejecen” (O.M.S, 2002:79). Considera así el envejecimiento como una experiencia positiva, y la posibilidad de gozar de una vida más larga acompañada de oportunidades continuas de participación y de mejora de la salud. En esta definición se incluyen otros aspectos que afectan al envejecimiento de las personas en las áreas social, económica y cultural.

La relación entre la calidad de vida y el ocio ha sido investigada ampliamente, diversos de estos estudios revelan una estrecha relación entre realización de actividades de ocio y una alta calidad de vida (Leung et al. 2005), la práctica de ocio a edades avanzadas reporta grandes beneficios, constituyendo una importante fuente de bienestar (Lloyd et al. 2002)

Hay múltiples factores que inciden en que el ocio sea percibido como una actividad de disfrute por los mayores. Entre los factores que impiden a los mayores disfrutar de un ocio saludable están los que establece McGuire (1984): falta de información, falta de dinero, falta de vestimenta apropiada y falta de medio de transporte; falta de tiempo por demasiada carga de otras cosas, falta de aprobación por parte de familia y amigos, la falta de habilidades y el estado de salud (ser demasiado mayor o dependiente) La salud es pues un requisito mínimo para las actividades del tiempo libre, y no sólo en las aficiones o en el nivel de actividad misma, sino en las preferencias del tipo y variedad de ocio.

Autores como Havighurst (1958) relacionan las actividades de ocio con la satisfacción en la vida, y han contribuido de manera notable a reforzar el efecto positivo que las actividades de ocio tienen sobre la salud y la calidad de vida de los mayores. La teoría de la actividad preconiza que la frecuencia de realización de actividades influye en la satisfacción con la vida, y de que la satisfacción depende también del grado de socialización que se consigue con dichas actividades. Esta teoría asume que las

necesidades de socialización y de bienestar psicológico continúan durante la vejez, lo que explicaría la práctica de actividades y el deseo de compartir tiempo con otras personas (Beckett et al. 2002).

Diversos autores (Schooler et al, 2001) consideran que la práctica de actividades de ocio contribuye a la satisfacción global de la persona, además de claras mejoras a nivel físico e intelectual. Sin embargo, a pesar de que la participación activa tenga consecuencias positivas en el envejecimiento, las investigaciones sobre ocio y envejecimiento (Kleiber, Walker y Mannell, 2011; Nimrod y Janke, 2012; Monteagudo, Cuenca Amigo y San Salvador del Valle, 2014) insisten en la necesidad de considerar no solo el envejecimiento activo como fuente de salud, sino que este ha de ser también satisfactorio, es decir la participación que realice el individuo en actividades, tengan sentido para él.

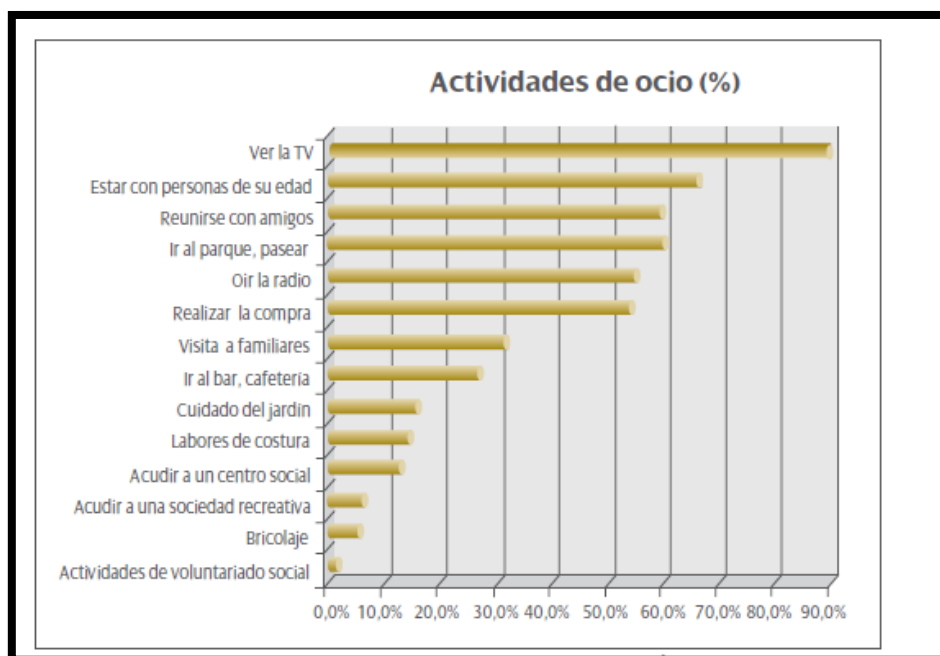
El envejecimiento satisfactorio implica un necesario proceso de formación a lo largo de la vida. En este sentido Cuenca Cabeza (2006) habla de la importancia de la educación en el ocio, desde una perspectiva personal y desde la perspectiva comunitaria; en cuanto a la educación personal del ocio debería comenzar en el periodo escolar y mantenerse a lo largo de la vida, con el objetivo de perfeccionar y mejorar la satisfacción vital de las personas; se trataría de una educación centrada en la persona desde su vertiente individual y social; defendiendo el desarrollo de una persona libre e independiente pero a la vez integrada en la sociedad y solidaria, con el objetivo, según el autor, de que las actividades de ocio pasen del simple “pasar el rato” a la realización de experiencias significativas para el individuo. En cuanto a la perspectiva comunitaria de la educación para el ocio, el autor se refiere a aquellas acciones cuyo objetivo es la comunidad. Para poder llevar a cabo esta educación comunitaria se hace necesario el establecer unos objetivos colectivos debidamente seleccionados, que han de hacerse patentes en políticas culturales, deportivas, de juventud, tercera edad, mujer etc. La realidad, según Cuenca Cabeza, es que en la mayoría de los casos se conforman una serie de actuaciones dispersas, con el riesgo de descoordinación y en algunos casos, hasta de acciones contradictorias.

No solo se hace necesaria una educación para el ocio desde la perspectiva individual y colectiva, se hace imprescindible formar a las personas para que sean críticas, objetivas y para que tomen conciencia de que, por ser mayores, no tienen por qué hacer lo que los demás quieren o interesen (Calero, 2000; Rodríguez Marin, 2001; Bedmar y Montero, 2003; Lee, Lan & Yen, 2011). Para que los mayores puedan realmente disfrutar de su

tiempo de ocio de forma satisfactoria deben poder manifestar las actividades en las que están interesados y a las que les gustaría acudir, se hace fundamental que la organización del tiempo de ocio no sea impuesta y en mucha de las ocasiones, lo que hacen es acudir a centros donde la oferta de ocio es limitada y no se tienen en cuenta sus intereses ni sus preferencias. Los programas de ocio deberán facilitar al mayor nuevas visiones y horizontes, aunque teniendo en cuenta sus circunstancias personales y su contexto, pasando de ser programas para “ocupar el tiempo” a programas que desarrollen competencias y una mejor visión de sí mismos (López, Navarro y Requena, 2015).

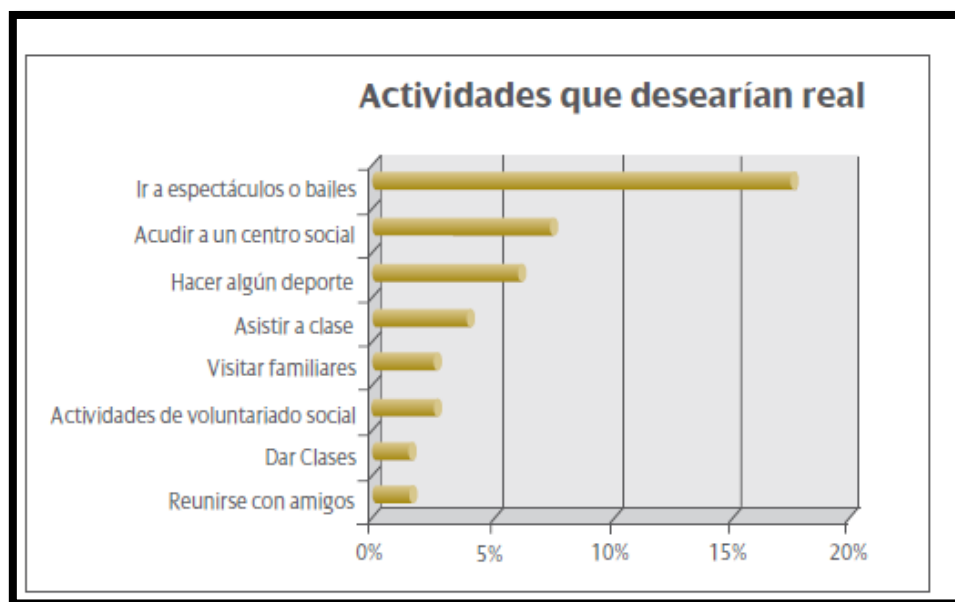
A modo de ejemplo, se muestran datos del estudio “*Hábitos de compra y consumo de las personas mayores*” de la Fundación Edad y Vida (2009) en el que se observa la diferencia entre las actividades de ocio que realizan los mayores y lo que realmente les gustaría hacer. Esta diferencia puede ser explicada en parte por las circunstancias económicas que rodean a los mayores y también por la falta de programas a medida que realmente satisfagan las preferencias de ocio de los mayores. (Gráficos 2 y 3).

GRÁFICO 2: Actividades de ocio que realizan los mayores de 65 años



Fuente: Estudio hábitos de compra personas mayores. Febrero 2009

GRÁFICO 3. Actividades de ocio que desearían realizar los mayores



Fuente: Estudio hábitos de compra personas mayores. Febrero 2009

En la tipología de ocio que los mayores realizan, no solo influye la preparación para el ocio y la disponibilidad de actividades que encajen con sus intereses, otros múltiples factores intervienen, siendo de una gran influencia el factor relacionado con las experiencias vitales anteriores y el ocio vivido o aprendido en las etapas tempranas de la vida (Roberts, 2013). En el caso español, las personas mayores de hoy, sobre todo los senior mayores (grupo de edad superior a 75 años) han vivido unas especiales circunstancias de supervivencia que pueden explicar las escasas habilidades para utilizar su tiempo de ocio (Barrio, 2007), en estas generaciones el trabajo se presentaba como el único medio y fin de sus vidas viviendo una realidad muy alejada de la cultura de ocio que hoy impera en la sociedad, es por esto que a este segmento de la población les cuesta la adaptación a tener tiempo libre disponible.

A medida que se cumplen años se cambia de actividades, de compañías, de usos del tiempo y espacio, pero los valores se van asentando, se adquieren conocimientos y competencias útiles que constituyen una experiencia de ocio valioso (Cohen y Stebbins, 2013; Gibson y Singleton, 2012; Monteagudo y Cuenca Cabeza, 2012). Son muchos los autores que defienden que las experiencias de ocio valioso tienen impacto positivo en el envejecimiento satisfactorio, contribuyendo a mejorar la satisfacción con la vida (Cuenca Cabeza, 2014; Kleiber, Walker y Mannell, 2011; Nimrod, 2007; Nimrod y Janke, 2012),

así como el bienestar físico (Grant y Kluge, 2012), psicológico (Mannell y Snelgrove, 2012) y social (Heintzman y Patriquin, 2012).

Cuenca Cabeza et al. (2014) han estudiado el impacto de las actividades de ocio en el bienestar subjetivo de las personas mayores en el País Vasco y han encontrado que las prácticas de ocio consideradas significativas por los participantes se relacionaban positivamente con el bienestar subjetivo de la población analizada. Autores como Marín Sánchez, García González, y Troyano Rodríguez (2006), proponen un modelo de ocio activo, que ha de cumplir con los siguientes aspectos:

- Aspecto recreativo: concebido como un lugar de diversión, diferente a lo cotidiana, con prácticas lúdicas, que potencie la expresión personal, artística y cultural de las personas
- Aspecto de sociabilidad: lugar en el que se fomente la participación social y comunitaria
- Aspecto de identidad: permitir la realización de aquellas potencialidades que a esta edad se cree que ya no se pueden actualizar ayudando de esta forma a tejer la identidad de los mayores, fomentando la realización de actividades distintas a las domésticas.
- Aspecto de bienestar: donde se potencie el bienestar físico y mental

Además de la educación para el ocio como elemento fundamental de cara a que los mayores aprendan a disfrutar de su tiempo de ocio, los autores Cuenca Amigo y San Salvador del Valle (2016) realizan un estudio sobre si la importancia concedida al ocio redundaba en el envejecimiento activo y satisfactorio y los resultados corroboran por un lado su hipótesis, evidenciando una relación directa entre importancia otorgada al ocio y bienestar subjetivo como ya apuntaron Kleiber, Walker y Mannell (2011), Nimrod (2007) o Nimrod y Janke (2012).

Cuenca Cabeza (2006) propone el desarrollo de distintos conceptos de ocio como claves para el buen envejecimiento, entre los que se destacan, a modo de ejemplo, el ocio creativo y el ocio solidario. En cuanto al ocio creativo Cuenca Cabeza destaca el importante aumento de adultos interesados en aprender nuevas destrezas como forma de ocio. En esta línea se encuentran los cursos ofertados por las universidades, así como la existencia de múltiples talleres y cursos para mayores. Para muchas personas el hecho de seguir aprendiendo y estudiando se convierte en una forma de ocio, a modo de ejemplo, la Universidad de Deusto ha puesto en marcha un programa denominado “Ocio Cultural Universitario” dirigido a cualquier persona de cualquier edad sin exigencia de un título previo. Los autores señalan que los elevados índices de satisfacción que reflejan las

evaluaciones podrían explicarse por los beneficios que las personas que asisten a los cursos experimentan. Por lo que respecta al ocio solidario, Cuenca Cabeza (2006) menciona en su estudio dos grupos de jubilados que dedican parte de su tiempo libre a ayudar a otras personas. El primer grupo está formado por 22 personas de formación alta y procedentes de profesiones bien cualificadas. Mientras que el otro grupo, formado por 20 personas relacionadas con el voluntariado cultural en distintas manifestaciones: coros, folklore, pintura, literatura y manualidades, voluntarios culturales, con escasa formación y profesiones menos brillantes, pero con alta motivación en temas de ocio.

En ambos casos el autor relata que la referencia laboral no es importante, la experiencia en sí misma constituye para ambos grupos una forma de identificación. Los cuatro aspectos más señalados y cuantitativamente significativos para ambos grupos son: satisfacción de ayudar, realización personal, satisfacción emocional (sentirse a gusto) y satisfacción del deber cumplido. La satisfacción de ayudar es pues la clave común en los dos grupos de voluntarios solidarios independientemente de su nivel de estudios o su experiencia laboral previa. La diferencia entre un grupo y otro está en que los voluntarios culturales dicen sentir una mayor satisfacción emocional al realizar su acción voluntaria, mientras que los voluntarios laborales destacan la realización personal.

Para Cuenca Cabeza (2006) aunque hay una amplia mayoría de mayores que realizan actividades de ocio relacionadas con ver televisión, jugar a las cartas o acudir a espectáculos, paulatinamente van surgiendo unas minorías muy activas que prefieren realizar un tipo de ocio más creativo o un ocio relacionado con la práctica del voluntariado social. Las asociaciones de voluntarios son una opción de ocio que proporciona a los mayores la ocasión de desarrollar una actividad solidaria y además es una valiente respuesta a las necesidades de la sociedad. Este tipo de ocio supone una fuente de realización y gratificación personal a quien lo realiza. Para el autor, entender que este tipo de acciones desinteresadas y libres forman parte de la nueva manera de ver el ocio es un avance y también una revolución. El desarrollo de un ocio más creativo y solidario, apunta el autor, hace pensar en un mundo más feliz y más humano. Muchos de los problemas que plantea el ocio de nuestros días pueden encontrar la solución idónea en el ejercicio de un *otium cum dignitate* adecuado a los nuevos tiempos.

En definitiva, la realización de actividades de ocio contribuye al bienestar emocional de las personas mayores. Actividad y ocio conforman pues una de las formas más saludables para envejecer. Se han de posibilitar actividades que enraícen con los deseos de los mayores, actividades que fomenten un tipo de ocio, el ocio valioso de manera que no se trate exclusivamente de “rellenar” los huecos de un mayor tiempo disponible, sino de que la experiencia de ocio tenga un sentido en sí misma.

- *El tiempo libre se considera tiempo “disponible” o excedente en contraposición al tiempo ocupado o tiempo de ocupaciones “obligadas”.*
- *El ocio es un tipo de actividad que puede realizarse dentro de ese tiempo excedente o “tiempo libre”, aunque no es una actividad concreta.*
- *Para considerar al tiempo de ocio como tal ha de ser libremente elegido, satisfactorio y una experiencia en sí misma.*
- *Existen grandes diferencias en el uso del tiempo entre los senior; no utilizan de la misma manera su tiempo los cercanos a los 65 años que los octogenarios.*
- *La importancia otorgada al tiempo libre y al tiempo de ocio va cambiando paulatinamente en el colectivo senior, este cambio tiene que ver con el auge de los valores relacionados con la felicidad personal y la auto realización.*
- *Los estudios recientes sobre consumo de cultura y felicidad muestran una estrecha relación entre ambos conceptos, siendo mayor el impacto en la felicidad cuando se habla de actividades realizadas en compañía de otras personas.*
- *Existe un consenso científico que confirma la curva de la felicidad en forma de U, siendo los más felices los más mayores y los más jóvenes, aquellos exentos de responsabilidades laborales y de crianza.*
- *El envejecimiento activo y satisfactorio (cuando se realizan actividades que tienen sentido para la persona) es una forma saludable de envejecer.*

2.4 La jubilación

Utilizando la terminología de Elder (1998), la jubilación es una transición clave en la vida de una persona, y dada su importancia podría considerarse el momento de la jubilación como un “giro” en la trayectoria del ciclo vital. Desde la perspectiva del ciclo de vida la jubilación es una transición más en el curso vital, aunque supone un cambio importante porque modifica funciones, hábitos, así como la organización de la vida diaria de los jubilados, repercutiendo de forma intensa sobre el sentido de competencias personales (Galvanovskis y Villar, 2000).

La jubilación no solo tiene implicaciones desde el punto de vista de la vida laboral, sino que afecta a otras esferas de la vida, sobre todo en lo relativo a los cambios en las relaciones afectivas y sociales. No todos los jubilados se enfrentan de la misma manera a esta nueva etapa, existen factores determinantes tales como el hábitat (entorno rural o urbano), nivel de estudios, actividad profesional desarrollada o la escala de valores tanto a nivel individual como generacional; la influencia de estos factores nos ayudará a explicar en parte determinados comportamientos de ocio.

Lo que parece cierto es que los jubilados de ahora no tienen mucho que ver con los de anteriores generaciones, Trinidad Requena (2006) habla de la figura de un “nuevo jubilado”, que poco tiene que ver con la imagen tradicional de los jubilados, que buscan alternativas para el empleo de su tiempo, que se sienten y reclaman “activos”, no se trata de seguir trabajando sino de realizar actividades que les hagan sentirse activos, emergiendo así un “nuevo jubilado” con pautas de comportamiento social y económico distinto al de generaciones anteriores.

Actitudes frente a la jubilación

La manera en la que los senior se enfrentan a la etapa de la jubilación, etapa en la que tienen mayor tiempo libre disponible, es fruto del estilo de vida y de las características de su generación, por lo que, en muchos casos, sobre todo en las generaciones de senior más mayores, se encuentran sin habilidades para utilizar el mayor tiempo libre disponible.

La cultura del ocio que impera en nuestros días no forma parte de la concepción de la vida que tienen los senior mayores (los que tienen más de 75 años) en este grupo de edad la fundamental motivación de sus vidas era la de trabajar y sacar adelante a su familia (Barrio, 2007). Para estas generaciones de mayores el trabajo ha constituido el eje central de sus vidas, propiciando que en ocasiones perciban el tiempo de ocio como algo negativo. Esta visión del trabajo como valor y el ocio como algo negativo está muy relacionada con los valores materialistas, que apuntamos (Inglehart, 1977) en sociedades con carencias materiales importantes predominan los valores materialistas (relacionadas con la supervivencia, la escasez y la seguridad económica). El cambio en el sistema de valores de las sociedades contemporáneas y en concreto en la sociedad española propiciaría el desarrollo de valores post-materialistas (Inglehart, 1977) relacionados con la autorrealización y la autoexpresión, lo que propiciaría que el ocio fuese considerado un valor en alza incluso para los senior y sobre todo para los senior más jóvenes (el tramo de edad entre 65 y 74 años).

Pero el trabajo no solo provee de recursos económicos, además, ayuda a organizar la vida, a relacionarse, a tener un concepto de uno mismo o, incluso, a justificar las actividades de ocio, entendido desde una perspectiva de descanso y diversión. En una de las investigaciones realizadas en el Instituto de Estudios de Ocio, se preguntó a un grupo de personas mayores de una residencia de Bilbao si volvería a trabajar y el 41% respondió que sí. Esta contestación pone de manifiesto la falta de adaptación a la jubilación, junto a un concepto negativo del ocio, que en el 48% de los casos identificaban como actividades para "matar el tiempo" (Santisteban, 1992:91-93).

Otros autores (Ekerdt, 2004; Katz 2000) manifiestan que muchas personas quieren mantenerse ocupadas y activas para olvidarse de los pensamientos de pérdida, o la cercanía de la muerte. Estos factores hacen imprescindible que los mayores tengan que desarrollar una nueva conducta para aprovechar el tiempo libre. En muchas ocasiones los individuos no están preparados para la jubilación, se asocia a un sentimiento de pérdida y de inutilidad. Así, Opoaschowski (1988) constató, en un estudio realizado para identificar el significado dado al tiempo de no trabajo por prejubilados y jubilados, que para un 38% de los casos suponía un problema vital, un 33% lo consideraba tiempo de descanso y recuperación y sólo un 29% daba importancia al ocio y su actividad posible.

Otro estudio llevado a cabo en Estados Unidos por Weiss (2005) mediante la realización de cuatro entrevistas antes y después de la jubilación a 89 hombres y mujeres de una

amplia muestra de la sociedad de Massachusetts, presentaban diversos grados de entusiasmo por la jubilación, aunque una de las razones más importantes que aducían para jubilarse era la posibilidad de tener más tiempo libre: “aproximadamente 1/5 de nuestra muestra deseaba jubilarse no tanto por dejar los trabajos sino por disponer de más tiempo para el ocio” (Weiss, 2005: 20). En este caso, se entiende por ocio “libertad” más que “actividad”. En muchos casos, la liberación de las exigencias del trabajo hace que la jubilación sea una transición menos traumática de lo que algunos hubieran imaginado a priori. Depende a menudo de las propias circunstancias de la jubilación, especialmente de tener los recursos necesarios para disfrutar de las nuevas libertades y de tener control sobre el proceso.

Weiss (2005) y Feldman (2003) constatan que la preparación tiene un efecto positivo sobre la vivencia de la jubilación y el bienestar durante la misma, a pesar de que las circunstancias cambien. La preparación para la jubilación se considera pues indispensable y poco a poco los jubilados van preparándose mejor para la jubilación

La actividad laboral implica una serie de ventajas para los individuos tales como mantenerse ocupado, sentirse útil, formar parte de un proyecto, sentirse integrado en un proyecto, además de las relaciones sociales que en mayor o menor medida se construyen en torno al ambiente de trabajo. Las relaciones de amistad surgidas en el entorno de trabajo (pese a que entrañen también ciertas dificultades) crean un sentimiento de comunidad y de pertenencia difícilmente reemplazable en la jubilación. Se entiende pues que la jubilación en estos casos se asocie a ese sentimiento de pérdida.

Existen varias formas de enfrentarse a la jubilación, por su parte Cuenca Cabeza (2008) apunta que para unos puede ser una especie de “liberación” que le permita, con el mayor tiempo libre disponible, dedicar parte de este a aquello que siempre deseó y supone el final de una etapa caracterizada por actividades obligadas, mientras que para otras personas la jubilación se plantea con el “final”, el deterioro, el fin de la vida tal y como la conocen. Diversos estudios muestran que a medida que los jubilados viven esta etapa los sentimientos parecen variar, sin ser tan tremenda para unos ni tan “jubilosa” para otros.

El sentimiento de exclusión y la manera de enfrentarse a la jubilación ha sido explicado fundamentalmente por tres históricas teorías sociológicas sobre la vejez: la teoría de la desvinculación, la teoría de la actividad y la teoría de la continuidad. Posteriormente y de

manera más reciente surgieron las teorías del conflicto y las de la estratificación por edades:

La Teoría de la Desvinculación fue postulada inicialmente por Cumming y Henry en 1961. Dicha teoría defiende que el proceso de retiro es biológica y psicológicamente inevitable y universal y está asociado al envejecimiento. En esta teoría se habla de un retraimiento por parte del individuo frente a la sociedad. El individuo va apartándose cada vez más de las relaciones sociales, centrándose su vida interior y la sociedad va poco a poco cerrando al anciano sus posibilidades de participación, librándole de sus obligaciones sociales, y laborales lo que propicia que el anciano se sienta feliz y satisfecho por tener tiempo suficiente para la toma de decisiones y la reflexión. Los autores sostienen que la desvinculación es también positiva para los familiares y amistades cercanas porque supone una reorganización de roles. Esta teoría tuvo un gran apogeo en los 70 pero sufrió severas críticas por sus pretensiones de universalidad y por su carácter restrictivo, conformista y conservador; perdió fuerza al ser considerada como fomento de la exclusión de las personas ancianas.

La Teoría de la Actividad, formulada inicialmente por Havighurst en 1968, de carácter más expansionista surge como contraposición a la teoría de la desvinculación. Defiende que una buena vejez ha de estar acompañada de nuevas actividades o trabajos dedicando así el tiempo disponible al ocio y a la participación social. Postula que las actividades deberían ser de alguna manera remuneradas por la necesidad económica de los ancianos y porque en la sociedad se valora el trabajo pagado. Los logros y contenidos del envejecimiento adquieren un papel útil en la sociedad, y defiende políticas de retiro orientadas a las necesidades de las personas con una preparación participativa íntegra en la jubilación y una edad de retiro flexible y voluntaria. Se recomienda a su vez la formación de grupos de intereses con preocupaciones comunes, ya que puede propiciar una actitud positiva frente al futuro.

La Teoría de la Continuidad, desarrollada por Neugarten en 1964 en la que el retiro es el enlace de los roles sociales y experiencias acumuladas a lo largo de la vida de cada persona. El paso a la vejez es una prolongación de experiencias, proyectos y hábitos de vida del pasado, al envejecer los individuos aprenden a utilizar diversas estrategias de adaptación que les ayudan a reaccionar eficazmente ante los sufrimientos y las

dificultades de la vida. Según esta teoría el retiro, es una etapa legitimada, deseada con oportunidades de continuación y prolongación del status.

Estas tres teorías buscan las relaciones entre retiro (más allá de la jubilación, ya que tiene implicaciones no solo laborales sino también sociales) y envejecimiento, la característica común a todas ellas es que no cuestionan el orden social.

De manera más reciente surgen las teorías del conflicto y teorías de la estratificación por edades:

La Teoría del Conflicto defiende que el retiro es generalmente negativo, dichas teorías se basan en el conflicto de edades y en la orientación de la sociedad a la productividad económica. Sus principales exponentes son Marshall (1981) (en Díaz Casanova, 1989) desde la perspectiva del conflicto entre generaciones y Guillemaurd (1980) (en Díaz Casanova, 1989) desde el enfoque del conflicto mayores-Estado. Marshall sustenta el conflicto entre las generaciones por el reparto de bienes y servicios, los ancianos están en una situación de carencia relativa que les hace destinatarios principales de la protección social, siendo vistos como competidores por el resto de grupos sociales ya que se les asigna una parte importante de los recursos generados por los trabajadores en activo (Díaz Casanova, 1989)

La Teoría de la estratificación por edades fue propuesta por Riley en 1971 e introduce el concepto de «clase de edad» o «generaciones» desarrollando enunciados sobre los conflictos intergeneracionales. Defiende la idea de que a cada grupo de edad se le asignan determinados roles de manera que la estimación de cada etapa, así como la autoestima de la persona que vive cada etapa, está condicionada por la valoración de la sociedad de los roles desempeñados. Las diferencias entre generaciones no solo vienen marcadas por encontrarse en una determinada fase de la vida o pertenecer a un determinado grupo de edad, sino que además existen diferencias propiciadas por las circunstancias históricas del periodo vivido.

Una de nuestras principales hipótesis de trabajo es la del nacimiento de un jubilado que tiene una actitud ante la jubilación muy diferente respecto a sus predecesores, encarándola de una forma más activa y optimista, en este sentido, siguiendo los postulados de Havighurst, una actitud positiva ante la jubilación, la actitud de los jubilados activos que realizan actividades que dotan de sentido a esta nueva etapa de sus vidas se corresponde

con la figura emergente de ese “nuevo jubilado”. Por otro lado, la Teoría de la estratificación por edades de Riley nos ayudará a entender las diferencias generacionales en cuanto a comportamientos de ocio hallados en la explotación empírica.

Aun siendo la jubilación una época distinta a las que se han vivido con anterioridad, con sus características, la jubilación puede constituir una etapa agradable en la vida de la persona, sin los agobios que supone la mediana edad. Pero no todos los individuos afrontan esta etapa del ciclo vital de la misma manera, algunos encuentran formas interesantes de invertir el tiempo y la energía que mantienen, otros se resisten a envejecer tratando de disimular cualquier signo de envejecimiento. El hecho de no aceptar la nueva realidad puede ocasionar conflictos internos e incluso situaciones depresivas (Bertat, Ferrer; 2009). Una de las claves para afrontar esta nueva etapa con éxito es en primer lugar la toma de conciencia de que uno se ha jubilado y a partir de ahí tomar acción para planificar y estructurar el tiempo de manera distinta. No sólo hay que planificar el tipo de actividades que se quieren desarrollar, sino también los aspectos económicos, físicos, cognitivos y emocionales (Bertart, Ferrer; 2009)

Reitzes y Mutran (2004) explican que los factores que pueden condicionar la manera de afrontar esta etapa del ciclo vital tales como el tipo de trabajo que se ha realizado, el nivel de ingresos, el estado de salud, los factores psicológicos, físicos o sociales.

Bueno y Buz (2006) resumen los principales factores que influyen a la hora de enfrentarse a la jubilación: la actitud, el estado de salud, el carácter, el apoyo social, los factores laborales y de manera muy importante la preparación para la jubilación. Los autores destacan que la actitud juega un papel fundamental, la manera en que la persona se enfrenta a su salida del mercado laboral va a marcar en buena medida el cómo se enfrenta a la jubilación, cuanto más negativas sean las actitudes ante la salida del mercado laboral, menor será el nivel de satisfacción mientras que las actitudes más positivas propician el aprovechamiento de las ventajas que conlleva iniciar una etapa libre de obligaciones. Otro de los factores que los autores destacan es el de la planificación de la jubilación, siendo esta fundamental y que va a depender de los recursos y estrategias que la persona aprenda a poner en marcha. (Bueno y Buz, 2006)

El problema en la actualidad es que, por regla general, la persona no ha hecho durante toda su vida más que trabajar y la mayoría de las veces en tareas alienantes y no escogidas vocacionalmente. En la sociedad actual se prepara y educa a los individuos para la etapa

laboral, para trabajar, producir y competir. No se ha recibido una preparación adecuada para el uso del ocio y del tiempo libre (Limón, 1993). Por lo que es comprensible que algunos de los jubilados se enfrenten a esta nueva etapa de vida como un vacío, sin ninguna motivación. Una buena preparación para la jubilación puede ser beneficiosa a la hora de enfrentarse a ella.

Con el objetivo de ilustrar mediante algunos ejemplos las diferentes formas de enfrentarse a la jubilación, se muestra, en el Gráfico 4, la clasificación en cuatro diferentes grupos de jubilación en función de las actitudes ante la misma recogida en el informe “*Participación social de las personas mayores*” (IMSERSO,2008).

GRÁFICO 4: Tipología grupos jubilación

Tipología de los grupos de jubilación.

Grupo 1	Transición a la vejez: se disminuye los tiempos dedicados a la actividad y a otras cargas. Es una transición hacia una fase de descanso.
Grupo 2	Nuevo comienzo: el tiempo es utilizado para comenzar una nueva fase para cubrir las necesidades personales, los deseos y los objetivos propuestos.
Grupo 3	Continuación: no se produce una alteración de los patrones de vida, y desde una perspectiva psicológica, no se experimenta una fase crítica.
Grupo 4	Ruptura impuesta: la jubilación produce una ruptura social y personal, constituyendo la causa de pérdida de identidad, estatus social, etc.

Fuente: Hornstein, Wapner, Madrid y Garcés. Elaboración propia.

Fuente: Participación social de las personas mayores. IMSERSO 2008. Pp. 31

Agulló Tomás (2001) propone cinco tipologías distintas en función de la actitud ante la jubilación:

-*Rechazo o negación de la jubilación.* Esta tipología percibe la jubilación como el final de mantener un status determinado, ritmo de vida o relaciones sociales. La vida pierde el sentido. Es común en las personas que consideran el trabajo como dotador de sentido en sus vidas. Sáez-Narro, Aleixandre y Martínez-Arias (1996) apuntan que cuanto mayor es el nivel educativo, mayor grado de vinculación emocional tienen con el trabajo y muestran un mayor rechazo a la jubilación.

- *La aceptación de la jubilación.* Se trata de una actitud resignada. La jubilación es percibida como algo “que tiene que pasar” y se acepta esta nueva etapa a la que ha de

enfrentarse. Esta actitud conformista es característica de personas de estatus medio-bajo (Bueno y Buz, 2006)

- Jubilación como *liberación* del trabajo pasado, considerada como “premio” tras una vida de trabajo. A la larga, este tipo de actitud tiene el riesgo de provocar aburrimiento y apatía por la falta de expectativas, proyectos y actividades con las que llenar el tiempo que antes se dedicaba al trabajo. (Bueno y Buz, 2006)

- La jubilación como *oportunidad para la realización de* actividades que anteriormente no podían llevarse a cabo por la falta de tiempo. En este caso la persona desea jubilarse, permite iniciar nuevas actividades en algunos casos más enriquecedoras que las tareas realizadas con la actividad profesional

- Posición ambivalente, como una mezcla de las posturas anteriores.

De manera reciente Freire en su libro “*La jubilación, una nueva oportunidad*” (2017), establece cinco tipologías diferentes de jubilados en función de cómo encaran esta:

-*Disfrutadores*: conciben la jubilación como un periodo para desarrollar actividades gratificantes y placenteras. Buscan una forma de “recuperar el tiempo perdido”, sin el lastre de vivir anclado a unos horarios fijos o compromisos muy cerrados para, poder dejar espacio a la improvisación.

-*Atareados*: son aquellos que en su jubilación intentan hacer todo lo posible por mantenerse ocupados. Buscan otra forma de seguir trabajando, aferrándose a una o varias tareas y seguir manteniéndose ocupados. El principal problema de este grupo es que su identidad está ligada al trabajo, por eso la jubilación les proporciona una sensación de pérdida, de vacío.

-*Desenfocados*: es el tercer tipo de jubilados, constituido por personas que carecen de un plan propio para vivir la jubilación, y eso es lo que en muchas ocasiones deriva en que experimenten cierta insatisfacción y descontento con su situación. Habitualmente, quienes se ubican en este perfil se dedican a tareas rutinarias en función de las demandas del entorno.

-*Exploradores*: las personas situadas en este perfil de jubilado mantienen su afán por descubrir nuevas cosas. Tienen sed de conocimiento y de seguir viviendo nuevas aventuras, y por eso aprovechan esta nueva etapa, para probar con actividades que nunca antes han visto o para desarrollar sus capacidades artísticas. Responden a este tipo de perfil aquellas personas mayores que se reinventan entregándose a nuevos conocimientos, como los que acuden a las universidades para mayores.

-*Sosegados*: son efectivamente los jubilados que, esencialmente, después de toda una vida entregada al trabajo y las obligaciones, lo que buscan ahora es tener paz y poder descansar. Desean que su nueva etapa sea tranquila y relajada, sin el estrés y las prisas impuestas antaño por el paso de las horas; por ese reloj al que mantenían atada su rutina. Su vida se reorienta hacia la serenidad, priorizando lo que procura tanto su bienestar como el de su círculo más íntimo. Se centran en el hogar y la pareja.

De todas las clasificaciones expuestas son los jubilados exploradores y disfrutadores, es decir, aquellos que buscan la realización de un ocio con sentido, y no solo como los atareados, para llenar los huecos, los que nos ayudarán a explicar los comportamientos de ocio que muestran tras su jubilación.

Distribución del tiempo de ocio de los jubilados

En el apartado sobre cómo distribuyen el tiempo los mayores de 65 años se vio que existían una serie de factores tales como la educación, el hábitat, el género, el nivel de instrucción, las condiciones de salud y generacionales que influían de manera importante en la distribución del tiempo. Se mostrará a continuación de qué manera concreta emplean ese tiempo “sobrante” los jubilados, y en qué tipo de actividades de ocio utilizan ese tiempo.

Para ello, se utilizarán datos de la “*Encuesta sobre las condiciones de vida de los mayores*” que en el año 2010 realiza el IMSERSO y en particular se mostrarán datos relativos a dos preguntas: la pregunta 26 en la que se pide a los mayores de 65 años que señalen la frecuencia con la que realizan una serie de actividades relacionadas con el ocio y la pregunta 28, en la que se le pide a los mayores de 65 años que señalen si tras cumplir los 65 años o jubilarse realizan algún tipo de actividad distinta a la que ya realizaban antes de cumplir los 65 años. Mostrando los resultados por sexo de estas dos preguntas se podrá obtener una instantánea de la ocupación del tiempo de ocio y de los mayores de 65 años y si hay algún cambio sustancial tras jubilarse. Se utilizan los datos de 2010 porque son los últimos datos disponibles a este respecto.

Los mayores ocupan su tiempo de ocio diariamente en ver la televisión, ir al parque y pasear, oír la radio, hacer compras y recados, y leer, incluso. Son menos los que van a los bares o a asociaciones o clubes de jubilados. Las actividades menos realizadas tienen que

ver con hacer deporte, voluntariado, asistir a clase o navegar por internet. Las personas mayores de 65 años en la España de 2010 manifestaban un nivel de actividad alto y diverso, lejos de la idea preconcebida de que son una carga para su familia y para la sociedad.

Las mayores diferencias en la distribución del tiempo de ocio son por género como se puede comprobar en la Tabla 1, en la que se muestra la frecuencia de las actividades de ocio que realizan los mayores de 65 años. Los datos mostrados son los que corresponden, de las actividades propuestas, a la respuesta “todos los días o casi a diario” salvo en el caso de los espectáculos que se ha seleccionado la opción “alguna vez a la semana”.

TABLA 1. Actividades que realizan en su tiempo de ocio los mayores de 65 años jubilados

	SEXO		
	Hombre	Mujer	Total
Leer	19,3%	17,2%	18,1%
Oír la radio	47,2%	41,4%	43,9%
Ver la TV	87,4%	87,2%	87,3%
Ir al bar/cafeteria	27,4%	3,1%	13,4%
Ir a pasear	44,6%	24,5%	33,0%
Hacer la compra	10,9%	31,9%	23,0%
Coser, hacer punto, manualidades bricolaje	8,0%	16,7%	13,1%
Asistir a espectáculos	12,1%	9,8%	10,8%
Acudir a un centro social	28,8%	10,8%	18,4%
Hacer algún deporte o actividad física	18,6%	4,5%	10,5%
Ver a familiares que viven en otro domicilio	2,2%	2,4%	2,3%
Ir a la iglesia o parroquia	0,2%	7,7%	4,5%
Bailar	0,3%	0,3%	0,3%
Asistir a clase	0,9%	0,8%	0,9%
Actividades de voluntariado social	0,3%	0,5%	0,4%
Usar el ordenador	4,4%	1,5%	2,7%
Navegar por internet	3,0%	1,3%	2,0%
Otra actividad	21,5%	7,6%	13,5%

N= 7.533.616

Hombres= 3.191.498 Mujeres=4.342.118

Fuente. IMSERSO 2010

Las grandes diferencias de las actividades que realizan hombres y mujeres se encuentran en “ir al bar” ya que la practican un 27,4% de los hombres frente a un 3,1% de las mujeres,

el “ir a pasear” practicado por un 44,6% de los hombres frente a un 24,5% de las mujeres. “Acudir a un centro social” y “hacer deporte” son también mayoritariamente realizadas por los varones. Mientras que son las mujeres las que “hacen la compra” (un 31,9% de féminas frente a un 10,9 % de los varones y también hacen el doble de actividades que tienen que ver con las manualidades que los hombres. Los hombres buscan más espacios alternativos al ámbito doméstico, como una prolongación de las normas tradicionales de género que vinculan culturalmente a las mujeres con el hogar y a los hombres con otros espacios (Sancho et al, 2002: 333).

En cuanto a las actividades que realizan los mayores una vez jubilados, existe una cierta continuidad en el tipo de actividades que se realizan antes y después de la jubilación. En la Tabla 2 se muestran los resultados que corresponden al porcentaje de mayores de 65 años que, tras jubilarse, han comenzado a realizar actividades distintas, así como el tipo de actividad. Se muestran los resultados por sexo.

TABLA 2. Actividades que han comenzado tras jubilarse

	SEXO		
	Hombre	Mujer	Total
Turismo	8,4%	9,0%	8,8%
Cursos de manualidades (arcilla, ganchillo, pintura)	5,9%	16,8%	12,2%
Aprender Informática	3,5%	1,7%	2,5%
Hacer deporte o ejercicio físico	35,6%	20,5%	26,9%
Hacer amigos/salir con los amigos	6,7%	6,1%	6,3%
Participar en un negocio	1,3%	0,1%	0,6%
Participar en actividades culturales y sociales (charlas)	4,8%	3,3%	3,9%
Cultivar un huerto o jardín	10,2%	1,2%	5,0%
Participar en alguna asociación	1,8%	2,9%	2,4%
Actividades de apoyo no remuneradas a personas conocidas	0,3%	3,4%	2,1%
Colaborar en actividades de voluntariado social	0,4%	4,6%	2,9%
Actividades de mi iglesia, parroquia, centro religioso	0,5%	3,7%	2,4%
Cursos de formación	0,4%	0,8%	0,6%
Otras	4,2%	4,2%	4,2%
Nada en especial	34,9%	43,3%	39,7%
NS.NC	6,9%	6,5%	6,7%

N= 7.533.616

Hombres= 3.191.498 Mujeres=4.342.118. Fuente: IMSERSO 2010

Aunque exista una cierta continuidad en las actividades de ocio tras la jubilación de los mayores, se encuentran interesantes diferencias por sexo. La actividad que

mayoritariamente realizan hombres y mujeres tras jubilarse es la de hacer deporte, en mayor proporción hombres que mujeres (35,6% vs 20,5%) pero aun así es la actividad que más realizan unos y otros tras la jubilación. Las mujeres realizan más cursos de manualidades y los hombres cultivan más huertos que las mujeres, pero es el dato de “nada en especial” (un 43,3% en el caso de las mujeres y un 34,9% en el de los varones) el claro indicador de que la jubilación no supone una ruptura drástica en la distribución del tiempo de ocio de los mayores de 65 años podría afirmarse que es más bien continuista. Esta información podría indicar un cierto “vacío” en la ocupación del tiempo libre ocasionada por la salida del mercado laboral y que, como apuntaba Bueno (2006) indicaría que una actividad productiva (la actividad laboral) no se sustituye por otra de la misma índole. Una educación para la jubilación podría ayudar a los mayores a organizar su tiempo de ocio con actividades culturales, sociales o productivas (Bueno, 2006).

Aun así, de la misma manera que no todos los mayores se enfrentan de la misma forma a la etapa de la jubilación y adoptan distintas estrategias, existen una serie de condicionantes que influyen en la distribución del tiempo de ocio de los jubilados.

Variables que influyen en la distribución del tiempo de ocio de los jubilados

Las autoras Alcalde y Laspeñas (2005) compilan los factores que tienen una mayor relevancia a la hora de determinar el tipo de ocio o las formas de afrontarlo por parte de los mayores. En primer lugar, están los factores con base biológica como la edad o el sexo, desde el punto de vista de la edad cabe destacar la influencia de la perspectiva del ciclo de vida, aunque cada vez es mayor la importancia que se da al ocio en cualquier etapa de la vida, es a partir de la jubilación cuando adquiere mayor peso específico; relacionado con la edad existe una variable importante y es la de la funcionalidad o autonomía de los individuos. Existe un acuerdo entre la comunidad científica que establece una frontera en los setenta y cinco años. Hasta este momento, los mayores tienen cierta independencia funcional y a partir de entonces, la mayor dependencia funcional propicia que las oportunidades de ocio se vean reducidas o imposibilitadas.

En la Tabla 3, sobre las actividades que realizan los mayores jubilados, se muestran, por grupo de edad, las actividades que claramente muestran una disminución importante a partir de los 75 años y son leer, pasear, asistir a espectáculos y hacer algún deporte

TABLA 3. Actividades que disminuyen a partir de los 75 años

	EDAD			
	65 a 69 años	70 a 74 años	75 a 79 años	80 años y más
Leer	32,4%	18,8%	9,9%	11,2%
Ir a pasear	40,0%	34,6%	29,0%	28,4%
Asistir a espectáculos	22,2%	11,0%	8,8%	1,9%
Hacer algún deporte o actividad física	25,3%	12,3%	4,7%	0,0%

N= 7.533.616
Fuente. IMSERSO 2010

Muy relacionado con la funcionalidad, otro factor fundamental que influye a la hora de distribuir el tiempo de ocio de los mayores jubilados es el del estado de salud. El estado de salud por un lado puede adelantar o retrasar la jubilación y por otro favorecer o limitar la realización de actividades y contactos sociales (Iglesias, 2001) siendo determinante a la hora de elegir determinados tipos de actividades de ocio. En este contexto, se ha de distinguir entre el estado de salud “objetivo” y “subjetivo”. La salud “objetiva” es evaluada por médicos en base a diagnósticos o número de veces que se ha estado enfermo en el año (Lehr, 2002) mientras que el estado de salud subjetiva tiene que ver con la autopercepción del individuo.

En algunos casos el proceso de jubilación puede llegar a desencadenar importantes secuelas sobre la salud, aunque este hecho no es mayoritario. Para muchas personas jubilarse supone una mejora de su estado físico y de su calidad de vida, sobre todo en aquellos trabajos que requieren un importante desgaste físico. (Bueno y Buz, 2006)

Además de la edad, y el estado de salud, otra variable que influye de manera determinante en la configuración del tiempo de ocio de los mayores, es el sexo. La percepción del ocio es valorada de forma más positiva por los hombres que por las mujeres, los estudios evidencian que los hombres participan en mayor medida que las mujeres en actividades de ocio sin detrimento de que existan actividades de ocio en las que participen hombres y mujeres. En un trabajo de investigación realizado por Zubero (Zubero et al, 2002) las personas entrevistadas entienden que la jubilación en la mujer es diferente que en el varón ya que en muchos casos ellas continúan realizando las mismas actividades que venían haciendo. Por otro lado, Bazo (2002) recoge en su investigación que los varones tienden a involucrarse más que las mujeres en aquellas actividades de carácter “productivo”, es decir, aquellas actividades que estén de alguna manera relacionadas con lo que fue su

actividad profesional. El hecho de realizar una actividad relacionada con su profesión o de carácter productivo es percibido por algunos varones como una forma de mantener el respeto por parte de familia y amigos (Bazo, 2002). En la investigación de Bazo (2002) se observa la existencia de cambio y de continuidad entre las personas jubiladas, continuidad en cuanto a las actitudes generales y en la forma de ver la vida y cambio en cuanto a la adaptación del comportamiento a las nuevas circunstancias; la autora señala que aquellos jubilados que han sido activos y con iniciativa antes de jubilarse es fácil que sigan siendo proactivos a la hora de organizar su tiempo de ocio.

Muy relacionado con las diferencias de género, otro de los factores determinantes a la hora de distribuir el tiempo de ocio es el hecho de haber trabajado o no fuera de casa en actividades remuneradas. Para los hombres y las mujeres que han trabajado en actividades remuneradas el cambio que supone la jubilación en la distribución de su tiempo de ocio es muy evidente, ya que la jubilación implica el cambio de los hábitos del ritmo de vida que han llevado durante la vida adulta (Pérez Ortiz, 2006). Entre quienes no han desarrollado una actividad remunerada, el cambio puede ser menos radical, pero también es importante, ya que muchas mujeres modifican sustancialmente sus actividades cuando los esposos se jubilan, ocupando una parte de su tiempo en actividades compartidas. En las mujeres que no han trabajado de forma remunerada se produce también una cierta “liberación” del tiempo ocupado, aunque tengan que seguir realizando tareas “obligatorias” disponen de más tiempo sobrante que provoca una redistribución del tiempo libre (Wilson, 1996: 149).

La mayor parte de las teorías tratan la jubilación como un fenómeno masculino, sin embargo, estudios recientes están confirmando que las mujeres también pueden percibir y soportar los efectos negativos del tránsito a la jubilación y al envejecimiento, independientemente de que no hayan trabajado de forma remunerada. En los hombres la jubilación suele unirse a envejecimiento con más claridad que en las mujeres, pero esto no implica que las mujeres no perciban también la jubilación como algo negativo. Las mujeres que no han trabajado de forma remunerada no viven el paso a la jubilación como la ruptura laboral pero sufren otros cambios importantes (síndrome de “nido vacío”, jubilación de la pareja, sobrecarga, menor tiempo libre, mayor soledad, nivel de salud más deteriorado, etc.) que afectan al sentido de las actividades que realizan (Agulló Tomás, 2000) Las mujeres en relación a los varones, pueden experimentar que nunca se jubilan, debido a que aunque hayan trabajado también fuera de casa, no han dejado nunca

sus roles de amas de casa, madres y, coincidiendo con la edad de la jubilación el ser abuelas.

El carácter de la persona es otro de los factores que influyen en la manera de distribuir el tiempo libre en los jubilados, al parecer las personas más extrovertidas permanecen activas y comprometidas socialmente tras su jubilación, las personas con niveles altos de autoeficacia creen en sus conocimientos y en sus habilidades para manejar efectivamente el proceso de jubilación ya que son más activas a la hora de planificar la mejor manera de adaptarse a este cambio (Bueno y Buz, 2006). El locus de control interno (creencia de la propia persona en su capacidad para controlar los sucesos vitales) lleva a expectativas más positivas respecto a la jubilación, este tipo de control se vincula a altos niveles de autoestima y un menor estrés ante las situaciones de cambio y una mayor satisfacción vital (Ross y Dentrea, 1998).

Otro factor que influye de manera favorable a la hora de distribuir el tiempo de ocio es el estado civil, a pesar de las fricciones que puedan surgir en la pareja en esta etapa, derivadas de la propia convivencia y de la nueva situación de jubilación, el hecho de vivir en pareja constituye un apoyo muy importante en esta época de transición a la jubilación. Las personas solteras o viudas son las que muestran una percepción más positiva hacia el ocio e, íntimamente relacionado con ello está la presencia o ausencia de hijos, o el tener o no personas a cargo. El no tener personas a cargo favorece el estar más predispuesto a la realización de actividades de ocio. (Alcalde y Laspeñas, 2005)

El nivel de estudios, la profesión o el nivel socio-económico se encuentran estrechamente relacionados con la percepción del ocio, podría decirse que aquellos jubilados con mayor nivel de estudios o formativo valorarán en mayor medida las actividades relacionadas con el ocio al igual que a mayor nivel de cualificación profesional o social se hará una valoración más positiva de la creatividad o de la utilización no productiva del tiempo. (Alcalde y Laspeñas, 2005)

Por último, el lugar de residencia es un factor que incide en la actitud frente al ocio, el ambiente urbano favorece frente al rural una mayor valoración de la utilización no productiva del tiempo. A estos factores personales se unen una serie de factores sociales tales como el contacto con familiares, amigos o compañeros que serán buenos predictores de la participación en actividades de ocio ya que además permitirá una mayor integración y favorecerá el mantenimiento de sus redes sociales. La red social del jubilado y el apoyo

percibido, influyen de manera importante en la adaptación a la nueva situación de jubilación, a estas maneras de ocupar el tiempo sobrante (Belart y Ferrer, 2009). Hasta hace relativamente poco tiempo, se producía la coexistencia de varias generaciones bajo el mismo techo, de esta forma, se producía un intercambio entre abuelos y nietos, existiendo un intercambio entre cultura, valores y socialización que enriquecía a toda la familia. En las últimas décadas, esta convivencia se ha perdido.

El autor Iso-Ahola, propone en su *Teoría del desarrollo del ocio (1980)* un modelo según el cual la participación en ocio es una función curvilínea que varía en función del deseo de novedad; el deseo de novedad alcanza su punto máximo en la edad adulta para comenzar a disminuir de forma paulatina en favor de la búsqueda de la familiaridad, Iso-Ahola afirma que con la edad descende la búsqueda de novedad y nuevas experiencias a través del ocio, hasta los 43 años, momento a partir del cual se prefieren experiencias de ocio de patrones ya conocidos. Esta teoría es la base de posteriores estudios (Yoesting y Christensen, 1978; McGuire, Dottavio y O’Leary, 1987; Iso-Ahola, Jackson y Dunn, 1994) que sostienen que una parte importante de las actividades de ocio que realizan los adultos están íntimamente relacionadas con las preferencias de ocio desarrolladas durante la infancia, lo que supondría que para que, llegada la edad de jubilación, los mayores pudiesen hacer un buen uso de su tiempo de ocio, habría que favorecer que los individuos tuviesen acceso a distintas opciones de ocio desde la infancia, ya que marcarán el ocio en su vida adulta (Monteagudo y Cuenca Cabeza, 2012)

Iso-Ahola, Jackson y Dunn (1994) señalan a su vez que el comienzo de actividades relacionadas con el desarrollo de hobbies y prácticas de ocio domésticas tiene lugar en las etapas tardías de la vida, este tipo de prácticas aumenta de forma importante con la edad, mientras que las actividades que requieren un esfuerzo físico importante, las realizadas al aire libre o deportes de equipo disminuyen de manera notable con la edad. Lo mismo ocurre con el hecho de reemplazar una actividad por otra, para Monteagudo y Cuenca Cabeza (2012) dichas sustituciones de una práctica por otra son susceptibles de ser interpretadas como estrategias de adaptación en etapas avanzadas de la vida o en aquellas circunstancias que requieran una adaptación no necesariamente relacionada con la edad.

En definitiva, podría decirse que, si bien la jubilación supone un punto de inflexión en el ciclo de vida, y una redistribución en el tiempo de los jubilados, que cuentan con mayor

tiempo libre (disponible) cuando hablamos de actividades de ocio con relación a ese mayor tiempo disponible, existe una cierta continuidad con las actividades de ocio que venían realizando antes de jubilarse. María Teresa Bazo realiza en su artículo “*La institución social de la jubilación y las personas jubiladas*” en la Revista del Ministerio de Trabajo y de Asuntos sociales (Bazo, 2002) una revisión de las distintas actividades que las personas pueden realizar en la jubilación independientemente de que esta sea forzosa, voluntaria, temprana o por edad. La autora descubre que las actividades “propias de la edad” es decir, las que las personas mayores realizan con otras personas mayores, son las que menor tiempo ocupan en sus vidas. Así, una pequeña proporción es la que acude a los centros de la tercera edad (Bazo 1990), siendo las actividades relacionadas con la familia y con otros grupos tales como asociaciones o actividades de voluntariado, las que mayor tiempo les ocupan. No hay grandes diferencias entre las actividades que las personas realizan antes y después de jubilarse salvo la de ir al trabajo. El hecho de no tener obligaciones laborales les permite reestructurar su tiempo de actividades dedicadas al ocio, voluntariado y familia que al parecer no sufren cambios notables tras la jubilación (Kelly 1993; 120)

Para muchos de los mayores tener tiempo libre no es un don sino un problema, un problema de aburrimiento y de no saber qué hacer. El que no sabe qué hacer en su tiempo libre aspira a llenar el tiempo como sea, a entretenerse en algo "para matar el tiempo" (Santiesteban, 1992). Un ocio pasivo e individual puede llegar a ser la antesala de una situación de soledad y aislamiento; por ello es preciso que las personas elijan, y descubran cuáles son sus intereses, en función de sus necesidades y descubran que es lo que realmente les gusta hacer, López Paz (2014) resalta la importancia de facilitar la integración social de los mayores y mejorar sus condiciones de vida utilizando el ocio como instrumento para tal fin, siendo los pilares fundamentales la salud, la cultura, las relaciones afectivas y el crecimiento personal (Alcalá y Valenzuela, 2000; Edgington et al., 2004; McPherson, 2004; Russell, 2005; Stefani & Feldberg, 2006; Holahan & Velasquez, 2011). López Paz (2014) sostiene, que a pesar de los evidentes cambios y deterioros físicos y psíquicos en el anciano, existen unas características personales que se mantienen; por lo que respecta al crecimiento personal, hay que entender que la persona tiende a buscar satisfacción personal, aunque esto implique que la toma de decisiones no sea la más adecuada. La búsqueda de la satisfacción personal tiene que ver con su actitud frente a la vida, del concepto que se tenga de sí mismo, del grado de autoestima y de

motivación, que le van a mover a encontrar caminos nuevos, para el logro de su satisfacción personal y de la relativa felicidad que el hombre aspira a encontrar (Lang, Rieckmann & Baltes, 2002; García Rodríguez & Ellgring, 2004; López-Paz, 2012).

- *Existen varias formas de enfrentarse a la jubilación. Los factores que determinan cómo enfrentarse a la jubilación son: la actitud, el estado de salud, el carácter, el apoyo social, los factores laborales y la preparación para la jubilación.*
- *Los senior ocupan su tiempo de ocio diariamente en ver la televisión, ir al parque y pasear, oír la radio, hacer compras y recados.*
- *Existen diferencias de género en la ocupación del tiempo tras la jubilación. Los hombres buscan más espacios alternativos al ámbito doméstico, y las mujeres en tareas más vinculadas con el hogar. Aunque hipotetizamos que esta situación está en proceso de cambio.*
- *Existe una cierta continuidad en las actividades de ocio que realizan los senior tras la jubilación y sus hábitos antes de jubilarse.*
- *La búsqueda de satisfacción personal es una tendencia al alza que marcará la distribución del tiempo de ocio de los senior difiriendo presumiblemente de la distribución de tiempo de ocio de los senior mayores*

CÓMO ESTÁN CAMBIANDO LOS JUBILADOS EN ESPAÑA

CAPÍTULO 3.- CÓMO ESTÁN CAMBIANDO LOS JUBILADOS EN ESPAÑA

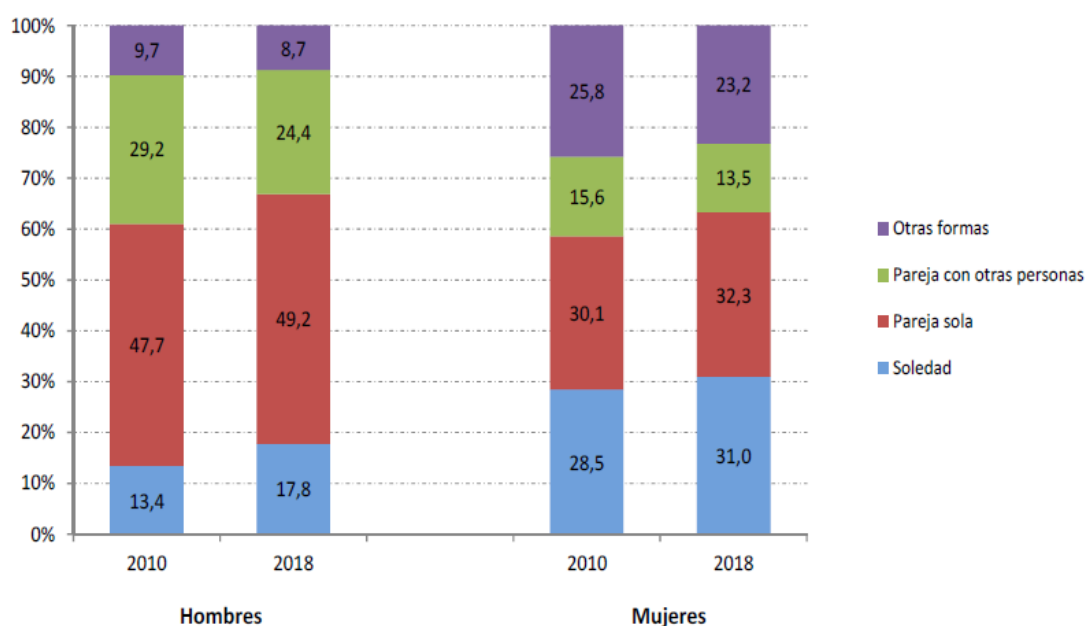
Una vez que revisada la distinción entre tiempo libre y tiempo de ocio, se ha explorado lo que el momento de la jubilación supone en la vida de una persona sobre todo en cuanto a la distribución de su tiempo y en la configuración del tiempo de ocio, y se han mostrado los factores que tienen una mayor incidencia en la configuración del tiempo de ocio, se pasará en este apartado a realizar un análisis descriptivo de la evolución de los jubilados en España. Para ello se mostrarán datos relativos a formas de convivencia en el hogar (recordemos que la configuración del hogar familiar, si se vive en pareja o no, factores como el síndrome del nido vacío tienen una influencia muy directa en la configuración del tiempo de ocio de los mayores jubilados), el estado civil y datos relativos a la distribución del tiempo. Se compararán los datos de la Encuesta de Empleo del Tiempo de 2004 con la edición de 2010, son apenas 7 años de diferencia pero la idea es explorar las tendencias de cambio en la distribución del uso del tiempo.

3.1 Formas de convivencia y estado civil

Por lo que respecta a las relaciones de familia las formas de convivencia son múltiples y variadas, como se muestra en el gráfico 5, la forma de convivencia mayoritaria entre los hombres de 65 y más años es la pareja sola (sin hijos ni otros convivientes), (un 73,6% de los hombres y un 35,8% de las mujeres) y en el futuro se espera que aumente, a esta etapa de convivencia con el cónyuge se le denomina “nido vacío” ya que los hijos, si los ha habido, suelen estar emancipados.

Otro tipo de hogares son los denominados unipersonales, este otro tipo de hogares se forman principalmente cuando sobreviene la viudez. En los últimos años en España, se viene observando un incremento de los hogares unipersonales en personas de 65 y más años, aunque las proporciones son todavía menores que en otros países europeos. La proporción es mayor entre las mujeres que entre los hombres (en 2018: 31,0% frente a 17,8%) pero en éstos ha habido un aumento notable en los últimos años (Gráfico 5).

GRÁFICO 5. Formas de convivencia entre mayores de 65 años. (%)



Fuente: Eurostat: *Distribution of population aged 65 and over by type of household - EU-SILC survey [ilc_lvps30]*. Consulta febrero 2020.

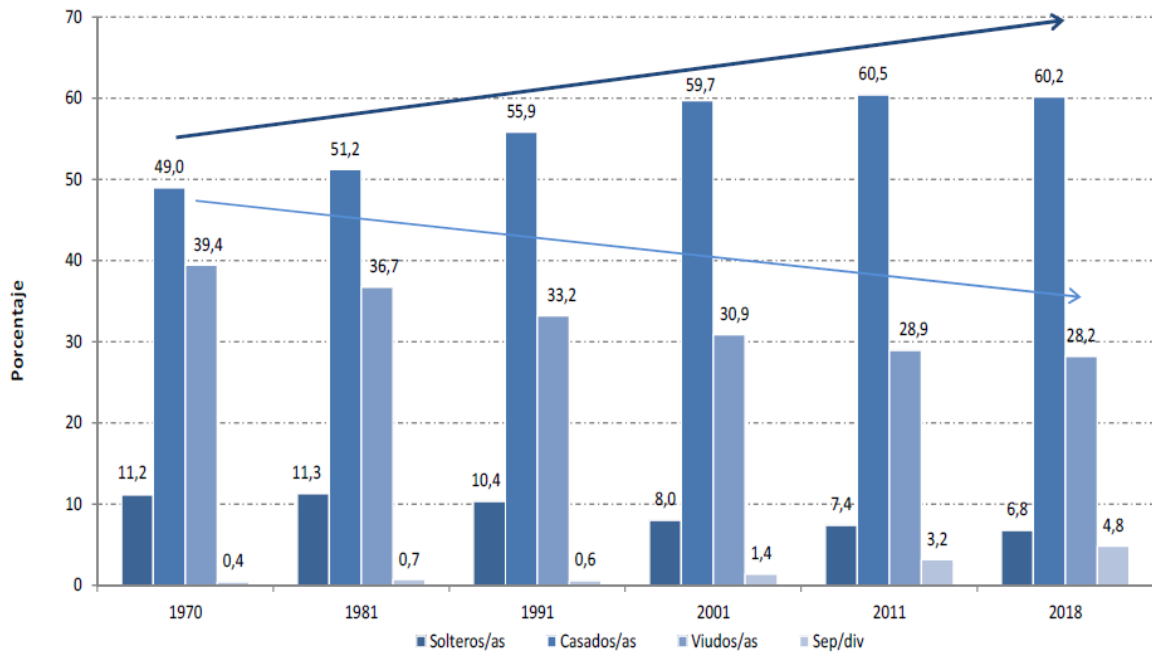
Fuente: Un perfil de las personas mayores en España 2020. CSIC. Pp 29

Por lo que respecta al estado civil en el informe “*Un perfil de las personas mayores en España*” (2020) se muestra que en 2018 el 60,2 % de las personas mayores se encuentran casadas, viudas un 28,2%, en situación de soltería el 6,8 % y las de separación o divorcio un 4,8%. La evolución que se muestra desde 1970 a 2018 en el gráfico 11 muestra un crecimiento de las personas casadas, una disminución de las personas viudas y una tendencia creciente de los separados o divorciados.

Tras la jubilación, si la pareja está consolidada, se produce la oportunidad de redescubrirse el uno al otro sin las obligaciones y compromisos que interfirieron en su relación. Tendrán la posibilidad de vivir la época de abuelos que constituye un nuevo aprendizaje, pero tras la jubilación pueden darse situaciones de conflicto en la pareja, sobre todo en aquellas circunstancias en las que el varón trabajaba fuera de casa y se ha jubilado y la mujer que no trabajaba fuera de casa ve ahora “invadido” su espacio lo que puede dar lugar a continuos enfrentamientos (Bueno, Buz 2006). En este período las crisis de pareja se utilizan de alguna manera para intentar atraer la atención de los hijos que están muy ocupados en sus propias vidas, trabajando y criando a los suyos. Las parejas al

hacerse mayores se necesitan uno al otro, aunque también acaban aburriéndose: hablan poco, cada vez salen menos y discuten por tonterías. Parecen no disfrutar juntos pero es raro que se divorcien en esta época (apenas un 4,8%).

GRÁFICO 6: Estado civil de las personas mayores de 65 años (%)



Fuente: INE: Censos de Población y Viviendas 1981-2011; EPA 2018. Cada año suma 100%, exc. redondeo.

Fuente: Un perfil de las personas mayores en España 2020. CSIC. Pp 30

El 17,10 % de las personas mayores habitan en hogares de tres miembros. En este tipo de hogares se produce la convivencia intergeneracional, una convivencia que en unos casos mantienen personas mayores viudas con hijos u otros parientes, y , en otros casos, esta convivencia se da con personas casadas que tienen en casa algún descendiente sin emancipar. En el primer supuesto suele beneficiar sobre todo a la persona mayor, seguramente necesitada de cuidados relacionados con la salud, mientras que, en el segundo, el beneficio es para ese hijo que aún no se ha independizado y que demanda ayuda en el difícil proceso de transición a la vida adulta.

Por último, el 11,09 % de las personas mayores residen en hogares de cuatro o más miembros, un porcentaje que no ha dejado de disminuir en las últimas décadas. Tienen a albergar situaciones de convivencia entre dos o tres generaciones, incluyéndose por lo

general a los nietos, este hecho propicia que hayan de adaptarse los diferentes ciclos de vida que conviven bajo el mismo techo.

El poder estar con la familia es una de las actividades que más satisfacen a los mayores (Bazo, 2002) No obstante parece que a algunas mujeres les gustaría que, una vez jubilados, sus maridos estuviesen más tiempo con ellas, que las acompañasen más en lugar de estar tan atareados con sus actividades actuales. En otros casos la distribución de actividades que se realizan tras la jubilación también satisface a las mujeres. En muchas de las ocasiones las actividades cometidas por las mujeres jubiladas debería ser consideradas como un verdadero servicio público, ya que en muchas de las ocasiones las mujeres se hacen es cargo de los hijos, nietos o realizando actividades de voluntariado.

Se ha visto que el proceso de transición de la vida activa y productiva a la vida retirada resulta en ocasiones muy complicado e incluso puede llegar a desestabilizar a algunas personas. Está comprobado que las personas mayores que realizan alguna actividad mantienen un buen nivel de autoestima. Mantenerse activo, el sentimiento de seguir siendo útil a los demás posibilita una vejez satisfactoria y estimulante. Otro factor que positivo es el del mantenimiento de las relaciones sociales, ya sea con la familia o con las amistades.

Se verá a continuación las formas de distribuir el tiempo en los senior.

3.2 Evolución de la distribución del tiempo en mayores de 65 años

La jubilación no solo afecta a la esfera personal y social, esta etapa del ciclo de vida incide de manera importante en las relaciones de pareja y de familia. El periodo que comprende desde la jubilación de un cónyuge o de los dos hasta su muerte se denomina etapa postparental (Quintero, 2002). Es posible que la principal ocupación de la mujer siga siendo la de ser ama de casa, la mujer por regla general realiza los oficios domésticos trabajo o no fuera del hogar y que el porcentaje de mujeres dedicado a los cuidados y tareas domésticas siga siendo superior que el de los hombres (Gráfico 7).

GRÁFICO 7: Frecuencia semanal de las actividades de cuidados y tareas del hogar mayores de 18 años. Datos en %

	España	
	Al menos varios días a la semana	
	Hombres	Mujeres
Cuidado o educación de hijos	76	95
Cuidado o educación de nietos	33	32
Cocinar o hacer labores domésticas	60	93
Cuidado de familiares, vecinos o amigos enfermos o con discapacidad menores de 75 años	7	8
Cuidado de familiares, vecinos o amigos enfermos o con discapacidad mayores de 75 años	5	10

Fuente: Encuesta de Calidad de Vida 2016. Eurofound

Cuando se pregunta a los mayores de 65 años si están satisfechos con el tiempo del que disponen para hacer lo que a ellos les gusta (Gráfico 8) podría decirse que los mayores de 65 años están, en media más satisfechos que el total de la población con el tiempo que tienen disponible para hacer lo que desean. Cuando se indaga en las diferencias por género, los hombres están más satisfechos que las mujeres, más que el total de la población y esta diferencia se aprecia de manera más significativa en el caso de los mayores de 65 años (7,9 en el caso de hombres vs 7,5 en el de las mujeres)

GRÁFICO 8: Satisfacción media del tiempo disponible para hacer lo que a uno le gusta.

	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
65 O MÁS	7,5	7,9	7,6
TOTAL POBLACIÓN	6,8	6,9	6,8

Notas:

1) Puntuación 0-10:

0= nada satisfecho, 10= plenamente satisfecho

Fuente: Encuesta condiciones de vida. INE 2018

A continuación, se mostrarán datos de los senior de las Encuestas de Empleo del Tiempo (en adelante EET) comparando los datos de las olas de 2004 (campo realizado entre el 7 de Octubre de 2002 y 5 de Octubre de 2003) y de 2010 (campo realizado entre el 1 de octubre de 2009 y el 30 de setiembre de 2010). Los datos se muestran en horas y minutos.

Así, en el Gráfico 9 se compara la distribución de actividades de los mayores de 65 años en un día promedio. El mayor tiempo se dedica a los cuidados personales, sin apenas variación de una ola a otra (12 horas y 35 minutos en 2004 y 12 horas y 32 minutos en 2010). Las mayores variaciones se dan en el epígrafe 3 (hogar y familia), el epígrafe 5 (vida social y diversión) y el epígrafe 8 (medios de comunicación). Disminuye el tiempo dedicado a la familia y hogar (19 minutos menos), a la vida social y diversión (30 min menos) y aumenta el tiempo diario en los medios de comunicación (86 minutos más) . El nivel de actividad es un indicador claro de la calidad de vida en las personas mayores; estar activo requiere suele implicar tener salud, relaciones sociales, independencia y autonomía.

GRÁFICO 9: Distribución de actividades en un día promedio mayores de 65 años.

Datos en horas y minutos dedicados a cada actividad en un día promedio

DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES EN UN DIA PROMEDIO		
MAYORES DE 65 AÑOS	EET 2004	EET 2010
0 Cuidados personales	12:35	12:32
1 Trabajo remunerado	0:07	0:05
2 Estudios	0:01	0:02
3 Hogar y familia	3:41	3:29
4 Trabajo voluntario y reuniones	0:22	0:21
5 Vida social y diversión	1:42	1:12
6 Deportes y actividades al aire libre	1:10	1:03
7 Aficiones e informática	0:16	0:23
8 Medios de comunicación	3:26	4:12
9 Trayectos y empleo del tiempo no especificado	0:40	0:41

Fuente: elaboración propia a partir datos Encuesta empleo del Tiempo 2004 y 2010

Siguiendo la clasificación de Barrio (2007) que se explicó en el apartado 2.2 sobre la distribución del tiempo de los mayores de 65 años se mostrarán los datos relativos a las actividades que mayores variaciones han supuesto entre las dos ediciones de la Encuesta de Empleo del Tiempo, si bien no es de esperar que haya cambios muy significativos en apenas seis años de diferencia, sí que se apuntan ciertas tendencias.:

Las tareas denominadas como *Tareas domésticas y familiares* incluyen las tareas especificadas como *Hogar y familia* (actividades culinarias, mantenimiento del hogar,

confección y cuidado de ropa, jardinería y cuidado de animales, construcción y reparaciones, compras y servicios, gestiones del hogar, cuidados de niños y ayudas a adultos miembros del hogar) Este epígrafe es el segundo en importancia en el grupo de los mayores de 65 años. Si comparamos los resultados de la ETT del INE 2004 con la de 2010 se pueden encontrar algunas diferencias significativas en la distribución del tiempo en las actividades que se engloban dentro de las tareas domésticas y familiares. (Gráfico 10)

Los mayores dedican menos tiempo a actividades culinarias, al mantenimiento del hogar y a la confección y cuidado de ropa.

Entre las actividades englobadas en este epígrafe destaca la del cuidado de niños; abuelos y abuelas son un recurso muy utilizado como ayuda en el cuidado de los nietos (en el límite, se apunta un nuevo “síndrome”: el de la “abuela esclava”). No existen datos representativos en 2010 del tiempo dedicado al cuidado de niños pero en 2004 un 1,1% de los mayores de 65 años dedicaba en media 1:18 horas diarias al cuidado de niños (Barrio, 2007) que se recogen en la encuesta del INE, no hace la distinción de si los senior que cuidan de los niños cuidan de sus nietos o cuidan de otros niños. Tampoco se hace distinción por tramos de edad, si hubiera este nivel de desagregación podría comprobarse la intensidad de la ayuda de las abuelas más jóvenes que, como indica Pérez Ortiz en *“Envejecer en femenino. Las mujeres mayores en España a comienzos del S. XXI”* (2003) un 26.7% de las mujeres mayores que tienen nietos los cuidan con mucha frecuencia (Pérez Ortiz, 2004), en los datos de la Encuesta de Empleo del Tiempo de 2010 no se dispone de ese nivel de desagregación para ver si ha habido grandes cambios.

GRÁFICO 10. Distribución de actividades principales por tipo de día. Mayores de 65 años.

Datos en horas y minutos/día

ACTIVIDADES PRINCIPALES PROMEDIO MAYORES 65 AÑOS	EET 2004	EET 2010
3 Hogar y familia	3:41	3:29
30 Actividades para el hogar y la familia no especificadas	ND	0:13
31 Actividades culinarias	1:23	1:16
32 Mantenimiento del hogar	0:46	0:41
33 Confección y cuidado de ropa	0:22	0:18
34 Jardinería y cuidado de animales	0:23	0:22
35 Construcción y reparaciones	0:02	0:03
36 Compras y servicios	0:29	0:29
37 Gestiones del hogar	0:01	0:02
38 Cuidado de niños	0:01	
39 Ayudas a adultos miembros del hogar	0:06	0:05

Fuente: elaboración propia a partir datos Encuesta empleo del Tiempo 2004 y 2010

El epígrafe de **trabajo voluntario y apoyo informal incluye aquellas** actividades no remuneradas y realizadas “por el bien de la comunidad” **Fuente especificada no válida.** tales como el trabajo voluntario al servicio de una organización o apoyo informal a otros hogares. Los mayores de 65 años en la EET de 2004 dedicaban en media 22 minutos y en el año 2009-2010 21 minutos

Trabajo profesional o trabajo remunerado: que aunque como se vio, es un mínimo porcentaje, son personas que siguen trabajando de forma remunerada una vez traspasada la edad de jubilación Si en el año 2004 eran 7 minutos promedio de dedicación, en la EET de 2010 es de 5 minutos promedio

Necesidades esenciales: son las actividades que ocupan la mayor parte del tiempo, referidas a la satisfacción de necesidades biológicas, entre las que se encuentran las horas dedicadas al descanso, no hay grandes variaciones entre las olas de 2004 y la de 2010

Tiempo libre: en este apartado se incluyen las siguientes áreas de actividad: a) diversión, ocio y actividades sociales, considerando dentro de esto epígrafe todas aquellas actividades que tengan que ver con la vida social y diversión, b) deportes y ocio activo (actividades al aire libre, deportes y juegos), c) estudio y medios de comunicación; los medios de comunicación (el periódico, la televisión, la radio) son ventanas abiertas al mundo, una forma de *participar* en el mundo que les rodea, también “acompañamiento” y una ayuda para paliar la soledad.

En la EET de 2010 se recoge en el apartado 7 el tiempo dedicado a Aficiones e informática, mientras que en el año 2004 el apartado 7 se denominaba Aficiones y juegos, sin especificar el tiempo de dedicado a las actividades informáticas.

Si se comparan los datos del apartado tiempo libre de la EET de 2004 con los de 2010 (Gráfico 11) se han de destacar los siguientes resultados:

En primer lugar, cabe destacar que los senior en España evidencian un nivel de actividad alto, aun sin tener en esta encuesta el detalle del tipo de actividades de ocio realizadas por los mayores de 65 años en diferentes tramos de edad, y teniendo en cuenta que los mayores de 65 años conforman grupos heterogéneos, con diversos intereses, opiniones, valores y prioridades.

GRÁFICO 11: Distribución del tiempo de ocio en mayores de 65 años. Datos en horas y minutos/día

ACTIVIDADES TIEMPO LIBRE PROMEDIO MAYORES 65 AÑOS	EET 2004	EET 2010
5 Vida social y diversión	1:42	1:12
51 Vida social	0:49	0:43
52 Diversión y cultura	0:02	0:03
53 Ocio pasivo	0:50	0:25
6 Deportes y actividades al aire libre	1:10	1:03
61 Ejercicio físico	1:09	1:02
62 Ejercicio productivo	0:01	.
63 Actividades relacionadas con los deportes	*0:00	.
7 Aficiones e informática	0:16	0:23
71 Artes y aficiones	0:02	0:04
72 Informática	ND	0:05
73 Juegos	0:12	0:14
8 Medios de comunicación	3:26	4:12
81 Lectura	0:21	0:25
82 Ver televisión, DVD o vídeos	3:00	3:41
83 Escuchar la radio o grabaciones	0:06	0:06

Fuente: elaboración propia a partir datos Encuesta empleo del Tiempo 2004 y 2010

El uso del tiempo libre en los mayores de 65 años está cambiando, aunque de forma lenta. Como apuntábamos, el corto período de tiempo entre la encuesta de empleo del tiempo de 2004 y la edición de 2010 (apenas 7 años) no permite evidenciar que existan cambios radicales entre una ola y otra pero sí pueden anticiparse tendencias, como por ejemplo la de una disminución del tiempo dedicado al ocio pasivo (de 50 minutos dedicados en 2004 se pasa a 25 minutos dedicados en 2010). El ocio activo exige la participación activa del

individuo (actividades como pasear o realizar algún hobby) mientras que el ocio sedentario o pasivo comprende actividades en las que el sujeto aparece como un mero espectador. Estas actividades comprenderían por ejemplo escuchar diversos tipos de música, acudir a conciertos o a espectáculos. Sáez y Meléndez (2002). Cuenca Cabeza (2009) entiende por ocio activo aquel que nos implica física y mentalmente, mientras que el ocio pasivo sería aquel en el que se asume el papel de espectador. Según Cuenca Cabeza la posibilidad de cambiar de un estilo de ocio pasivo a otro activo por sí solo es muy difícil.

Otro epígrafe reseñable por su variación de la ola de 2004 a la de 2010 es el del tiempo empleado en los Medios de comunicación, pasando de 3 horas 26 minutos en 2004 a 4 horas y 12 minutos en 2010, si el tiempo dedicado a la lectura apenas aumenta en cuatro minutos es el tiempo dedicado a ver la televisión, DVD o vídeos la partida que más aumenta, pasando de 3 horas en 2004 a 3 horas y 41 minutos en 2010. Aunque Iglesias de Ussell “*La soledad en las personas mayores*” (2001) apunta que el ocio activo ayuda más a paliar la soledad que el ocio pasivo, los mayores consideran los medios de comunicación como una ventana al mundo, Sevillano (2004), en su estudio de la incidencia de los medios de comunicación en la vida de las personas mayores, afirma que las personas jubiladas que leen prensa, escuchan radio o ven televisión se sienten en contacto con la realidad.

Si se comparan datos de otros estudios recientes, como el Barómetro del CIS de Junio de 2018 (número 3217), en el que se recogen el tipo de actividades que los senior realizan en su tiempo libre y que se muestran en la Tabla 4 con las actividades que realizan diariamente los mayores de 65 años (datos de la Encuesta de Condiciones de Vida Mayores de 65 años en 2004 publicados en el informe “*La estructura social de la vejez en España*” (Pérez Ortiz, 2006)) y que se muestran en el Gráfico 12, puede observarse que se han producido cambios muy ligeros en las actividades que los mayores realizan en su tiempo libre. Los mayores mayoritariamente van a pasear, ven la televisión y van a comprar. En cuanto a la actividad ir de compras, muchos mayores visitan de manera frecuente los centros comerciales, estos espacios comerciales han sustituido a las “plazas del pueblo” y son utilizados como elementos para socializar y hacerles partícipes del mundo que les rodea. Caminar es otra de las actividades que más son realizadas por los mayores de 65 años, les permite sentirse activos, y si se hace acompañado, es una actividad que en ocasiones se usa para socializar.

Aún existe una parte importante de la población de más de 65 años, sobre todo mujeres, y las mujeres más mayores, que se dedicaron en exclusiva al cuidado del hogar y algunas de ellas pueden sentir que aún no “se han ganado” el mismo derecho al descanso que los varones, porque ellas no han trabajado fuera de casa y aún en la vejez deben seguir pareciendo ocupadas (Pérez Ortiz, 2006). Como ya se comentó, en el caso de los senior mayores (mayores de 75 años), la distribución del tiempo de ocio de los mayores aún está marcada, por la creencia de que solo puede disfrutarse del tiempo de ocio tras haber trabajado duramente. Aunque como se verá en la explotación empírica de la Encuesta Europea de Valores, poco a poco este pensamiento va cambiando a medida que se incorporan al grupo de edad de 65 años las generaciones con mayor nivel de estudios, con mujeres plenamente incorporadas al mercado laboral y con un poder adquisitivo más alto y es de esperar que se produzca un cambio en la redistribución del ocio así como en los hábitos culturales de los mayores.

TABLA 4: Empleo del tiempo libre en mayores de 65 años

	Edad	
	65 a 74	75 y más
Ir a bares y discotecas	13%	8%
Ir al cine o al teatro	11%	6%
Hacer deporte	18%	6%
Acudir a un espectáculo deportivo	6%	3%
Acudir a un concierto o espectáculo musical	7%	6%
Ir a dar una vuelta, un paseo	72%	70%
Salir al campo, ir de excursión	27%	14%
Ver la television	74%	80%
Leer libros, revistas, comics	42%	29%
Escuchar música	25%	19%
Oír la radio	40%	37%
Ir a alguna asociación o club	14%	13%
Hacer trabajos manuals	19%	12%
Navegar por Internet, redes sociales, chats, etc.	11%	5%
Estudiar	4%	2%
Jugar a algo	6%	7%
Ir de compras	22%	16%
Total	100%	100%

n=621

Barometro Junio 2018. CIS

GRÁFICO 12: Actividades que realizan los mayores de 65 años diariamente en su tiempo libre

Actividades	Todos los días
Ver la TV	78,1
Ir al parque, pasear	41,9
Estar con personas de su edad	41,1
Oír la radio	38,1
Hacer la compra diaria	33,6
Reunirse con amigos	28,6
Leer	24,9
Estar con niños o con jóvenes	17,8
Ir al bar, cafetería	15,4
Ver a familiares que viven en otro domicilio	12,5
Cuidar un pequeño huerto o jardín	10,3
Coser, hacer punto	7,7
Acudir a un centro social o asociación de mayores	6,9
Ir de compras	6,8
Hacer algún deporte	5,3
Acudir a un club o sociedad recreativa	3,8
Hacer manualidades, bricolaje	3,3
Ir a la iglesia o parroquia	3,2
Asistir a clases	,7
Actividades de voluntariado social	,6
Asistir a espectáculos	,3
Dar clases, enseñar a otros	,3
Bailar	,2
N= 1.801	

Fuente: La estructura social de la vejez en España (2006) pp 202

La decisión de las personas sobre los diferentes usos del tiempo viene marcada en parte por la experiencia vital, los valores y el entorno socio cultural y económico en el que se haya desarrollado el individuo. Los mayores de 65 años de la Encuesta de Empleo del tiempo de 2010 son la primera generación que se encuentra con tiempo disponible y recursos para poder disfrutarlo.

Se considera que se hace un buen uso del tiempo cuando se tiene un estilo de vida activo y participativo lo que provoca consecuencias en la calidad de vida y en la satisfacción personal.

- *La decisión de las personas sobre los diferentes usos del tiempo viene marcada en parte por la experiencia vital, los valores y el entorno socio cultural y económico en el que se haya desarrollado el individuo.*
- *El uso del tiempo libre en los mayores de 65 años está cambiando, aunque de forma lenta. Se produce una progresiva disminución del ocio pasivo y aumenta el ocio activo.*
- *Parte importante del tiempo de ocio es destinado a los medios de comunicación.*
- *Los senior mayoritariamente van a pasear, ven la televisión y van a comprar.*
- *Aún existe una parte del colectivo senior (los senior de mayor edad) que muestran cierta resistencia al disfrute del tiempo de ocio.*
- *Existen diferencias importantes entre los senior jóvenes y los senior mayores en algunas de las actividades de ocio que realizan como leer, hacer deporte o acudir al cine o al teatro.*

**TENDENCIAS Y PROCESOS DE
CAMBIO Y TRANSFORMACIÓN EN
LA JUBILACIÓN Y LA TERCERA
EDAD**

CAPÍTULO 4.- TENDENCIAS Y PROCESOS DE CAMBIO Y TRANSFORMACIÓN EN LA JUBILACIÓN Y LA TERCERA EDAD

4.1 El nuevo jubilado

Las nuevas formas de enfrentarse a la jubilación, nuevas formas de convivencia familiar, un mayor nivel educativo y una mejor posición económica, propician el nacimiento de una nueva figura denominada “nuevo jubilado” autores como Bazo (2000) o Trinidad Requena (2006) hacen referencia a esta figura emergente que parece consolidarse en los jubilados que hoy tienen 65 años.

Para Bazo (2000) las características de este nuevo jubilado suponen el de disponer de recursos económicos, tener un nivel educativo más alto que las generaciones anteriores, gozar de un buen estado de salud y ser personas activas. Para Bazo (2000) el hecho de disponer de mayores recursos económicos y sociales predispone a los nuevos jubilados a disfrutar del tiempo libre y de actividades de ocio, las generaciones más recientes de jubilados estarían más dispuestos a realizar actividades que los jubilados de generaciones anteriores.

Por su parte Trinidad Requena (2006) hace referencia a una transformación de las nuevas generaciones de mayores, de manera que el autor distingue entre los “nuevos” y “viejos” jubilados. Para el autor el jubilado más tradicional dejaba la vida laboral y se encerraba en casa mientras que el nuevo jubilado no se queda en casa, se sigue formando, dedica su tiempo libre a un sinnúmero de actividades que refuerzan su sentimiento de “utilidad” lo que redundaría en un bienestar subjetivo, que a la larga incide en la percepción sobre la jubilación. Trinidad Requena establece las diferencias entre los nuevos jubilados y los jubilados más tradicionales mostrado en el Gráfico 13

Para el autor esta nueva figura tendría un nivel de formación superior al de las anteriores generaciones, habría realizado una planificación de la vejez, son más urbanos, con inquietudes sociales, independientes desde el punto de vista económico lo que les permite disfrutar de una vida social o un tiempo de ocio que les permite seguir considerándose útiles.

GRÁFICO 13: Características jubilado tradicional vs nuevo jubilado

Nuevo jubilado	Jubilado tradicional
— Pensión media-alta	— Pensión media-baja
— Nivel de formación medio-alto	— Nivel de formación medio-bajo
— Planificación social de la vejez —la vejez preocupa desde antes de la jubilación, hay que ir buscando cosas que hacer para cuando llegue el fin del trabajo—	— No hay planificación social de la vejez —sólo preocupa cuando viene—
— Planificación económica de la vejez	— No existe planificación económica de la vejez, como mucho el ahorro seguro
— Zonas urbanas y costeras	— Zonas rurales y zonas urbanas pobres
— Ahorro como inversión	— Ahorro como previsión
— Las entidades bancarias son un comercio para hacer negocio	— Las entidades bancarias como mediadores del ahorro seguro
— Inquietudes sociales	— No existen inquietudes sociales
— Económicamente independientes	— Económicamente dependientes
— Buscan nuevas relaciones	— No buscan nuevas relaciones
— La jubilación es una nueva etapa de la vida donde se abren otras esferas sociales	— La jubilación es el fin de la vida laboral y casi de la social
— La jubilación es simplemente un cambio de actividad, de lo que se trata es de buscarse nuevos roles que ayuden a que el individuo se siga sintiendo útil	— Cuando uno se jubila ya no es útil, lo único que le espera es la muerte

Fuente: Estrategias sociales y económicas de los nuevos jubilados. A. Trinidad Requena (2006) pp.143

El “nuevo jubilado” es más moderno, está abierto a disfrutar de su tiempo de ocio, con mayores inquietudes culturales que sus predecesores, quiere sentirse útil y ve la jubilación como una nueva etapa en la que pueden surgir nuevas oportunidades, y puede seguir aportando a la sociedad. La figura de “nuevo jubilado”, es consecuencia de una serie de profundos cambios acaecidos en la sociedad española desde finales de los 90, desde entonces, se ha venido produciendo una transformación profunda de las estructuras sociales, la cultura y la vida cotidiana. La irrupción de las nuevas tecnologías ha supuesto, además, una aceleración de dicho cambio, sobre todo en la última década, haciendo que España pase a formar parte de las sociedades tecnológicamente más avanzadas (Villalón, 2009).

Ya en “*La sociedad Española en el S.XXI*”, (2008) Tezanos y Salustiano del Campo apuntaban las claves de los procesos de transformación de la sociedad española, estableciendo siete pilares sobre los que se conforma el nuevo modelo de sociedad: cambio de los perfiles de población consecuencia del envejecimiento, desarrollo de modelos familiares distintos (más reducidos e igualitarios), aumento de la xenofobia, crisis del trabajo, dualización del sistema de estratificación, aumento de la conciencia de inseguridad y por último la alteración de los modelos de referencia que se dirigen hacia un modelo cultural más plural (Villalón, 2009). Se ha ido produciendo un abandono progresivo de los valores propios de una sociedad tradicional a estilos de vida que se corresponden con una sociedad moderna.

Por otro lado, además del nuevo modelo de sociedad, otro factor clave en este cambio es la emergencia de los valores propios de la modernidad en la que se considera que la educación, la inteligencia y el esfuerzo personal son las claves para abrirse camino en la vida (Camacho 2008). Además, el desarrollo económico alcanzado ha propiciado que busquemos otros horizontes más allá de los que proporciona la seguridad económica (Camacho, 2008).

La figura del “nuevo jubilado” no es solo consecuencia de la modernización y del cambio de valores de la sociedad española, existen una serie de factores clave que son determinantes en el surgimiento de esta figura tales como la incorporación de la mujer al trabajo, esta se ha producido de manera masiva en las generaciones que hoy tienen 65 años, no solo se ha producido una masiva incorporación de la mujer al trabajo, el acceso de las mujeres a la universidad se normaliza en los últimos cuarenta y cinco años. El nivel de estudios es otro factor fundamental que influye en las actitudes de los jubilados, comienzan a jubilarse las generaciones de mayores con mayor nivel de estudios hasta la fecha. No solo la incorporación de la mujer al trabajo y el mayor nivel educativo son factores fundamentales, el incremento en la cuantía de las pensiones y una notable mejoría del estado de salud de los senior y que redundan en una mayor esperanza de vida, son los factores que explican las razones de este cambio progresivo en los mayores jubilados.

4.2 Teorías del cambio social y cultural

Cambio y modernidad son dos elementos clave de la cultura que impulsan y mantienen viva la tensión entre igualdad y diferencia. Para Habermas (1988) la modernidad implica, la transformación de la conciencia del tiempo; la sobrevaloración de lo transitorio, lo fugaz, lo efímero. Todas y cada una de las aportaciones teóricas, desde la “sociedad del riesgo” de Ulrich Beck (1986), la “modernidad reflexiva” (Beck; Giddens; Lash, 1994), los análisis de Inglehart (1990) sobre la extensión de valores “post-materialistas”, hasta la “modernidad líquida” de Bauman (2002), hacen hincapié en una u otra característica de las sociedades contemporáneas para distinguirlas respecto de la fase temprana de la modernidad. Se habla de modernidad tardía a aquella forma de organización social que busca nuevas vivencias, experiencias novedosas, característica fundamental de las actividades de ocio en nuestra sociedad actual.

Podría decirse que asistimos a un momento en el que se vive la influencia de los valores postmodernos a nivel social y cultural, la sociedad española ha dejado de ser moderna para ser postmoderna., en palabras de Inglehart, «durante las últimas décadas las sociedades avanzadas han traspasado un punto de inflexión y han pasado de la fase de la modernización a la fase de la postmodernización» (Inglehart, 1998: 24).

¿Cuál es la diferencia entre modernidad y postmodernidad? ¿Qué características tiene una sociedad postmoderna? El término “postmodernidad” aparece en la sociología de la mano de C. Wright Mills, *La imaginación sociológica* (1959), y A. Etzioni en *La sociedad activa* (1968), y adquiere un carácter universal en 1980, en el discurso de Habermas *La modernidad, un proyecto inacabado*, en el que hizo valer la vigencia de los valores modernos contra la ideología antimoderna conservadora. Aunque, según Truner (1991) Simmel podría ser considerado como el primer sociólogo de la postmodernidad. En *El conflicto de la cultura moderna* (Simmel, 1997), Simmel manifiesta el continuo dinamismo de la vida, que erosiona la cultura y va progresivamente creando un malestar cultural que propicia nuevas formas de cultura. Vendría a ser un concepto similar al de destrucción creativa de Schumpeter (1942) aunque en el contexto sociocultural. Lyotard (1998) distingue entre los cambios sociales que caracterizan a la era postindustrial y los cambios culturales que caracterizan a la era postmoderna, para el autor la postmodernidad es «una disposición de ánimo o un estado de la mente», (Lyotard, 1998: 10).

Bauman (2000) vincula el concepto de postmodernidad al de consumo, para el autor los individuos están considerados dentro del sistema antes como consumidores que como productores (Bauman, 2000: 49). El valor del trabajo pierde la centralidad de antaño, perdiéndose el principio de “esfuerzo” dado paso al principio del “placer” ubicándose este principio en el ámbito del consumo. El principio de libertad individual se transforma hacia una libertad del consumidor, de forma que el consumo se hace heterogéneo y marca los estilos de vida postmodernos (Bauman, 2000). Para Bauman (2000), el desarrollo de la sociedad de consumidores en nuestros días (lo que denomina “fase líquida de la modernidad”) propicia una inestabilidad de los deseos e insaciabilidad de las necesidades individuales. Para Bauman, los objetivos de la vida de las personas se configuran ahora de manera distinta de manera que lo que tenía valor (el trabajo) deja de tenerlo, dejan de tener valor los individuos productivos y en la sociedad postmoderna toman protagonismo otros conceptos como el tiempo, la libertad o la felicidad como nuevos objetivos de vida (Bauman, 2007). En ese sentido se fundamenta entonces la “economía del engaño” que apuesta a la irracionalidad del consumidor y pone en el mercado valores que la sociedad aprueba y promueve. Como señala Bauman: “La atracción de la vida de consumo es la oferta de una multitud de nuevos comienzos y resurrecciones... como de volver a nacer” (Bauman: 2007: 73). El volver a nacer, como nuevo valor social, se presenta como la aspiración a cambiar (en lugar de progresar o mejorar). Bauman introduce además el concepto de “la sociedad de consumidores” definida como un “conjunto de condiciones de existencia bajo las cuales son muy altas las probabilidades de que la mayoría de los hombres y mujeres adopten el consumismo antes que cualquier otra cultura” (Bauman: 2007: 77). Este tipo de sociedad define a sus miembros a partir de su capacidad de consumo, generando un entorno propicio para evaluar, pautar y sancionar la rapidez de respuesta de sus integrantes en la elección de una forma de vida y fijando con ello las estrategias indispensables para pertenecer a ella. El poder adquisitivo en la sociedad de consumidores está relacionado con el desempeño individual, ya que consumir significa invertir en la propia pertenencia a la sociedad. En palabras de Luis Enrique Alonso en “*Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada*” (2007), en el contexto postmoderno no hace falta “dar razones para el consumo, porque el consumo se ha convertido ya ideológicamente en la razón de todo” (Alonso, 2007: 20)

Otros autores como Jenkins (2008), acuñan el concepto de “cultura de la convergencia” en la que cobran importancia los valores propios, el autor asegura que “los productores

que no logren reconciliarse con esa nueva cultura participativa verán decrecer su clientela y disminuir sus ingresos. Las luchas y los acuerdos resultantes definirán la cultura pública del futuro” (Jenkins, 2008:34). En ese contexto, las experiencias de ocio han ampliado su ámbito de acción, gracias a las posibilidades que ofrecen los medios de comunicación de masas y las tecnologías digitales.

Rifkin, en *La era del acceso* (2000) habla de la mercantilización de la existencia, la sociedad realiza una transición hacia lo que se denomina “economía de la experiencia” afectando muy especialmente a las experiencias culturales que compartimos (Rifkin, 2000, p. 197). Rifkin señala el intento del control del acceso y contenido a las actividades recreativas como uno de los elementos clave de esta nueva era. A modo de ejemplo, las multinacionales de medios de comunicación, extraen los recursos culturales locales de cualquier parte del mundo, reenvasándolos y vendiéndolos como entretenimiento cultural. “El 20 % de la población mundial más acomodada ya casi gasta la misma parte de sus ingresos en acceder a esas experiencias culturales que en la compra de bienes manufacturados y servicios básicos” (Rifkin, 2000) Para Rifkin este avance hacia la sociedad de la experiencia conlleva una nueva forma de propiedad, de manera que el individuo prefiere pagar por la experiencia y no tanto por los bienes materiales.

Las nuevas formas de consumo marcan los estilos de vida de la sociedad postmoderna. Atendiendo a la clasificación de las tipologías de consumo en función de las motivaciones de los individuos que realiza Bericat (2003), y obviando el consumo motivado por los criterios de necesidad real (fisiológicas) nos interesa especialmente en este contexto el consumo de naturaleza más social y determinado por la “demanda” y el más individual determinado por el “deseo”. El consumo determinado por la “demanda”, de tipo social, fue ampliamente analizado por Bourdieu en *La distinción* (1979), para el autor el consumo se presenta aquí como estrategia de distinción social (ya anticipado por Veblen o Weber), Bourdieu destaca el papel del consumo la construcción de las jerarquías sociales. Para el autor los gustos son la forma en la que los individuos legitiman su posición en la escala social, acuña el concepto de “habitus” entendido como “Estructura estructurante, que organiza las prácticas y la percepción de las prácticas, el habitus es también estructura estructurada: el principio de división en clases lógicas que organiza la percepción del mundo social es a su vez producto de la incorporación de la división de clases sociales”. (Bourdieu, 1998: 170,171). Los “habitus” o gustos generan las prácticas de consumo y a su vez nos clasifican en función de esas prácticas. Bourdieu elabora todo

un mapa de prácticas y gustos culturales, jerarquizándolos en función del poder económico. Esta forma de consumo cultural sería muy dinámica, ya que a medida que las clases inferiores vayan adoptando los gustos de las clases “superiores”, estas irían adoptando nuevas costumbres para seguir manteniendo esa diferencia social. Las clases “inferiores” imitarían las prácticas de consumo de las “superiores” como una forma de ascenso social, esta forma de ver el consumo cultural se relaciona con la visión del dinamismo cultural de Simmel (1997), recordemos, primer sociólogo que habla de la postmodernidad.

El consumo orientado por el “deseo” (Bericat, 2003) tendría un carácter individual, basado en la búsqueda de sensaciones y experiencias emocionales. La importancia concedida hoy en día a la autonomía e independencia del individuo propicia una gran diversidad de estilos de vida, la individualización está ligada a la búsqueda de realización personal consecuencia de la llegada de valores postmaterialistas.

El consumo posmoderno, sería un híbrido entre necesidades demandas y deseos que marcaría los estilos de vida (Featherstone, 1991).

Existe una estrecha vinculación entre las nociones de consumo, postmodernidad y cultura, presentándose la cultura como uno de los rasgos fundamentales del cambio social posmoderno. Si se entiende la cultura como una síntesis de las formas objetivas (conocimientos, arte, socialidad, costumbres y prácticas morales, instituciones y estructuras configuradoras del orden socio-económico, etc.) que los individuos asimilan y renuevan (Simmel, 1938, p. 7), podría decirse que la evolución a lo largo del siglo XX ha sido su “modernidad” y a finales el XX y lo que llevamos del XXI hablamos de “postmodernidad”. La cultura es el conjunto de “prácticas que permiten a la gente organizar la vida social, darle sentido al mundo y a su existencia personal” (Ariño, 2009). Si bien autores como Bourdieu (1979), vinculaban las prácticas culturales al status y a la clase social, otros autores vinculan la práctica cultural a otros factores como la edad, género o territorio (Sassatelli, 2012). Se ha acuñado el concepto de “omnivorismo cultural” (Ariño, 2007) en el que se argumenta que en el consumo cultural los gustos no vienen determinados por la clase social sino por la capacidad de elegir productos de consumo entre una cada vez más, variadísima oferta. En esta teoría se muestra que los grupos sociales con mayor nivel educativo no rechazan el “consumo de masas”, así Peterson (1992) construye cuatro categorías distintas de omnivorismo en torno a dos ejes:

alta cultura versus cultura popular y la amplitud o extensión de los gustos. El primer grupo serían los “refinados” donde se englobarían los grupos sociales de clase media y media alta con gustos elitistas y creadores de distinción social, en el segundo estarían los “omnívoros” auténticos, pertenecientes a las clases medias y altas, con un abanico de gustos muy amplio, desde la alta cultura a la cultura popular. En tercer lugar los “univoros” auténticos, con una serie reducida de aficiones y con un gusto considerado socialmente como “mal gusto” y por último estarían los consumidores omnívoros de cultura popular, con una amplitud de gustos dentro de la cultura popular.

Una de las contribuciones básicas respecto al cambio cultural como motor de la sociedad postmoderna es la de Inglehart cuya teoría sobre los valores se revisará en el siguiente epígrafe. Inglehart (1991), en su investigación sobre el cambio de valores ha demostrado de forma empírica que la cultura de las sociedades actuales se adapta progresivamente a los rasgos de la cultura postmoderna, y en especial aquellas más avanzadas desde un punto de vista tecnológico. Esta adaptación de la cultura postmoderna viene dada por la paulatina sustitución de valores “materialistas” por “postmaterialistas”. Este cambio Inglehart lo explica desde una doble perspectiva, por un lado formula la “hipótesis de la escasez” en la que señala que el individuo otorga mayor valor a lo que considera escaso, por lo que en una sociedad de “abundancia”, en la que el Estado de bienestar asegura la riqueza “material”, se tenderá a valorar en mayor medida las necesidades no puramente relacionadas con el bienestar material. La segunda hipótesis es la de “socialización” en la que preconiza que los valores no van ajustándose de manera inmediata a las nuevas situaciones, sino que se hace necesario un cierto tiempo para que, a través de la socialización se produzca el cambio en las nuevas generaciones (Inglehart, 1991: 61). Inglehart el define el postmaterialismo como “un conjunto de metas a las que la gente da importancia *después* de haber alcanzado esa seguridad material” (Inglehart, 1998: 45). Para el autor el postmaterialismo es solo un aspecto de un profundo cambio cultural mucho más amplio que abarca otros aspectos como la orientación religiosa, las conductas sexuales o las normas culturales (Inglehart, 1991). Según esta teoría, una disminución de la seguridad personal y económica debería traducirse en un retorno a los valores más tradicionales. Esto explicaría en parte, el cambio que se produce en España tras la crisis económica de 2007, que provoca modificaciones en la escala de valores de los españoles y en cierta medida un regreso a los valores materialistas, además de una profunda crisis política. Los recortes sufridos relacionados con la seguridad personal (terrorismo como

uno de los hechos fundamentales que influyen en el concepto de inseguridad), la seguridad económica (relacionada con la pérdida de poder adquisitivo, cargas hipotecarias o menor renta disponible para el ocio) provocan un aumento de valores ligados a la emancipación (Díez Nicolás, 2011) sin embargo, la crisis económica no afecta a la evolución de otros valores como los referidos a la vida íntima y religiosidad, mientras que en el año 1981 una amplia mayoría de españoles desaprobaban conductas como la homosexualidad, el aborto o la eutanasia en el año 2009 tres de cada cuatro españoles justificaban la homosexualidad o la eutanasia y seis de cada diez el aborto (Bericat, 2015)

Para Díez Nicolás (2015) la característica fundamental del proceso de postmodernización en España ha sido fundamentalmente la pérdida de importancia de la autoridad, desde diversos ámbitos: en la familia, la escuela, la religión y la política; por el contrario los valores en alza han sido y son los relacionados con la libertad y la emancipación, se enfatiza sobremanera la libertad en los distintos ámbitos de la vida de los individuos: libertad de consumo para elegir productos, para elegir representantes políticos, para elegir la forma de vida con o sin pareja, para tener o no hijos, para elegir la orientación sexual..., todos estos valores crecientes sobre todo en las tres últimas décadas redundan en el bienestar personal; se aspira, se desea pero se pierde el valor del esfuerzo que llevó a la industrialización. Este énfasis en la libertad ha llevado a una “revolución de las expectativas”, según Díez Nicolás, produciendo desigualdades no solo en el nivel de vida real sino también en cuanto al nivel de vida al que se aspira. El foco en las libertades del individuo no ha provocado una mayor seguridad, sino una menor sensación de seguridad en todos los aspectos de la vida: a nivel económico (paro, salarios) a nivel personal (inseguridad, delincuencia, terrorismo internacional), alimenticia, medioambiental, afectiva... Díez Nicolás (2011) habla entonces de una progresiva demanda de la autoridad en las sociedades actuales y un tímido retorno a los valores materialistas que refuerzan la seguridad personal y económica.

Muy relacionado con la libertad y la emancipación se encuentra el término de individualización, entendiendo como tal el proceso en el que valores, creencias, actitudes ya comportamientos se fundamentan en la elección personal y no tanto en la tradición o en las instituciones sociales. La individualización forma parte del proceso de modernización de las sociedades. El individuo se convierte en el objetivo predominante en el que la prioridad es su felicidad, su autodesarrollo a costa de sus compromisos con la sociedad o la familia (Halman, 1994) para Halman (1994) la individualización conduce

a la secularización, otro rasgo principal de la modernización y deslizamiento cultural de las sociedades avanzadas económicamente.

En el caso español, parece fuera de toda duda la pérdida de influencia de la religión en la sociedad española circunscribiéndose al ámbito privado, no solo en términos de descenso de práctica religiosa, sino también por un notable descenso del interés por la religión en sí misma. Otra característica de la secularización es que las grandes instituciones (gobierno, educación, familia) se han emancipado de forma paulatina de la religión, por lo que podría afirmarse que, a pesar de que la religión sigue interesando a muchas personas ya no resulta determinante en la mayoría de las elecciones culturales, políticas o sociales (Camacho, 2008).

4.3 Teorías sobre valores sociales

La modernización de las sociedades, además de estar profundamente vinculada al cambio cultural implica un importante cambio en los valores sociales. Los valores no son observables de forma directa y están vinculados a las preferencias de los individuos (Rockeach, 1973); para expresar los valores, se utilizan las actitudes, para Triandis (1971) las actitudes podrían estimarse como ideas cargadas de emoción que predisponen a tomar determinadas acciones en situaciones sociales concretas.

Entender los cambios acaecidos en las actitudes hacia el tiempo libre de los senior en España, pasa por una revisión de las principales teorías que analizan el cambio de valores en las sociedades. Los postulados de Schwartz (1994) ayudarán a entender los valores que subyacen en los hábitos de ocio de los actuales mayores de 65 años, sus postulados nos ayudan a explicar una serie de índices creados para tal fin como se verá en la parte empírica. En este sentido se realizará también una revisión de los principales conceptos recogidos en la teoría de Rockeach (1977).

Por último nos centraremos de manera más concreta en la teoría de los valores postmaterialistas de Inglehart, los postulados de Inglehart ayudarán a explicar los cambios de valores observados en el conjunto de la sociedad española y con especial relevancia en los mayores de 65 años, recogida en la parte empírica de esta tesis en la que se muestra la explotación ad hoc de la Encuesta Europea de Valores.

La teoría de los valores culturales de Schwartz

Schwartz (1992) define los valores como metas deseables, que sirven como guía para la vida de los individuos. Para Schwartz los valores son metas abstractas que trascienden las situaciones específicas, ordenándose en función de la importancia que tienen unos frente a otros. Schwartz considera que el aspecto clave que distingue a unos valores de otros es el objetivo motivacional que expresan. Estableció un modelo teórico de diez valores personales universales, derivados de las tres necesidades básicas de la condición humana (relaciones del individuo vs el grupo, comportamiento responsable de los ciudadanos que ayude a preservar la naturaleza y relación de la especie humana con la naturaleza y el mundo social), siendo estos diez valores los siguientes:

- 1.-Poder: Estatus social y prestigio; control o dominio de personas y recursos.
- 2.-Logro: Éxito personal, a través de la demostración de competencia, de acuerdo con los estándares sociales
- 3.-Hedonismo: placer y gratificación de uno mismo
- 4.-Estimulación: retos, emoción., novedad, vida variada y excitante
- 5.-Autodirección: pensamiento independiente, creación, exploración, independencia en la toma de decisiones.
- 6.-Universalidad: aprecio por el bienestar de las personas y de la naturaleza
- 7.-Benevolencia: conservación del bienestar de aquellas personas con las que se tiene contacto.
- 8.-Tradicición: compromiso y aceptación de las costumbres que propone la religión
- 9.-Conformidad: control y moderación de las acciones que pueden dañar a los demás e ir en contra de las normas sociales
- 10.-Seguridad: estabilidad y armonía de las relaciones con uno mismo y de la familia

Estos diez valores los agrupa en cuatro grandes dimensiones de orden superior en función de sus metas motivacionales principales:

El primer valor de orden superior sería el de la *apertura al cambio* incluye los valores de estimulación y autodirección. El valor “estimulación” se expresa en la medida en que la persona mantiene excitación, novedad y reto en su vida. El valor autodirección es complementario al de estimulación.

El segundo valor de orden superior es el de la *conservación*, agrupa a su vez tres valores: tradición, conformidad y seguridad

El tercer valor de orden superior sería el de *autoengrandecimiento* agrupa valores como el poder y el logro. El poder estaría relacionado con el estatus en la estructura social y a la organización jerárquica de las relaciones en la sociedad mientras que el logro se refiere a la aspiración que tienen los individuos de alcanzar metas por sí mismos y en definitiva es un valor que trata del éxito personal (Schwartz, 1992).

Por último los valores de universalismo y la benevolencia hacen parte del valor de orden superior denominado *autotrascendencia*. El universalismo se relaciona con la apreciación, tolerancia y el deseo de proteger el bienestar de todas las personas y la naturaleza. De manera complementaria a la benevolencia como valor, subyacen motivos como la preservación y el mejoramiento del bienestar de la gente con la que se está en contacto frecuente.

Se ha planteado que el bienestar subjetivo, podría depender del perfil que cada persona tenga de esos valores individuales, siendo quizás algunos valores en particular más importantes para un bienestar subjetivo alto. Para Schwartz el bienestar subjetivo estaría determinado en parte por la congruencia entre los valores personales y la jerarquía de valores dominante en el entorno social. Esta hipótesis tendría también aplicación en términos de variabilidad cultural: las relaciones sociales con otros y el bienestar social serían importantes y se asociarían al bienestar en culturas igualitarias, mientras que valores de poder y logro, rendimiento, autoestima y control del yo se asociarían al bienestar en culturas jerárquicas y competitivas.

Posteriormente Schwartz desarrolla en 1994 la teoría de los valores culturales, en la que considera que los valores culturales de una sociedad regulan los principios básicos que regulan la actividad humana, utilizaría este modelo para explicar el cambio de valores en las sociedades. Para ello, basándose en la jerarquía de valores personales distingue la existencia de seis tipos de valores culturales: Jerarquía, Igualitarismo, Conservación, Autonomía, Armonía y Competencia y los organiza en tres dimensiones bipolares (Ros, 2002).

Los postulados de Schwartz se utilizarán para explicar las actitudes ante la jubilación en una serie de índices creados ad-hoc en la parte empírica.

La teoría de los valores de Rokeach

Los postulados básicos en la teoría de Rokeach (1973) se fundamentan en los siguientes pilares:

- Los valores se encuentran condicionados por factores individuales, pero la cultura y la sociedad juegan un papel muy importante.
- Los valores tienden a ser estables, pero no son estáticos; en la medida que reflejan los cambios socioculturales. Un cambio en los valores implica un proceso de resocialización o de socialización de nuevas generaciones.
- Es una posición psicológica y cognitiva. Enfatiza el papel de la creencia en las formas de conducta del individuo.
- Las personas tienen un número limitado de valores
- Todas las personas tienen los mismos valores aunque en grados diferentes.
- Las manifestaciones de los valores, así como los juicios realizados a través de ellos se manifiestan en multitud de fenómenos sociales.

Para Rokeach (1973) el estudio de los valores debía tener un enfoque amplio, que abarcara todas las dimensiones que rodean al ser humano. Desde esta perspectiva, estableció tres tipos de creencias: descriptiva o existencial; evaluativa; y prescriptiva o exhortatoria. Según este modelo los valores entrarían únicamente dentro de la categoría prescriptiva o exhortatoria, conceptualizándolos como creencias ordenadas y determinantes más o menos permanentes que derivan en conductas personal y socialmente deseables (Lindeman y Verkasalo, 2005). Un elemento importante en el modelo axiológico de Rokeach es la conexión inter-valores que determina el grado de importancia de los valores. Cuantas más conexiones tenga un valor con otros, más importancia tendrá, más central será y, por lo tanto, más resistente al cambio; por el contrario, los valores con menos conexiones serán menos importantes y su resistencia al cambio será menor. Una de las principales aportaciones del modelo de Rokeach es la elaboración de uno de los primeros instrumentos más utilizados en la medición axiológica. Rokeach se decantó por ordenar el listado de valores propuesto como vía de evaluación de valores, creando así un instrumento compuesto por un doble listado de 18 valores instrumentales y 18 valores finales.

Se presentan dos listas de valores, cada una de las cuales está impresa en una página a dos columnas, a la derecha está la lista de valores ordenados alfabéticamente, y a la izquierda líneas en blanco, en donde el evaluado deberá enumerar del 1 al 18 de acuerdo al grado de preferencia.

La escala fue elaborada para el estudio de dos tipos de valores: los instrumentales (alegría, amor, ayuda, capacidad, compasión, comprensión, cortesía, honestidad, imaginación, independencia, intelectualidad, laboriosidad, limpieza, lógica, obediencia, responsabilidad, tranquilidad y valentía) son preferencias sobre rasgos de comportamiento deseables para lograr una condición o valor de vida y los valores terminales (amor maduro, armonía personal, belleza, conocimiento, dignidad, felicidad, fraternidad, igualdad, justicia, libertad, mundo en paz, placer, progreso, religión, realización personal, respeto, seguridad familiar, transformación social, vida cómoda y vida interesante), los cuales se orientan hacia estados deseables de existencia.

La teoría de los valores culturales de Inglehart

Ronald Inglehart publica en 1971 un artículo sobre el cambio de valores en las sociedades postindustriales. Inglehart establece la existencia de una dimensión cultural con dos polos: el materialismo y el postmaterialismo, este es el resultado de un estudio realizado entre 1973 y 1990 en el que midió las actitudes de 43 sociedades en cuanto a la familia, el trabajo, la salud y el bienestar subjetivo utilizando la Encuesta Europea de Valores. Según este modelo la estabilidad y el crecimiento económico alcanzado por los países más desarrollados habrían provocado un cambio drástico en los valores de estos países este cambio se produciría en España desde los años 80, pasándose de unos valores centrados en la tradición a valores relacionados con la identidad y la autonomía. El cambio de unos valores a otros viene acompañado de un cambio generacional, educativo, económico o político. (Camacho 2008)

Según Inglehart el cambio de valores de la sociedad tiene su origen en la prosperidad experimentada por los países occidentales a partir de la Segunda Guerra Mundial y la ausencia de guerras desde entonces. Los valores materialistas responden a una situación de escasez en la que prima la supervivencia, el hecho de alcanzar un mayor nivel de seguridad tanto física como económica por parte de las sociedades propicia que los

individuos busquen satisfacción en necesidades no materiales tales como el afecto, la identidad, los valores estéticos, etc (Diez Nicolás, 2008) Así, Inglehart establece que el cambio de valores se puede medir en dos ejes:

Un eje medido a través de una escala de 12 ítems en el que 6 de los valores miden la perspectiva más materialista, enfocados en la escasez, la supervivencia (aquí se incluirían valores como “mantener una economía estable” o “fuerzas armadas poderosas” o “mantener el orden”, la importancia de la seguridad económica y personal, la importancia atribuida al salario y a la seguridad en el empleo, la prioridad otorgada al crecimiento económico vs el respeto hacia el medio ambiente) y otros seis valores miden la orientación postmaterialista en la que se prioriza la autoexpresión; valores como “tener una sociedad menos impersonal”, “más participación en el trabajo”, “más participación en el gobierno”, “las ideas cuentan más que el dinero”, “libertad de expresión” y “ciudades más bonitas”, valores que priorizan la conservación del medio ambiente respecto al desarrollo económico, la igualdad entre hombres y mujeres, la preocupación por la estética y la calidad, la autorrealización en el trabajo o la implicación política.

En un segundo eje se recogería la evolución de los valores más tradicionales a los seculares, Inglehart, señala que las sociedades tendrán motivaciones de orden superior (ej., autoexpresivas) cuando tengan resueltas necesidades de orden inferior (ej., de supervivencia o de seguridad).

A partir de 1973, sin embargo, Inglehart incluyó en sus investigaciones ocho ítems más, la mitad materialistas y la otra mitad postmaterialistas. Los doce ítems, como reconoce el propio Inglehart (1977: 41), pretendían explorar aún más la jerarquía de las necesidades establecida por Maslow. Concretamente, de los seis ítems que pretendían medir las necesidades fisiológicas materialistas, tres se referían a las necesidades de manutención (combatir el alza de precios, crecimiento económico y economía estable).

En la elaboración de esta teoría, Inglehart establece tres hipótesis (Díez Nicolas, 2013), en la primera de ellas sostiene que el hecho de que una sociedad otorgue mayor importancia a los valores postmaterialistas no significa, que ya no le den importancia a los valores materialistas, sino que por tenerlos garantizados de alguna manera, sus prioridades cambian. De acuerdo con esta hipótesis el postmaterialismo debería estar directamente relacionado con el desarrollo económico nivel global y en un plano individual, con el desarrollo socioeconómico de los individuos.

Una segunda hipótesis establecería que, en la medida en que el individuo adquiere la mayor parte de sus valores básicos durante la adolescencia, el postmaterialismo debería estar inversamente relacionado con la edad. Es decir, que a medida que más jóvenes sean los individuos de una sociedad, mayor cabida tendrán los valores postmaterialistas sosteniendo que el cambio de valores hacia una sociedad postmaterialista será un “cambio generacional”, según Díez Nicolás (2013), todos los datos disponibles para diferentes países en general y España en particular demuestran que existe una fuerte correlación negativa entre postmaterialismo y edad, en el sentido de que los más jóvenes son postmaterialistas en mayor proporción que los de edades más altas, relación que se observa sea cual sea el nivel general de postmaterialismo en una sociedad. En la misma línea de Inglehart, que explica el cambio de las sociedades desde un punto de vista generacional, aunque desde la perspectiva de la permanencia de los valores en el tiempo para cada generación, se encuentran los postulados de Manheim (1993), para Manheim generaciones que comparten experiencias durante su periodo formativo presentan valores relativamente estables a lo largo de la vida. Cuando se observan diferencias entre los grupos de edad en un momento concreto del tiempo, pueden deberse bien a cuestiones propias de la edad, y por tanto son cambiantes conforme los individuos maduran, o bien a diferencias generacionales. Una parte importante de las diferencias que se observan en la edad tiene que ver con las generaciones.

La tercera hipótesis de Inglehart es la de la “socialización”, en esta hipótesis se relacionan los niveles de postmaterialismo con los niveles educativos, la fuerte relación existente podría atribuirse a una relación negativa entre postmaterialismo y edad, o a la relación negativa entre nivel educativo y edad. En el caso español la edad es mejor predictor del postmaterialismo que el nivel educativo (Díez Nicolás, 1992), debido al cambio generacional tan brusco que se produjo en España durante las décadas de los años sesenta y setenta, y sobre todo a la implantación de la educación obligatoria hasta los catorce años a partir de la Ley de Educación de 1970.

La contrastación empírica de los postulados de Inglehart se lleva a cabo con las bases de datos construidas a partir de las sucesivas oleadas de encuestas realizadas desde 1981 en 81 países por el *European Values Systems Study Group*, hasta su última edición en 2008.

Con posterioridad a los postulados de Inglehart, Inglehart y Welzel (2006), añaden dos ideas en cuanto a valores y creencias: por un lado la permanencia de las tradiciones culturales en nuestras vidas, estas tradiciones son independientes de las condiciones

económicas, ya que tienen que ver con la tradición cultural; por otro lado la modernización de la sociedad que provoca la sustitución de los valores más tradicionales por otros más postmodernos (el paso del materialismo al postmaterialismo). Para los autores el desarrollo económico influyen en la modernización de los valores en dos fases: una primera relacionada con la industrialización (el paso del sector primario al secundario) en el que los individuos cambian su visión del mundo y los valores tradicionales dan paso a los seculares- racionales y una segunda (postindustrial) en la que se pasa del sector secundario al sector servicios en el que los valores de supervivencia dan paso a los valores de autoexpresión o autonomía individual. Para Welzel (2013) en la actualidad las sociedades se caracterizan por la búsqueda de la autonomía personal, Welzel desarrolla el concepto de valores emancipadores, en los que incluye la libertad del individuo, la capacidad de perseguir las propias metas fundamentalmente. Welzel (2013) entiende la emancipación como una orientación a la libertad individual y a su vez, como una orientación hacia la igualdad de oportunidades, el autor distingue cuatro áreas de orientaciones emancipadoras que enfatizan respectivamente la autonomía, libertad, igualdad y autoexpresión. Las dimensiones de autonomía y libertad de elección cubren más propiamente la dimensión individualista y de autoexpresión del modelo conceptual, mientras que las dimensiones de igualdad y voz/expresión cubren los aspectos igualitarios. Los datos de la Encuesta Europea de Valores y de la Encuesta Mundial de Valores de 1990, así como la Encuesta Mundial de Valores de 1995, parecen confirmar los postulados de Inglehart y Welzel, el proceso de cambio de las sociedades en base al doble eje establecido por Inglehart sugiriendo que las sociedades siguen un doble proceso de cambio desde el materialismo al postmaterialismo (desde los valores de supervivencia a los de autoexpresión), y desde los valores tradicionales a los seculares-racionales.

Después de casi 30 años de resultados con países muy diferentes entre sí y en fechas alejadas en el tiempo Inglehart (2000) establece que lo que se ha producido es una visión del mundo totalmente diferente en la que se da por un lado un giro hacia la modernización de la cultura desde una economía basada en la estabilidad a otra basada en el crecimiento económico, a este cambio de dirección Inglehart lo denomina “postmodernismo”, “sociedad postindustrial” o “sociedad del conocimiento”, esta implica una visión del mundo diferente, en la que se le da mayor importancia a la calidad de vida y se resta importancia a la autoridad secular o tradicional.

Cuanto más moderna y desarrollada sea una sociedad, más éxito y divulgación tendrán los valores postmaterialistas. Esa tendencia no puede hacernos olvidar la permanencia de elementos culturales tradicionales en las sociedades desarrolladas.

La revisión de estas teorías nos ayudará en la parte empírica a entender los resultados de las explotaciones ad hoc de la encuesta de hábitos culturales y las diferencias por generación, los resultados del evolutivo de la Encuesta Europea de Valores así como la explicación de unos índices creados a medida para explicar determinadas actitudes de los mayores de 65 años.

Si hubiera de vincularse valores postmaterialistas con el ocio y tiempo libre en los jubilados, este estaría asociado a los valores de libertad, creatividad y autorrealización (Cuenca Cabeza, 2014), valores cada vez más en alza en la sociedad actual:

— Libertad, la máxima expresión de libertad es la capacidad del individuo para auto dirigirse, auto organizarse. Weber (1969) señala que «el grado de libertad existente en una sociedad se evalúa también por la medida en que está dispuesta a cultivar cosas que no poseen un valor mercantil» (Weber, 1969:273). En este contexto la libertad asociada al ocio proporciona independencia, el ocio como ámbito de la libertad, frente al trabajo que es, como ámbito de la necesidad (Cuenca Cabeza 2014).

— Satisfacción como rasgo esencial vinculado a las experiencias de ocio. Aunque la satisfacción no está reñida con el esfuerzo, desde un punto de vista psicológico la satisfacción otorgada por el ocio vendría del ajuste entre las expectativas y vivencia de ocio real. El disfrutar de las actividades de ocio produce satisfacción.

— Identidad, el ocio como forma de identificación, como expresión de un modo de pensar y de querer, tiene que ver con la autorrealización. Las experiencias de ocio se consideran una manera de identificación. Baigorri, Fernández y Giesy (2004) afirman que el ocio como fenómeno social generalizado, es un constructo característico de la sociedad moderna postindustrial y tecnológica que configura una nueva realidad para jóvenes y mayores en cuanto que son la expresión de un modo de pensar, desear y querer. Los aficionados a diferentes tipos de ocio suelen identificarse profundamente con las actividades que han elegido.

Una vez vistas las teorías del cambio social y del cambio de valores podría concluirse que los jubilados españoles están dejando de verse a sí mismos como “viejos”, y cobra cada vez más sentido la jubilación como una etapa que merece ser vivida. Podría hablarse de una postmodernización de nuestros jubilados, entendiendo por posmodernidad, el paso

de una economía productiva, basada en la centralidad del trabajo a una economía de consumo basada en el intento de seducción del individuo a través de la estética (Bauman, 1998), en la que impera el individualismo y la búsqueda de felicidad (Lipovetsky, 1996). Una de las formas de evidenciar esa “postmodernización” del colectivo de senior es a través del análisis de las actitudes hacia el tiempo libre y a las actividades de ocio que realizan en ese tiempo libre.

- *La figura emergente de “nuevo jubilado” es consecuencia de profundos cambios culturales acaecidos en la sociedad española desde finales de los 90.*
- *La sociedad española ha pasado de ser moderna a postmoderna. En la sociedad postmoderna los individuos se marcan nuevos objetivos de vida tales como la libertad o la felicidad.*
- *El ocio y tiempo libre en el contexto de postmodernidad se asocia a los valores de libertad, creatividad y autorrealización.*
- *La figura de “nuevo jubilado” estaría relacionada con el surgimiento de seniors postmodernos para quienes la jubilación constituye una etapa nueva de la que disfrutar.*

4.4 Factores que influyen en el cambio de los mayores de 65 años

Se apuntaba en el anterior epígrafe el nacimiento de un “nuevo jubilado”, producto de la “postmodernización” de la sociedad y que se enfrenta de manera distinta que sus antecesores a la jubilación.

El nacimiento de esta figura no solo está relacionado con el cambio de valores culturales de la sociedad, es fruto, como se apuntaba en la introducción de este capítulo, de la conjunción de una serie de factores clave que han influido en el cambio de los senior en España, dichos factores favorecen el cambio en los hábitos de ocio, y en la importancia otorgada al trabajo y al tiempo libre de los senior.

Estos factores son: el aumento de la esperanza de vida, la mejora del estado de salud, un mayor nivel educativo, la incorporación de la mujer al trabajo y una mejora del poder adquisitivo de los senior consecuencia de la evolución de las pensiones.

El aumento de la esperanza de vida está muy relacionado con la mejora de la salud, en consecuencia los senior de hoy, gozan de buena salud o al menos de una mejor salud que la de las generaciones anteriores, lo que les permite realizar un ocio más activo. Cuentan con un nivel educativo superior al de generaciones anteriores, el nivel de estudios se encuentra íntimamente vinculado con la percepción de ocio, a mayor nivel educativo, mayor valoración del ocio (Alcalde y Laspeñas, 2005) lo que propicia actitudes hacia el ocio distintas a la de sus predecesores, el mayor nivel educativo de los senior de hoy implica una mayor motivación por las actividades de tipo cultural, sobre todo en las generaciones de senior más jóvenes.

La incorporación de la mujer al trabajo favorece la independencia de la mujer cuando esta se jubila a la hora de organizar su tiempo de ocio, podría esperarse que con la plena incorporación de la mujer al mercado de trabajo, las jubiladas encaren su jubilación de manera distinta a como la hacían generaciones anteriores que no habían trabajado fuera de casa, donde la centralidad de la actividad se hacía en torno a la vida laboral del varón y donde subsistía la idea de que las mujeres “no se habían ganado” el tiempo de descanso al no haber trabajado fuera de casa (Pérez Ortiz, 2006). La incorporación de la mujer al trabajo supone una nueva estructuración del tiempo libre por parte de las jubiladas además de la realización de otro tipo de actividades de ocio, si tradicionalmente el ocio del varón jubilado tendía más a la socialización y el de la mujer a actividades relacionadas con el hogar (Sancho et al, 2002) es de esperar que este hecho cambie con la jubilación de las mujeres incorporadas al trabajo.

Los senior disponen de mayores recursos económicos consecuencia de una mejora en sus pensiones de jubilación, que a su vez viene derivado del acceso a puestos de trabajo más cualificados consecuencia del mayor nivel educativo. El hecho de disponer de mayores recursos económicos y sociales predispone a los nuevos jubilados a disfrutar del tiempo libre y la apertura a nuevos tipos de ocio Bazo (2001).

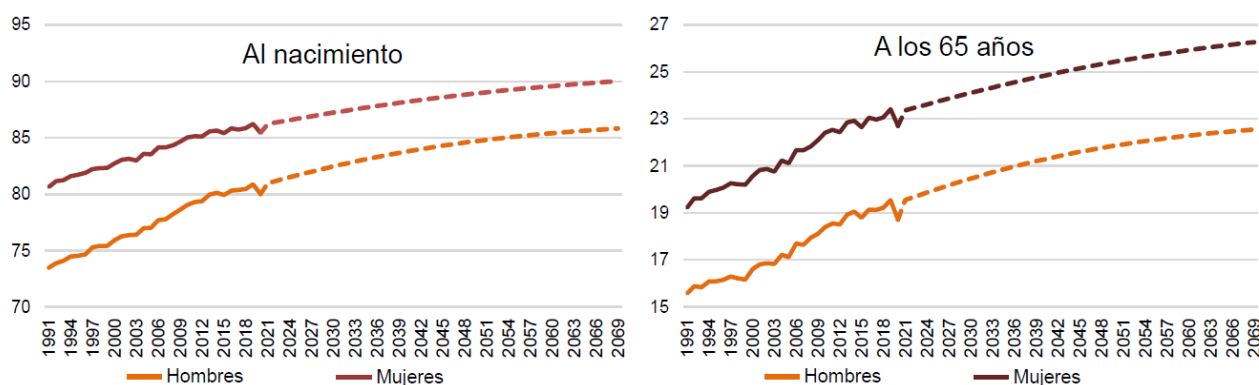
Todos estos factores impulsan el cambio en los hábitos de ocio, y en la importancia otorgada al trabajo y al tiempo libre de los senior.

El primero de estos factores es el fuerte incremento de la esperanza de vida, un aumento de casi 40 años a lo largo del último siglo. La esperanza de vida al nacer se define como el promedio de años que se espera llegue a vivir un individuo desde que nace, si se mantienen en todas las edades las mismas condiciones de mortalidad existentes en ese momento. En la actualidad los datos de esperanza de vida al nacer son 80.8 años en hombres y 86.2 en mujeres (INE, 2019). La ganancia de dichas longevidades es fruto de un proceso de ganancia de años de vida desarrollado a lo largo del siglo pasado y que todavía continúa, aunque a un ritmo más lento.

El efecto de la COVID-19 se refleja en una disminución de la esperanza de vida al nacimiento en 2020 (estimada en 0,9 años para los hombres y en 0,8 años para las mujeres), se estima que este descenso sea coyuntural y que se recupere en 2021. Una vez superada la situación de la pandemia, la esperanza de vida al nacimiento alcanzaría en 2069 los 85,8 años en los hombres y los 90,0 en las mujeres, con una ganancia de 4,9 y de 3,8 años, respectivamente, respecto a los valores actuales. La evolución de la esperanza de vida al nacer no ha sido la misma para hombres y mujeres, la mayor longevidad de las mujeres es una característica constante, sin embargo la diferencia entre la esperanza de vida al nacer masculina y femenina se ha ido acortando con el tiempo como se muestra en el Gráfico 14. Por su parte, la esperanza de vida para las personas con 65 años en 2069 sería de 22,5 años para los hombres (3,8 más que actualmente) y de 26,3 para las mujeres (3,6 más). Los datos de esperanza de vida observada y proyectada se muestran en el Gráfico 14.

GRÁFICO 14: Esperanza de vida observada y proyectada

Esperanza de vida observada (1991-2019) y proyectada (2020-2069)



Fuente: Proyecciones de población 2020-2070. INE 2020. Pp.5

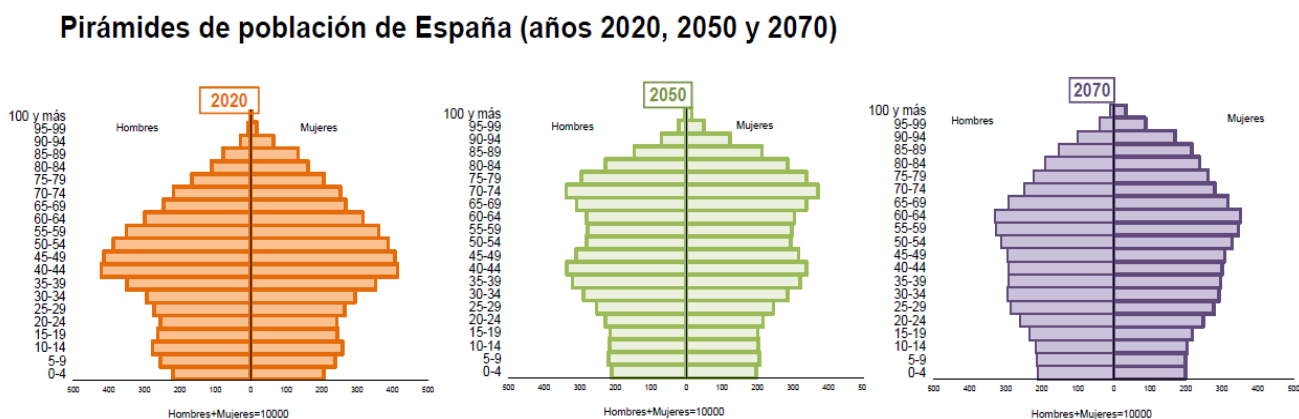
Por lo que respecta a la estructura de la pirámide poblacional, las últimas proyecciones del INE (INE, 2020) muestran también el proceso de envejecimiento de la población residente en España.

De mantenerse la tendencia demográfica actual, el grupo de edad más numeroso a fecha de hoy (datos de 2020) y que son los nacidos en los años 1970-1979, seguirían siendo el grupo más numeroso en 2050 (con edades entre 70 y 79 años).

La población entre 20 y 64 años, que actualmente supone el 60,8% del total, pasaría a representar el 51,9% del total en 2050. En 2070 se recuperaría en parte, hasta el 54,4%.

El porcentaje de población de 65 años y más, que actualmente se sitúa en el 19,6% del total de la población, alcanzaría un máximo del 31,4% en torno a 2050. A partir de entonces empezaría a descender.

GRÁFICO 15: Pirámides de población España (2020-2050-2070).



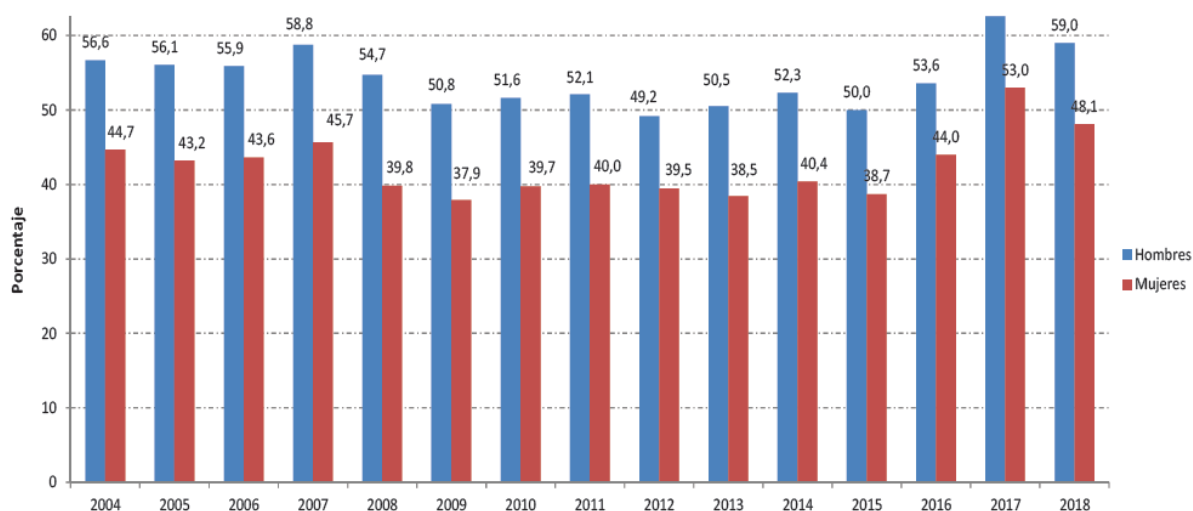
Fuente: Proyecciones de población 2020-2070. INE 2020. Pp.7

La esperanza de vida está muy relacionada con las condiciones de salud y el grado de desarrollo de un país (INE, 2020). En el último siglo la esperanza de vida en occidente y en particular en España ha aumentado de forma notable gracias a la reducción de la mortalidad infantil, el cambio en los estilos de vida (hacia unos hábitos de vida más saludables) y un mejor acceso a los servicios sanitarios que contribuyen a una mejora del estado de salud (INE, 2020).

La esperanza de vida es un buen indicador del estado de salud de la población, ya que una de las características de las sociedades desarrolladas es que la población es cada vez más

longeva, pero no ha de tenerse solo en cuenta la esperanza de vida, ya que este indicador no da información sobre la calidad de los años vividos. Para entender si los años de vida se desarrollan o no con buena salud se utiliza el indicador “esperanza de vida saludable”, cuya evolución se muestra en el Gráfico 16. Se considera condición de buena salud la ausencia de limitaciones funcionales o de discapacidad. Si bien es cierto que dado el aumento de la esperanza de vida, aumentan las patologías relacionadas con el envejecimiento (enfermedades crónicas, problemas mentales y discapacidad física aumentan su prevalencia con la edad), lo cierto es que los senior jóvenes (entre 65 y 75 años) muestran una mejor esperanza de vida saludable que hace 20 años. La esperanza de vida en buena salud se define como “el promedio de número de años esperados que vive una persona disfrutando de buena salud (en ausencia de limitaciones funcionales o de discapacidad)” (INE, 2020). Este dato se construye a partir de datos generales sobre la morbilidad crónica y sobre la salud percepción del estado de salud. Entre las personas de 65 y más años, las mujeres destacan por tener una esperanza de vida mayor que los hombres pero su esperanza de vida saludable es menor, por la mayor supervivencia y morbilidad de las mujeres, este índice se recoge en el informe “Un perfil de las personas mayores en España 2020”, (CSIC 2020)

GRÁFICO 16: Esperanza de vida saludable a los 65 años



Fuente: Eurostat: Healthy life years. (from 2004 onwards) [hlth_hlye]. En 2008 hay ruptura metodológica. Encuesta de Condiciones de Vida (SILC). Consulta febrero 2020.

Fuente: Un perfil de las personas mayores en España 2020. CSIC. Pp 17

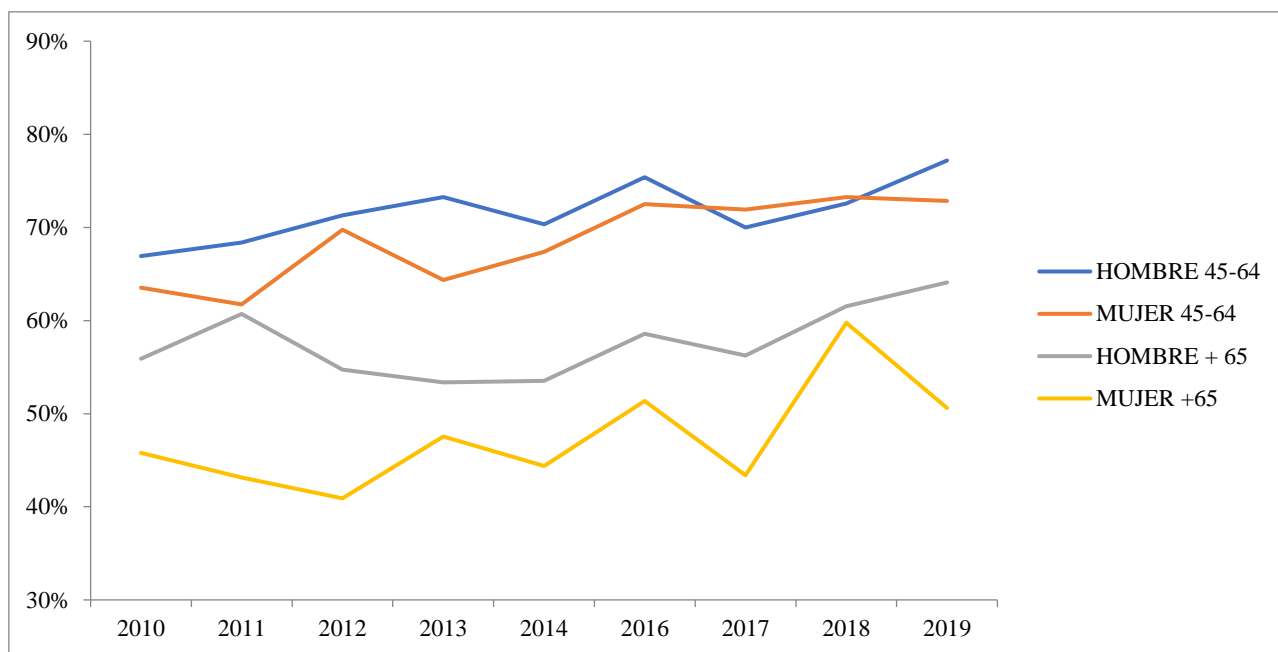
Según la Organización Mundial de la Salud «La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades». (OMS, 1946). Siguiendo esta definición podría decirse, como ya se apuntó, que el estado de salud tiene un componente “objetivo” y otro “subjetivo”. La salud objetiva evaluada por médicos en base a diagnósticos (Lehr, 2002) y la salud subjetiva está relacionada con la autopercepción del individuo. Se mostrarán datos relativos a la evolución del estado de salud subjetivo, se eligen los indicadores de estado de salud subjetivo por su facilidad de acceso en las encuestas, y porque el estado de salud subjetivo se encuentra estrechamente relacionado con el tipo de actividades que la persona realiza. Los datos relativos al estado de salud subjetivo se encuentran recogidos en las sucesivas olas de la Encuesta Nacional de Salud, siendo la última ola la correspondiente a 2017 y publicada en 2018, en la citada Encuesta se define la percepción subjetiva del estado de salud como “la percepción que tiene la persona sobre su estado de salud general en los últimos doce meses, distinguiendo cinco niveles: muy bueno, bueno, regular, malo y muy malo” (INE, 2020). La valoración subjetiva del estado de salud viene condicionada por las enfermedades padecidas y por las características personales (sexo, edad, estado civil, nivel de estudios), socioeconómicas e incluso residenciales del individuo (INE, 2020).

Los datos relativos a la valoración subjetiva del estado de salud también se recogen en las series históricas del CIS y son los datos que se muestran en el Gráfico 17, en el que se muestra la evolución desde 2010 del estado de salud subjetivo en los grupos de edad entre 45 y 64 años y los mayores de 65 años. Los datos que se exponen son los relativos a las valoraciones muy bueno+bueno. Los resultados para la población entre 45 y 64 años, son, lógicamente más altos que para los de la población de más de 65 años. La tendencia es al alza, en los dos grupos de edad, salvo en el caso de las mujeres de más de 65 años, cuya tendencia sufre más fluctuaciones que las del resto de grupos. No obstante, la tendencia en este colectivo de mujeres mayores también evoluciona al alza claramente. La edad aparece como la principal variable asociada a diferencias en la percepción de la salud de la población española, a medida que avanza la edad la proporción de personas que valoran su estado de salud como bueno y muy bueno, va disminuyendo.

El género es un factor diferenciador de la salud subjetiva, y este contraste se acentúa en las edades más avanzadas. El 64% de los hombres mayores definieron su estado de salud como bueno y muy bueno; las mujeres de la misma edad lo hacen en un 51%

Las razones que subyacen tras esta percepción del estado de salud tan alto en los mayores de 65 años, son la mejora de las condiciones de vida de nuestros mayores, así como el funcionamiento del sistema sanitario, según el informe anual del Sistema nacional de salud, el 66% de los ciudadanos valoran de forma favorable (funciona bien) el funcionamiento del sistema sanitario español.

GRÁFICO 17. Evolución estado de salud subjetiva por sexo y grupo de edad 2010-2019



GRUPO EDAD	2010	2011	2012	2013	2014	2016	2017	2018	2019
HOMBRE 45-64	67%	68%	71%	73%	70%	75%	70%	73%	77%
MUJER 45-64	64%	62%	70%	64%	67%	73%	72%	73%	73%
HOMBRE + 65	56%	61%	55%	53%	54%	59%	56%	62%	64%
MUJER +65	46%	43%	41%	48%	44%	51%	43%	60%	51%

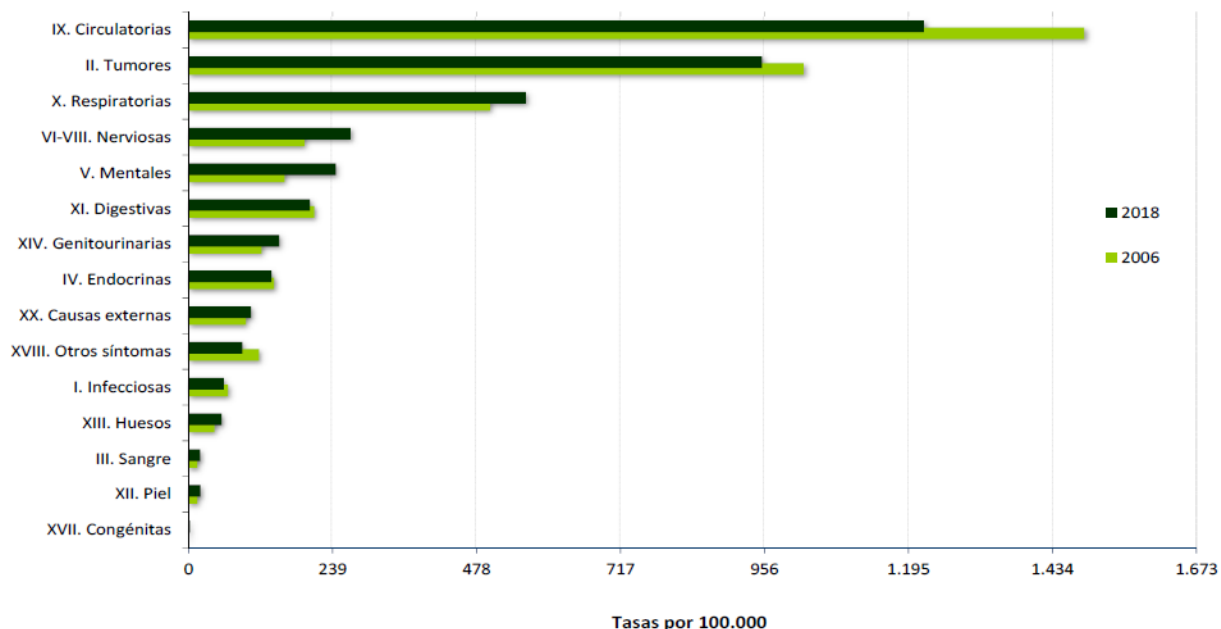
Fuente: elaboración propia series temporales CIS

Datos relativos a percepción subjetiva de estado de salud. Muy bueno+bueno

Pero no solo se trata de una percepción, existen datos objetivos que evidencian esta mejora de la salud en los senior. En el Gráfico 18 se exponen los datos relativos a la tasa de mortalidad en mayores de 65 años por causa de la muerte (datos del INE 2018) y se comparan los datos para los años 2006 y 2018. Se aprecia una importante disminución de la tasa de mortalidad por causa circulatoria y tumores en los años comparados. Un indicador objetivo de la mejora de la salud es el retraso de la mortalidad, los senior se

mueren cada vez más tarde, acercándose al límite de la vida, produciéndose una cierta homogenización en el proceso de la muerte (CSIC, 2020).

GRÁFICO 18. Comparativa tasas de mortalidad de la población senior por causa.



Fuente: Un perfil de las personas mayores en España 2020. CSIC. Pp 21

En definitiva, no solo la percepción de buena salud ha aumentado en los últimos años en los dos grupos de edad analizados, produciéndose este aumento tanto en hombres como en mujeres. Este aumento de la mejora del estado de salud no solo es una percepción subjetiva, sino que existen datos objetivos que lo demuestran, los senior viven más años en mejores condiciones de salud. Si los senior tienen mejor salud y además perciben que esto es así, esta condición tendrá un impacto positivo en su ocio y contribuirá a unas mejores condiciones de disfrute, realización personal y felicidad.

Relacionado con el estado de salud se encuentra el nivel educativo, a mayor nivel de estudios, mejor percepción del estado de salud. El nivel de estudios está muy relacionado con el estatus socioeconómico, de manera que muchos de los senior que pertenecen a un estrato social más humilde, reflejan en su percepción de salud el resultado de una vida laboral larga, iniciada a edades tempranas y que probablemente supuso la imposibilidad del acceso a una educación básica. (Abellán y Pérez, 2010). Este hecho se da sobre todo en los senior de mayor edad (los mayores de 75 años).

El nivel de estudios es entonces el tercer factor explicativo del cambio en los mayores de 65 años. La posición socioeconómica actúa como determinante previo a la hora de alcanzar un determinado nivel de estudios. Según datos de 2016 de la Encuesta de condiciones de vida (INE, 2016) un 24,7% de los adultos (mayores de 16 años) manifestaron la voluntad de realizar algún tipo de formación, pero no se lo podían permitir. El nivel educativo se define como el porcentaje de una población que ha alcanzado un determinado nivel educativo y posee una cualificación formal de ese nivel.

El nivel educativo ha ido aumentando de manera paulatina, en los últimos cuarenta años se ha producido un importante cambio en el nivel de educación de los senior, las razones de este cambio se deben a una mejora de las políticas educativas, a la universalización de la escolarización en la generación de las postguerra, a un mayor y más fácil acceso a la educación tras las sucesivas reformas educativas y por el efecto sustitución de las cohortes más veteranas, quienes mostraban un nivel de educación inferior y que han fallecido. (Pérez et al. 2020).

Por otro lado, se produce un acceso masivo a la universidad de la generación de los “baby boomers” en España y generaciones sucesivas, así en 1960 el número de estudiantes universitarios era de 77.000 estudiantes, en 1975 de 530.000 y en el curso 1980/1981 llegaron a 649.000 (Ariño, 2015). Otro hecho importante es también la incorporación masiva de las mujeres a la universidad, en los años 80 las mujeres son el 50% del alumnado de todos los niveles educativos, (salvo de las escuelas técnicas superiores) en el curso 2006-2007 el porcentaje de mujeres en los estudios universitarios es del 54,7% (del Amo, 2009)

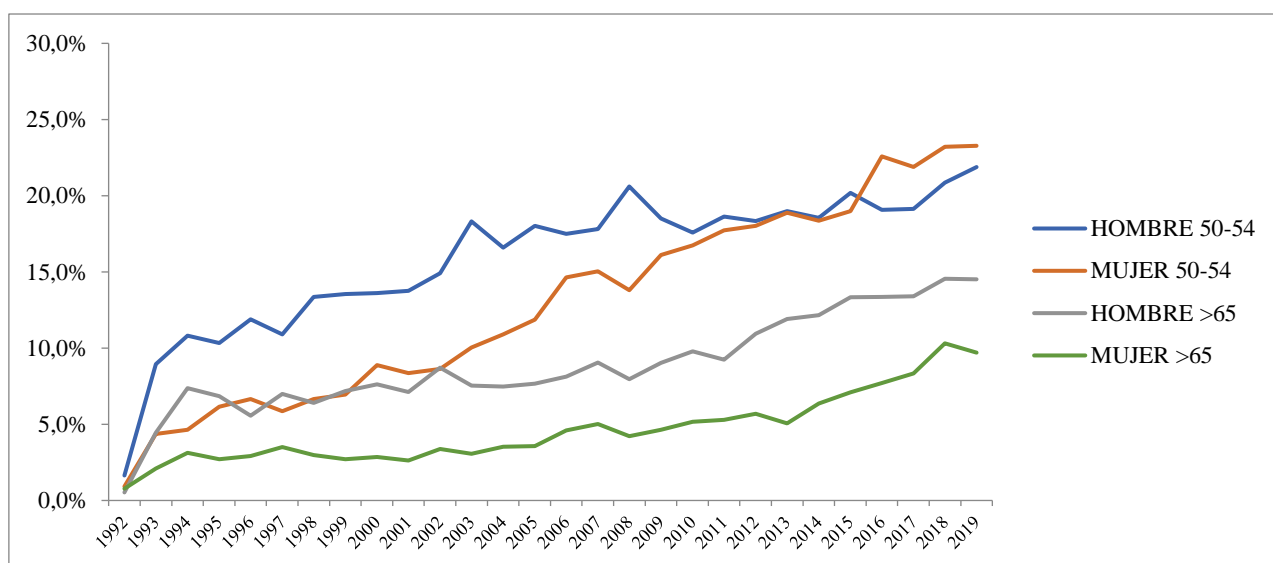
La influencia del entorno socioeconómico y el nivel de estudios no solo se refiere a la hora de acceder a la educación, existe una relación directa entre el nivel educativo alcanzado por un individuo y ciertos resultados alcanzados a nivel económico y social. Así, las personas con un alto nivel educativo generalmente tienen mejor salud, están más comprometidas socialmente, tienen tasas de empleo más elevadas, así como retribuciones relativas más altas (Indicadores OCDE, 2019).

En el Gráfico 19 se muestra la evolución del porcentaje de senior con estudios universitarios y la evolución del porcentaje de personas con estudios universitarios de los que tienen entre 50 y 54 años.

Como se aprecia en el Gráfico 19, el porcentaje de universitarios en los dos grupos de edad analizados, crece a lo largo del tiempo. Aunque el porcentaje de mayores de 65 años con estudios superiores sea inferior al de los que tienen entre 50 y 54 años, ya que el nivel de educación mejora a medida se van incorporando nuevas generaciones.

En cuanto a las diferencias de género, existe una brecha entre hombres y mujeres universitarios entre los senior que se mantiene en el tiempo, mientras que el porcentaje de mujeres universitarias entre 50 y 54 años es muy similar al de varones universitarios, este grupo de población mantiene la brecha entre hombres y mujeres aunque esta brecha desaparece a principios de los 2000 llegando a superar en apenas una década el número de mujeres universitarias respecto al de los hombres en esa franja de edad. La incorporación masiva de la mujer a la universidad, provocando que desde 2006 la tasa de mujeres universitarias sea superior a la de los varones propiciará que las diferencias de género en cuanto a estudios universitarios desaparezcan con la incorporación de las sucesivas generaciones.

GRÁFICO 19: Evolución porcentaje de personas con estudios superiores por grupo de edad



Fuente: Elaboración propia series temporales del CIS

Si en el año 92 un 0,52% de los hombres de 65 años eran universitarios, con los últimos datos disponibles, en 2019 un 14,5% de los senior cuentan con estudios universitarios. Existen diferencias de género en el nivel de instrucción, existen menos mujeres universitarias mayores de 65 años que hombres pero esa tendencia de diferencia de género se entiende desaparecerá con la incorporación de las nuevas generaciones, como se aprecia en la Tabla 5.

TABLA 5: Comparativa porcentaje de universitarios por grupo de edad y sexo. 1992 vs 2019

	1992	2019
HOMBRE 50-54	1,6%	21,9%
MUJER 50-54	0,9%	23,3%

	1992	2019
HOMBRE >65	0,5%	14,5%
MUJER >65	0,8%	9,7%

Fuente: elaboración propia series temporales CIS

El mayor nivel de instrucción de los mayores es una de las razones que explican que se enfrenten a la edad de jubilación con una actitud mucho más abierta que sus predecesores. Podría anticiparse además, que como la brecha de género a nivel de formación se ha reducido y es previsible incluso haya más mujeres que hombres universitarios, los futuros jubilados y jubiladas estructurarán su tiempo de ocio de una manera distinta a la de las generaciones en las que había una diferencia sustancial de formación por género. Estas mujeres empezarán a jubilarse inmediatamente, y tendrán una actitud ante la jubilación y el ocio muy diferente de sus predecesoras.

En definitiva, el aumento del nivel de estudios en los senior a medida que se vayan jubilando las generaciones que han accedido de forma masiva a los estudios universitarios supondrá una nueva forma de estructurar el tiempo libre y las actividades de ocio, se espera que sean jubilados con mayores inquietudes culturales que sus predecesores, que darán una mayor importancia al ocio, las diferencias educacionales segmentan gustos, actitudes y estilos de vida con claras implicaciones en la valoración de la actitud y prácticas de ocio.

El hecho de tener un mayor nivel educativo supone el haberse incorporado a trabajos mejor remunerados, lo que redundará en una mejora de su poder adquisitivo cuando estas generaciones se jubilen y que impactará en sus hábitos de ocio.

El aumento del porcentaje de mujeres universitarias en todos los grupos de edad se encuentra muy relacionado con el porcentaje de mujeres que trabajan. La masiva incorporación de la mujer al trabajo desde finales de los 70 ha constituido una revolución en la forma de percibir la jubilación (sobre todo en ellas, acostumbradas a organizar su tiempo en función del tiempo del varón). Se ha producido un rápido aumento de la

incorporación de la mujer al trabajo sobre todo en los últimos años, produciéndose un incremento de la tasa de actividad femenina en más de 21 puntos en casi 25 años (de 32,4 por ciento del primer trimestre de 1987 a 53,75 por ciento en el mismo trimestre de 2014) (Millán-Vazquez et al., 2014). La participación en el mercado laboral ha venido dada de un lado por la realidad económica y de otro lado el ocupar un papel social muy distinto al que ocupaban el pasado. Esta participación laboral de la mujer ha tenido enormes efectos sociales y económicos.

En el Gráfico 20 se muestra la evolución del porcentaje de ocupados en el grupo de población entre 50 y 54 años distinguiendo hombres y mujeres. Como se aprecia en la gráfica, el porcentaje de ocupadas es creciente y se sostiene en el tiempo, produciéndose un acortamiento progresivo de las diferencias entre mujeres y hombres en el mercado laboral.

Tal y como se muestra en la Tabla 6, si en el año 1993 un 78,3% de los hombres de 50-54 años estaban trabajando frente a un 23,5% de las mujeres, en el año 2020 la proporción es de un 82,8% de hombres frente a un 65,7% de las mujeres. Los datos muestran que cada vez hay más mujeres trabajando fuera del hogar y por tanto, cabe esperar que a medida que pase el tiempo se produzca un cambio radical en el perfil de la mujer senior. En gran medida muchas de ellas no serán amas de casa que nunca han trabajado de forma remunerada fuera del hogar, muchas de ellas percibirán pensiones contributivas que se supone tendrán que ser más altas por el acceso a mejores empleos.

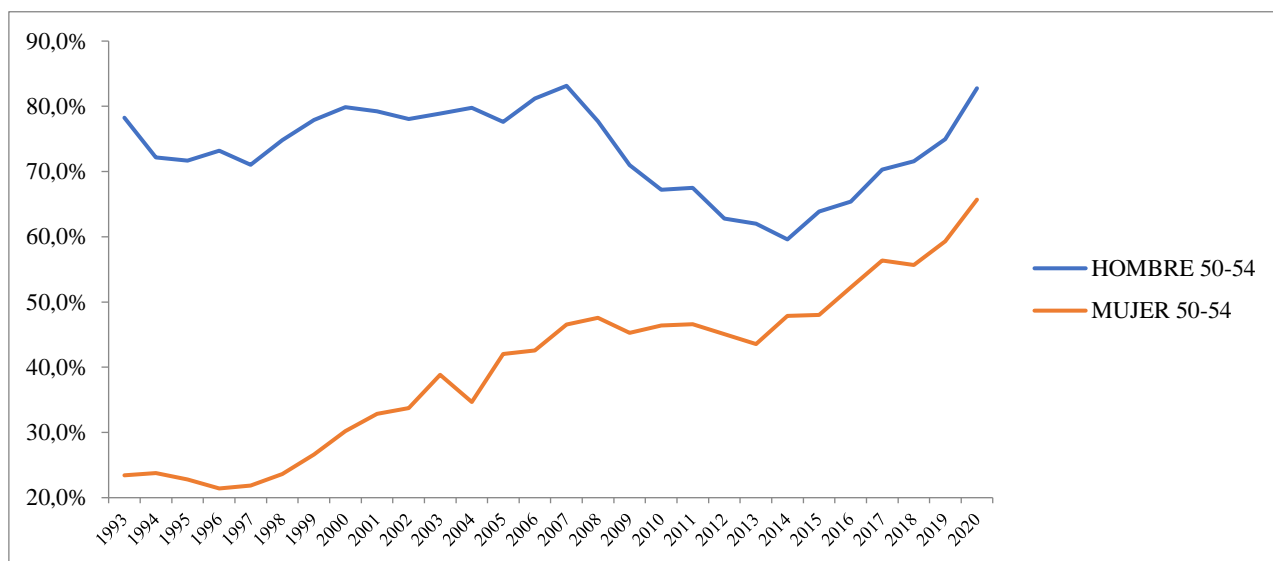
La situación de las nuevas jubiladas implica nuevos estilos de vida y mentalidades diferentes que implica la vida laboral femenina, y no solo debido a la mejora económica. Este cambio en las futuras jubiladas supondrá un cambio en los estilos de vida de sus parejas, ya que los modelos familiares de las mujeres que no trabajan de forma remunerada fuera del hogar son radicalmente distintos a los de las mujeres que trabajan fuera del hogar.

TABLA 6: Comparativa porcentaje hombres y mujeres trabajando 1993 vs 2020

	1993	2020
HOMBRE 50-54	78,3%	82,8%
MUJER 50-54	23,5%	65,7%

Fuente: elaboración propia series temporales CIS

GRÁFICO 20: Evolución porcentaje de personas trabajando grupo de edad 50-54 años



Fuente: elaboración propia series temporales CIS

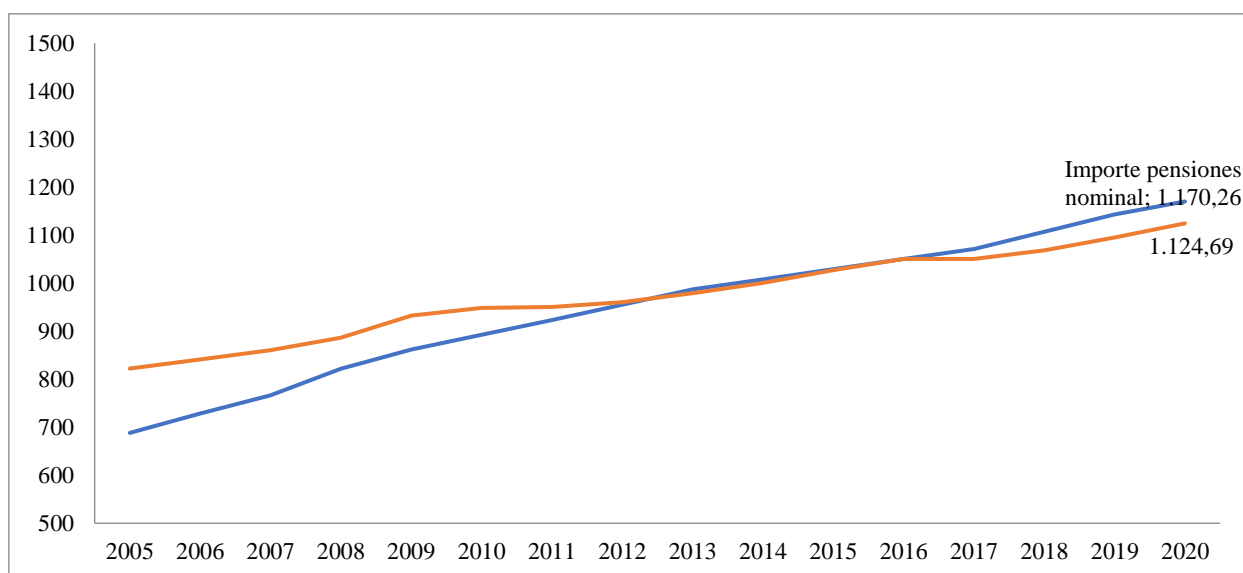
El mayor nivel de estudios (no solo de las mujeres, de los varones senior también) y las mayores tasas de ocupación (sobre todo en las mujeres) propician un acceso a mejores trabajos y mejor pagados lo que supondría una mejora en las pensiones y, por consiguiente, unos jubilados con mayor poder adquisitivo que supondría el acceso a un abanico variado de posibilidades de ocio.

En España hay en la actualidad 9,7 millones de pensiones del sistema de Seguridad Social (media de 2019). Las pensiones de jubilación constituirían 6 millones. La pensión media de jubilación en España hoy (año 2020) es de 1.170 euros y en el año 2005 la pensión media era de 688.17 euros, en términos nominales esto supone un incremento de las pensiones de un 70% y el aumento en términos reales (teniendo en cuenta la inflación) es de un 36,8%. La posición económica de los mayores ha mejorado relativamente en los años de crisis económica siendo su proporción en riesgo de pobreza inferior a la del resto de los españoles. En el gráfico 21 se muestra la serie histórica de la evolución de las pensiones desde el año 2005 en términos reales (deflactado IPC base 2016) y en términos nominales.

Se produce un crecimiento sostenido de la pensión media, en términos nominales y reales, derivado del acceso a mejores puestos y mejor pagados fruto de la mejora del nivel de educación ya mencionado.

El hecho de que los senior cuenten con un mayor poder adquisitivo origina implicaciones en la distribución del tiempo libre y de las actividades de ocio que realice el colectivo de los senior, los recursos económicos son uno de los factores clave que favorecen el disfrute del ocio en función del poder adquisitivo del individuo (Setién Santamaría, 2006).

GRÁFICO 21. Evolución importe de las pensiones de jubilación periodo 2005-2020



Fuente: elaboración propia a partir serie histórica Ministerio de empleo y Seguridad Social

- *La percepción de buena salud ha aumentado en los últimos años en el colectivo senior.*
- *Existen datos objetivos que demuestran la mejora de la salud de los senior, viven más años en mejores condiciones de salud.*
- *El mayor nivel de instrucción de los senior explica una actitud ante la jubilación más abierta que sus predecesores.*
- *La incorporación masiva de las mujeres a la universidad y al mercado de trabajo propiciará el surgimiento de una nueva jubilada más independiente que sus antecesoras.*
- *Los senior han ganado poder adquisitivo con la mejora de las pensiones lo que supondrá una nueva tipología de ocio.*

CONCLUSIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

CAPÍTULO 5.-CONCLUSIONES SOBRE EL ESTADO DE LA CUESTIÓN

Recordemos que la idea central de la tesis es el profundo proceso de transformación del colectivo de mayores de 65 años, que viven la jubilación de forma distinta a las anteriores generaciones con las consiguientes implicaciones que esto supone en la redistribución de su tiempo libre y ocio y el sentido que otorgan a su condición de jubilados. En la revisión de la literatura científica y de las fuentes secundarias, se han encontrado los siguientes hallazgos y algunas carencias de información importantes que se tratarán de cubrir con la explotación empírica.

Se han encontrado una gran variedad de términos utilizados para referirse al colectivo de los mayores, nosotros hemos establecido el corte en los 65 años, ya que es aceptado por la comunidad científica y además coincide con la edad de jubilación, que es el punto de inflexión en la toma de decisiones sobre el uso del tiempo.

De todas las opciones y términos hallados para referirse al colectivo, hemos decidido denominar a nuestro colectivo de estudio “senior”, por las connotaciones positivas que el término tiene. Pero no todos los mayores de 65 años han de ser tratados como un todo, hecho que en muchos de los estudios precedentes se ha visto y que constituye un problema. Primero porque el tratamiento del grupo de mayores de 65 años como bloque homogéneo, supone una pérdida de información sobre los diferentes matices de las distintas edades que se encuentran en ese grupo y segundo, porque nada tiene que ver un recién jubilado de 65 años que un jubilado más veterano de 85 años, un factor diferencial clave es el estado de salud, es lógico que a medida que pasan los años el envejecimiento suponga una serie de limitaciones físicas que tendrán mayor relevancia para un senior de 85 años que para un recién jubilado de 65 años. Estas diferencias entre uno y otro grupo supondrían distintos estilos de vida derivados de la edad. Para responder a este fenómeno, se ha realizado una distinción entre los senior jóvenes, que son el grupo de edad entre los 65 y 74 años y los senior mayores que son el grupo de edad que tiene más de 75 años. Se propone esta distinción básica y una nueva línea de corte en los 75 años porque el estado de salud es uno de los factores clave a la hora de determinar pautas de consumo de ocio

y, salvo excepciones, el declive físico estructural se muestra claramente a partir de los 75 años. El otro motivo que justifica esta división dentro de los senior es la existencia de diferencias generacionales entre los mayores de 65 años y los de 75 años. Los mayores de 75 años muestran unas pautas de consumo de ocio bien diferenciadas respecto a los senior más jóvenes, ya no solo motivado por los cambios físicos, que justificarían un ocio más pasivo, sino debido al efecto generación. Las causas del efecto generación se encuentran por un lado en la socialización temprana que implica que los valores aprendidos durante la infancia y la primera juventud, ejercen una gran influencia en el sistema de valores que tienden a prevalecer a lo largo de la vida, siendo muy difíciles de cambiar durante la madurez (Arroyo y Cabrera, 2011) y por otro lado tal y como afirmaba Manheim (1993) las generaciones que comparten experiencias durante su época formativa comparten valores que se mantienen estables a lo largo de su vida.

Las circunstancias vividas por los que hoy tienen más de 75 años propician la existencia de importantes diferencias con su generación inmediatamente anterior, afectando a diversas esferas de la vida cotidiana de los mayores y entre ellas, a la utilización de su tiempo libre y del tipo de actividades de ocio que realizan. Los senior que hoy tienen más de 75 años han vivido una historia de supervivencia en la que su día a día sus quehaceres cotidianos se orientaban más a la supervivencia que al disfrute (Barrio, 2007). Esta situación ha marcado sus estilos de vida, de manera que muchos de ellos no saben utilizar su tiempo libre cuando ha llegado el momento de la jubilación, en primer lugar porque no han crecido en la cultura del ocio que impera en nuestros días y en segundo lugar porque su existencia, debido a las circunstancias históricas vividas, se orientaba al trabajo y a la supervivencia sin tener oportunidad en su juventud de haber desarrollado algún tipo de hobby en el que utilizar su tiempo libre cuando llegase el momento de jubilarse (García, A., 2005). Son la generación de los nacidos en los años 30 y principios de los 40, la generación que peores condiciones sociales y económicas ha sufrido, lo que ha propiciado que sean más tradicionales en sus mentalidades, más apegados a valores materialistas, de pura supervivencia, por lo que esta mentalidad más tradicional influye en sus prácticas de ocio. Cuando la sociedad del ocio se instala en la España de mediados de los años setenta- principios de los ochenta, esta generación rondaba los 40-45 años de edad, momento en el que las mentalidades ya están asentadas y son difíciles de cambiar (De Miguel, 2002) estas generaciones han llegado a la vejez con tiempo libre pero sin habilidades necesarias para disfrutarlo (Pérez Ortiz, 2006).

Una vez definido el objeto de estudio, el siguiente paso es indagar sobre el tiempo libre, ya que, en la idea central de tesis, con la llegada de la jubilación, ese mayor tiempo del que disponen los mayores estaría siendo sometido a una importante redistribución, así que se ha indagado en la distinción de tiempo libre y tiempo de ocio. Se ha detectado que muchos autores se refieren a ocio y tiempo libre de manera indiferenciada y que en algunas ocasiones se confunde ocio con inactividad. Se propone la clara separación entre ocio y tiempo libre, entendiendo el tiempo libre como el tiempo que resta después de las obligaciones diarias (ya sean obligaciones remuneradas o no como en el caso de los jubilados) y el tiempo de ocio como la tipología de actividades de ocio que realizan los individuos en su tiempo libre. Para que sea considerado ocio ha de constituir una fuente de satisfacción y ser libremente elegido.

Se ha comprobado también que, el evento que marca la diferencia en cuanto a la redistribución de su tiempo y a la manera de utilizarlo es el de la jubilación, pero la manera a la que se enfrentan las personas mayores a la jubilación tiene que ver con múltiples factores no solo personales, sino generacionales. Además, la percepción del tiempo de ocio está muy relacionada con los valores, España ha sido un país en el que el trabajo, el esfuerzo, tenían su recompensa, y el ocio se relacionaba con holgazanería, este hecho sobre todo ha marcado la estructuración del tiempo de ocio de los más mayores. Se ha visto que los mayores de 65 años en España son activos, realizan quehaceres cotidianos que forman parte de su tiempo obligatorio y que el tiempo disponible lo emplean mayoritariamente en pasear, ver la TV, socializar, y que no hay grandes diferencias en esta distribución del tiempo de ocio antes y después de jubilarse, ya que las experiencias de ocio se trabajan desde la infancia, y sobre todo en los senior mayores, la cultura imperante en su infancia no era la de fomentar el uso y disfrute del ocio sino más bien el de fomentar el trabajo duro. Se hace fundamental, siguiendo las recomendaciones de varios autores, la necesidad de educar para el ocio.

Aun así, en los últimos datos disponibles, se aprecia que los mayores de 65 años muestran hoy una actitud mucho más positiva y activa ante el tiempo libre que la de generaciones anteriores, manifestando un nivel de actividad alto y diverso muy alejado de la idea preconcebida de ser una carga para la familia y la sociedad. Emerge la figura de un “nuevo jubilado” que da una mayor importancia al ocio y menos al trabajo. Dicha emergencia

está muy relacionada con la postmodernización de la sociedad y en concreto del colectivo de mayores de 65 años. La adopción de valores postmaterialistas y el hecho de que los senior (sobre todo los senior jóvenes) muestren un mayor nivel educativo que generaciones anteriores, que su poder adquisitivo esté mejorando por una mejora de los puestos de trabajo a los que han accedido, lo que ha redundado en una mejora de las pensiones en términos reales, que su percepción de estado de salud es bastante alta, y que se sientan más felices predisponen a los mayores a realizar múltiples y diversas actividades de ocio y lo que es más importante: a permitirse el poder disfrutar del ocio sin remordimientos, dando al ocio un espacio mayor en sus vidas.

Otro hecho que marcará una revolución en el disfrute del tiempo de ocio, sobre todo de las jubiladas, es el hecho de que se vayan jubilando progresivamente las cohortes de mujeres plenamente incorporadas a la vida laboral, lo que no solo ha supuesto su independencia económica, una mejora del poder adquisitivo de las jubiladas por una mejora de sus pensiones de jubilación, sino que además ha supuesto una reinterpretación de los roles familiares tradicionales que supondrá que las “nuevas jubiladas” tendrán sus propias estrategias de enfrentarse a la jubilación, sin tanta dependencia de la estructuración de su tiempo en función del tiempo de los varones. La masiva incorporación de la mujer al trabajo y a los estudios universitarios tendrá repercusiones en el ocio de las jubiladas no solo por una mejora de su situación económica en la jubilación, además se produce un cambio porque las mentalidades y estilos de vida de las mujeres que trabajan fuera de casa son distintos de las amas de casa tradicionales. Este cambio no solo influirá al colectivo de mujeres jubiladas, lo hará también a sus parejas, cuyos estilos de vida serán radicalmente distintos de los derivados de un modelo familiar en el que la mujer no trabaja.

A la hora de plantear el estado de la cuestión, se han encontrado ciertas limitaciones derivadas de la falta de estudios recientes, refiriéndonos a los últimos diez años, relativos a los mayores desde una perspectiva sociológica, aunque si se ha detectado el reciente interés que el colectivo suscita en sectores publicitarios y de consumo, los mayores de 65 años son hoy en España el 19% de la población y un público potencial muy atractivo para determinados sectores de consumo.

Desde una perspectiva sociológica la mayor parte de los estudios precedentes están relacionados con la dependencia, los cuidados y desde una perspectiva más lúdica el ocio

asociado a los viajes con el IMSERSO. Los estudios sobre el uso de tiempo en mayores no son tampoco recientes, los últimos datos de la Encuesta de Empleo del Tiempo son de 2010 y los relativos a la Encuesta de Condiciones de Vida en Mayores son también de la misma fecha. Existen publicaciones anuales sobre el perfil de las personas mayores en España, que elabora el CSIC y muestra datos sociodemográficos y socioeconómicos.

Desde la perspectiva de los estudios de valores, existen trabajos y estudios que revelan los profundos procesos de transformación que experimentan las sociedades occidentales y la amplia y rápida transformación de los cambios acaecidos en España. Pero en estos estudios de valores apenas se hace referencia a la transformación del colectivo senior. Pese a ser el colectivo más resistente a los cambios se están transformando, y en los últimos años a una velocidad incluso mayor que el conjunto de la sociedad española. Esta transformación del colectivo se evidenciaba en la explotación de la Encuesta de Valores Europea en el periodo comprendido entre 1990 y 2008.

A la hora de revisar las fuentes de datos secundarias, se ha hecho muy complicado encontrar fuentes secundarias externas recientes que recojan las actividades de ocio que realizan los senior, se ha hecho muy difícil encontrar estudios recientes relativos a las actitudes frente al ocio de los senior y cuando se han encontrado fuentes que recogiesen estas temáticas, además de no ser muy recientes (datos relativos a 2010) lo que recogen son datos en un momento determinado del tiempo, lo que impedía ver la evolución de los senior en este sentido y mucho menos evidenciar el proceso de transformación acaecido en los últimos años. Otra de las carencias de información encontradas ha sido precisamente el tratamiento de los mayores de 65 años como un bloque, muchas veces por falta de muestra suficiente en el grupo de edad de los senior mayores. Se ha echado en falta la existencia de estudios con perspectiva longitudinal que recogiesen las actitudes frente al ocio de los mayores de 65 años en los que se distinguiesen los senior jóvenes de los senior mayores que ayudase a confirmar la evidencia de la transformación del colectivo que se encontró en la explotación de las Encuestas de Valores y que permitiesen explicar la evolución del colectivo así como las diferencias generacionales.

La mayoría de estudios longitudinales hallados en España estaban vinculados sobre todo a aspectos médicos o sanitarios, otros estudios incluían dimensiones más amplias que los hacían más completos, como el Estudio Longitudinal sobre Envejecimiento Activo en 2005 (Universidad Autónoma de Madrid), que incluía algunas dimensiones básicas

(Salud y Comportamiento, Funcionamiento cognitivo, Funcionamiento afectivo, Funcionamiento social) pero muy orientado a salud. El estudio sobre la identificación y evaluación de los componentes de la Calidad de Vida en población de 60 y más años en España (2008) medía en su primera oleada en 2008 las condiciones objetivas y subjetivas de la salud y el entorno físico y social como factores predictores de la Calidad de Vida en la vejez. El Proyecto longitudinal ELES (CSIC) con una prueba piloto en 2011 que estudia el envejecimiento en España de una muestra de mayores de 50 años en las áreas sociodemográfica, de salud, psicosocial, de redes sociales y participación, de condiciones y calidad de vida, económica y del entorno y residencia (Díaz-Veiga, Facal, Yanguas, 2010), aunque longitudinal y muy completo, los datos relativos al ocio de los mayores se nos hacían muy escasos y solo estaban disponible los datos relativos a la prueba piloto de 2011.

En cuanto a los estudios relacionados con el ocio en mayores, contábamos con los barómetros del CIS más recientes como el de junio de 2015 (3101) en referencia al uso del tiempo libre de los mayores, el de setiembre de 2016 (3149) relativo al interés en ámbitos culturales o el de junio de 2017 (3179) y junio 2018 (3217) relativo a las actividades en las que emplean el tiempo libre y los viajes de ocio. La explotación ad hoc de estos barómetros permitía evidenciar diferencias generacionales dividiendo en senior jóvenes y mayores el grupo de edad de más de 65 años pero con esta explotación lo que se obtiene es una foto, un análisis en el momento puntual. Existen otros estudios como el de la Universidad de Salamanca que publica en 2015 un Estudio sobre Economía del Envejecimiento con un capítulo dedicado a Ocio y Viajes, pero no podía re-explotarse la bases de datos y los cortes de edad recogidos no encajaban con los que se han realizado en esta tesis, además dicha fuente permitía mostrar una situación puntual pero faltaba esta perspectiva longitudinal a través de las generaciones.

La dificultad de encontrar estudios longitudinales sobre la población mayor de 65 años en España con relación al ocio, se ha solventado realizando una explotación inédita de las bases de datos de las Encuestas sobre Hábitos y Prácticas Culturales en España, elaborada por el Ministerio de Cultura y Deporte explotando las olas 2006-2007/2010-2011/2014-2015 y 2018-2019. La explotación inédita de estas bases de datos la hacía idónea por varias razones: en primer lugar, se nos facilitaron las bases de datos de manera independiente para poder realizar su re-explotación, en segundo lugar, dichas base de

datos contaban con una muestra más que suficiente de la población de más de 65 años que permitía realizar el corte en los dos grupos de edad para su re-explotación, en tercer lugar, la unión de las cuatro olas permitía tener una perspectiva longitudinal y por último, los datos eran muy recientes y relativos a hábitos culturales, por lo que de esta forma hemos podido aportar datos sobre los hábitos culturales de la población de más de 65 años respecto al resto de la población, e indagar en las diferencias generacionales no solo como una instantánea sino con una evolución a lo largo del tiempo.

La re-explotación de las olas disponibles de la Encuesta de Valores desde 1990 hasta 2018 ha permitido mostrar la evolución de los valores del colectivo de los mayores de 65 años que subyacen o están detrás de esos comportamientos de ocio y hábitos culturales. En pleno desarrollo de la tesis surgió la disponibilidad de la ola de 2018 para España, lo que enriquecía mucho más el análisis ya realizado, puesto que sin la ola de 2018 no podían mostrarse los efectos de la crisis económica de 2008 en el colectivo. Los resultados de estos análisis muestran unos mayores más postmodernos en cuanto a los valores relacionados con la felicidad, la importancia otorgada al trabajo y al ocio.

Por último, además de esa perspectiva longitudinal sobre el ocio y la evolución de los valores, se hacía necesaria una evidencia exploratoria que aunase valores y hábitos culturales, realizada a medida y que nos permitiese vincular los hallazgos obtenidos en las encuestas de valores con los hábitos de consumo cultural. Para ello se diseñó un cuestionario, lanzado vía on line, que a pesar las reticencias a priori de lanzar un cuestionario a la población objeto de estudio por su, en principio, escasa relación con la tecnología, ha tenido como resultado el conseguir una base adecuada para poder relacionar valores con comportamientos de ocio que nos han ayudado a mostrar a entender mejor a los mayores en función de su relación con el ocio.

PARTE II: FASE EMPÍRICA

Objetivos e hipótesis

Metodología

Cambios y evoluciones en valores, actitudes y mentalidades

Actividades de ocio y consumo cultural

Relación entre ocio y valores

Conclusiones

PARTE II: FASE EMPÍRICA

En esta segunda fase se realizará una aportación original al conocimiento del colectivo de los senior, se buscará evidenciar con datos de fuentes primarias y secundarias si se confirma lo apuntado en el estado de la cuestión: el nacimiento de un nuevo jubilado, postmoderno, que se perciben con buena salud y llenos de vida, con un nivel de estudios sin precedentes, con unas tasas de incorporación de la mujer al trabajo hasta ahora nunca vistas, que cuentan con mayor poder adquisitivo que sus predecesores y que todos estos factores presuponen un perfil de senior que le da una mayor importancia a la felicidad, la auto realización y valores postmaterialistas que se verá reflejado en su forma de entender el ocio, desde el punto de vista de la importancia otorgada al mismo frente a otros valores (como el trabajo) y desde el punto de vista en la traducción de esos valores en hábitos de ocio concretos. Con la aportación empírica se trata de contribuir al conocimiento de los senior en cuanto a sus valores, sus intereses sobre el ocio y sus hábitos culturales.

Esta fase empírica se estructura en seis capítulos, en el primero se definen los objetivos y las hipótesis de trabajo, en el segundo capítulo se muestra la metodología utilizada para la explotación empírica, en el tercer capítulo analizan los cambios y evoluciones en valores, actitudes y mentalidades de la población senior utilizando para ello los resultados de la explotación de las diferentes olas de la Encuesta Europea de Valores disponibles para España (1990, 1999, 2008, 2018), en el cuarto capítulo se muestran las actividades de ocio y consumo cultural de la población senior para lo que se utilizan los datos de la Encuesta de Hábitos Culturales en España en las ediciones disponibles (2006-07, 2010-11, 2014-15, 2018-19), un quinto capítulo muestra la relación entre las actividades de ocio y los valores, para el que se muestran los resultados obtenidos de la realización de una encuesta a medida. Esta segunda parte de la presente tesis finaliza con un capítulo de conclusiones.

La novedad de esta contribución empírica se da en tres áreas: por un lado la aportación del análisis descriptivo desde una perspectiva longitudinal, inexistente en los estudios sobre hábitos culturales, en segundo lugar el análisis comparativo entre generaciones, en el que se han comparado las distintas generaciones existentes dentro de los grupos de edad correspondientes a los senior y a los presenior, lo que permite valorar el efecto generación en el cambio de hábitos culturales y por último, la realización de un análisis, que con carácter exploratorio, permite vincular los valores con las actitudes hacia el ocio.

OBJETIVOS E HIPÓTESIS

CAPÍTULO 6.- OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Nuestro primer objetivo general es conocer cómo son y cómo están cambiando los senior o mayores en España. En términos operativos se ha decidido dirigir nuestra atención al colectivo de jubilados, (o en su defecto a los mayores de 65 años), porque en la configuración del tiempo libre entre senior y presenior existe un punto de inflexión y este suele coincidir con el del momento de la jubilación. Ante este momento clave del ciclo de vida, los mayores tienen actitudes distintas que afectan, entre otras, a su forma de organizar ese nuevo tiempo libre del que disponen y por otro lado, nos encontramos ante diversas formas de ocupar ese tiempo libre entre distintas actividades de ocio. Los factores de cambio que propician la consolidación de un “nuevo jubilado” inciden directamente en la tipología de actividades que realizan los mayores en su tiempo libre.

El segundo de los objetivos generales es el de confirmar las tendencias y pautas de transformación de la población senior actual y de la generación inmediatamente anterior o presenior. El proceso de transformaciones del conjunto de sociedad española afecta se produce en los mayores de una forma más intensa que en el total de la población, y de manera especial en los senior más jóvenes que muestran en sus actitudes y comportamientos signos claros de postmodernización, se tratará de confirmar si estas tendencias tenderán a consolidarse con la llegada de los presenior a la jubilación.

Para ello hemos formulado unas hipótesis y objetivos.

6.1 Objetivos

1. Conocer la evolución de los valores del colectivo senior y evidenciar el proceso de transformación del colectivo.
2. Mostrar las diferencias en los valores de los senior mayores (más de 75 años) y los senior jóvenes.
3. Dilucidar si en el proceso de transformación prevalece el efecto generación o periodo.

4. Describir los hábitos de ocio y en concreto los hábitos culturales en la generación senior actual (más de 65 años) y la inmediatamente anterior (presenior) desde una perspectiva evolutiva.
5. Conocer la influencia del relevo generacional en la evolución de los hábitos culturales de los senior
6. Averiguar si prevalecen las diferencias de género o las generacionales en la evolución de los hábitos culturales
7. Conocer la contribución de los grupos generacionales a la dinámica de cambio
8. Mostrar la magnitud de la relación entre valores y actitudes frente al ocio en el colectivo
9. Constatar si el nivel de estudios o el género influyen en las tendencias entre valores y comportamientos de ocio.

6.2 Principales hipótesis relacionadas con los objetivos

1. Se asiste al nacimiento de un nuevo jubilado que encara la jubilación de una forma muy diferente a la de sus predecesores, son más activos y le dan una mayor importancia al ocio.
2. La emergencia de un nuevo jubilado es en parte consecuencia de procesos como el aumento de la esperanza de vida y mejor salud, mejora del poder adquisitivo, mayor nivel de estudios que provoca que busquen nuevas formas de utilización y conceptualización del tiempo de ocio.
3. Los mayores de 65 años de hoy están experimentando una profunda transformación en sus valores, se han destradicionalizado, adoptando una visión más postmoderna respecto a la de generaciones anteriores.
4. En el cambio de actitud frente al ocio prevalece el efecto cohorte sobre el efecto período. Es decir, el cambio en el colectivo se explica más por el efecto del relevo generacional (los más tradicionales van muriendo y los más renovados se van incorporando) que por el efecto del cambio general de la sociedad que también afecta en cierta medida a los más mayores.
5. Existe una relación causal entre valores y ocio, en el sentido de que los nuevos valores (postmodernización, postmaterialismo, individualización...) revalorizan el ocio e influyen de forma importante en su transformación hacia un estilo de

ocio más activo, más cultural y más vinculado a la búsqueda del disfrute, de realización y felicidad personal.

METODOLOGÍA

CAPÍTULO 7.- METODOLOGÍA

Antes de pasar a vincular los objetivos fijados con las fuentes que se han re-explotado o con el trabajo de campo realizado, se explicará brevemente por qué se ha decidido finalmente (y después de darle muchas vueltas) trabajar en los análisis que siguen con la población de más de 65 años y no con el grupo “mayores de 65 años jubilados” en las fuentes de datos explotadas.

En primer lugar, no siempre se han podido segmentar los datos de las muestras disponibles de forma idónea para el análisis (recordemos nuestro objeto de estudio, los mayores de 65 años, e idealmente, para no tratar a la población de más de 65 años como un todo, el establecimiento de dos subgrupos, el de los senior jóvenes de 65 a 74 años y el de los senior mayores, de más de 75 años), en algunos casos el tamaño de la muestra para mayores de 65 años jubilados no era significativo, y en los casos en los que sí se podían segmentar las muestras por mayores de 65 años jubilados, el tamaño muestral quedaba muy reducido para el análisis.

En segundo lugar, el hecho de que un porcentaje muy alto de las mujeres que hoy tienen más de 65 años nunca trabajaron fuera del hogar, por lo que en las bases de datos no aparecen como “jubiladas” y este hecho implica que el análisis imprescindible de género, habida cuenta de que el género es un factor fundamental de diferencia que enriquece el análisis, no podía realizarse.

En tercer lugar, se ha realizado un cálculo del porcentaje de mayores de 65 años ocupados en las bases de datos consultadas que se muestran en el Gráfico 22. Lo cierto es que en los datos del barómetro del CIS de 2018, el porcentaje de ocupados mayores de 65 años es de un 1,1%, en los datos de la Encuesta Europea de Valores el porcentaje de ocupados de más de 65 años en la última ola es de un 5,7%, en los datos de las Encuestas de Hábitos Culturales el dato es de un 2,7% en la última ola.

Por tanto, como aproximación empírica, se ha estudiado a los mayores de 65 años, sin distinción de su situación laboral (si está jubilados o no) ya que el porcentaje de ocupados es muy bajo en las diferentes fuentes consultadas, por lo que, en realidad, al trabajar con los datos de la población de más de 65 años se está estudiando básicamente a los jubilados.

GRÁFICO 22 Porcentaje de ocupados de más de 65 años respecto total población por fuente consultada:

CIS 2018	1,1%
EVS 1999	4,4%
EVS 2008	2,5%
EVS 2018	5,7%
HC 2006	2,7%
HC 2010	2%
HC 2014	1,7%
HC 2018	2,7%

Fuente: elaboración propia. CIS 2018= barómetro CIS junio 2018; EVS=Encuesta europea de valores olas 1999, 2008 y 2018; HC=Encuesta hábitos culturales ediciones 2006, 2010, 2014, 2018

Una vez aclarado este punto, se muestra a continuación qué fuentes se van a utilizar y de qué manera se explotan para cubrir los objetivos descritos:

Para lograr los objetivos de conocer la evolución de los valores del colectivo senior, evidenciar el proceso de transformación de los senior y mostrar la comparativa entre los senior jóvenes y los senior mayores, se ha realizado una explotación original de los datos para España de la Encuesta Europea de Valores, en adelante EVS. Se han analizado las olas de 1990, 1999, 2008 y 2018 respecto a los valores relacionados con la importancia otorgada al ocio, al trabajo ,el sentimiento de felicidad y la valoración del estado de salud de los senior. El análisis de los datos de las distintas olas ofrece una perspectiva longitudinal y permite determinar la evolución de la influencia que factores como la valoración del estado de salud, el nivel de estudios, el sentimiento de felicidad o la importancia otorgada al ocio y al trabajo suponen en las actividades de ocio. La evolución de los datos en sucesivas olas mostrará de qué manera y a qué velocidad los jubilados incorporan nuevas actitudes y valores y si se producen o no cambios en las mentalidades.

Con el objetivo de describir los hábitos de ocio y culturales de los mayores de 65 años y la generación inmediatamente anterior (presenior) y conocer la influencia del relevo generacional en cuanto a los hábitos culturales de los senior, se ha recurrido a una re-

explotación ad hoc de las bases de datos de las distintas olas de la “Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España”, en adelante EHPC, elaborada por el Ministerio de Cultura y Deporte y perteneciente al Plan Estadístico Nacional. Se ha recurrido a esta fuente por varios motivos: en primer lugar porque los hábitos culturales son un indicador del consumo de ocio, en segundo lugar porque es la encuesta más reciente en cuanto a hábitos culturales en España (última ola 2018-2019, publicada en noviembre de 2019), en tercer lugar porque se han conseguido las bases de datos originales, se han fusionado en una sola, lo que ha permitido trabajar con las distintas olas de 2006-2007/2010-2011/2014-2015 y 2018-2019 y realizar una explotación inédita que nos permite ver la evolución en el tiempo de distintos grupos generacionales antes y después de su jubilación, permitiendo además la realización de valiosos cruces entre sexo y edad no disponibles en la base de datos original. La fusión de las bases de datos ha permitido la realización de análisis longitudinales (que no son muy comunes, en los estudios disponibles, por falta de datos longitudinales de los mayores de 65 años) y además han podido realizarse análisis generacionales. Por último, la EHPC en España cuenta con una generosa muestra de individuos mayores de 65 años en cada una de sus olas difícil de encontrar en otras fuentes de datos secundarias.

En el Gráfico 23 se muestra el número total de casos en cada ola (número total de casos válidos de la muestra para cada ola). Como puede apreciarse el número de casos válidos para cada una de las olas de los grupos de edad entre 65 y 74 años y de 75 años y más es bastante consistente.

GRÁFICO 23: Número de personas mayores de 65 años en cada ola de la EHPC

Grupo de edad	Ola			
	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2017-2018
65-74 años	1.626	1.489	1.762	1.897
más de 75 años	1.442	1.582	1.558	1.667
Total población	14.822	14.486	15.154	15.455

Fuente: elaboración propia. EHPC=Encuesta de Hábitos y Prácticas culturales

Por último, con el objetivo de mostrar la magnitud de la relación entre valores y actitudes frente al ocio en el colectivo y constatar si el nivel de estudios o género influyen en las tendencias entre valores y comportamientos de ocio, se ha realizado una encuesta on line,

no probabilística, en la que se ha comparado por distintos grupos de edad (presenior y senior), sexo y nivel de estudios la relación entre valores con actitudes y comportamientos de actividades de ocio. La realización del cuestionario ad-hoc ha permitido establecer la relación entre los valores y el consumo cultural, permitiendo además el incluir otras variables como la percepción subjetiva del estado de salud, o factores como el uso del WhatsApp que no se encontraban reflejados en la EHPC.

El hecho del comparar las actitudes frente al ocio de los senior y los presenior permite anticipar algunos comportamientos de la generación de los baby-boomers cuando lleguen a la jubilación, ya que se anticipan cambios importantes en relación a las actitudes frente al ocio y a la tipología de actividades de ocio. El cuestionario se ha realizado on line y vía WhatsApp en Abril de 2020, obteniéndose un total de 411 respuestas válidas.

Se explican a continuación las características técnicas básicas de las dos fuentes secundarias utilizadas (Encuesta Europea de Valores y Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España y EVS) así como el análisis estadístico realizado en cada una de ellas.

7.1. Encuesta europea de valores

Breve reseña metodológica

La Encuesta Europea de Valores (EVS) es un proyecto de investigación a gran escala, internacional y longitudinal sobre los valores humanos. Proporciona información sobre las ideas, creencias, preferencias, valores y opiniones en relación a la familia, el trabajo, la religión, la política y sociedad de los ciudadanos europeos. La EVS comenzó en 1981, cada nueve años, la encuesta se repite en un número variable de países. Los análisis relativos a las olas de 1981, 1990, 1999 y 2008 de Europa Occidental y Central muestran que se está produciendo una profunda transformación de la cultura moderna, aunque no a la misma velocidad en todos los países. Aparentemente, los cambios culturales y sociales parecen depender de la etapa de desarrollo socioeconómico y de factores históricos específicos de una nación determinada. Con la última ola, la de 2017 se busca

además analizar de qué manera las crisis económicas impactan en los valores de los europeos.

1. Objeto de estudio

La población objeto de estudio son los mayores de 18 años en adelante residentes en viviendas familiares.

2. Modo de recopilación de datos

Entrevista cara a cara. En 2017 se ha presentado el modo mixto como experimento

3. Tamaño de la muestra:

Tamaño efectivo 1000 en 1981; 1500 en 2008; 1200 en 2017

4. Muestreo:

Muestra representativa probabilística.

Para el EVS 2017 se utilizó un muestreo representativo de una sola etapa o en varias etapas de la población adulta del país de 18 años o más. El tamaño de la muestra se fijó como tamaño efectivo en 1200 individuos para los países con una población superior a 2 millones, 1000 individuos para los países con una población inferior a 2 millones de habitantes.

En el caso de España para la ola de 2017 el trabajo de campo se realizó entre el Noviembre de 2017 y Enero de 2018, la forma de recolectar datos es CAPI y la muestra de 1.209 personas.

Análisis estadístico

Se ha procedido a la explotación de datos de las cuatro últimas olas disponibles para España, esto es datos de 1990, 1999, 2009 y 2018.

Se ha realizado una comparativa entre la población de más de 65 años con el total de la población, dado que el número de personas de más de 65 años es relativamente pequeño como se aprecia en el Gráfico 24.

GRÁFICO 24: Número de personas mayores de 65 años vs total por ola

Ola	65 y +	Total
1990	273	2637
1999	228	1200
2008	364	1500
2017	296	1211

Fuente: elaboración propia datos EVS

Una vez realizados los test de significación de las muestras, se ha procedido a realizar el análisis de la evolución de una serie de variables, sumando los resultados obtenidos de muy+bastante de las siguientes variables:

-Importancia otorga al trabajo: muy importante, bastante importante, no muy importante, nada importante, NS/NC

-Importancia otorgada al ocio: muy importante, bastante importante, no muy importante, nada importante, NS/NC

Se han sumado los datos de muy feliz y feliz de la variable escala de felicidad: muy feliz, bastante feliz, no muy feliz, nada feliz, NS/NC.

Se han sumado los datos muy buena+ buena de la variable “describa su estado de salud en estos días: muy buena, buena, regular, mala, muy mala, NS/NC

Se han obtenido también los datos de la edad a la que dejaron los estudios y el estado civil.

Los hallazgos relativos a la explotación de la EVS se encuentran en el capítulo cinco de la presente tesis.

7.2 Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España

Breve reseña metodológica

Dado que la metodología es la misma en las distintas olas que se han utilizado para la realización de este trabajo, se detallarán a continuación, y de manera esquemática, las

principales características metodológicas comunes a todas ellas obtenida de las notas metodológicas de cada ola:

La EHPC en España es una investigación por muestreo dirigida a una muestra de 16 mil personas de 15 años en adelante residentes en España. Pertenece al Plan Estadístico Nacional.

1. Objetivos de la encuesta

Disponer de indicadores sobre el interés, la frecuencia y la intensidad de determinadas prácticas culturales de los españoles relacionadas con los museos, galerías de arte, archivos y monumentos; la lectura de libros y de publicaciones periódicas y las bibliotecas; las artes escénicas y musicales: teatro, ópera, zarzuela, ballet/danza y circo; música clásica y música actual; el sector audiovisual: cine y contenidos audiovisuales, música grabada, vídeo, televisión y radio; las nuevas tecnologías: ordenador, tablet e Internet, así como otras actividades relacionadas con la cultura o con el tiempo libre

2. Unidad a investigar

La unidad a investigar es la persona de 15 años en adelante residente en viviendas familiares.

3. Ámbito de la investigación

Todo el territorio nacional, incluyendo Ceuta y Melilla.

4. Periodo de referencia

El periodo de referencia de los resultados es múltiple. Los periodos de referencia más frecuentemente utilizados son el trimestre y el año. La recogida de información individual se realizó en los meses siguientes a cada uno de los cuatro periodos trimestrales a los que se refiere la mayor parte de la información. Los periodos de referencia trimestrales comprenden, en su conjunto, un año natural entre los años que se realiza la encuesta (por ejemplo, 2018 y 2019) y concretamente, en cada ola los periodos que van de marzo del primer año (por ejemplo 2018) a febrero del segundo (por ejemplo 2019) correspondiendo a trimestres no naturales. Así, los trimestres quedan definidos de la forma siguiente para cada ola: de marzo a mayo; de junio a agosto; de septiembre a noviembre; de diciembre a febrero.

5. Tipo de muestreo

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

Las unidades de muestreo de cada etapa son las siguientes:

- Unidades de primera etapa: secciones censales
- Unidades de segunda etapa: población de 15 años en adelante.

6. Tamaño de la muestra. Afijación

El tamaño de la muestra teórica se situó, aproximadamente, en 16.500 unidades de segunda etapa, personas de 15 años en adelante. Los tamaños muestrales de primera etapa vinieron condicionados por el número medio de entrevistas por sección, que se fijó en 14 por razones de coste y eficacia.

La afijación de las unidades de segunda etapa en cada una de las distintas comunidades autónomas se realizó mediante un criterio de compromiso entre la afijación uniforme y la proporcional. Inicialmente se asignaron 450 unidades por comunidad autónoma y las unidades restantes se repartieron proporcionalmente al total de personas de 15 años en adelante en cada una de ellas según los datos de población obtenidos de las cifras disponibles correspondientes a octubre de los años 2006, 2010, 2014 y 2018 en cada ola

GRÁFICO 25. Unidades en la muestra teórica y estimaciones del error de muestreo

Ola	Unidades en la muestra (n)	Error de muestreo (p=q=0.5) en %	Margen de error (Confianza 95%)
2006-2007	16.408	0,42	0,84
2010-2011	16.408	0,43	0,85
2014-2015	16.576	0,42	0,84
2018-2019	16.520	0,42	0,84

Fuente: elaboración propia a partir notas metodológicas EPHC

Análisis estadístico

Para realizar la explotación de la base de datos, se solicitaron los microdatos de cada ola (2006-2007, 2010-2011, 2014-2015, 2018-2019) con sus correspondientes diseños de registro. Estos datos no estaban fusionados y se han fusionado para esa tesis con gran laboriosidad, ya que ha habido que homogeneizar variables y diseños de registro. Se solicitaron los microdatos porque con los datos abiertos disponibles no se podían realizar análisis críticos para la elaboración de esta tesis, tales como los análisis realizados por segmento de edad (pudiendo distinguir subgrupos de senior jóvenes y senior mayores) y los análisis cruzados grupo de edad/sexo no disponibles en abierto. La utilización de los microdatos ha permitido la explotación de las bases de datos de una forma inédita, además de los cruces mencionados de sexo y edad, se han realizado análisis generacionales así como análisis de la evolución de los sujetos a lo largo del tiempo.

Una vez recibidos los ficheros de microdatos correspondientes a las olas 2006, 2010, 2014 y 2018 se analizaron los cuatro diseños de registro recibidos con el objetivo de depurar, analizar y seleccionar aquellas variables con respuestas idénticas en las cuatro olas (homogeneización de la información para permitir la fusión de dichos ficheros). Una vez seleccionadas, tras diversas depuraciones, se realizó una homogeneización y se renombraron un conjunto de variables seleccionadas, por su interés intrínseco y sus posibilidades potenciales de comparación entre diversas olas. Se crearon los ficheros nuevos de sintaxis en SPSS para cada ola y finalmente se fusionaron las cuatro olas en un único fichero de SPSS con un total de 304 variables. Con el nuevo fichero fusionado de SPSS, se transformaron una serie de variables críticas, relacionadas con los hábitos culturales, se crearon los grupos generacionales objeto de estudio y se procedió a realizar el análisis estadístico del nuevo fichero de datos.

Se eligió realizar el análisis longitudinal para que nos permitiese ver de alguna manera la evolución de los hábitos culturales en los mayores de 65 años, y ver en qué medida determinados hábitos corresponden a la generación a la que se pertenece y se mantienen en el tiempo, si existe algún cambio en los hábitos culturales ocasionado por el punto de inflexión que supone la jubilación y por último en qué medida el entorno influye en los hábitos culturales.

Con el fichero definitivo se ha realizado una explotación de los datos comparando el total de la población con los mayores de 65 años en las siguientes áreas:

-Interés y práctica (los que lo hicieron el último año) de la lectura en general, leer libros por otras razones que no sean trabajo o estudios, leer periódicos, museos, cine, teatro, artes escénicas, música en general.

-Frecuencia y tiempo dedicado al uso de ordenador, internet, lectura, práctica deportiva, medios de comunicación (TV y radio)

-Otras actividades realizadas en el último año pintar o dibujar, hacer fotografía, ir a un centro cultural, visitar una feria, ir a espectáculos deportivos.

En aquellas variables en las que se han detectado mayores diferencias entre la población senior y el total de la población, se han procedido a obtener los datos relativos interés y práctica de actividades, frecuencia y tiempo dedicado a y actividades realizadas en el último año por generación, para ello, como se ha comentado, previamente se han creado grupos generacionales en función del año de nacimiento. En el Gráfico 26 se muestran los grupos generacionales establecidos y el número de personas por ola y generación. Uno de los motivos por los que se elige realizar la re-explotación ad-hoc de esta encuesta, además de por lo reciente de sus datos, es por su solidez muestral. Si 400 casos se considera un mínimo aceptable para que una muestra tenga relevancia estadística, como se muestra en el Gráfico 26, en cada una de las olas y para cada generación se recogen más de 1.500 casos válidos (salvo en la ola de 2006 para los nacidos a partir de 1990 en el que apenas se recogen 371 casos).

Además de la comparativa entre los mayores de 65 años y el total de la población, se han obtenido los datos de esas mismas variables por género para indagar si, independientemente de la generación, existen diferencias significativas por sexo en los integrantes de cada generación.

GRÁFICO 26. Grupos generacionales

	Ola				Total
	2006-07	2010-11	2014-15	2017-18	
generaciones H. 1939	2.724	2.116	1.558	1.117	7.515
1940-49	1.874	1.702	1.762	1.627	6.965
1950-59	2.217	2.121	2.130	2.174	8.642
1960-69	2.784	2.610	2.756	2.735	10.885
1970-79	2.612	2.761	3.023	2.997	11.393
1980-89	2.240	1.984	2.088	2.238	8.550
1990 y +	371	1.192	1.837	2.567	5.967
Total	14.822	14.486	15.154	15.455	59.917

Fuente: elaboración propia con datos de la EHPC

Los datos para 2018 de la EHPC señalan, como se vio en el Gráfico 22, que un 2,7% de los mayores de 65 años son ocupados, se están incluyendo por tanto en el trabajo empírico a los que en el año 2018 cumplen 65 años, podría estar trabajando una parte de los que cumplen 65 años en 2018 pero sería mínima, según datos de la OCDE, en 2018, la edad efectiva de jubilación de los hombres fue de 62,1 años, mientras que la de las mujeres fue de 61.

Los resultados del análisis estadístico correspondiente a la explotación de la EHPC en España, principales hallazgos y conclusiones se muestran en el capítulo nueve de la presente tesis.

7.3 Encuesta ad-hoc

Se ha diseñado y aplicado una encuesta ad-hoc con el objetivo de confirmar tendencias y pautas de transformación en cuanto a valores relacionados con el ocio y el trabajo, así como determinadas actitudes frente a la jubilación en la generación senior de hoy (más de 65 años) y la generación presenior (55-64 años).

Reseña metodológica

Se ha realizado un muestreo no probabilístico por bola de nieve, enviando la encuesta a través de Google Forms vía mail y vía WhatsApp a las redes de contactos. No se realizó

un muestreo probabilístico ya que lo que se pretendía comparar los distintos grupos de edad así como detectar diferencias por sexo o nivel de estudios y clase social y no tanto el conseguir una muestra representativa de toda España. El objetivo era el conseguir 100 entrevistas por cada grupo de edad, sabiendo que, por dificultades de acceso técnico, la población de más de 75 años iba a estar probablemente infrarrepresentada. La encuesta se lanzó en Abril de 2020 y las respuestas fueron recibiendo a lo largo de los meses de Abril y Mayo de 2020, se obtuvieron un total de 411 entrevistas válidas para su explotación.

En el cuestionario se pregunta por valores relacionados con el ocio, el trabajo y la familia y por hábitos de ocio, siguiendo el mismo esquema utilizado en la explotación de las EHPC y la EVS. Se incluyen además preguntas relacionadas con la jubilación (en cuanto a actitudes a la hora de enfrentarse a la jubilación), preguntas relacionadas con el estado de salud y su percepción sobre algún tipo de limitación y en el área de hábitos culturales se incorpora una pregunta relacionada con el uso de WhatsApp ya que no estaba recogida en la EHPC. El cuestionario íntegro de muestra a continuación:

CUESTIONARIO AD-HOC

P1a. ¿Qué edad tiene?

1. De 55 a a 64 años.
2. De 65 o más años

P1b. Indique por favor su edad exacta en números _____ (solo números, no usar letras)

P2. ¿Cuál de estas define mejor su situación ocupacional actual? (antes del coronavirus)

1. Estoy trabajando
2. Estoy jubilado/a
3. Estoy prejubilado/a
4. Estoy sin trabajo pero buscándolo activamente
5. Recibo una prestación contributiva
6. Recio una prestación no contributiva
7. Labores del hogar
8. Otra situación

P3. Dígame por favor qué grado de importancia tiene en su vida cada uno de los siguientes aspectos

3.a Familia:

- 4.-Muy importante
- 3.-Bastante Importante
- 2.-No muy importante
- 1.-Nada importante

3.b Amigos

- 4.-Muy importante
- 3.-Bastante Importante
- 2.-No muy importante
- 1.-Nada importante

3.c Tiempo libre

- 4.-Muy importante
- 3.-Bastante Importante
- 2.-No muy importante
- 1.-Nada importante

3.d Trabajo

- 4.-Muy importante
- 3.-Bastante Importante
- 2.-No muy importante
- 1.-Nada importante

3.e Religión

- 4.-Muy importante
- 3.-Bastante Importante
- 2.-No muy importante
- 1.-Nada importante

3.f Política

- 4.-Muy importante
- 3.-Bastante Importante
- 2.-No muy importante
- 1.-Nada importante

P4. En líneas generales, ¿diría que es...

- 4-Muy feliz
- 3-Bastante feliz
- 2-No muy feliz
- 1-Nada feliz

P5a. (Responda si está jubilado) ¿Diría que actualmente es más o menos feliz que antes de su jubilación?

- 5-Soy mucho más feliz que antes
- 4-Soy algo más feliz que antes
- 3-Soy más o menos igual de feliz
- 2-Soy algo menos feliz que antes
- 1-Soy mucho menos feliz que antes

P5b. (Responda si no está jubilado) ¿Diría que cuando se jubile será más o menos feliz que ahora?

- 5-Seré mucho más feliz que ahora
- 4-Seré algo más feliz que ahora
- 3-Seré más o menos igual de feliz
- 2-Seré algo menos feliz que ahora
- 1-Seré mucho menos feliz que ahora

P6. En general, ¿cómo describiría su estado de salud actual?

- 4-Muy bueno
- 3-Bueno
- 2-Regular
- 1-Malo

P7. ¿Posee alguna limitación que le dificulte o impida realizar alguna de las siguientes tareas cotidianas? Indique cuales y en qué medida si tuviese alguna.

P7a. Vestirme por mí solo/a

- 1-Ninguna limitación
- 2-Una limitación ligera
- 3-Una limitación moderada
- 4-Una limitación severa

P7b. Hacer las tareas de la casa

- 1-Ninguna limitación
- 2-Una limitación ligera
- 3-Una limitación moderada
- 4-Una limitación severa

P7c. Caminar, dar paseos

- 1-Ninguna limitación
- 2-Una limitación ligera
- 3-Una limitación moderada
- 4-Una limitación severa

P7d. Desempeñar un trabajo

- 1-Ninguna limitación
- 2-Una limitación ligera
- 3-Una limitación moderada
- 4-Una limitación severa

P7e. Oír bien

- 1-Ninguna limitación
- 2-Una limitación ligera
- 3-Una limitación moderada
- 4-Una limitación severa

P7f. Leer

- 1-Ninguna limitación
- 2-Una limitación ligera
- 3-Una limitación moderada
- 4-Una limitación severa

P8. Dígame a continuación cuál es su nivel de satisfacción con cada uno de los siguientes aspectos de su vida. Use una escala de 0 a 10 en la que 10 significa que está completamente satisfecho y 0 significa que está completamente insatisfecho.

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

P8a.-Su situación económica actual

P8b. Sus relaciones familiares

P8c.-Sus relaciones con amigos

P8d. El uso que hace de su tiempo libre

P9. He aquí una serie de frases que se pueden aplicar o no a la jubilación. Dígame en qué medida está usted de acuerdo o en desacuerdo con cada una de estas.

P9a. Es una pena tener que dejar de trabajar

- 4-Muy de acuerdo
- 3-Más bien de acuerdo
- 2-Más bien en desacuerdo
- 1-Muy en desacuerdo

P9b. Mi poder adquisitivo es/será mucho menor que antes

- 4-Muy de acuerdo
- 3-Más bien de acuerdo
- 2-Más bien en desacuerdo
- 1-Muy en desacuerdo

P9c. Siento que ya no soy una persona útil

- 4-Muy de acuerdo
- 3-Más bien de acuerdo
- 2-Más bien en desacuerdo
- 1-Muy en desacuerdo

P9d. No sé qué hacer con mi tiempo, me aburro

- 4-Muy de acuerdo
- 3-Más bien de acuerdo
- 2-Más bien en desacuerdo
- 1-Muy en desacuerdo

P9e. Ahora aprovecho el tiempo para hacer muchas cosas que antes no podía

- 4-Muy de acuerdo
- 3-Más bien de acuerdo
- 2-Más bien en desacuerdo
- 1-Muy en desacuerdo

P9f. Hace que te relaciones más con otras personas

- 4-Muy de acuerdo
- 3-Más bien de acuerdo
- 2-Más bien en desacuerdo
- 1-Muy en desacuerdo

P9g. Es una etapa de la vida muy interesante

- 4-Muy de acuerdo
- 3-Más bien de acuerdo
- 2-Más bien en desacuerdo
- 1-Muy en desacuerdo

P10. Aquí tiene una lista de cualidades que se pueden inculcar en los niños en el hogar ¿Cuáles considera especialmente importantes? (seleccione un máximo de cinco)

P10a Independencia

- 1-Importante
- 0-No menciona

P10b Esfuerzo en el trabajo

- 1-Importante
- 0-No menciona

P10c Sentido de la responsabilidad

- 1-Importante
- 0-No menciona

P10d Imaginación

- 1-Importante
- 0-No menciona

P10e Tolerancia y respeto a los demás

- 1-Importante
- 0-No menciona

P10f Sobriedad y espíritu de ahorro

- 1-Importante
- 0-No menciona

P10g Determinación, perseverancia

- 1-Importante
- 0-No menciona

P10h Fe religiosa

1-Importante
0-No menciona

P10i Generosidad, altruismo

1-Importante
0-No menciona

P10j Obediencia

1-Importante
0-No menciona

P10k Autoexpresión

1-Importante
0-No menciona

P.11. ¿Podría decirme en qué medida describen las siguientes frases su forma de ser? Utilice una escala en la que el 0 significa “no describe en absoluto su forma de ser” y el 10 “sí, la describe perfectamente”. 0-10

- a. Le gusta hacer cosas arriesgadas, solo por el placer que eso supone.
- b. Suele estar abierto/a a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar.
- d. Valora mucho a las personas que cuestionan las formas tradicionales de actuar.
- e. Intenta aprender nuevas cosas continuamente, procura que el aprendizaje sea su estilo de vida.
- f. Prefiere hacer las cosas importantes por sí mismo/a, sin mucha ayuda de los/as demás.

P12. ¿Cómo calificaría su interés en las siguientes actividades?

0 Ningún interés 9 Máximo interés

- 12.a Leer libros no relacionados con el trabajo o estudios.
- 12.b Leer periódicos.
- 12.c Ir a Museos.
- 12.d Ir a exposiciones.
- 12.e Ver películas/series en casa.
- 12 f Ir al cine.
- 12.g Ir al Teatro.
- 12.h Escuchar música.
- 12.i. Navegar por internet.
- 12.j. Utilizar el whatsapp

P13. En el último año podría decirme si (marcar todo lo que proceda)

13a Visito museos

1 Menciona 0 No menciona

13b Fue a exposiciones

1 Menciona 0 No menciona

13c Fue al teatro

1 Menciona 0 No menciona

13d Fue al cine

1 Menciona 0 No menciona

13e Fue a algún concierto de música

1 Menciona 0 No menciona

13f Fue a un centro cultural

1 Menciona 0 No menciona

13g Asistió a una conferencia

1 Menciona 0 No menciona

13h Fue a espectáculos deportivos

1 Menciona 0 No menciona

13i Participó en una fiesta popular

1 Menciona 0 No menciona

P14. Práctica deportiva.

P14a. ¿Suele practicar deporte?

1 Menciona 0 No menciona

P14b. ¿con qué frecuencia?

5 Diariamente

4 Al menos una vez por semana

3 Al menos una vez al mes

2 Con menos frecuencia

1 Nunca

P15 a. ¿Suele leer libros no relacionados con el trabajo o estudios?.

1 Menciona 0 No menciona

P15b. ¿con qué frecuencia?

5 Diariamente

4 Al menos una vez por semana

3 Al menos una vez al mes

2 Con menos frecuencia

1 Nunca

P16a. Suele leer periódicos.

1 Menciona 0 No menciona

P16b. ¿con qué frecuencia?

5 Diariamente

4 Al menos una vez por semana

3 Al menos una vez al mes

2 Con menos frecuencia

1 Nunca

P17a. Suele ver películas/series en casa.

1 Menciona 0 No menciona

P17b. ¿con qué frecuencia?

5 Diariamente
4 Al menos una vez por semana
3 Al menos una vez al mes
2 Con menos frecuencia
1 Nunca

P18a Suele Ir al cine.

1 Menciona 0 No menciona

P18b. ¿con qué frecuencia?

5 Diariamente
4 Al menos una vez por semana
3 Al menos una vez al mes
2 Con menos frecuencia
1 Nunca

P19a. Suele escuchar música.

1 Menciona 0 No menciona

P19b. ¿con qué frecuencia?

5 Diariamente
4 Al menos una vez por semana
3 Al menos una vez al mes
2 Con menos frecuencia
1 Nunca

P20a. Suele Navegar por internet.

1 Menciona 0 No menciona

P20b. ¿con qué frecuencia?

5 Diariamente
4 Al menos una vez por semana
3 Al menos una vez al mes
2 Con menos frecuencia
1 Nunca

P21a. Suele usar el Whatsapp.

1 Menciona 0 No menciona

P21b. ¿con qué frecuencia?

- 5 Diariamente
- 4 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez al mes
- 2 Con menos frecuencia
- 1 Nunca

D1. Indique por favor su sexo:

- 1 Varón
- 2 Mujer

D2. Indique su nivel de estudios.

- 1 No terminó la primaria
- 2 Estudios primarios (EGB o similar, antiguo bachiller)
- 3 FP1
- 4 FP2
- 5 Bachiller superior (BUP/COU)
- 6 Diplomado o grado universitario
- 7 Licenciado, arquitecto, ingeniero, máster, doctorado

D3. Indique su estado civil

- 1. Soltero
- 2. Casado
- 3. Viudo
- 4. Divorciado o separado
- 5. En pareja

D4. ¿A qué clase social diría que pertenecen usted y su familia?

- 5 Alta
- 4 Media Alta
- 3 Media Media
- 2 Media baja
- 1 Baja

D5. En relación con sus ingresos, ¿con qué grado de facilidad o dificultad llegan a fin de mes en su hogar?

- 1. Con mucha dificultad
- 2. Con dificultad
- 3. Con alguna dificultad
- 4. Con alguna facilidad
- 5. Con facilidad
- 6. Con mucha facilidad

D6. Indique por favor su lugar de residencia

- 1. En un pueblo
- 2. En una ciudad pequeña
- 3. En una ciudad mediana
- 4. En una ciudad grande

D7. Señale por favor su comunidad autónoma de residencia

- 1- Andalucía
- 2- Aragón
- 3- Asturias
- 4- Baleares
- 5- Canarias
- 6- Cantabria
- 7- Castilla La Mancha
- 8- Castilla y León
- 9- Cataluña
- 10- Comunidad Valenciana
- 11- Extremadura
- 12- Galicia
- 13- Madrid
- 14- Murcia
- 15- Navarra
- 16- País Vasco
- 17- La Rioja
- 18- Ceuta
- 19- Melilla

Se han realizado una serie de equilibrajes de la muestra con el objetivo de corregir desviaciones y aproximar su distribución, en la medida de lo posible, a parámetros poblacionales. Se han ponderado por cuotas directas las comunidades autónomas en cuatro tramos: Madrid, norte-centro, sur y este. La ocupación por si están ocupados o no y la clase social por alta, media y baja. También se ha equilibrado por sexo y por edad.

En el Gráfico 27 se muestran las cuotas que finalmente se han utilizado (cuotas teóricas o ponderadas, en amarillo) y al lado las cuotas de la muestra sin ponderar (cuotas reales) para cada variable ponderada. Para las ponderaciones se han utilizado los datos de la Encuesta de Población Activa y del Padrón relativos al primer trimestre de 2020 publicados en el INE.

GRÁFICO 27: Cuotas teóricas y cuotas reales

			Cuotas teóricas	Cuotas reales
VARIABLES: edad, sexo y estudios				
Edad	Sexo	Estudios		
55-64	1	1	13	5
55-64	1	2	49	25
55-64	1	3	25	65
55-64	2	1	16	18
55-64	2	2	52	29
55-64	2	3	24	106
65-74	1	1	17	5
65-74	1	2	29	8
65-74	1	3	15	73
65-74	2	1	25	9
65-74	2	2	33	8
65-74	2	3	12	31
75y+	1	1	29	3
75y+	1	2	14	1
75y+	1	3	9	23
75y+	2	1	53	17
75y+	2	2	19	4
75y+	2	3	7	11
Total			441	441
Variable: Comunidad Autónoma				
Madrid			59	279
Sur			104	51
Este			138	38
Norte Centro			140	73
Total			441	441
Variable. Ocupados				
Sí			105	197
No			336	244
Total			441	441
Variable: Clase				
alta1				6
alta2			13	89
alta3				84
media1				4
media2			210	65
media3				63
baja1				3
baja2			218	56
baja3				71
Total			441	441

Fuente: elaboración propia

Análisis estadístico

Los hallazgos relativos a la explotación estadística de la encuesta se encuentran recogidos en el capítulo 10 de la presente tesis.

Para la explotación estadística de la encuesta se han creado una serie de índices, utilizando el programa estadístico SPSS, que correlacionan claramente los valores con las actitudes y comportamientos. Para la construcción de dichos índices se ha realizado un análisis factorial de componentes principales creando una variable única (índice) con el procedimiento de la matriz de componentes principales. Se elige este procedimiento para estudiar las relaciones entre una serie de variables correlacionadas (en este caso las variables son las preguntas en la encuesta relativas a una serie de temas), transformando este conjunto original en otros conjuntos de variables incorreladas entre sí (la matriz de componentes principales). Los nuevos índices o variables son combinaciones lineales de las variables anteriores, en las comunalidades de cada índice nuevo se refleja la variabilidad explicada por cada variable (en este caso preguntas de la encuesta).

Para cada uno de los índices se ha obtenido la KMO (si el valor está entre 0,6 y 0,7 nos indica que existe una aceptable adecuación muestral para el análisis factorial), la prueba de esfericidad de Barlett (cuanto mayor es el dato, más adecuado es el análisis factorial) y la matriz de componentes principales que nos muestra la variabilidad explicada por cada componente

Los índices que se han creado son: uno relacionado con los valores y en concreto con la apertura a los cambios, otro , relativo también a los valores que relaciona la ética tradicional frente a la individual, un tercer índice respecto a las actitudes frente a la jubilación, un cuarto índice de interés hacia las actividades de ocio, otro que cuantifica la práctica de actividades y por último se han creado cuatro índices que diferencian cuatro tipo de ocio distintos (el tecnológico, el cultural, lectura y deporte y el ocio pasivo)

A continuación se adjuntan la matriz de componentes de cada índice y las comunalidades de cada uno de ellos.

GRÁFICO 28. Índice de actitud frente a la jubilación

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,615
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	909,041
	gl	15
	Sig.	,000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
P9a. Es una pena tener que dejar de trabajar	1,000	,516
P9c. Siento que ya no soy una persona útil	1,000	,779
P9d. No sé que hacer con mi tiempo, me aburro	1,000	,857
P9e. Ahora aprovecho el tiempo para hacer muchas cosas que antes no podía	1,000	,144
P9f. Hace que te relaciones más con otras personas	1,000	,243
P9g. Es una etapa de la vida muy interesante	1,000	,002

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
P9d. No sé que hacer con mi tiempo, me aburro	2,541	42,357	42,357	2,541	42,357	42,357
P9c. Siento que ya no soy una persona útil	1,681	28,023	70,380			
P9a. Es una pena tener que dejar de trabajar	,846	14,106	84,485			
P9f. Hace que te relaciones más con otras personas	,541	9,019	93,505			
P9e. Ahora aprovecho el tiempo para hacer muchas cosas que antes no podía	,224	3,732	97,237			
P9g. Es una etapa de la vida muy interesante	,166	2,763	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes^a

	Componente
	1
P9d. No sé que hacer con mi tiempo, me aburro	,926
P9c. Siento que ya no soy una persona útil	,883
P9a. Es una pena tener que dejar de trabajar	,718
P9f. Hace que te relaciones más con otras personas	,493
P9e. Ahora aprovecho el tiempo para hacer muchas cosas que antes no podía	,379
P9g. Es una etapa de la vida muy interesante	-,040

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Fuente: elaboración propia

KMO (0,692) y la prueba de esfericidad de Bartlett confirman la adecuación del análisis factorial de componentes principales.

La matriz de componentes refleja que el componente 9d. “No sé qué hacer con mi tiempo, me aburro”, el 9c. “Siento que ya no soy una persona útil” y el 9a “Es una pena tener que dejar de trabajar” explica un 84,485 de la varianza acumulada.

GRÁFICO 29: Índice ética tradicional vs individual

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,572
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	517,233
	gl	21
	Sig.	,000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
P10. Independencia	1,000	,551
P10. Esfuerzo en el trabajo	1,000	,671
P10. Sentido de la responsabilidad	1,000	,170
P10. Imaginación	1,000	,433
P10. Determinación, perseverancia	1,000	,214
P10. Fe religiosa	1,000	,000
P10. Generosidad, altruismo	1,000	,160

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
P10. Esfuerzo en el trabajo	2,199	31,417	31,417	2,199	31,417	31,417
P10. Independencia	1,265	18,078	49,495			
P10. Imaginación	1,139	16,271	65,766			
P10. Determinación, perseverancia	,944	13,485	79,251			
P10. Sentido de la responsabilidad	,656	9,366	88,617			
P10. Generosidad, altruismo	,450	6,435	95,053			
P10. Fe religiosa	,346	4,947	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes^a

	Componente
	1
P10. Esfuerzo en el trabajo	,819
P10. Independencia	-,742
P10. Imaginación	-,658
P10. Determinación, perseverancia	,463
P10. Sentido de la responsabilidad	,412
P10. Generosidad, altruismo	,400
P10. Fe religiosa	-,010

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos

Fuente: elaboración propia

KMO (0,572) y la prueba de esfericidad de Bartlett confirman la adecuación del análisis factorial de componentes principales.

La matriz de componentes refleja que los componentes “Esfuerzo en el trabajo”, “Independencia” e “Imaginación” explican un 65,766 de la varianza acumulada.

GRÁFICO 30: Índice de interés en actividades

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,752
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	2393,723
	gl	45
	Sig.	0,000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
12.a Leer libros no relacionados con el trabajo o estudios.	1,000	,114
12.b Leer periódicos.	1,000	,256
12.c Ir a Museos.	1,000	,669
12.d Ir a exposiciones.	1,000	,604
12.e Ver películas/series en casa.	1,000	,239
12.f Ir al cine.	1,000	,724
12.g Ir al Teatro.	1,000	,450
12.h Escuchar música.	1,000	,523
12.i Navegar por internet.	1,000	,417
12.j Utilizar el whatsapp	1,000	,307

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
12.f Ir al cine.	4,303	43,034	43,034	4,303	43,034	43,034
12.c Ir a Museos.	1,561	15,615	58,649			
12.d Ir a exposiciones.	1,336	13,364	72,013			
12.h Escuchar música.	,752	7,523	79,536			
12.g Ir al Teatro.	,631	6,309	85,845			
12.i Navegar por internet.	,478	4,778	90,623			
12.j Utilizar el whatsapp	,366	3,657	94,280			
12.b Leer periódicos.	,285	2,853	97,133			
12.e Ver películas/series en casa.	,194	1,941	99,074			
12.a Leer libros no relacionados con el trabajo o estudios.	,093	,926	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes^a

	Componente
	1
12.f Ir al cine.	,851
12.c Ir a Museos.	,818
12.d Ir a exposiciones.	,777
12.h Escuchar música.	,723
12.g Ir al Teatro.	,671
12.i Navegar por internet.	,646
12.j Utilizar el whatsapp	,554
12.b Leer periódicos.	,506
12.e Ver películas/series en casa.	,489
12.a Leer libros no relacionados con el trabajo o estudios.	,337

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 1 componentes extraídos

KMO (0,752) y la prueba de esfericidad de Barlett confirman la adecuación del análisis factorial. La matriz de componentes refleja que los componentes 12f “Ir al cine”, 12 c “Ir a museos” y 12 d “Ir a exposiciones” explican un 72,013 de la varianza acumulada.

GRÁFICO 31: Índice práctica de actividades

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,654
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	594,178
	gl	28
	Sig.	,000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
P13. Fue a exposiciones	1,000	,552
P13. Fue al teatro	1,000	,082
P13. Fue al cine	1,000	,100
P13. Fue a algún concierto de música	1,000	,655
P13. Fue a un centro cultural	1,000	,660
P13. Asistió a una conferencia	1,000	,227
P13. Fue a espectáculos deportivos	1,000	,004
P13. Participó en una fiesta popular	1,000	,138

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
P13. Fue a un centro cultural	2,418	30,227	30,227	2,418	30,227	30,227
P13. Fue a algún concierto de música	1,451	18,140	48,367			
P13. Fue a exposiciones	1,091	13,636	62,003			
P13. Asistió a una conferencia	,852	10,653	72,656			
P13. Participó en una fiesta popular	,688	8,596	81,252			
P13. Fue al cine	,679	8,482	89,734			
P13. Fue al teatro	,494	6,177	95,911			
P13. Fue a espectáculos deportivos	,327	4,089	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes^a

	Componente
	1
P13. Fue a un centro cultural	,812
P13. Fue a algún concierto de música	,809
P13. Fue a exposiciones	,743
P13. Asistió a una conferencia	,477
P13. Participó en una fiesta popular	,371
P13. Fue al cine	,316
P13. Fue al teatro	,287
P13. Fue a espectáculos deportivos	-,066

Método de extracción: Análisis de componentes

a. 1 componentes extraídos

KMO (0,654) y la prueba de esfericidad de Barlett confirman la adecuación del análisis factorial. La matriz de componentes muestra que los componentes “Fue a un centro

cultural”, “Fue a algún concierto de música” “Fue a exposiciones” y “Asistió a una conferencia” explican un 72,656 de la varianza acumulada.

GRÁFICO 32: Índice de apertura a los cambios

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,692
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	568,914
	gl	10
	Sig.	,000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
P11a. Le gusta hacer cosas arriesgadas, solo por el placer que eso supone.	1,000	,380
P11b. Suele estar abierto/a a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar.	1,000	,706
P11c. Vabra mucho a las personas que cuestionan las formas tradicionales de actuar.	1,000	,415
P11d. Intenta aprender nuevas cosas continuamente, procura que el aprendizaje sea su estilo de vida.	1,000	,693
P11e. Prefiere hacer las cosas importantes por sí mismo/a, sin mucha ayuda de los/as demás.	1,000	,228

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
P11b. Suele estar abierto/a a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar.	2,422	48,434	48,434	2,422	48,434	48,434
P11d. Intenta aprender nuevas cosas continuamente, procura que el aprendizaje sea su estilo de vida.	1,210	24,210	72,644			
P11c. Vabra mucho a las personas que cuestionan las formas tradicionales de actuar.	,561	11,215	83,859			
P11a. Le gusta hacer cosas arriesgadas, solo por el placer que eso supone.	,488	9,763	93,622			
P11e. Prefiere hacer las cosas importantes por sí mismo/a, sin mucha ayuda de los/as demás.	,319	6,378	100,000			

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes^a

	Componente
	1
P11b. Suele estar abierto/a a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar.	,840
P11d. Intenta aprender nuevas cosas continuamente, procura que el aprendizaje sea su estilo de vida.	,832
P11c. Vabra mucho a las personas que cuestionan las formas tradicionales de actuar.	,644
P11a. Le gusta hacer cosas arriesgadas, solo por el placer que eso supone.	,616
P11e. Prefiere hacer las cosas importantes por sí mismo/a, sin mucha ayuda de los/as demás.	,477

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

KMO (0,692) y la prueba de esfericidad de Barlett confirman la adecuación del análisis factorial. La matriz de componentes muestra que el componente 11b “Suele estar abierto

a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar” e “Intenta aprender cosas nuevas continuamente” explican el 72,644 de la varianza acumulada

GRÁFICO 33: Índice tipos de ocio

KMO y prueba de Bartlett

Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.		,621
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	8566,052
	Gl	300
	Sig.	0,000

Comunalidades

	Inicial	Extracción
P13. Visito museos	1,000	,630
P13. Fue a exposiciones	1,000	,662
P13. Fue al teatro	1,000	,378
P13. Fue al cine	1,000	,387
P13. Fue a algún concierto de música	1,000	,570
P13. Fue a un centro cultural	1,000	,564
P13. Asistió a una conferencia	1,000	,296
P13. Fue a espectáculos deportivos	1,000	,263
P13. Participó en una fiesta popular	1,000	,342
P14a. ¿Suele practicar deporte?	1,000	,637
P14b. ¿con qué frecuencia practica deporte?	1,000	,633
P15 a. Suele leer libros	1,000	,587
P15b. ¿con qué frecuencia lee libros?	1,000	,647
P16a. Suele leer periódicos.	1,000	,515
P16b. ¿con qué frecuencia lee periódicos?	1,000	,618
P17a. Suele ver películas/series	1,000	,352
P17b. ¿con qué frecuencia ve series/películas?	1,000	,252
P18a Suele Ir al cine.	1,000	,609
P18b. ¿con qué frecuencia va al cine?	1,000	,548
P19a. Suele escuchar música.	1,000	,706
P19b. ¿con qué frecuencia escucha música?	1,000	,601
P20a. Suele Navegar por internet.	1,000	,636
P20b. ¿con qué frecuencia navega por Internet?	1,000	,644
P21a. Suele usar el Whatsapp.	1,000	,829
P21b. ¿con qué frecuencia usa el Whatsapp?	1,000	,808

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

KMO (0,692) y la prueba de esfericidad de Barlett confirman la adecuación del análisis

Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de las saturaciones al cuadrado de la extracción			Suma de las saturaciones al cuadrado de la rotación		
	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado	Total	% de la varianza	% acumulado
P21b. ¿con qué frecuencia usa Whatsapp?	6,029	24,117	24,117	6,029	24,117	24,117	4,195	16,782	16,782
P21a. Suele usar el Whatsapp.	3,368	13,471	37,587	3,368	13,471	37,587	3,989	15,957	32,739
P18a Suele Ir al cine.	2,400	9,601	47,189	2,400	9,601	47,189	3,185	12,738	45,477
P19b. ¿con qué frecuencia escucha música?	1,918	7,672	54,861	1,918	7,672	54,861	2,346	9,384	54,861
P14a. ¿Suele practicar deporte?	1,852	7,408	62,269						
P14b. ¿con qué frecuencia practica deporte?	1,403	5,614	67,883						
P19a. Suele escuchar música.	1,234	4,936	72,819						
P18b. ¿con qué frecuencia va al cine?	1,050	4,202	77,020						
P13. Fue a exposiciones	,937	3,747	80,767						
P20a. Suele Navegar por internet.	,807	3,228	83,995						
P13. Fue al cine	,767	3,068	87,063						
P20b. ¿con qué frecuencia navega en Internet?	,567	2,267	89,330						
P13. Asistió a una conferencia	,505	2,022	91,352						
P16b. ¿con qué frecuencia lee periódicos?	,452	1,809	93,161						
P16a. Suele leer periódicos.	,395	1,578	94,739						
P13. Fue a un centro cultural	,298	1,194	95,932						
P13. Fue a algún concierto de música	,286	1,142	97,074						
P13. Fue al teatro	,185	,740	97,815						
P15b. ¿con qué frecuencia lee libros?	,146	,583	98,398						
P15 a. Suele leer libros	,132	,527	98,925						
P17a. Suele ver películas/series	,095	,381	99,306						
P13. Visito museos	,070	,279	99,584						
P13. Fue a espectáculos deportivos	,053	,212	99,796						
P13. Participó en una fiesta popular	,036	,145	99,941						
P17b. ¿con qué frecuencia ve películas/series?	,015	,059	100,000						

Método de extracción: Análisis de Componentes principales.

Matriz de componentes^a

Componente	Componente			
	Tecnológico	Cultural	Ocio ocupado	Ocio pasivo
P21b. ¿con qué frecuencia usa Whatsapp?	,719	-,411	-,172	-,304
P21a. Suele usar el Whatsapp.	,703	-,412	-,226	-,337
P18a Suele Ir al cine.	,679	,312	,224	-,011
P19b. ¿con qué frecuencia escucha música?	,666	,003	,188	-,350
P14a. ¿Suele practicar deporte?	,632	-,111	-,004	,474
P14b. ¿con qué frecuencia practica deporte?	,592	-,216	-,024	,486
P19a. Suele escuchar música.	,591	,240	,181	-,516
P18b. ¿con qué frecuencia va al cine?	,577	-,154	,435	-,042
P13. Fue a exposiciones	,569	,475	-,334	,032
P20a. Suele Navegar por internet.	,520	-,454	,359	-,174
P13. Fue al cine	,517	-,263	,161	,155
P20b. ¿con qué frecuencia navega en Internet?	,516	-,484	,330	-,187
P13. Asistió a una conferencia	,345	-,105	-,269	,305
P16b. ¿con qué frecuencia lee periódicos?	,322	,649	,275	,134
P16a. Suele leer periódicos.	,308	,619	,153	,113
P13. Fue a un centro cultural	,512	,548	-,046	,009
P13. Fue a algún concierto de música	,505	,505	-,170	-,177
P13. Fue al teatro	-,083	,494	-,273	-,230
P15b. ¿con qué frecuencia lee libros?	,322	-,365	-,617	,172
P15 a. Suele leer libros	,466	-,205	-,494	,291
P17a. Suele ver películas/series	,167	,040	,493	,282
P13. Visito museos	,444	,457	-,467	-,075
P13. Fue a espectáculos deportivos	-,022	,149	,427	,241
P13. Participó en una fiesta popular	,387	-,018	-,041	,437
P17b. ¿con qué frecuencia ve películas/series?	,124	,186	,297	,337

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

a. 4 componentes extraídos

Matriz de componentes rotados^a

	Componente			
	Tecnológico	Cultural	Ocio ocupado	Ocio pasivo
P20b. ¿con qué frecuencia navega por Internet?	,777	-,154	,122	,047
P20a. Suele Navegar por internet.	,773	-,137	,113	,085
P21b. ¿con qué frecuencia usa el Whatsapp?	,730	,131	,338	-,380
P21a. Suele usar el Whatsapp.	,711	,139	,330	-,442
P19b. ¿con qué frecuencia escucha música?	,678	,376	,016	-,006
P18b. ¿con qué frecuencia va al cine?	,655	,096	,122	,306
P19a. Suele escuchar música.	,591	,563	-,198	-,039
P13. Fue al cine	,468	-,007	,375	,164
P13. Fue a exposiciones	,033	,739	,329	-,079
P13. Fue a algún concierto de música	,130	,738	,072	-,059
P13. Fue a un centro cultural	,088	,716	,142	,153
P13. Visito museos	-,053	,707	,251	-,253
P16b. ¿con qué frecuencia lee periódicos?	-,009	,613	-,031	,492
P16a. Suele leer periódicos.	-,045	,610	,007	,375
P18a Suele Ir al cine.	,423	,562	,162	,296
P13. Fue al teatro	-,286	,456	-,219	-,204
P14b. ¿con qué frecuencia practica deporte?	,284	,043	,709	,217
P15 a. Suele leer libros	,085	,117	,705	-,262
P14a. ¿Suele practicar deporte?	,279	,147	,686	,258
P15b. ¿con qué frecuencia lee libros?	,057	-,040	,644	-,478
P13. Asistió a una conferencia	,045	,088	,532	-,056
P13. Participó en una fiesta popular	,072	,111	,525	,222
P17a. Suele ver películas/series	,178	-,033	,062	,562
P13. Fue a espectáculos deportivos	-,009	-,021	-,064	,509
P17b. ¿con qué frecuencia ve películas/series?	-,018	,092	,124	,477

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.^a

a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

Matriz de transformación de las componentes

Componente	Tecnológico	cultural	ocio ocupado	ocio pasivo
Tecnológico	,684	,517	,512	,054
Cultural	-,437	,811	-,266	,286
ocio ocupado	,405	-,198	-,424	,786
ocio pasivo	-,422	-,191	,698	,546

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.

Tras el análisis factorial se utiliza la matriz de componentes rotados en el que se identifican las correlaciones de cada variable con cada nuevo índice creado (las cuatro tipos de ocio identificados: ocio tecnológico, ocio cultural, ocio ocupado y ocio pasivo).

**CAMBIOS Y EVOLUCIONES EN
VALORES, ACTITUDES Y
MENTALIDADES**

CAPÍTULO 8.- CAMBIOS Y EVOLUCIONES EN VALORES, ACTITUDES Y MENTALIDADES

Se mostrará en este apartado la evolución de los valores en el colectivo senior. Los senior en España viven los mismos procesos de transformación social que el conjunto de la sociedad. Aunque en ocasiones el ritmo de asunción o participación resulte más lento, los cambios acaban llegando también a los mayores. De acuerdo con las teorías más aceptadas (Inglehart, 1977 y Mannheim, 1920), el principal mecanismo de transformación del colectivo se relaciona con el relevo generacional. Es decir, las personas más “tradicionales” y de más edad van muriendo y van dejando paso a nuevas cohortes, que llegan al periodo de jubilación con nuevos hábitos, actitudes y valores, relacionados con esos cambios y procesos de transformación social. Esto no impide que también las personas mayores cambien de comportamiento y actitud (incluso de valores) asumiendo las novedades. Pero probablemente ocurra en menor medida que lo anterior.

Las personas mayores son el segmento de la sociedad más tradicional y resistente a los cambios, pero a su vez desempeñan un papel muy relevante en el proceso de destradicionalización y cambio social, de manera que en la medida en que los mayores vayan asumiendo los cambios, la sociedad en su conjunto será mucho más permeable a los mismos. Andrés Orizo (1996) e Inglehart (1997) han constatado la existencia de una estrecha relación entre los cambios y las diferencias por edades, es decir, los jóvenes son más proclives a los cambios mientras que los mayores se resisten más (Arroyo, Cabrera 2011) por lo que si los mayores, con una mayor resistencia al cambio, muestran una mayor evolución en determinados valores, implicará un mayor cambio en el resto de la sociedad. Los mayores están desarrollando de forma paulatina formas de pensar y actuar muy alejadas de los patrones tradicionales. Pero estos cambios no solo se dan en la población mayor de 65 años, la transformación de los valores se ha producido también en el conjunto de la sociedad.

8.1 Comparativa mayores de 65 años respecto al total de la población

Para ver de qué manera y a qué velocidad los jubilados incorporan los cambios, se ha realizado una explotación original de los datos disponibles para España de la Encuesta

Europea de Valores (EVS en adelante) en las olas 1990, 1999, 2008 y 2018. El foco se pondrá en evidenciar la evolución de los valores relacionados en concreto con la importancia otorgada al trabajo, al ocio, el sentimiento de felicidad y el estado de salud. Se comparan los datos en porcentaje para los mayores de 65 años respecto al total de la población. Se han sumado las respuestas “muy importante” y “bastante importante” de las variables mencionadas. De cada variable y ola se muestran además los N para facilitar la lectura de las tablas.

TABLA 7: Evolución de la importancia concedida al ocio.

OLA		65 y más años	Total población	N	
				65 y más años	Total población
1990	Muy + bastante importante	75%	83%	273	2637
1999	Muy + bastante importante	65%	80%	228	1200
2008	Muy + bastante importante	78%	90%	364	1500
2018	Muy + bastante importante	82%	91%	296	1211

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Encuesta Europea de Valores. Olas 1990-1999-2008-2018

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población

Datos mostrados en porcentaje de personas que consideran muy y bastante importante el ocio

N=número de personas en cada ola

En los casi treinta años de diferencia entre la medición de 1990 y 2018 la población de más de 65 años evoluciona de forma paralela al total de la población.

En cuanto a la evolución de la importancia concedida al ocio (Tabla 7), la tendencia es creciente tanto en el total de la población como en el colectivo de más de 65 años y además en proporciones similares (9,3% en los senior frente a 9,6% en el total de la población).

A pesar de que los mayores de 65 años disponen, tras la jubilación, de más tiempo libre, los indicadores de medición han mostrado históricamente al colectivo de los senior menos orientados al ocio. Sin embargo a la luz de los datos, se observa que la importancia que atribuyen al ocio y al tiempo libre en la vida está aumentando de forma significativa en las últimas décadas.

La mayor valoración y aprecio del ocio, históricamente más asociada a los jóvenes que a los mayores, constituye una ruptura de los esquemas más tradicionales. El tiempo libre

va cobrando cada vez más valor y se opone a la importancia atribuida al trabajo, mucho más dotador de sentido para generaciones más tradicionales.

En la Tabla 8 se muestran los datos de la evolución de la importancia concedida al trabajo

TABLA 8: Evolución de la importancia concedida al trabajo

OLA		65 y más años	Total población	N	
				65 y más años	Total población
1990	Muy + bastante importante	82%	93%	273	2637
1999	Muy + bastante importante	83%	94%	228	1200
2008	Muy + bastante importante	78%	91%	364	1500
2018	Muy + bastante importante	86%	95%	296	1211

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Encuesta Europea de Valores. Olas 1990-1999-2008-2018

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población

Datos mostrados en porcentaje de personas que consideran muy y bastante importante el trabajo

N=número de personas en cada ola

En los veinte años que transcurren desde la ola de 1990 a la de 2008 se producía un descenso de la importancia concedida al trabajo a nivel total población y en los mayores de 65 años. Este descenso se daba con mayor intensidad en la población mayor de 65 años (-4,8%) que en el total de la población (-2,15%). Estos datos iban en perfecta consonancia con el hecho ya comentado de esa ruptura de los valores más tradicionales vinculados con el trabajo, por parte de los mayores. En la medición de 2018 esta tendencia a la baja cambia, se da la circunstancia de que son mediciones producidas tras la profunda crisis económica que azotó de manera especial a España y en concreto a muchos jubilados por la congelación de las pensiones, y por circunstancias que en ocasiones los llevaron a ser el sustento de las familias. Este hecho, siguiendo las teorías de Inglehart (1977), que sostiene que a medida que aumente la inseguridad económica se produce una vuelta a los valores más materialistas, explicaría por qué en la ola de 2018, la importancia otorgada al trabajo cambia su tendencia descendente tanto en el total de la población como en los mayores de 65 años y crece con más fuerza en el colectivo senior (4,1%). El padecimiento

de la crisis económica explicaría este repunte de la importancia otorgada al trabajo, no como dotador de sentido, sino como proveedor de bienes materiales.

Se asume que este hecho es circunstancial, dado que como se ha mostrado en la Tabla 7 la importancia otorgada al tiempo libre o de ocio sigue creciendo, los mayores del siglo XXI son mucho más proclives que los del pasado a valorar, a entender como un “derecho” su propio tiempo libre. La etapa vital de la jubilación gana en connotaciones positivas y pierde las negativas; deja de ser concebida como un “tiempo residual” (asociado a retiro de la vida laboral), a la vez que se prolonga (antes era un periodo corto) en concomitancia con el aumento de la esperanza de vida. Los jubilados dejan de verse a sí mismos como “viejos”, al menos durante un cierto -y cada vez más prolongado- periodo de tiempo. Cobra cada vez más sentido la jubilación como una etapa que merece ser vivida. El desafío es llenar de contenido el “tiempo libre”, que pasa a ser cada vez más tiempo para vivir (Cuenca Cabeza, 2009).

La importancia otorgada al tiempo libre y la mayor importancia que cobra el ocio, sobre todo tras la jubilación, está íntimamente relacionado con el sentimiento de felicidad declarado por los seniors, como se muestra a continuación:

TABLA 9: Evolución del sentimiento de felicidad.

OLA		65 y más años	Total población	N	
				65 y más años	Total población
1990	Muy + bastante importante	76%	84%	273	2637
1999	Muy + bastante importante	74%	86%	228	1200
2008	Muy + bastante importante	81%	89%	364	1500
2018	Muy + bastante importante	79%	88%	296	1211

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Encuesta Europea de Valores. Olas 1990-1999-2008-2018

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población
 Datos mostrados en % de personas que se consideran muy + bastante felices
 N=número de personas en cada ola

Si se comparan los datos de 2008 con los de 1990, los mayores de 65 años eran un 6,5% más felices que el total población, en la que el sentimiento de felicidad crecía en torno a un 5%. Cuando se comparan los datos post-crisis, aunque su sentimiento de felicidad sigue siendo positivo, el crecimiento es de un 4%, bastante igualado al del total de la población (4,7%) Es decir, antes de la crisis económica, el sentimiento de felicidad del colectivo de mayores de 65 años aumenta de forma moderada, pero claramente por encima de la población en su conjunto. Para la medición de 2018, aunque con una evolución positiva, este crecimiento respecto al del total de la población se atenúa: la crisis económica y financiera, la alta penetración del paro, la merma del poder adquisitivo y las dificultades económicas ayudan a explicar una caída del optimismo en el total de población.

La búsqueda de la felicidad personal es uno de los proyectos centrales de la postmodernidad (Lipovetsky, 2006). En el mundo tradicional las personas no se planteaban tanto la felicidad como en las sociedades industriales avanzadas en las que la autorrealización y la individualización predisponen a la búsqueda de la felicidad. Si la felicidad aumenta es porque les importa más, y probablemente también por la mejora de las condiciones para conseguirla: mejores condiciones de salud y económicas (hasta la crisis, al menos). Sabemos que al sentimiento de felicidad contribuye en gran medida la percepción de una mejor salud. El sentimiento de felicidad no solo se ve afectado por la coyuntura económica, un indicador altamente relacionado con la felicidad es el de la percepción subjetiva del estado de salud. Datos que se muestran a continuación.

TABLA 10. Evolución de la percepción estado de salud.

OLA		65 y más años	Total población	N	
				65 y más años	Total población
1990	Muy buena+buena	34%	57%	273	2637
2008	Muy buena+buena	41%	72%	364	1500
2018	Muy buena+buena	50%	77%	296	1211

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Encuesta Europea de Valores. Olas 1990-1999-2008-2018

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población
 Datos mostrados en porcentaje de personas que consideran su salud muy + bastante buena
 N=número de personas en cada ola

La percepción subjetiva del estado de salud aumenta de forma muy notable tanto en el conjunto de la población (+35%) como entre los senior (+47%) siendo muy superior en el de los mayores de 65 años, aunque en coherencia, éstos manifiesten tener un peor estado de salud respecto al total de la población. El aumento de la percepción de una mejor salud entre los senior es concomitante al aumento de la esperanza de vida (entre 1990 y 2018 de 73,5 a 80,5 años de vida entre varones, de 80,7 a 85,9 entre las mujeres). Por tanto es atribuible a que se vive más y mejor, lo cual redundando tanto en una mayor “calidad de vida” como en unas expectativas crecientes sobre lo que la llamada tercera edad puede reportar a las cohortes que progresivamente se incorporan. Este factor determina en gran medida el replanteamiento de la mentalidad del colectivo. La percepción de un buen estado de salud subjetivo no solo implica la no existencia de enfermedad sino además implica bienestar físico, mental y social, así lo define la Organización Mundial de la Salud (Pérez Ortiz, 2006).

Además del cambio de valores y del estado de salud, la economía tiene efectos tanto sobre la felicidad como sobre el aprecio del ocio. Los indicadores económicos (ingresos y clase social subjetiva) presentan problemas de comparabilidad entre mediciones de la Encuesta Europea de Valores, por lo que optamos por presentar datos de nivel de estudios alcanzado, que se conoce muy correlacionado con el nivel de ingresos y estatus social.

En la Tabla 11 se muestran los datos relativos a la edad en la que dejaron los estudios. Si bien el nivel de estudios mejora moderadamente en el conjunto de la población, es espectacular el cambio en treinta años que se produce entre los senior, lo que implica un importante incremento de su nivel cultural y una mejor posición socioeconómica. Es previsible que esta tendencia siga aumentando conforme pase el tiempo, ya que los presenior de 2018 (los que en ese año cuentan entre 55 y 64 años) mejoran mucho su nivel educativo frente a los jubilados actuales. El aumento del nivel educativo de los jubilados es uno de los factores que más está cambiando al colectivo. Cuando los baby-boomers (nacidos durante las décadas 60 y 70 del siglo XX) alcancen la edad de jubilación, formarán un colectivo con niveles de educación relativamente elevados, un fenómeno sin precedentes. El nivel de instrucción previsiblemente redundará en un cambio en la importancia y en la forma de ocupar el tiempo libre, y, previsiblemente en los hábitos culturales.

TABLA 11: Evolución de la edad a la que dejaron los estudios.

OLA	EDAD	65 años y mayores	Total población
1990	Hasta 13	57%	24%
	14 a 15 años	22%	25%
	16 a 22 años	10%	31%
	23 y + años	2%	16%
1999	Hasta 13	48%	23%
	14 a 15 años	21%	22%
	16 a 22 años	8%	31%
	23 y + años	4%	15%
2008	Hasta 13	54%	22%
	14 a 15 años	23%	19%
	16 a 22 años	12%	37%
	23 y + años	3%	17%
2018	Hasta 13	39%	13%
	14 a 15 años	33%	19%
	16 a 22 años	17%	42%
	23 y + años	6%	20%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Encuesta Europea de Valores. Olas 1990-1999-2008-2018

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población

Datos mostrados en porcentaje de personas que dejaron los estudios a determinada edad

Confirmado que, a pesar de la crisis de 2008, los senior se sienten más felices, tienen mejor salud y un nivel de estudios más alto, se muestran a continuación los datos relativos a su estado emocional, el cual también mejora, aparentemente. Ha ido incrementando progresivamente el porcentaje de casados en detrimento de los viudos y viudas; al incrementar la vida en pareja se vive menos tiempo solo, lo cual podría redundar en una mayor estabilidad emocional. Si el indicio es interpretado correctamente, esta sería una nueva contribución al aumento de la calidad de vida del colectivo.

En la Tabla 12 se muestran datos relativos al estado civil del colectivo mayor de 65 años y del total de la población. Como se puede apreciar, entre las olas de 1990 y 1999 se da un incremento de un 3% el porcentaje de casados en los mayores de 65 años mientras que decrece en el total de la población, el número de viudos disminuye en los mayores de 65 años y el porcentaje de solteros (entendiendo como tales a los que no se han casado nunca) pasa a ser de un 7% a un 4%. En las olas de 2008 y 2018 se mantiene el porcentaje de casados en los mayores de 65 años y en el total de la población. El porcentaje de solteros mayores de 65 años pasa a ser de un 5% en el año 2018.

Con independencia de cómo esté afectando este hecho a la felicidad o a la situación emocional de los mayores, el estar soltero o en pareja tiene implicaciones en la forma de ocupar el tiempo libre, puesto que una parte de los planes se hace en pareja.

Cabe resaltar el incremento del porcentaje de divorciados en los mayores de 65 años, aun siendo la mitad que el del resto de la población (4% vs 8%) y el de separados (un 3% vs un 6%), estos porcentajes apenas eran inexistentes en las olas de 1990 y 1999, donde divorciados y separados de más de 65 años apenas llegaban a un 1%. Este dato puede ser también un indicio de la postmodernidad que muestran los mayores, del incremento de los valores de emancipación como aseguraba Inglehart (1997) y al que también hace referencia Díez Nicolás (2015) cuando señala que la postmodernización trae consigo el énfasis en el concepto de libertad en todos los ámbitos, entre los que se incluye, claro está, la libertad para romper la pareja mediante el divorcio o la separación.

TABLA 12: Evolución del estado civil

OLA	ESTADO CIVIL	65 y más años	Total población
1990	Casados	60%	61%
	Viviendo como casados	,7%	1%
	Divorciados	0%	0%
	Separados	0%	1%
	Viudos	33%	6%
1999	Solteros	7%	29%
	Casados	62%	59%
	Divorciados	0%	1%
	Separados	1%	2%
	Viudos	32%	8%
2008	Solteros	4%	30%
	Casados	54%	45%
	Viviendo como casados	,8%	6%
	Divorciados	2%	5%
	Separados	2%	4%
2018	Viudos	35%	10%
	Solteros	6%	30%
	Casados	54%	45%
	Viviendo como casados	,3%	5%
	Divorciados	4%	8%
	Separados	3%	6%
	Viudos	33%	9%
	Solteros	5%	27%

N		
ola	65 y +	Total
1990	273	2637
1999	228	1200
2008	364	1500
2018	296	1211

Fuente: Elaboración propia a partir de datos Encuesta Europea de Valores. Olas 1990-1999-2008-2018

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población
 Datos mostrados en % de personas según estado civil
 N=número de personas en cada ola

Por otro lado, otros indicadores nos confirman que el colectivo se encuentra en proceso de transformación y cambio de valores, en un sentido más amplio y general.

Se han seleccionado algunos índices utilizados en los estudios de valores para examinar las tendencias de cambio de valores a nivel mundial (indicadores de Inglehart y Welzel). Se utilizan los datos de la Encuesta Mundial de Valores hasta la última ola disponible, dado que éstos índices no se encuentran disponibles para la Encuesta europea de Valores.

El índice de Inglehart es el origen de la escala para medir la orientación materialista-postmaterialista de los individuos y está estrechamente vinculado a la teoría elaborada por Inglehart para explicar el cambio de valores en las sociedades occidentales a partir de sus primeras investigaciones con seis países de la Comunidad Europea en 1970 (Díez Nicolás, 2000). Según Inglehart (1977) el logro de altos niveles de seguridad física y económica por parte de los individuos, provoca la búsqueda de otras necesidades no materialistas como las relacionadas con el afecto, la estima, valores estéticos, etc. Inglehart desarrolla un índice con 12 ítems en los que se miden valores materialistas (seguridad física y económica, necesidades fisiológicas) y postmaterialistas (de pertenencia y libertad intelectual, necesidades sociales y de autorrealización).

En cuanto a los índices de Welzel están relacionados con valores como la autonomía y la libertad. El desarrollo económico aumenta los recursos de la gente, lo que conduce al nacimiento de los valores de autoexpresión. Las prioridades de las personas reflejan sus condiciones socioeconómicas, en condiciones de escasez las personas asignan la máxima prioridad a la sustentación material y a la seguridad física, primeros requisitos para la supervivencia, a medida que aumenta la prosperidad las personas enfatizan valores de libertad, autonomía y autoexpresión (Inglehart y Welzel 2008).

Los senior, como el conjunto de la sociedad tienden a hacerse cada vez menos tradicionales en sus valores y creencias como confirman los datos de la Tabla 13. Sus puntuaciones en estos índices de modernización cultural son más bajas que los del conjunto de la población en cada ola, pero evolucionan en paralelo al conjunto de la población y lo hacen a veces a un ritmo incluso mayor que dicho conjunto poblacional.

TABLA 13- Evolución dimensiones culturales

EDAD	OLA		Post-	SACSECVAL	DISBELIEF	RESEMAVAL	AUTONOMY	CHOICE
			Materialist	Welzel Overall	Welzel	Welzel	Wezel	Welzel
			index	Secular Values	disbelief sub-	emancipative	Autonomy	choice sub-
		12-	item		index	values	subindex	index
65 y + años	1990	Media	1,81	0,28134	0,27429	0,34741	0,26431	0,22619
		N	173	244	240	195	246	231
	2000	Media	2,00	0,29372	0,30619	0,42234	0,30782	0,34432
		N	196	219	221	215	222	214
	2011	Media	1,86	0,31116	0,42316	0,44899	0,34393	0,44989
		N	226	247	246	242	247	235
Total Pobl.	1990	Media	2,60	0,38764	0,42599	0,50883	0,42787	0,45001
		N	1286	1505	1460	1350	1510	1432
	2000	Media	2,49	0,39301	0,48576	0,53947	0,40255	0,53445
		N	1147	1202	1207	1199	1209	1187
	2011	Media	2,22	0,42641	0,66041	0,56291	0,45492	0,63092
		N	1130	1186	1180	1184	1189	1152
65 y +	Dif	2011/ 1990	1,02	1,11	1,54	1,29	1,3	1,99
Poblac	Dif	2011/ 1990	0,85	1,1	1,55	1,11	1,06	1,4

Fuente: Elaboración propia. Encuesta Mundial de Valores. Datos España. Olas 1990-2000-2011.

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población

Datos mostrados en medias

N=número de personas en cada ola

Dif=cociente entre la ola de 2011 y la de 1990. Si ≥ 1 crece si < 1 decrece

En la población de más de 65 años se aprecia una evolución paralela a la del conjunto de la población, aunque más positiva, en el índice de postmaterialismo de Inglehart. Del año 2000 a 2011 pasa de ser 2 a 1,86 en los mayores de 65 años y de 2,49 a 2,22 en el total de la población. Esta bajada es consecuencia de la crisis económica, el postmaterialismo ha retrocedido en la población general (en paralelo a las preocupaciones por la seguridad económica), y en los senior. Si bien su puntuación en 2011 es ligeramente superior a la de 1990, a diferencia de lo que ocurre en la población general, que es más baja.

En la evolución de otros valores son similares a las del conjunto de la población las siguientes: el abandono progresivo de los valores tradicionales frente a una concepción secular del mundo, la cual es concomitante a un progresivo abandono de la concepción religiosa de la vida. También evoluciona igual el índice de increencia, relacionado con el anterior. En otros índices la evolución que presentan los *mayores* es más veloz que los de

la sociedad española en su conjunto. Los relacionados con la emancipación, la autonomía personal y los relacionados con las elecciones vitales personales (divorcio, homosexualidad, prostitución, aborto, eutanasia...).

Por tanto, estamos ante un colectivo que se renueva a un ritmo semejante o superior a la población y por tanto son cada vez más sensibles a la autonomía, a la emancipación, la libertad de elección y la tolerancia, más seculares, menos apegados a la religión y menos materialistas. Más contemporáneos y menos tradicionales en definitiva.

8.2 Comparativa de los senior jóvenes con los senior mayores

Para finalizar el apartado dedicado a la influencia de los valores en el ocio de los mayores, y dado que están disponibles los datos para España de la reciente ola de la EVS, se muestran los datos para las cuatro variables estudiadas (importancia otorgada al ocio, importancia otorgada al trabajo, estado de salud y sentimiento de felicidad) desglosando a la población entre el grupo de 65 y 74 (que serían los senior más jóvenes) y el grupo de seniors de más de 75 años, para ver si existen diferencias significativas.

Se realiza este análisis en el afán de no tratar al conjunto de los mayores de 65 años como un todo, ya que como se vio en la revisión de la literatura, se hace imprescindible distinguir al menos entre estos dos grupos de edad porque pertenecen a generaciones distintas, la generación de los que actualmente son octogenarios y nonagenarios tienen un nivel educativo muy inferior a los que hoy pertenecen a la generación de senior más jóvenes, los senior mayores comenzaron a trabajar muy pronto (en torno a los 14 años) e incluso en el caso de las niñas, cuando se trataba de trabajo doméstico, antes por lo que se hacía muy complicada su escolarización. Las economías familiares eran mayoritariamente rurales y de escasos recursos, la incorporación de los niños al trabajo se hacía imprescindible para las familias. La ocupación mayoritaria era en el sector primario y en el caso de las niñas mayoritariamente se dedicaban al servicio doméstico. Este hecho explica que el rango de edad de los senior mayores muchos, y especialmente las mujeres, estén solas. La soltería y la falta de hijos son un problema especialmente grave, que supone una sobre representación de este grupo de edad en las residencias de ancianos.

Además, la vida laboral ligada al trabajo agrario y familiar, escasamente asalariada, revela ahora su total inadecuación a los nuevos tiempos, al traducirse en vejez sin pensión de vejez, con escaso patrimonio y falta de apoyo informal en caso de dependencia grave.

En contraste, en la generación siguiente (65-74 años) se produce el tránsito definitivo a la “modernidad” generacional. En este grupo de edad se dan unas tasas más altas de escolarización, empiezan a trabajar más tarde que sus padres y en un mercado asalariado y necesitado de mano de obra. Esta generación se emancipa pronto de sus padres y constituyen familias propias a edades muy tempranas. La mujer adulta se dedica mayoritariamente al hogar, hogares en los que el salario masculino era una realidad mayoritaria en España en contraste con la sociedad de hoy. Son los jubilados de hoy los que ejercen de soporte al bienestar social en las últimas décadas, hecho que se ha agravado con la crisis económica de 2008, tras la que muchas familias han sobrevivido gracias a la pensión de los abuelos.

Estas diferencias generacionales asoman en la Tabla 15, en la que se comparan estas dos generaciones para las variables seleccionadas (importancia otorgada al ocio, al trabajo, estado de salud y sentimiento de felicidad).

Dada la escasa representación en las encuestas de la población de los mayores de 75 años, se ha realizado un test de significación de las muestras (Tabla 14), los resultados del test de significación nos dicen que la muestra es estadísticamente significativa.

TABLA 14 Prueba chi cuadrado ola 2018

PRUEBA DE CHI CUADRADO OLA 2018

	N observado	N esperado	Residual
Resto población	915	605,5	309,5
Mayor o igual 65 años	296	605,5	-309,5
Total	1211		

Estadísticos de contraste

	edaddicot
Chi-cuadrado	316,400 ^a
gl	1
Sig. asintót.	,000

a. 0 casillas (0,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 605,5.

TABLA 15: Comparativa mayores de 65-74 años con mayores de 75 años y total de la población

IMPORTANCIA DEL TRABAJO			
	65-74 años	+75 años	Total
Bastante + muy importante	89%	82%	95%
IMPORTANCIA DEL OCIO			
	65-74 años	+75 años	Total
Bastante + muy importante	88%	76%	91%
FELICIDAD			
	65-74 años	+75 años	Total
Bastante + muy feliz	84%	73%	88%
ESTADO DE SALUD			
	65-74 años	+75 años	Total
Buena+muy buena	59%	40%	77%
N	161	135	1211

Fuente: Elaboración propia. Datos Encuesta Europea de Valores España. Ola 2018

Para la elaboración de la Tabla 15 se han sumado los resultados de bastante y muy importante para las variables de la importancia otorgada al trabajo y la importancia otorgada al ocio, muy y bastante feliz en el caso de la felicidad y muy buena y buena en el caso del estado de salud.

Las diferencias más importantes se encuentran en el estado de salud, si bien un 59% los recién jubilados, los senior más jóvenes declaran tener un estado de salud muy bueno y bueno frente al 77% del total de la población, es a partir de los 75 años donde la percepción de un buen estado de salud baja drásticamente, declarando solo un 40% de más de 75 años que su estado de salud es bueno y muy bueno, el declive físico a partir de los 75 años se produce por el propio envejecimiento biológico y las condiciones de vida en las que se ha vivido marcan de manera importante el futuro de la vejez.

El estado de salud está íntimamente relacionado con la felicidad, dado que ambas son percepciones subjetivas. En la percepción de felicidad las diferencias entre los senior más jóvenes y el total de la población no son muy acusadas, un 84% de los senior entre 65 y 74 años se declaran bastante y muy felices mientras que en el total de la población este dato es del 88%. Recordemos que algunos autores (Oswald, 2008) apuntan a que el ciclo de vida de la felicidad tiene forma de U, y otros autores recientes (Freire, 2017) clasificaba a los jubilados en diversas tipologías, siendo una de ellas la de los “sosegados” aquellos que tras una vida entera dedicada al trabajo veían este momento de su vida como una

oportunidad para pasarlo de manera tranquila, feliz en definitiva. Un 73% de los mayores se consideran muy y bastante felices, dato que está por debajo del total de la población y de los senior más jóvenes pero que en cualquier caso, sigue siendo un dato elevado.

Por lo que respecta a la variables relacionadas con la importancia otorgada al ocio y al trabajo, los mayores de 75 dan una mayor importancia al trabajo que al ocio, y además existen diferencias importantes respecto a sus colegas más jóvenes, diferencias de casi 10 puntos en cuanto a importancia otorgada al ocio y de 6 en cuanto a la importancia otorgada al trabajo. Aunque el colectivo de mayores se está modernizando, determinados valores tradicionales aprendidos en la juventud, determinadas experiencias vividas inherentes a la generación a la que pertenecen, no se abandonan fácilmente.

Dentro del grupo de los senior, los más mayores serían más “materialistas” que los más jóvenes, más apegados a la importancia del trabajo como proveedor de bienes materiales

Los datos mostrarían que los mayores de 75 años son menos posmodernos que las nuevas cohortes que van llegando a senior, hecho que no sorprende dadas las circunstancias distintas vividas por los dos grupos de edad.

Para concluir, el proceso de cambios y transformaciones del conjunto de la sociedad está llegando también al colectivo de senior y es previsible que estas transformaciones se intensifiquen en las próximas décadas. El colectivo senior se está transformando a un ritmo más rápido que el conjunto de la población española, estas transformaciones se dan con mayor intensidad en los senior más jóvenes (los mayores de entre 65 y 74 años).

Cada vez otorgan más importancia al ocio en sus vidas, el trabajo es cada vez menos importante, aumenta cada vez más la percepción de felicidad, el deseo de disfrute y su estado de salud. Aumenta su esperanza de vida y sus valores relacionados con la libertad y la emancipación, en definitiva, son cada vez menos tradicionales y más contemporáneos. Aunque en mentalidad sus procesos de cambio están más retrasados que en otros grupos de edad, la velocidad de cambio en estos momentos es superior al conjunto de la sociedad; rápidamente están abandonando los valores tradicionales y se modernizan. Son cada vez más sensibles a la autonomía, a la emancipación, la libertad de elección y la tolerancia, más seculares, menos apegados a la religión y menos materialistas (a pesar de la crisis económica).

Todas estas transformaciones afectan a la configuración de su tiempo libre. El sentido conferido al tiempo libre y al ocio se está replanteando en las mismas líneas que se ve ya consolidado entre los jóvenes. Los mayores cada vez más quieren disfrutar de este ocio y le confieren una importancia creciente en sus vidas.

- *La importancia que otorgada al ocio y al tiempo libre por parte de los senior aumenta de forma significativa en las últimas décadas.*
- *En consecuencia, disminuye la importancia otorgada al trabajo, tras la crisis económica de 2008 se produce un ligero repunte, debido a una ligera vuelta a los valores más materialistas.*
- *A pesar de la crisis el sentimiento de felicidad de los senior es positivo y su evolución es similar al del total de la población.*
- *Cada vez viven más y mejor, su percepción de estado de salud es muy bueno.*
- *Son cada vez más sensibles a la autonomía, a la emancipación, la libertad de elección y la tolerancia, más seculares, menos apegados a la religión y menos materialistas. Más actuales y menos tradicionales.*
- *A la hora de realizar análisis entre los senior jóvenes y los mayores, se ve claramente el efecto ‘generación’, la generación que tiene más de 75 años es más materialista que los senior más jóvenes, dan una menor importancia al ocio y una mayor importancia al trabajo que los senior más jóvenes.*
- *Los senior mayores se sienten felices, aunque en menor medida que los senior jóvenes*
- *Se confirma diferencias generacionales entre el grupo de los senior jóvenes y mayores*
- *La mejor salud, mayor importancia otorgada al ocio, mayor sentimiento de felicidad de los senior más jóvenes propicia unas mayores ganas de disfrutar que incidirán en sus actividades de ocio.*

ACTIVIDADES DE OCIO Y CONSUMO CULTURAL

CAPÍTULO 9.- ACTIVIDADES DE OCIO Y CONSUMO CULTURAL

Para conocer los hábitos culturales de los mayores se ha recurrido a una explotación original de la Encuesta sobre Hábitos y Prácticas Culturales en España (en adelante, EHPC). Esta encuesta resulta de especial interés para nuestra investigación. Permite la comparación entre este colectivo y el conjunto de la población, y además, por su gran tamaño muestral, también permite hacer el seguimiento de grupos de edad homogéneos a lo largo del tiempo, desde 2006 a 2019 (un periodo de 13 años). Por tanto, esta encuesta nos permite, además de conocer los rasgos específicos del empleo del ocio cultural de los mayores, conocer la evolución del conjunto del colectivo y, por otro lado, conocer la evolución a lo largo de 13 años de los grupos generacionales. Concretamente examinaremos indicadores de interés y de prácticas de diversas actividades de ocio.

Por tanto, la explotación original de esta fuente para esta tesis permite abordar una parte importante de nuestros objetivos, relacionados en su mayoría con el ocio cultural: caracterizar lo específico del colectivo de mayores, conocer las tendencias de evolución en su conjunto a lo largo de 13 años, y además poder ver en el conjunto de la evolución del colectivo la influencia del factor “relevo generacional”, aunque esta última posibilidad esté limitada por el periodo observacional disponible.

La EHPC es una investigación realizada por el Ministerio de Cultura y Deporte en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística. Con una muestra de 16.000 personas de 15 años en adelante residentes en España. La Encuesta incluye una serie de indicadores relativos al interés de los españoles en los distintos sectores del ámbito cultural, la frecuencia e intensidad con que se realizan estas actividades o el hábito adquirido respecto a las mismas.

Para la realización de este apartado, como ya se vio en el capítulo de metodología, se ha procedido no sólo a una explotación ad-hoc de las olas correspondientes a 2006-2007, 2010-2011, 2014-2015 y 2018-2019 sino que además se ha procedido a fusionar la información de todos los ficheros disponibles homogeneizando todas las variables para poder realizar cruces y explotaciones de datos que no estaban disponibles de forma estándar para el ciudadano, así por ejemplo se ha procedido a realizar una explotación de

datos que permite diseccionar, cómo se mostrará a continuación, determinadas características de la población mayor de 65 años respecto al resto de la población además de realizar una explotación a medida sobre una serie de variables críticas en las que se permite ver la evolución de determinados hábitos no solo a nivel generacional sino además realizar una comparativa intergeneracional y realizar cruces de generación y sexo, fundamentales por las enormes diferencias que existen en cuanto a hábitos de ocio y culturales y realizar una explotación original e inédita.

Los resultados de la explotación se muestran en tres bloques bien diferenciados: un primer bloque en el que se compara a la población de más de 65 años respecto al total de la población, para captar lo específico del colectivo. Esta primera aproximación nos ayuda a explorar aquellas variables en las que existan grandes diferencias entre un grupo y otro para posteriormente enfocar el análisis en dichas variables. En un segundo bloque se realiza un análisis por generaciones de estas variables críticas, en este análisis también comparará a los senior con la población presenior, (individuos de 55 a 64 años, próximos a la jubilación) lo cual, además de proporcionar una referencia comparativa adicional al conjunto de la sociedad, sirve para entrever las posibles tendencias de futuro en la evolución de los mayores. Por último un tercer bloque en el que se realiza un análisis desde la perspectiva de género.

Se muestran a continuación los resultados más relevantes para cada apartado:

9.1 Comparativa entre los mayores de 65 años respecto al total de la población

En las tablas que a continuación se muestran se han obtenido, utilizando el programa SPSS una serie de resultados que comparan en cada una de las olas, los datos para la población mayor de 65 años y el total de la población. En este primer estadio se ha tratado a la población de más de 65 años como un grupo homogéneo, para obtener una primera foto sobre la que se profundizará después, realizando los análisis generacionales correspondientes.

En este primer grupo de tablas pretendemos aproximarnos al consumo cultural de los mayores de 65 años para detectar si existe alguna diferencia importante con el total de la población y, si la hubiere, profundizar en ella

Se han obtenido estos datos para las variables relacionadas con el interés en determinadas actividades culturales, la última vez que realizaron algunas actividades, la frecuencia relativa a aquellas actividades que más realizan o bien que mayores crecimientos arrojan, la media de tiempos dedicados a determinadas actividades y el listado de las actividades que más han realizado en el último año.

Para cada tabla expuesta se destacarán las principales diferencias entre los senior y el total de la población, lo que más hacen los seniors y lo que menos hacen y por último la evolución de los mayores de 65 años respecto al total de la población, para lo que se ha calculado un índice que se muestra en cada tabla y muestra la evolución de cada variable comparando la ola de 2006-2007 con la más reciente, la ola de 2018-2019. En cada tabla se muestran los valores en porcentaje, así como los tamaños de las submuestras.

En la Tabla 16 se muestra la evolución observada ola a ola del interés en determinadas actividades tales como la lectura, leer libros por motivos que no sean de trabajo, visitar museos y monumentos, ir al cine o al teatro y el interés en la música en general. El interés en estas actividades culturales se muestra para la población de más de 65 años y para el total de la población. Se han calculado los índices para ver la evolución de la ola de 2018-2019 (última ola disponible) respecto a la ola de 2006-2007.

La población de más de 65 años muestra en promedio, un interés inferior en todas las actividades seleccionadas respecto al total de la población. Las mayores diferencias se encuentran en leer libros (mayores 4,71 vs total población 5,81), ir al cine (mayores 4,72 vs total población 6,41) y la música en general (mayores 5,81 vs total población 7,29) variables en las que el interés mostrado por los senior está muy por debajo que el mostrado en la población en general. En las variables ir a museos o ir al teatro las diferencias no son tan acusadas.

Por lo que respecta a la evolución del interés en estas actividades, en el caso de la población mayor de 65 años el interés es mayor de 1 en todas las actividades reseñadas y además hay que destacar que la evolución del interés en las actividades culturales es superior en los mayores de 65 años respecto al del total de la población. Es decir, los mayores de 65 años muestran, como promedio, un menor interés por las actividades culturales reseñadas que el total de la población pero cuando comparamos la evolución del interés entre la ola de 2006-2007 con la de 2018-2019 el grado de interés aumenta de manera más notoria en los mayores de 65 años que en el total del población.

Lo que se busca en esta primera tabla, no es tanto la diferencia en términos absolutos sino detectar aquellas actividades en las que se ha producido un mayor aumento del interés por parte de los senior, lo cual nos lleva a pensar en el concepto de plasticidad (las personas mayores pueden modificar ciertos procesos evolutivos con los límites marcados por las reservas internas e internas), relacionado con el ciclo de vida, como afirmaba Baltes (1987).

TABLA 16: Evolución del interés en actividades.

INTERÉS EN (MEDIAS). MAYORES 65 AÑOS VS TOTAL POBLACIÓN															
MAYORES DE 65 AÑOS															
Ola	N	Lectura	Indice	Leer libros	Indice	Museos	Indice	Monumentos	Indice	Cine	Indice	Teatro	Indice	Música en general	Indice
2006-07	3.068	5,14		4,38		3,80		4,18		4,21		4,14		5,53	
2010-11	3.071	5,19		4,48		4,11		4,60		4,53		4,42		5,54	
2014-15	3.320	5,41		4,71		4,09		4,44		4,94		4,58		5,67	
2018-19	3.564	5,82		5,17		4,51		4,95		5,13		4,82		6,42	
Total	13.023	5,41	1,13	4,71	1,18	4,14	1,19	4,56	1,18	4,72	1,22	4,51	1,16	5,81	1,16
TOTAL POBLACIÓN															
Ola	N	Lectura	Indice	Leer libros	Indice	Museos	Indice	Monumentos	Indice	Cine	Indice	Teatro	Indice	Música en general	Indice
2006-07	14.822	6,14		5,61		4,45		4,90		6,06		4,80		7,10	
2010-11	14.486	6,12		5,70		4,77		5,33		6,27		5,06		7,15	
2014-15	15.154	6,25		5,83		4,70		5,16		6,62		5,24		7,23	
2018-19	15.455	6,50		6,08		5,20		5,69		6,70		5,32		7,64	
Total	59.917	6,26	1,06	5,81	1,08	4,78	1,17	5,27	1,16	6,41	1,11	5,11	1,11	7,29	1,08
Diferencia		-0,85		-1,10		-0,64		-0,72		-1,69		-0,60		-1,48	

Fuente: Elaboración propia a partir de “Encuesta de hábitos culturales en España” Ministerio de Cultura y Deporte

Comparativa mayores de 65 años frente a Total Población

Datos mostrados en medias. Opciones de respuesta: 0-10. Donde 0 = ningún interés 10=máximo interés

Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

Además de los indicadores de interés (expresión de una actitud positiva hacia la actividad) tenemos indicadores de prácticas, de actividades mostradas y otras, por lo que pasamos a exponerlas, para reafirmarnos en lo que ya hemos visto y poder ampliar o matizar.

En la Tabla 17 lo que se analiza es la frecuencia de la práctica, expresada en unidades de tiempo anuales o trimestrales, es decir, los datos mostrados son los relativos al porcentaje de personas que han realizado esas actividades en los últimos doce meses.

Aumenta progresivamente el porcentaje de mayores de 65 que ola tras ola visitan monumentos, visitan museos, van al cine, leyeron libros o fueron al teatro. El porcentaje

de personas mayores de 65 años que realizaron estas actividades en el último año es inferior al del total de la población en todas las actividades. Pero cuando se comparan los índices (los incrementos entre la ola de 2006 con la de 2019, los mayores de 65 años muestran unos mayores incrementos en la práctica de determinadas actividades respecto al total de la población. Cabe destacar la lectura de libros (4,37 en mayores de 65 vs 2,38 en el total de la población) y el ir al cine (2,08 en mayores de 65 años vs 1,13 en el total de la población) en ambas actividades como se muestra, los índices son muy superiores en los mayores de 65 respecto al total de la población. También crece de manera superior en los mayores de 65 respecto al del total de la población, aunque las diferencias son menos significativas que los anteriores, las visitas a museos (1,52 en mayores de 65 vs 1,29 en total población) y las visitas a monumentos (1,76 en mayores de 65 años vs 1,25 en total población).

A priori, podría pensarse, volviendo al concepto de ciclo de vida, aunque refiriéndonos esta vez al concepto de transición (cambios importantes dentro de la vida de las personas y que pueden llevar a nuevas situaciones, como puede ser la jubilación, Elder (1998)) que los jubilados son coherentes en cuanto a sus intereses y sus prácticas culturales y que aumenta de forma progresiva no solo el interés en determinadas actividades culturales, sino también su práctica, por lo que podría deducirse que la jubilación es un punto de inflexión en cuanto al interés y la práctica de determinados hábitos culturales, no solo relacionado con el ocio pasivo (leer o ir al cine) sino de las prácticas de ocio relacionadas con inquietudes culturales (visitar museos o monumentos).

TABLA 17: Última vez que realizaron diversas actividades. Últimos doce meses

MAYORES DE 65 AÑOS							TOTAL POBLACIÓN						
VISITÓ UN MONUMENTO							VISITÓ UN MONUMENTO						
	Ola				Total	Índ		Ola				Total	Índ
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19				2006-07	2010-11	2014-15	2018-19		
N	482	586	748	983	2.799		5.146	5.706	6.334	7.728	24.914		
últ 12 meses	15,7%	19,1%	22,5%	27,6%	21,5%	1,76	34,7%	39,4%	41,8%	50,0%	41,6%	1,44	
VISITÓ UN MUSEO							VISITÓ UN MUSEO						
	Ola				Total	Índ		Ola				Total	Índ
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19				2006-07	2010-11	2014-15	2018-19		
N	455	476	630	804	2.365		4.695	4.528	5.100	6.294	20.617		
últ 12 meses	14,8%	15,5%	19,0%	22,6%	18,2%	1,52	31,7%	31,3%	33,7%	40,7%	34,4%	1,29	
FUE AL CINE							FUE AL CINE						
	Ola				Total	Índ		Ola				Total	Índ
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19				2006-07	2010-11	2014-15	2018-19		
N	341	371	690	824	2.226		7.538	6.884	8.141	8.852	31.415		
últ 12 meses	11,1%	12,1%	20,8%	23,1%	17,1%	2,08	50,9%	47,5%	53,7%	57,3%	52,4%	1,13	
LEYÓ LIBROS X OTROS MOTIVOS							LEYÓ LIBROS POR OTROS MOTIVOS						
	Ola				Total	Índ		Ola				Total	Índ
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19				2006-07	2010-11	2014-15	2018-19		
N	259	844	1.078	1.314	3.495		2.520	4.936	5.780	6.257	19.493		
últ 12 meses	8,4%	27,5%	32,5%	36,9%	26,8%	4,37	17,0%	34,1%	38,1%	40,5%	32,5%	2,38	
FUE AL TEATRO							FUE AL TEATRO						
	Ola				Total	Índ		Ola				Total	Índ
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19				2006-07	2010-11	2014-15	2018-19		
N	253	276	437	520	1.486		2.805	2.766	3.490	3.840	12.901		
últ 12 meses	8,2%	9,0%	13,2%	14,6%	11,4%	0,77	18,9%	19,1%	23,0%	24,8%	21,5%	1,31	

Fuente: Elaboración propia a partir de “Encuesta de hábitos culturales en España” Ministerio de Cultura y Deporte

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población

Datos mostrados en % de personas que realizaron la actividad en los últimos 12 meses

N=número de personas

Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

Pero los hábitos culturales no solo se ven influenciados por el tiempo de vida, para Elder (1998) el tiempo social referido a lo que la sociedad espera de los jubilados o el tiempo histórico, en relación a las circunstancias históricas que les toca vivir, marcan de manera importante los hábitos de consumo, y las tendencias. Así por ejemplo, en la Tabla 18 se han recogido los resultados de las actividades que realizan a diario de forma mayoritaria los senior y su comparativa con el total de la población además de examinar los incrementos habidos entre las olas de 2018-2019 y 2006-2007.

Ver a diario la televisión y escuchar la radio son las dos actividades que mayoritariamente realizan tanto los mayores de 65 años como el total de la población, actividades como leer prensa a diario y la práctica deportiva diaria tienen un porcentaje de participación muy similar en mayores de 65 años y en el total de la población. Es en el uso a diario del ordenador por otros motivos y en la conexión a internet a diario por otros motivos donde

se dan las mayores diferencias entre el total población y los mayores de 65 años, el porcentaje de senior que se conecta a diario a internet es de un 11,8% frente al 43,2% del total población. El uso a diario del ordenador por parte de los senior es de un 8,5% frente al del total de la población que es un 32,9%. Los incrementos más importantes se dan en la práctica deportiva diaria, que presenta un aumento muy significativo tanto en la población de más de 65 años (1,06) como el total población (1,21) pero es sobre todo el uso diario del ordenador por otros motivos (7,22) o en la conexión diaria a internet por otros motivos (22,59) las dos variables que mayores crecimientos presentan en la población de más de 65 años. El incremento de estas prácticas culturales nos viene a confirmar la importancia del tiempo histórico dentro del ciclo de vida (Elder, 1988).

En este trabajo se considera el tiempo histórico en cuanto a la “moda” (Simmel, 1992) y no tanto en cuanto a las circunstancias económicas (a sabiendas de que en España se produce un notable descenso de la partida destinada a ocio-espectáculos-cultura del 6,9% en 2006 al 5,67% en 2013, originada por la crisis, según la encuesta de presupuestos familiares del INE), ya que no es el objetivo el realizar una explicación de los hábitos de consumo en función de la renta sino de los valores que subyacen tras estos comportamientos. Lo que sí ha de contextualizarse es el hecho de que el consumo cultural forma parte de la sociedad de consumo, de manera que la búsqueda de explicaciones a determinados consumos culturales o determinadas prácticas no tienen tanto que ver con la generación sino con el contexto social en el que nos encontramos, en la que el propio consumo de cultura se convierte en un bien de consumo en sí mismo (Baumann, 2013), un entorno en el que se produce un consumo “omnívoro” (Chan y Goldthorpe, 2007) de cultura aunque en el fondo subyace una correspondencia entre los hábitos culturales y la clase social, como apuntaba Bourdieu (2006)

A modo de ejemplo, podría decirse que la tendencia creciente del consumo de deporte no es exclusiva de los senior, forma parte del entorno cultural, del estilo de vida saludable, que forma parte de una moda y podría ser considerado como un claro ejemplo de cómo los mayores adoptan esta tendencia como suya.

TABLA 18: Frecuencia de realización actividades diarias

MAYORES DE 65 AÑOS							TOTAL POBLACIÓN						
USO A DIARIO DEL ORDENADOR POR OTROS MOTIVOS							USO A DIARIO DEL ORDENADOR POR OTROS MOTIVOS						
OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND	OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND
N	55	197	388	468	1.108		N	2.778	5.533	6.223	5.171	19.705	
%	1,8%	6,4%	11,7%	13,1%	8,5%	7,32	%	18,7%	38,2%	41,1%	33,5%	32,9%	1,79
CONEXIÓN A INTERNET A DIARIO POR OTROS MOTIVOS							CONEXIÓN A INTERNET A DIARIO POR OTROS MOTIVOS						
OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND	OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND
N	33	190	447	866	1.536		N	2.392	5.550	7.878	10.052	25.872	
%	1,1%	6,2%	13,5%	24,3%	11,8%	22,59	%	16,1%	38,3%	52,0%	65,0%	43,2%	4,03
LECTURA DIARIA DE PRENSA INFORMACIÓN GENERAL							LECTURA DIARIA DE PRENSA INFORMACIÓN GENERAL						
OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND	OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND
N	819	994	1.116	1.299	4.228		N	4.697	6.025	6.246	7.160	24.128	
%	26,7%	32,4%	33,6%	36,4%	32,5%	1,37	%	31,7%	41,6%	41,2%	46,3%	40,3%	1,46
PRÁCTICA DEPORTIVA DIARIA							PRÁCTICA DEPORTIVA DIARIA						
OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND	OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND
N	-	-	559	708	1.268		N	-	-	3.045	4.051	7.096	
%	0,0%	0,0%	63,7%	67,7%	15,7%	1,06	%	0,0%	0,0%	43,3%	52,7%	16,1%	1,22
VE LA TELEVISIÓN A DIARIO							VE LA TELEVISIÓN A DIARIO						
OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2017-18	TOTAL	IND	OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND
N	-	2.966	3.226	3.381	9.573		N	-	13.551	13.798	13.189	40.538	
%	0,0%	98,8%	98,9%	97,7%	74,8%	0,99	%	0,0%	96,9%	95,2%	93,0%	70,5%	0,96
ESCUCHA LA RADIO A DIARIO							ESCUCHA LA RADIO A DIARIO						
OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND	OLA	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	TOTAL	IND
N	1.545	1.605	1.781	2.008	6.939		N	8.921	9.281	9.362	9.820	37.384	
%	69,2%	79,7%	78,1%	81,1%	77,1%	1,17	%	72,2%	82,4%	80,0%	83,7%	79,5%	1,16

Fuente: Elaboración propia a partir de “Encuesta de hábitos culturales en España” Ministerio de Cultura y Deporte

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población

Datos mostrados en % de personas que realizan la actividad a diario

N=número de personas

IND = Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

En la Tabla 19 lo que se ha hecho ha sido comparar el tiempo en horas (media de horas) dedicado a determinadas actividades, sobre todo a las actividades que o bien son mayoritarias tanto en los mayores de 65 años como el total de la población o aquellas actividades que se habían mostrado con unos crecimientos más acusados. En términos absolutos los mayores de 65 años dedican más horas a ver la televisión que el total de la población, dedican menos tiempo a escuchar la radio, a utilizar el ordenador, a navegar por internet, a escuchar música, van menos veces al cine que el total de la población y leen menos libros. En cuanto a los índices, las actividades como el “tiempo dedicado a utilizar el ordenador a la semana” o “el tiempo dedicado a navegar por internet” suben de manera exponencial tanto en los mayores de 65 años como en el total de la población. Los índices relativos a “tiempo dedicado a escuchar música” y “número de veces que fue

al cine” crecen con mayor intensidad en los mayores de 65 años que en el total de la población. Lo interesante de estas cifras es la confirmación de una, aunque tímida, tendencia a la baja de los tiempos dedicados a ver televisión y escuchar radio y a la probable sustitución de unos medios de comunicación por otros (como conectarse a internet). Existe un estereotipo muy extendido de que los mayores están pegados a la televisión pero los datos muestran que también en el resto de la población ver la televisión es una actividad ampliamente extendida. La población que no ve la televisión es una minoría. Muchas personas mayores utilizan la televisión la radio como forma de compañía o como una ventana abierta al mundo (García 2005).

Por lo que respecta a la lectura, el número de libros que se leen por otros motivos crece de manera muy superior en los senior respecto al del total de la población (1,56 vs 1,01) lo que confirma que el creciente interés mostrado en esta actividad, ya que crece el número de libros leídos. Lo mismo sucede con el número de veces que van al cine, dato de crecimiento muy superior (1,90) respecto al del total de la población, que decrece (0,79). Un factor importante a la hora de realizar estas dos actividades es la disponibilidad de tiempo libre, muchos de los jubilados utilizan este tiempo extra para la realización de actividades que su modo de vida anterior no les permitía y estas pueden ser tanto la lectura como el ir al cine que son actividades culturales “intensivas” en tiempo.

Se puede vislumbrar aquí otra tendencia clara que forma parte del concepto de moda que apuntábamos, el uso de las nuevas tecnologías se ha instalado con fuerza en toda la sociedad, si bien la relación de cada grupo generacional con la tecnología es diferente, como veremos en el segundo bloque, los mayores de 65 años están adoptando progresivamente las nuevas tecnologías como parte de su vida cotidiana.

TABLA 19: Dedicación a la realización de actividades.

MAYORES DE 65 AÑOS								
OLA	N	Tiempo que dedica a ver televisión	Tiempo que dedica a escuchar radio	Tiempo que utiliza el ordenador	Tiempo que utiliza internet	Tiempo dedicado a escuchar musica	Veces que fue al cine	Número de libros que leyó
2006-07	3.068	3,78	1,69	nd	0,03	0,98	0,28	0,78
2010-11	3.071	3,73	1,48	0,48	0,14	1,01	0,28	0,83
2014-15	3.320	3,74	1,43	0,94	0,24	0,98	0,43	0,89
2018-19	3.564	3,47	1,56	1,07	0,27	1,18	0,53	1,21
Indice		0,92	0,92	2,23	7,79	1,20	1,90	1,56

TOTAL POBLACIÓN								
OLA	N	Tiempo que dedica a ver televisión	Tiempo que dedica a escuchar radio	Tiempo que utiliza el ordenador	Tiempo que utiliza internet	Tiempo dedicado a escuchar musica	Veces que fue al cine	Número de libros que leyó
2006-07	14.822	2,68	2,00	nd	0,51	1,89	1,43	1,24
2010-11	14.486	2,67	1,78	2,96	2,72	2,08	1,10	1,31
2014-15	15.154	2,57	1,61	3,22	4,30	1,96	1,09	1,15
2018-19	15.455	2,35	1,69	3,00	5,97	2,10	1,14	1,25
Indice		0,88	0,84	1,01	11,72	1,11	0,79	1,01

Fuente: Elaboración propia a partir de “Encuesta de hábitos culturales en España” Ministerio de Cultura y Deporte

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población

Tiempo dedicado a ver televisión y a escuchar la radio= media de horas al día de lunes a viernes

Tiempo que utiliza internet, el ordenador y escuchar música=media de horas a la semana

Número de veces que fue al cine en el trimestre

Número de libros que leyó en el trimestre

N=número de personas

Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

Para cerrar este primer bloque de análisis se muestra en la Tabla 20 el porcentaje de personas que han realizado una serie de actividades en el último año y se compara el dato en los mayores de 65 años respecto del total de la población.

Se han elegido aquellas actividades que más han realizado los mayores de 65 años y además aquellas actividades que muestran un índice mayor cuando se comparan las olas de 2006-07 con 2018-19. Como se anticipaba en las tablas anteriores, se confirma que las actividades que más realizan los mayores de 65 años son en primer lugar ver la televisión, en segundo lugar oír la radio, en tercer lugar realizar deporte, en cuarto ir a ferias y en quinto ir a centros culturales.

TABLA 20: Porcentaje de personas que han realizado esa actividad en el último año.

MAYORES DE 65 AÑOS							TOTAL POBLACIÓN						
IR A CENTRO CULTURAL							IR A CENTRO CULTURAL						
Ola							Ola						
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind
N	0	406	500	633	1.539		N	0	2910	3035	3580	9.525	
%	0,0%	13,2%	15,1%	17,8%	11,8%	1,34	%	0,0%	20,1%	20,0%	23,2%	15,9%	1,15
ASISTENCIA A FERIAS							ASISTENCIA A FERIAS						
Ola							Ola						
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind
N	352	801	823	969	2.945		N	3531	7215	6758	7418	24.922	
%	11,5%	26,1%	24,8%	27,2%	22,6%	2,37	%	23,8%	49,8%	44,6%	48,0%	41,6%	2,01
ESPECTACULOS DEPORTIVOS							ESPECTACULOS DEPORTIVOS						
Ola							Ola						
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind
N	97	312	340	450	1.199		N	1357	4044	4131	4964	14.496	
%	3,2%	10,2%	10,2%	12,6%	9,2%	3,99	%	9,2%	27,9%	27,3%	32,1%	24,2%	3,51
MATRICULADO EN ALGÚN CURSO							MATRICULADO EN ALGÚN CURSO						
Ola							Ola						
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind
N	0	112	135	134	381		N	0	983	936	842	2.761	
%	0,0%	3,6%	4,1%	3,8%	2,9%	1,03	%	0,0%	6,8%	6,2%	5,4%	4,6%	0,80
PRÁCTICA DEPORTIVA							PRÁCTICA DEPORTIVA						
Ola							Ola						
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind
N	0	0	877	1047	1.924		N	0	0	7038	7681	14.719	
%	0,0%	0,0%	26,4%	29,4%	14,8%	1,11	%	0,0%	0,0%	46,4%	49,7%	24,6%	1,07
ESCUCHA RADIO							ESCUCHA RADIO						
Ola							Ola						
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind
N	2228	2015	2279	2475	8.997		N	12344	11265	11697	11726	47.032	
%	72,6%	65,6%	68,6%	69,4%	69,1%	0,96	%	83,3%	77,8%	77,2%	75,9%	78,5%	0,91
VE LA TV							VE LA TV						
Ola							Ola						
	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	Total	Ind
N	3026	3003	3262	3461	12.752		N	14538	13991	14489	14181	57.199	
%	98,6%	97,8%	98,3%	97,1%	97,9%	0,98	%	98,1%	96,6%	95,6%	91,8%	95,5%	0,94

Fuente: Elaboración propia a partir de “Encuesta de hábitos culturales en España” Ministerio de Cultura y Deporte

Comparativa de mayores de 65 años frente a Total Población

Datos mostrados en % de personas que han realizado la actividad en el último año

N=número de personas

IND = Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

El ranking de estas actividades que realizan los mayores es idéntico al ranking de las actividades que realiza el resto de la población salvo en cuarto lugar que en lugar de ir a centros culturales lo que hace total de la población es asistir a espectáculos deportivos.

La asistencia a centros culturales es una forma de buscar espacios de socialización por parte de los mayores (Bazo, 2002).

Además de estas actividades se muestran los datos de número de matriculados en algún curso en el último año, datos ínfimos y además por debajo del total de la población, (2,9% para los senior y un 4,6% en el total de la población). Lo que sí aumenta año tras año son las inquietudes culturales pero la asistencia a cursos decrece y no arroja resultados significativos, lo que podría llevar a pensar si los cursos ofertados son realmente interesantes para mayores de 65 y para el resto de la población y que gran parte de las actividades de ocio se aprenden en épocas tempranas de la vida (Bazo, 1990), tras la jubilación una tasa muy baja de senior se embarca en nuevas actividades.

Cabe destacar lo que se ha repetido en las anteriores gráficas, aunque escuchar la radio y ver la televisión son las dos actividades que realizan de forma notoria tanto la población de más de 65 años como la del total de la población son las dos actividades que decrecen mientras que actividades como asistir a espectáculos deportivos, la práctica deportiva, la asistencia a ferias o a centros culturales crecen más que proporcionalmente comparando las olas de 2018- 2019 con la de 2006-2007

En definitiva, en este bloque introductorio del análisis de la Encuesta de Hábitos Culturales, se pretendía realizar un análisis exploratorio que nos permitiese comparar a la población de más de 65 años con el total de la población, detectar si hay grandes diferencias en actividades, tanto en términos absolutos como en índices de crecimiento de la ola de 2006 a la última disponible, en esta primera tanda de tablas lo que se pretende es explorar si hay grandes diferencias de la población de 65 años respecto al total de la población para hacer foco en los hallazgos encontrados.

A modo de resumen, podríamos decir que los mayores de 65 años son coherentes con sus intereses y con sus prácticas culturales, aunque en cuanto a valores absolutos, el interés en actividades culturales de los mayores de 65 años está por debajo del total de la población, lo que se observa es que la tasa de crecimiento del interés está por encima del total de la población. Los datos relativos al cine y a la lectura de libros son ejemplos muy claros, junto a ir al teatro o visitar monumentos que crece con mayor intensidad que en el resto de la población.

En cuanto a las prácticas reales y concretas se adivina un fuerte ascenso de la práctica deportiva, del uso de internet y del ordenador produciéndose un aumento muy importante

en la población de más de 65 años respecto al total de la población, estos datos quedan ratificados en el número de horas dedicado a cada actividad. Por último, la práctica deportiva y la asistencia a ferias y centros culturales son los motores de crecimiento en los mayores de 65 años en detrimento de ver la televisión y radio lo cual nos lleva a pensar que los mayores van hacia un tipo de hábitos culturales más tecnológicos y menos tradicionales, más sociales y menos individuales tipología de actividades que muestran unos crecimientos más intensos respecto al total de la población.

9.2 Evolución y comparativa de hábitos culturales por generación

En este apartado, se muestran los resultados por generación. Para este análisis se ha procedido a dividir a los mayores de 65 años en diferentes grupos generacionales. El haber realizado la explotación de datos a medida y fusionar las cuatro olas en un único archivo ha permitido realizar un análisis (explotación original de la fuente) que el formato original de la encuesta no permitía: el análisis de la evolución del consumo de ocio por grupos generacionales, en el periodo histórico que permite la Encuesta de Hábitos y prácticas de Consumo Cultural (2006-2019). Se consideran solo a los nacidos en 1969 y con anterioridad, excluyendo de nuestra observación a otros individuos más jóvenes, quedando agrupados en cuatro decenios según fecha de nacimiento, esto es: los nacidos en los años 60, en los años 50, en los años 40, en los años 30 y con anterioridad. Por tanto, estos son los grupos generacionales cuya evolución se examinará. Este análisis es posible y fiable gracias a la amplitud de los tamaños muestrales que a continuación se presentan:

GRÁFICO 34. Tamaños muestrales por generación

<i>N</i>	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	2.724	2.116	1.558	1.117
1940-49	1.874	1.702	1.762	1.627
1950-59	2.217	2.121	2.130	2.174
1960-69	2.784	2.610	2.756	2.735
Total muestra	14.822	14.486	15.154	15.455

Fuente: elaboración propia datos EHPC

Para el establecimiento de los grupos de edad se ha realizado una clasificación generacional de nueve en nueve años teniendo en cuenta los años que tiene cada grupo de edad en el año de la realización del trabajo de campo de cada ola de la Encuesta y tomando como referencia los tres grupos de edad objeto de nuestro análisis: los presenior o grupo

de edad entre 55 y 64 años, los senior, grupo de edad entre 65 y 74 años y los old senior que son los mayores de 75 años.

Los grupos de edad que se han establecido son los siguientes:

-Los nacidos antes de 1939: Son los que se denominan la generación silenciosa son la generación que vivió la posguerra, que ha experimentado condiciones muy duras que ha vivido bajo la dictadura. Su relación con la tecnología pasa mayoritariamente por utilizar la radio y la televisión. Son los que en la ola de 2006 tenían 67 años y la última ola tendrían 79. La evolución del consumo en este grupo nos permite ver si existen diferencias en el consumo de hábitos culturales de los senior más jóvenes respecto a los senior más mayores.

-Nacidos entre 1940- 49: Pertenecen también a lo que se denomina generación silenciosa pero son los que crecieron con una cierta apertura a Europa.

Estos dos grupos de edad, tienen un nivel de estudios superior al de predecesores, se insertaron en un mercado laboral muy necesitado de mano de obra que les permite independizarse y constituir unidades familiares muy jóvenes (López Doblas, 2003) . Son las familias constituidas por estas generaciones las que han ejercido de soporte del bienestar social en las últimas décadas en España, costeando la vejez de sus padres y los estudios y el paro juvenil de sus hijos

Estas generaciones, con más de cuarenta años de trabajo a sus espaldas propicia que hayan acumulado recursos, tengan vivienda en propiedad, pensión contributiva y en muchos casos hayan contribuido al bienestar de sus hijos.

-Nacidos entre 1950-59: Este grupo no vivió la posguerra, pero tampoco vivió la explosión de la sociedad de consumo. Más abiertos en determinados aspectos que la generación anterior pero menos que los que vienen detrás.

-Nacidos entre 1960-69 son más propensos a interactuar con encuestas o cuestionarios, a visitar la web. Viven en el inicio de la democracia y al final de la dictadura y es la generación en la que las mujeres acceden a la universidad mayoritariamente, hoy proporción similar a la de los varones, son los que comienzan a ser presenior en las olas de 2014 y de 2019. Son la generación conocida como “baby boomers” en España

En España el fenómeno “baby boom” sufrió un cierto retraso por el aislamiento y el atraso que el país sufrió tras la Guerra Civil y tuvo que esperar hasta mediados de los años 50, con el éxodo del campo a las ciudades, el desarrollismo, el turismo y el primer boom inmobiliario. Se consideran “baby boomers” a los nacidos entre 1960 a 1977. El fenómeno del baby boom en España está relacionado, además de con el retraso en el desarrollo económico con el fuerte despegue de la sociedad de consumo en los años sesenta. Son el grupo de edad que creció en la paz y disfrutó de ella y son, el grupo de edad mayoritario. De hecho, en España superan los doce millones. Son personas, responsables, comprometidas con su trabajo y muy activos. Los que vivieron el fin del subdesarrollo, los últimos años de la dictadura, la guerra fría, la transición, la “movida” de los 80, conocieron la llegada del color a los televisores, eran los “yupis” de los años 80 que hoy ocupan los cargos directivos en las empresas. Considerados por algunos como una generación de inmigrantes digitales vieron aparecer los primeros ordenadores IBM y pasaron del teléfono de rueda al de teclas, al móvil de concha y más tarde al iPhone.

En estos dos grupos de edad, que hemos llamado presenior, es donde se manifiestan de forma clara un cambio importante en los hábitos culturales, que previsiblemente marcará un nuevo tipo de vejez, alejada de lo tradicional, este tipo de vejez más moderna propicia que haya de replantearse algunos conceptos como el de jubilación, o tercera edad.

Para facilitar la lectura de las tablas, en colores se ha destacado en cada ola el momento del ciclo vital en que se encuentra cada grupo generacional, a continuación, se muestran los códigos de color adjudicados a cada generación y que se utilizarán como referencia a lo largo de todo el análisis de este segundo bloque. Puede apreciarse que el colectivo analizado comprende a los que en la última medición (2018-2019) eran senior o presenior.

GRÁFICO 35. Códigos de color por generación, grupo de edad y ola

AÑO NACIMIENTO		EDAD Y OLA				DENOMINACIÓN GRUPO EDAD	
		2006	2010	2014	2018		
1939		67	71	75	79	old senior	>75
1940	1949	57 66	61 70	65 74	69 78	entre senior y old senior	
1950	1959	47 56	51 60	55 64	59 68	senior	65-74
1960	1969	37 46	41 50	45 54	49 58	entre presenior y senior	
						pre-senior	55-64
						entre 47 y presenior	

Los old senior se señalan en rojo, son el grupo de edad mayor de 75 años, son los más ancianos, los que en la ola de 2018-19 tienen 79 años, la generación silenciosa.

Sombreado en naranja están aquellos que se encuentran en transición entre los senior y los old senior, son los que en la última ola están entre los 69 y 78 años

En amarillo se señala a los senior, los mayores de 65 años hasta los 74

En verde es el grupo de edad en transición, están abandonando el grupo de presenior para convertirse en senior

Los presenior son la generación que tiene entre 55 y 64 años, señalados en azul

Y en un azul más claro se denomina al grupo de edad que está en la antesala de pasar a ser presenior, no es objeto de estudio pero las generaciones que en la última ola tienen a parte de sus individuos como senior, en la olas de 2006 y 2010 estaban en este grupo edad y puede ser interesante ver su evolución, de cara a ver si sus hábitos se mantienen o cambian con la edad.

Los objetivos que nos llevan a examinar la evolución de los grupos generacionales, son los siguientes:

- Determinar hasta qué punto el efecto de relevo generacional influye más que el efecto de periodo en la evolución del colectivo.
- Detectar y explicar si las hubiera, pautas atribuibles al ciclo de vida, para averiguar si estas existen o son detectables

Según las teorías expuestas sobre el cambio de valores, cabría hipotetizar la confluencia de dos fuerzas diferentes que explicarían las tendencias ya observadas en el apartado anterior de cambio en el colectivo. De un lado, la inercia de las cohortes, (en este caso los grupos generacionales en la agrupación presentada por décadas de fecha de nacimiento), basada en la idea de que las distintas generaciones experimentan una socialización temprana homogénea y diferenciada de otras generaciones (Arroyo y Cabrera, 2011), aparte de las vivencias comunes a lo largo del ciclo de vida. En tal caso, la inercia del efecto de cohorte tendería a la estabilidad de intereses y prácticas a lo largo del tiempo en cada grupo generacional, con lo que la dinámica del cambio se explicaría básicamente por el efecto del relevo generacional (Manheim, 1993)

De otro lado, no se puede descartar la hipotética incidencia de un importante efecto de periodo que también afectaría a los mayores. Si bien es cierto que las generaciones más

mayores son menos tendentes a adoptar los cambios y tendencias culturales, a menudo los cambios acaban permeando a toda la sociedad, por lo que, aunque con un cierto grado de retraso, y quizás en menor medida, las tendencias de cambio generales también se extienden entre los mayores.

La mayor velocidad de asunción de actividades de ocio de los mayores, en comparación con el conjunto de la población, detectada en el apartado anterior, puede ser interpretada como un efecto esperable en una incorporación tardía a las tendencias generales de cambio, y por tanto una manifestación del efecto de periodo. El siguiente apartado está destinado a arrojar luz sobre estas cuestiones y determinar si se acusan o no ambas explicaciones de la dinámica del cambio del colectivo, estimando la contribución de cada una.

Para operativizar criterios empíricos que permitan explorar esta cuestión se seguirá el siguiente esquema de explotación de los datos:

-El efecto de cohorte implicaría que la generación evolucionaría de forma distinta y se mantendrían las diferencias entre ellos en el tiempo.

-El efecto de periodo implicaría al menos una evolución (supuestamente incremental del interés y prácticas de actividades de ocio) de todas o algunas cohortes en el tiempo, y muy probablemente también que esta evolución se refleje en el conjunto de la población. (Si no es simultánea, por efecto de retardo atribuible a una incorporación tardía, debería haber tenido lugar al menos en un pasado reciente).

Se muestran a continuación las tablas obtenidas, en primer lugar los datos relativos al interés en determinadas actividades, se han tomado las actividades que más interesaban a los mayores de 65 años y se ha hecho foco sobre ellas, para detectar si existen intereses muy divergentes por generación, o si bien los intereses cambian a medida que cumplimos años.

Además de los códigos de color por grupo de edad se muestra en cada tabla los N o el número de observaciones por variable para que facilite su lectura

En la Tabla 21 se muestran los intereses por generación de las actividades que en el anterior apartado mostraban un mayor crecimiento en los mayores de 65 años respecto al total de la población. Se han obtenido las tablas por grupo generacional para las variables de interés en: la lectura, ir al cine, leer libros, ir al teatro, visitar museos y la música en general.

TABLA 21: Evolución del interés por generación

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	2.724	2.116	1.558	1.117
1940-49	1.874	1.702	1.762	1.627
1950-59	2.217	2.121	2.130	2.174
1960-69	2.784	2.610	2.756	2.735
TOTAL	14.822	14.486	15.154	15.455

Interés en la lectura

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	5,08	4,99	4,96	5,19	1,02
EVOL%		- 0,02	- 0,01	0,05	
1940-49	5,94	5,67	5,80	5,96	1,00
EVOL%		- 0,05	0,02	0,03	
1950-59	6,43	6,43	6,40	6,51	1,01
EVOL%		- 0,00	- 0,00	0,02	
1960-69	6,78	6,64	6,68	6,73	0,99
EVOL%		- 0,02	0,01	0,01	
TOTAL	6,14	6,12	6,25	6,50	1,06
EVOL%		- 0,00	0,02	0,04	

Interés en ir al cine

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	4,12	4,35	4,42	4,24	1,03
EVOL%		0,06	0,02	- 0,04	
1940-49	5,19	5,13	5,40	5,37	1,04
EVOL%		- 0,01	0,05	- 0,01	
1950-59	5,84	5,96	6,25	6,09	1,04
EVOL%		0,02	0,05	- 0,03	
1960-69	6,52	6,58	6,78	6,69	1,03
EVOL%		0,01	0,03	- 0,01	
TOTAL	6,06	6,27	6,62	6,70	1,11
EVOL%		0,03	0,06	0,01	

Interés en leer libros

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	4,31	4,27	4,22	4,38	1,02
EVOL%		- 0,01	- 0,01	0,04	
1940-49	5,33	5,08	5,15	5,33	1,00
EVOL%		- 0,05	0,01	0,03	
1950-59	5,87	5,99	5,92	6,03	1,03
EVOL%		0,02	- 0,01	0,02	
1960-69	6,30	6,30	6,28	6,35	1,01
EVOL%		- 0,00	- 0,00	0,01	
TOTAL	5,61	5,70	5,83	6,08	1,08
EVOL%		0,02	0,02	0,04	

Interés en ir al teatro

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	4,09	4,27	4,09	4,20	1,03
EVOL%		0,04	- 0,04	0,03	
1940-49	4,84	4,88	5,02	5,09	1,05
EVOL%		0,01	0,03	0,01	
1950-59	5,08	5,33	5,25	5,24	1,03
EVOL%		0,05	- 0,02	- 0,00	
1960-69	5,17	5,28	5,42	5,54	1,07
EVOL%		0,02	0,03	0,02	
TOTAL	4,80	5,06	5,24	5,32	1,11
EVOL%		0,05	0,04	0,02	

Interés en visitar museos

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	3,74	3,87	3,48	3,56	0,95
EVOL%		0,03	- 0,10	0,03	
1940-49	4,49	4,74	4,64	4,85	1,08
EVOL%		0,05	- 0,02	0,05	
1950-59	4,92	5,25	4,99	5,19	1,05
EVOL%		0,07	- 0,05	0,04	
1960-69	4,95	5,23	5,06	5,45	1,10
EVOL%		0,06	- 0,03	0,08	
TOTAL	4,45	4,77	4,70	5,20	1,17
EVOL%		0,07	- 0,01	0,11	

Interés música en general

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	5,46	5,21	4,98	5,52	1,01
EVOL%		- 0,05	- 0,04	0,11	
1940-49	6,58	6,37	6,28	6,70	1,02
EVOL%		- 0,03	- 0,01	0,07	
1950-59	7,01	7,06	6,95	7,24	1,03
EVOL%		0,01	- 0,02	0,04	
1960-69	7,43	7,35	7,39	7,61	1,02
EVOL%		- 0,01	0,01	0,03	
TOTAL	7,10	7,15	7,23	7,64	1,08
EVOL%		0,01	0,01	0,06	

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

Comparativa por generación

Datos mostrados en medias. Opciones de respuesta: 0-10. Donde 0 = ningún interés 10=máximo interés

Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

Evol%=datos de evolución entre olas

Comenzando por los hábitos relativos a la lectura, en las generaciones de más senior las medias de interés están por debajo del total de la población, la evolución es positiva en todos los grupos de edad y las medias son más altas en las generaciones de presenior.).

Podríamos decir entonces que en los hábitos relativos a la lectura existe el efecto periodo, ya que todos los grupos de edad evolucionan de manera similar y entre una ola y otra los comportamientos generacionales son similares al del total de la población. En el total de la población hay una evolución positiva tanto en la lectura en general como en leer libros en particular. La evolución de todos los grupos generacionales está por debajo del total de la población y en la generación de los que van a ser old senior el interés es ligeramente superior pero la evolución está por debajo del total de la población. En los más mayores, la generación que nace en 1939 son los que menos interés muestran (4,38 vs 6,08 del total de la población). Aunque a medida que se cumplen años no se pierde interés en la lectura (el índice en los old senior es 1,02 vs resto de la población que es 1,08)

En cuanto a visitar museos la evolución es positiva en todos los grupos de edad, aunque la evolución de estos grupos de edad está por debajo del total de la población. La generación menos interesada en visitar museos es de los más mayores es decir las que nacen en 1939 (3,56 vs 5,20 total población) pero este menor interés no implica necesariamente que sea porque se hacen más mayores ya que los datos que hay de 2006 indican que nunca estuvieron especialmente interesados (3,74). Confirmaríamos entonces en la generación de los old senior el efecto cohorte. En el resto de generaciones sí que tiende a aumentar el interés y no disminuye con el paso del tiempo. Podríamos decir en este caso que la relación entre el interés en visitar museos y la edad tiene que ver con la generación a la que pertenecen y no tanto con el efecto periodo..

El interés en ir al cine es menor en los senior más mayores, podría explicarse por razones culturales y no disminuye el interés con el paso de los años. Existe una evolución positiva en todos los grupos de edad, los que menor evolución muestran son también los más senior, hecho que podría deberse a un efecto generación. Lo mismo podría afirmarse del interés en ir al teatro que tiene una evolución idéntica a la del cine.

En cuanto a la música en general, aunque es una de las actividades que más interés despierta, la evolución es positiva en todos los grupos de población pero el grado de interés es menor en las generaciones que más años tienen, lo que es fácil esté relacionado con costumbres culturales y con efecto generación más que con efecto periodo.

Como resumen de la Tabla 21, podría decirse que el interés mostrado en los hábitos culturales seleccionados está más relacionados con la generación a la que se pertenece que con la etapa del ciclo de vida o con el efecto período. Los más mayores muestran

menor interés en determinados hábitos culturales pero nunca manifestaron interés, ni cuando eran más jóvenes. Lo que confirma el hecho de que los tipos de ocio se han de trabajar desde edades más tempranas para que puedan desarrollarse tras la jubilación y por otro lado, en el caso español, la generación de los nacidos antes de 1939 experimentaron condiciones de vida muy duras que quizá les llevó a interesarse más en trabajar o conseguir sustento y no tanto en la cultura.

Se produce un ascenso de interés en las artes escénicas en detrimento de actividades más convencionales como el cine, teatro, música en general. El interés en la lectura pierde fuerza en todas las generaciones es posible que haya un decrecimiento del interés en actividades tradicionales tales como la lectura el cine o el teatro y vayamos hacia un tipo de interés cultural más moderno como el navegar por internet o el ver series a través de plataformas en streaming como se verá más adelante.

En la Tabla 22 lo que se trata de ver es si los intereses mostrados por generación se corresponden con las actividades que realizan para ver el grado de coherencia entre lo que declaran les interesa y lo que realmente hacen. Se muestran los datos para los últimos doce meses y se tratará de ver si existe efecto generación o efecto período en cuanto a las prácticas reales de ocio, en líneas generales, no hay unas diferencias muy relevantes y los resultados son muy similares a los datos de interés en actividades, por lo que podemos concluir que los mayores son coherentes con lo que declaran les gusta hacer y lo que realmente hacen.

La evolución de todos los grupos generacionales es positiva salvo en el grupo de más edad donde los índices son negativos para todas las actividades (ir al museo, visitar monumentos, ir al cine, ir al teatro) la evolución de la generación de los old senior es negativa en todas ellas, por lo que se confirma el efecto cohorte. No ocurre así en la lectura de libros, donde la evolución es positiva en todas las generaciones. Los índices negativos vendrían explicados por la propia coherencia (no muestro interés-no practico), pero además se da la circunstancia de que uno de los problemas que conlleva el envejecimiento en los estadios más avanzados son los problemas de tipo físico, de movilidad, por lo que es fácil que estas generaciones de más mayores dejen de visitar museos con la edad por problemas de salud física, hecho inherente al devenir del ciclo de vida.

En cuanto a ir al cine el dato a nivel total de la población el dato es positivo en la última ola (+7%), así como el índice de evolución (1,13) siendo la evolución negativa en todos

los grupos de edad. El único grupo que está por encima de la media en cada ola son los nacidos entre los 60 y 69. Podríamos decir que es en la generación de los que van a ser presenior (con un mayor nivel de estudios y mujeres trabajando fuera de casa) en los que se da el efecto generación en este apartado en particular. En el resto de generaciones, en los que se adivina el efecto período es posible que la caída en la práctica de ir al cine pueda deberse a temas económicos, recordemos que en España la crisis económica comienza en 2008 y las familias sufren sus consecuencias de manera importante a partir de 2012, y lo mismo ocurre con el ir al teatro van menos al teatro que al cine entendemos que es por dinero porque son actividades que son más caras, ya que sí mostraban interés. Teniendo en cuenta el interés mostrado, el fomento de las actividades de cine y de teatro con precios especiales deberían ser impulsadas ya que aunque el grado de interés es alto muchas ocasiones los mayores no pueden acudir a este tipo de espectáculos por el precio. Por último, los datos relativos a la lectura de libros crecen en todas las generaciones aunque de manera más importante en la generación de los más senior, podría lo que nos viene a decir que a medida que se hacen mayores leen más libros, es un tipo de ocio más económico y tranquilo.

En definitiva, se confirma el efecto generación para los old senior en todas las actividades, salvo para la lectura en el que se manifiesta el efecto periodo.

TABLA 22: Última vez que realizaron una actividad por generación .

Última vez que fue al museo últ. 12 meses

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	13%	12%	9%	7%	0,54
EVOL%		-14%	-24%	-18%	
1940-49	28%	26%	28%	26%	0,93
EVOL%		-7%	6%	-6%	
1950-59	34%	34%	35%	37%	1,09
EVOL%		-2%	3%	8%	
1960-69	37%	35%	38%	43%	1,16
EVOL%		-5%	8%	14%	
TOTAL	32%	31%	34%	41%	1,29
EVOL%		-1%	8%	21%	

Última vez que fue al museo últ. 12 meses

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	367	246	138	81
1940-49	532	449	492	428
1950-59	763	717	739	812
1960-69	1.038	920	1.045	1.185
TOTAL	4.695	4.528	5.100	6.294

Última vez que visitó un monumento últ. 12 meses

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	14%	14%	11%	9%	0,66
EVOL%		-5%	-23%	-10%	
1940-49	30%	33%	33%	32%	1,05
EVOL%		8%	1%	-4%	
1950-59	39%	42%	42%	46%	1,18
EVOL%		7%	-1%	10%	
1960-69	42%	44%	47%	55%	1,31
EVOL%		6%	6%	16%	
TOTAL	35%	39%	42%	50%	1,44
EVOL%		13%	6%	20%	

Última vez que visitó un monumento últ. 12 meses

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	393	290	164	106
1940-49	568	559	584	516
1950-59	872	895	894	1.008
1960-69	1.163	1.157	1.293	1.492
TOTAL	5.146	5.706	6.334	7.728

Última vez que fue al cine últ. 12 meses

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	10%	8%	10%	9%	0,89
EVOL%		-17%	14%	-5%	
1940-49	29%	23%	31%	26%	0,90
EVOL%		-21%	33%	-14%	
1950-59	46%	37%	44%	41%	0,89
EVOL%		-18%	16%	-6%	
1960-69	61%	53%	55%	58%	0,95
EVOL%		-13%	5%	4%	
TOTAL	51%	48%	54%	57%	1,13
EVOL%		-7%	13%	7%	

Última vez que fue al cine últ. 12 meses

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	276	178	149	101
1940-49	549	392	541	430
1950-59	1.015	795	929	890
1960-69	1.685	1.381	1.528	1.576
TOTAL	7.538	6.884	8.141	8.852

Última vez que leyó libros otros motivos últ. 12 meses

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	8%	26%	28%	37%	4,58
EVOL%		219%	11%	29%	
1940-49	14%	31%	36%	37%	2,63
EVOL%		124%	15%	2%	
1950-59	16%	33%	36%	37%	2,38
EVOL%		108%	9%	5%	
1960-69	18%	34%	37%	41%	2,24
EVOL%		87%	7%	12%	
TOTAL	17%	34%	38%	40%	2,38
EVOL%		100%	12%	6%	

Última vez que leyó libros otros motivos últ. 12 mese:

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	632	485	350	265
1940-49	706	613	688	629
1950-59	1.038	1.013	1.014	1.045
1960-69	1.452	1.323	1.414	1.388
TOTAL	6.305	6.311	6.977	7.535

Última vez que fue al teatro (trim+último año)

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	7%	6%	7%	5%	0,63
EVOL%		-14%	5%	-30%	
1940-49	18%	15%	19%	18%	0,96
EVOL%		-19%	27%	-7%	
1950-59	20%	21%	24%	24%	1,19
EVOL%		6%	13%	-1%	
1960-69	23%	22%	25%	26%	1,14
EVOL%		-5%	15%	5%	
TOTAL	19%	19%	23%	25%	1,31
EVOL%		1%	21%	8%	

Última vez que fue al teatro (trim+último año)

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	197	132	102	51
1940-49	345	255	335	289
1950-59	441	448	509	515
1960-69	644	574	696	722
TOTAL	2.805	2.766	3.490	3.840

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

Datos mostrados en % de personas que realizaron la actividad en los últimos 12 meses. N=número de personas

Evolve=incremento ola a ola

Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

En la Tabla 23, se recogen las actividades que cada generación realiza diariamente. El efecto generación parece confirmarse en las actividades como escuchar música, leer y actividades culturales en el caso de la generación de los más jóvenes (nacidos 1960-1969). Esto se podría explicar, además de porque son más jóvenes (con las implicaciones que en la salud y en la renta disponible implica) porque son una generación más culta, con mayor nivel de estudios, mujeres incorporadas al trabajo y que además han vivido unas circunstancias históricas de apertura por lo que tendría sentido que mantuviesen estos hábitos culturales cuando llegasen a la vejez. Los más mayores son los que menos música escuchan a diario (28% vs 70% total población) y además esta práctica disminuye con la edad en el caso de las generaciones más mayores.

Efecto período podría adivinarse en la actividad que más realizan todas las generaciones a diario y es la de ver la televisión: es tendencia decreciente en todos los grupos de edad y las generaciones más jóvenes (quizá porque aún están trabajando y tienen menos tiempo libre disponible) pasan menos tiempo delante del televisor, pero esta tendencia se mantiene en el tiempo. Entendemos se acrecentará con los años produciéndose un trasvase de estos hábitos más tradicionales a otros más actuales, como ya apuntan los datos.

Efecto período se adivina también en leer la prensa o escuchar la radio a diario en todas las generaciones incrementa con el tiempo y es más alto porcentaje de gente que escucha radio diario que lee la prensa. Los más mayores son los que menos escuchan la radio (77% vs 84% del total población) pero esta práctica crece con los años (índice 1,12 vs 1,16 total población). La radio se utiliza como acompañamiento en actividades cotidianas y no cae tanto como cae la televisión.

Efecto período se muestra también en la realización de alguna práctica deportiva a diario, por su tendencia creciente en todos los grupos generacionales. A destacar los mayores y en concreto los más senior realizan de manera muy superior al resto de la población práctica deportiva a diario (73,9% vs 52,7%) y además es una tendencia que crece en todas las franjas de edad y en concreto en la de los “baby boomers”.

El uso de la conexión a internet a diario, y el uso de ordenador también es tendencia creciente en todas las generaciones. Aunque los mayores usan menos internet a diario que el resto de la población (6,7% vs 65%) el crecimiento (6,77 vs 4,03) es muy importante, lo mismo ocurre con el uso del ordenador a diario, aunque la diferencia es muy grande (8,5% vs 34% en el total de la población), se consolida también una tendencia ascendente.

TABLA 23: Actividades realizadas diariamente por generación

Escucha música a diario

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	35%	30%	26%	28%	0,80
EVOL%		-15%	-15%	10%	
1940-49	51%	46%	43%	46%	0,90
EVOL%		-10%	-6%	7%	
1950-59	57%	59%	58%	58%	1,01
EVOL%		4%	-2%	-1%	
1960-69	61%	69%	68%	71%	1,16
EVOL%		13%	-2%	5%	
TOTAL	55%	64%	65%	70%	1,28
EVOL%		18%	1%	8%	

Ve la TV a diario

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	nd	99%	99%	98%	0,99
EVOL%			0%	-1%	
1940-49	nd	99%	99%	98%	0,99
EVOL%			0%	-1%	
1950-59	nd	98%	97%	96%	0,97
EVOL%			-1%	-1%	
1960-69	nd	97%	95%	95%	0,98
EVOL%			-2%	0%	
TOTAL	nd	97%	95%	93%	0,96
EVOL%			-2%	-2%	

Practica deporte a diario

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	nd	nd	66,9%	73,9%	1,10
EVOL%				10%	
1940-49	nd	nd	62,5%	67,5%	1,08
EVOL%				8%	
1950-59	nd	nd	49,0%	62,8%	1,28
EVOL%				28%	
1960-69	nd	nd	40,2%	51,4%	1,28
EVOL%				28%	
TOTAL	nd	nd	43,3%	52,7%	1,22
EVOL%				22%	

Escucha la radio a diario

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	69%	80%	76%	77%	1,12
EVOL%		16%	-5%	1%	
1940-49	73%	79%	80%	84%	1,14
EVOL%		8%	1%	5%	
1950-59	75%	85%	83%	83%	1,12
EVOL%		13%	-2%	0%	
1960-69	74%	86%	83%	87%	1,17
EVOL%		16%	-4%	5%	
TOTAL	72%	82%	80%	84%	1,16
EVOL%		14%	-3%	5%	

Usa el ordenador a diario(otros motivos)

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	1,7%	4,0%	4,6%	4,0%	2,39
EVOL%		138%	13%	-12%	
1940-49	5,9%	14,1%	18,0%	15,1%	2,58
EVOL%		140%	28%	-16%	
1950-59	13,4%	26,4%	30,8%	24,7%	1,84
EVOL%		97%	16%	-20%	
1960-69	18,1%	36,4%	42,7%	31,2%	1,72
EVOL%		101%	17%	-27%	
TOTAL	18,7%	38,2%	41,1%	33,5%	1,79
EVOL%		104%	8%	-19%	

Se conecta a internet a diario

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	1,0%	3,5%	4,8%	6,7%	6,77
EVOL%		253%	38%	39%	
1940-49	4,5%	13,9%	21,1%	26,8%	5,91
EVOL%		206%	52%	27%	
1950-59	11,2%	25,9%	37,5%	51,3%	4,59
EVOL%		131%	45%	37%	
1960-69	15,6%	37,5%	53,0%	67,5%	4,34
EVOL%		141%	41%	27%	
TOTAL	16,1%	38,3%	52,0%	65,0%	4,03
EVOL%		137%	36%	25%	

Escucha música a diario

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	965	638	401	317
1940-49	961	784	763	752
1950-59	1.260	1.254	1.239	1.251
1960-69	1.701	1.795	1.865	1.939
TOTAL	8.081	9.280	9.850	10.807

Ve la TV a diario

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	-	2.041	1.510	1.054
1940-49	-	1.647	1.716	1.555
1950-59	-	2.020	2.015	2.006
1960-69	-	2.428	2.507	2.435
TOTAL	-	13.551	13.798	13.189

Practica deporte a diario

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	-	-	162	113
1940-49	-	-	397	369
1950-59	-	-	424	590
1960-69	-	-	500	673
TOTAL	-	-	3.045	4.051

Escucha la radio a diario

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	1.347	1.062	727	506
1940-49	1.161	1.015	1.054	979
1950-59	1.453	1.475	1.435	1.458
1960-69	1.825	1.896	1.915	1.993
TOTAL	8.921	9.281	9.362	9.820

Usa el ordenador a diario(otros motivos)

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	46	85	71	45
1940-49	110	240	317	246
1950-59	297	561	655	536
1960-69	505	951	1.178	853
TOTAL	2.778	5.533	6.223	5.171

Se conecta a internet a diario

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	27	74	75	75
1940-49	85	236	372	436
1950-59	248	549	798	1.116
1960-69	433	979	1.460	1.845
TOTAL	2.392	5.550	7.878	10.052

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

En la Tabla 24 lo que se muestran son los tiempos medios dedicados a cada actividad para comprobar realmente si esas tendencias que se apuntan se confirman con el número de horas dedicado a las mismas. Los datos están recogidos en horas y por ejemplo, en cuanto al tiempo dedicado a ver la televisión se han tomado los datos de lunes a viernes, porque se entiende que los fines de semana la población dedica más tiempo a ver la televisión al disponer de mayor tiempo libre, y eso podría distorsionar los datos. Como ya se apuntaba, la tendencia a ver la televisión a diario es a la baja el total de la población y en las generaciones mayores este tiempo está por encima de la media de la población (3,76 vs 2,35).

En cuanto a escuchar la radio los mayores más senior son los que menos tiempo dedican a escuchar la radio, es en la generación nacida antes del 39 donde más fuerte se da esa bajada aunque como ya vimos la tendencia es decreciente y negativa en todas las generaciones. Es probable que es tiempo dedicado a medios de comunicación convencionales (radio y TV) se vea paulatinamente sustituido por conexiones más modernas (grupos de WhatsApp, navegar en internet). Lo mismo ocurre con escuchar música, los más mayores son los que menos tiempo dedican a escuchar música y concuerda efectivamente con su interés. Esta tendencia es negativa en todas las generaciones mayores quizá tenga que ver con esos hábitos culturales donde estas generaciones más mayores no están tan habituados escuchar música como los más jóvenes. El tiempo dedicado al uso de ordenador por otros motivos que no sean el trabajo, es más bajo (0,31) en los senior más mayores pero tiene un índice positivo, por encima del de resto de la población (1,13 vs 1,01).

Los medios de comunicación la radio la televisión o el periódico son la ventana al mundo que los mayores usan para estar conectados. Podría ocurrir que esta ventana al mundo que tradicionalmente han sido los medios convencionales se esté sustituyendo paulatinamente por medios más actuales como ocurre con las conexiones a internet mientras se produce una bajada de horas de televisión, radio, música en favor del uso del ordenador. Aunque este incremento en el uso de internet no es tan significativo, lo que sí se apunta es a un intercambio de ocio del más tradicional al más moderno y parece confirmar la tendencia del uso de internet como ventana al mundo para los mayores.

TABLA 24: Tiempo medio dedicado a actividades. Datos por generación

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	2.724	2.116	1.558	1.117
1940-49	1.874	1.702	1.762	1.627
1950-59	2.217	2.121	2.130	2.174
1960-69	2.784	2.610	2.756	2.735
TOTAL	14.822	14.486	15.154	15.455

TIEMPO DEDICADO A VER TV HORAS (L-V)

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	3,84	3,86	4,07	3,76	0,98
EVOL%		0,00	0,06	- 0,08	
1940-49	2,97	3,33	3,44	3,41	1,15
EVOL%		0,12	0,03	- 0,01	
1950-59	2,50	2,59	2,72	2,89	1,16
EVOL%		0,04	0,05	0,06	
1960-69	2,21	2,28	2,31	2,23	1,01
EVOL%		0,03	0,01	- 0,04	
TOTAL	2,68	2,67	2,57	2,35	0,88
EVOL%		0%	-4%	-8%	

TIEMPO DEDICADO A ESCUCHAR MÚSICA (L-V)

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	0,95	0,92	0,69	0,77	0,81
EVOL%		- 0,04	- 0,25	0,11	
1940-49	1,49	1,35	1,23	1,24	0,83
EVOL%		- 0,09	- 0,09	0,01	
1950-59	1,80	1,80	1,60	1,73	0,96
EVOL%		0,00	- 0,11	0,08	
1960-69	2,03	2,23	2,03	2,03	1,00
EVOL%		0,10	- 0,09	- 0,00	
TOTAL	1,89	2,08	1,96	2,10	1,11
EVOL%		10%	-6%	7%	

TIEMPO DEDICADO A ESCUCHAR RADIO (L-V)

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	1,66	1,40	1,25	1,22	0,73
EVOL%		- 0,15	- 0,11	- 0,03	
1940-49	2,17	1,73	1,58	1,65	0,76
EVOL%		- 0,20	- 0,09	0,04	
1950-59	2,22	1,94	1,72	1,85	0,83
EVOL%		- 0,13	- 0,11	0,08	
1960-69	2,12	2,01	1,86	1,99	0,94
EVOL%		- 0,05	- 0,07	0,07	
TOTAL	2,00	1,78	1,61	1,69	0,84
EVOL%		-11%	-10%	5%	

TIEMPO DEDICADO USO ORDENADOR otros motivos

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	nd	0,28	0,38	0,31	1,13
EVOL%			0,39	- 0,19	
1940-49	nd	1,06	1,44	1,22	1,15
EVOL%			0,35	- 0,15	
1950-59	nd	1,81	2,42	2,07	1,14
EVOL%			0,34	- 0,15	
1960-69	nd	2,50	3,12	2,54	1,02
EVOL%			0,25	- 0,19	
TOTAL	nd	2,96	3,22	3,00	1,01
EVOL%			9%	-7%	

TIEMPO DEDICADO USO INTERNET otros motivos

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	0,03	0,09	0,07	0,07	0,75
EVOL%		1,63	- 0,18	- 0,08	
1940-49	0,14	0,47	0,40	0,17	0,36
EVOL%		2,25	- 0,15	- 0,58	
1950-59	0,41	2,34	2,84	2,62	1,12
EVOL%		4,76	0,21	- 0,08	
1960-69	0,49	3,43	5,33	6,25	1,82
EVOL%		6,02	0,55	0,17	
TOTAL	0,51	2,72	4,30	5,97	2,19
EVOL%		435%	58%	39%	

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

Comparativa de por generaciones

Datos mostrados en tiempo medio dedicado a realizar la actividad (datos en horas)

N=número de personas

IND = Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

Por último en la Tabla 25, se muestran las actividades que más realizan los mayores en el último año. Si se hace un ranking de las actividades que mayoritariamente hacen, encontramos que no hay grandes diferencias por generación salvo en la generación silenciosa, la nacida antes de 1939.

Se confirmaría el efecto periodo en las actividades que más realizan todas las generaciones, por este orden, son: en primer lugar ver la televisión, en segundo lugar, escuchar la radio y en tercer lugar realizar alguna actividad deportiva. Aunque en la generación de los más mayores este índice es negativo (0,88) la generación de 1939 sigue haciendo más deporte (13%) que, por ejemplo, ir a un centro cultural (9,9%). En cuarto lugar, en todas las generaciones, lo que más hacen es ir a ferias y en quinto lugar lo que más hacen todas las generaciones es ir a un centro cultural. Los centros culturales son una forma de establecer relaciones sociales y de tener contacto con la vida, tras la jubilación muchos mayores pierden su círculo social habitual, relacionado con sus actividades profesionales y los centros culturales ofrecen una alternativa para la apertura del círculo social, o para establecer nuevos vínculos, en este tipo de centros las personas mayores se sienten partícipes e involucradas.

Podríamos concluir que el efecto período se da en actividades como ver la televisión o escuchar la radio, actividades, que a pesar de ser las que más realiza la población paulatinamente parece que se va hacia un ocio menos individualista y más social, se buscan excusas para el encuentro con más gente; esto explicaría la mayor asistencia a ferias y a centros culturales. El deporte se mantiene también como tendencia al alza.

En el caso de las actividades que más se han realizado en el último año, predominaría el efecto periodo sobre el generación. El efecto cohorte podría asomar levemente en la generación de los más mayores que muestra ligeras diferencias en cuanto a la práctica deportiva se refiere, son los que menos deporte realizan y cae en la última ola, aunque dado que solo existen dos olas para medir la evolución, no puede asegurarse que sea un efecto cohorte, ya que la menor práctica de deporte por parte de los seniors más mayores respecto al resto de generaciones puede responder a temas físicos, motivados por las limitaciones físicas relacionadas con la edad o podría ser debido a temas culturales, ya que el estilo de vida saludable es un concepto relativamente reciente. Lo que si sabemos es que los hábitos adquiridos por las generaciones en las edades tempranas se mantienen a lo largo de la vida, y en este caso puede ser que esto ocurra con deporte y más mayores.

TABLA 25: Actividades realizadas en el último año. Datos por generación

VAN A CENTRO CULTURAL

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	0,0%	10,9%	9,9%	9,9%	0,91
EVOL%			-8,5%	-0,1%	
1940-49	0,0%	18,9%	19,6%	19,5%	1,03
EVOL%			3,5%	-0,2%	
1950-59	0,0%	21,3%	19,9%	24,1%	1,13
EVOL%			-6,8%	21,4%	
1960-69	0,0%	22,9%	21,4%	24,6%	1,07
EVOL%			-6,6%	14,8%	
TOTAL	0,0%	20,1%	20,0%	23,2%	1,15
EVOL%			-0,3%	15,7%	

VAN A UN CENTRO CULTURAL

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	-	230	155	111
1940-49	-	322	345	318
1950-59	-	452	423	524
1960-69	-	598	590	672
TOTAL	-	2.910	3.035	3.580

ASISTIR A FERIAS

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	11,2%	21,6%	16,6%	13,0%	1,16
EVOL%		93,9%	-23,5%	-21,6%	
1940-49	20,8%	38,2%	32,1%	30,2%	1,45
EVOL%		84,0%	-16,0%	-5,9%	
1950-59	25,1%	47,6%	41,7%	41,5%	1,65
EVOL%		89,7%	-12,3%	-0,6%	
1960-69	27,7%	54,6%	45,6%	48,0%	1,73
EVOL%		97,3%	-16,5%	5,2%	
TOTAL	23,8%	49,8%	44,6%	48,0%	2,01
EVOL%		109,1%	-10,5%	7,6%	

ASISTIR A FERIAS

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	304	458	258	145
1940-49	389	650	565	491
1950-59	556	1.009	889	902
1960-69	771	1.426	1.257	1.312
TOTAL	3.531	7.215	6.758	7.418

PRÁCTICA DE DEPORTE

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	0,0%	0,0%	15,5%	13,7%	0,88
EVOL%				-11,8%	
1940-49	0,0%	0,0%	36,0%	33,6%	0,93
EVOL%				-6,7%	
1950-59	0,0%	0,0%	40,7%	43,2%	1,06
EVOL%				6,2%	
1960-69	0,0%	0,0%	45,1%	47,9%	1,06
EVOL%				6,2%	
TOTAL	0,0%	0,0%	46,4%	49,7%	1,07
EVOL%				7,0%	

PRÁCTICA DE DEPORTE

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	-	-	242	153
1940-49	-	-	635	547
1950-59	-	-	866	939
1960-69	-	-	1.243	1.310
TOTAL	-	-	7.038	7.681

VER LA TELEVISION

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	98,6%	97,7%	97,9%	96,2%	0,97
EVOL%		-0,9%	0,2%	-1,8%	
1940-49	98,5%	97,8%	98,6%	97,8%	0,99
EVOL%		-0,7%	0,8%	-0,8%	
1950-59	98,5%	96,9%	97,6%	96,4%	0,98
EVOL%		-1,6%	0,7%	-1,2%	
1960-69	98,5%	96,9%	97,6%	96,4%	0,98
EVOL%		-1,6%	0,7%	-1,2%	
TOTAL	98,1%	96,6%	95,6%	91,8%	0,94
EVOL%		-1,5%	-1,0%	-4,0%	

VER LA TELEVISION

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	2.687	2.068	1.525	1.074
1940-49	1.846	1.665	1.737	1.591
1950-59	2.184	2.056	2.079	2.096
1960-69	2.720	2.516	2.639	2.574
TOTAL	14.538	13.991	14.489	14.181

ESCUCHAR RADIO

	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	INDICE
H. 1939	71,5%	62,8%	61,4%	58,7%	0,82
EVOL%		-12,2%	-2,3%	-4,3%	
1940-49	84,4%	75,4%	75,1%	72,0%	0,85
EVOL%		-10,6%	-0,4%	-4,1%	
1950-59	87,8%	82,2%	81,1%	80,4%	0,92
EVOL%		-6,4%	-1,3%	-0,9%	
1960-69	88,3%	84,5%	84,1%	84,2%	0,95
EVOL%		-4,3%	-0,5%	0,1%	
TOTAL	83,3%	77,8%	77,2%	75,9%	0,91
EVOL%		-6,6%	-0,7%	-1,7%	

ESCUCHAR RADIO

N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	1.949	1.329	956	656
1940-49	1.581	1.283	1.323	1.171
1950-59	1.946	1.743	1.728	1.747
1960-69	2.459	2.206	2.318	2.303
TOTAL	12.344	11.265	11.697	11.726

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

En términos generales, en el análisis que se ha hecho por generación, los cambios en términos relativos son muy pequeños pero apuntan a cambios estructurales importantes. Así, por ejemplo, si en los datos de 2006 la mayor parte de las actividades culturales de los mayores de 65 años consistían en ver televisión, oír la radio y acudir al centro de mayores, poco a poco se han empezado a presentar crecimientos otras actividades como leer, realizar actividad física o el acudir a algún espectáculo.

Se puede apreciar como de manera paulatina se va produciendo la incorporación del uso de las nuevas tecnologías de la información disminuyendo la brecha entre los mayores de más de 65 años y el resto de la población. Esta tendencia se corrobora en los datos del INE de 2019 sobre el uso de internet en los últimos tres meses. Como se puede ver la brecha entre el porcentaje de senior más jóvenes que usan internet en los tres últimos meses (un 63,40%) respecto al total de la población (83,40%) es notablemente inferior a la de los senior de mayor edad.

GRÁFICO 36 : Porcentaje de personas que han usado internet en los últimos tres meses

GRUPO DE EDAD	
Mayor 16 años	83,40%
65 a 74 años	63,60%
75 a 84 años	29,20%
Mayor de 85 años	11,10%

Fuente: Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares 2019

Se constata una mayor presencia social en los espacios públicos y un tipo de contenido cultural en su ocio.

El gran cambio de hábitos se ve en los old senior o en los mayores de más de 75 años ya que las facultades físicas y mentales merman a partir de esa edad y lo normal es que sobre todas las actividades que requieren ciertos esfuerzos físicos como visitar museos o ir al teatro se vean disminuidas y que por tanto prefieran acceder a un tipo de ocio más pasivo.

Se confirma el dato apuntado en el estado de la cuestión en cuanto a la relación entre jubilación e incremento de actividad física, tras la jubilación los senior más jóvenes es decir los que recién acaban de cumplir 65 años, muestran un grado importante de realización de actividad física, aunque no así los más mayores.

Para concluir este apartado podríamos decir que, cuando se compara el interés en los hábitos culturales entre generaciones prevalece el efecto generación sobre el del periodo, se encuentran diferencias generacionales importantes en cuanto a hábitos como el cine, escuchar música, ir al teatro o la lectura, que sufre una importante pérdida de interés y sobre todo en las generaciones de los más mayores.

Se constata el efecto generación ya que no se detectan grandes cambios a medida que las generaciones cumplen años, es decir, que los individuos que pertenecen a una misma generación mantienen sus pautas de ocio cultural con el paso del tiempo, por lo que en cuanto a hábitos culturales pesaría más la generación a la que pertenecen (las circunstancias vividas comunes a las generaciones), y en cierta medida el entorno social (que podría explicar el auge de las nuevas tecnologías en todos los grupos de edad y en concreto en los más mayores, o el imparable aumento de la actividad deportiva). Las mayores diferencias se encuentran entre generaciones pero no por el hecho de que sean más jóvenes sino porque las circunstancias que han vivido son diferentes y esto marca sus hábitos culturales como decía, Mannheim (1993) que afirmaba que las generaciones que comparten experiencias durante sus años formativos se caracterizan por presentar valores estables a lo largo de la vida, para él el cambio social es el resultado del relevo generacional. Menor peso a la hora de definir estos hábitos del ciclo de vida, ya que no se detectan grandes cambios en cuanto a los hábitos culturales cuando los presenior pasan a ser jubilados, independientemente de que tengan más tiempo libre disponible, no necesariamente dedican este tiempo a la realización de actividades culturales. Vemos que cuando las generaciones cumplen los 65 años no hay grandes diferencias, se confirma, como apuntaban los estudios de Bazo (1990) y Kelly (1993) que hay una cierta continuidad en las actividades que se hacen antes y después de la jubilación. Los que inician nuevas actividades están relacionadas con el deporte o la relación con las nuevas tecnologías.

9.3 Evolución y comparativa de hábitos culturales por sexo

Una vez realizado el análisis de generación se procederá a continuación a realizar la explotación de los datos por género. Se trata de explorar si existen diferencias significativas entre los hábitos culturales por sexo.

Una de las consecuencias más importantes de la incorporación masiva de la mujer al mercado de trabajo ha sido la distinta distribución del tiempo de hombres y mujeres que por supuesto afecta a su tiempo de ocio. Pero no solo la incorporación de la mujer al trabajo ha afectado en la distribución del tiempo de ocio de las mujeres, el desarrollo de la tecnología ha supuesto una cierta reducción del tiempo dedicado a las actividades domésticas.

Si históricamente se ha considerado la jubilación como un fenómeno mayoritariamente masculino, estudios recientes indican que las mujeres pueden sufrir también efectos negativos del tránsito a la jubilación, hayan trabajado o no de forma remunerada. En los últimos años no ha habido un cambio significativo el tiempo dedicado a ocio por parte de hombres y mujeres. Los hombres emplean en media unos 45 minutos diarios más que las mujeres actividades de ocio según los datos de la encuesta de uso del tiempo INE 2010. Bazo (2002) apuntaba que los varones una vez jubilados tienden a la realización de actividades más productivas y más sociales, las actividades que requieren salir fuera de casa son más practicadas por los varones, mientras que las actividades más realizadas en los ámbitos domésticos son más practicadas por las mujeres, aunque podría pensarse que la tendencia irá cambiando con la llegada de las nuevas generaciones al momento de la jubilación, el desarrollo de la tecnología y el avance de las redes sociales.

En la Tabla 26 se muestran los datos por generación y sexo de interés en actividades culturales tales como la lectura, visitar museos, leer periódicos, asistir al teatro o al cine y la música en general. En líneas generales podríamos decir que las mujeres muestran un mayor interés que los hombres en la lectura sobre todo en las generaciones más jóvenes, y que en cuanto a la evolución, el interés en la lectura de mujeres y hombres en las generaciones objeto de estudio, está por debajo del total de la población. Cuando se desglosa el interés en la lectura en leer libros y en periódicos las mujeres manifiestan más interés que los hombres en leer libros, de hecho en los hombres el interés decrece, mientras que cuando la lectura es de periódicos, las mujeres muestran menor interés que los hombres, si bien la evolución de este hábito es negativa. Las diferencias de interés por género se acortan en las generaciones más jóvenes, quizá el hábito de leer el periódico vinculado a poblaciones activas laboralmente pueda explicar que estas diferencias entre varones y mujeres se acorten en un mercado laboral con mujeres más jóvenes plenamente incorporadas al mercado laboral.

En las visitas a museos la evolución es positiva en todos los grupos de población salvo en los más mayores como se vio en las tablas del segundo bloque. En las mujeres el interés es ligeramente superior al de los hombres. Otros hábitos como el interés en el cine o en el teatro muestran una evolución positiva y las mujeres están ligeramente más interesadas que los hombres en ir al cine o al teatro teniendo una evolución muy favorable, incluso por encima de otros grupos de edad. En definitiva las mujeres muestran mayor interés que los hombres en las actividades culturales y este interés no varía con la edad, se mantiene.

TABLA 26. Interés en actividades culturales. Datos por generación y sexo.

N		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H	1.167	891	664	463
	M	1.157	1.225	894	654
1940-49	H	883	828	808	735
	M	991	874	954	892
1950-59	H	1.043	1.051	1.056	1.041
	M	1.174	1.070	1.074	1.133
1960-69	H	1.337	1.263	1.354	1.348
	M	1.447	1.347	1.402	1.387
TOTAL	H	7.089	6.953	7.384	7.499
	M	7.733	7.533	7.770	7.956

Interés música en general

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF H VS M	INDICE
H. 1939	H	5,3	5,2	5,1	5,5		1,03
EVOL%	M	5,6	5,2	4,9	5,6	0,1	1,00
1940-49	H	6,4	6,2	6,0	6,5		1,02
EVOL%	M	6,8	6,5	6,5	6,9	0,4	1,02
1950-59	H	6,7	6,8	6,7	7,0		1,05
EVOL%	M	7,3	7,3	7,2	7,4	0,4	1,02
1960-69	H	7,2	7,2	7,2	7,3		1,01
EVOL%	M	7,6	7,5	7,6	7,9	0,5	1,04
TOTAL	H	7,0	7,0	7,1	7,5		1,08
EVOL%	M	7,1	7,3	7,4	7,8		1,09

Interés en la lectura

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF H VS M	INDICE
H. 1939	H	5,1	5,0	4,9	5,1		1,01
	M	5,1	5,0	5,0	5,3	0,2	1,03
1940-49	H	5,8	5,3	5,5	5,7		0,99
	M	6,1	6,0	6,1	6,2	0,5	1,01
1950-59	H	6,0	5,9	5,8	6,0		0,99
	M	6,8	6,9	7,0	7,0	1,0	1,03
1960-69	H	6,3	5,9	6,1	6,1		0,97
	M	7,2	7,3	7,2	7,3	1,2	1,01
TOTAL	H	5,8	5,6	5,8	6,0		1,05
	M	6,1	6,6	6,7	6,9		1,13

Interés en visitar museos

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF H VS M	INDICE
H. 1939	H	3,8	3,9	3,4	3,4		0,91
	M	3,7	3,9	3,5	3,7	0,3	0,99
1940-49	H	4,1	4,3	4,3	4,5		1,09
	M	4,8	5,1	5,0	5,1	0,6	1,07
1950-59	H	4,6	4,8	4,5	4,7		1,03
	M	5,2	5,7	5,4	5,6	0,9	1,07
1960-69	H	4,5	4,8	4,8	5,0		1,10
	M	5,3	5,6	5,3	5,9	0,9	1,10
TOTAL	H	4,1	4,4	4,4	4,8		1,17
	M	4,4	5,1	5,0	5,5		1,24

Interés en leer libros

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF H VS M	INDICE
H. 1939	H	4,3	4,3	4,1	4,1		0,96
	M	4,3	4,3	4,3	4,5	0,4	1,06
1940-49	H	5,1	4,7	4,7	4,9		0,97
	M	5,5	5,4	5,5	5,7	0,7	1,02
1950-59	H	5,3	5,5	5,3	5,4		1,03
	M	6,4	6,5	6,6	6,6	1,1	1,03
1960-69	H	5,7	5,6	5,6	5,6		0,99
	M	6,8	7,0	6,9	7,0	1,4	1,03
TOTAL	H	5,2	5,2	5,3	5,5		1,07
	M	5,6	6,2	6,3	6,6		1,17

Interés en ir al cine

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF H VS M	INDICE
H. 1939	H	4,0	4,2	4,5	3,9		0,96
	M	4,2	4,5	4,4	4,5	0,6	1,08
1940-49	H	4,9	4,8	5,0	5,1		1,04
	M	5,4	5,4	5,7	5,6	0,4	1,03
1950-59	H	5,5	5,7	5,9	5,7		1,03
	M	6,1	6,3	6,6	6,5	0,8	1,06
1960-69	H	6,3	6,3	6,5	6,4		1,01
	M	6,7	6,8	7,1	7,0	0,6	1,05
TOTAL	H	5,9	6,1	6,5	6,5		1,09
	M	6,1	6,4	6,8	6,9		1,14

Interés en leer periódicos

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF H VS M	INDICE
H. 1939	H	5,7	5,5	5,4	5,0		0,87
	M	4,4	4,2	4,0	4,1	-0,9	0,93
1940-49	H	6,2	6,3	6,2	6,0		0,96
	M	5,6	5,2	5,1	4,9	-1,1	0,88
1950-59	H	6,6	6,5	6,4	6,1		0,92
	M	5,9	6,0	5,9	5,4	-0,7	0,92
1960-69	H	6,4	6,5	6,3	6,2		0,96
	M	6,0	5,9	5,7	5,7	-0,4	0,96
TOTAL	H	6,1	6,2	6,0	5,8		0,95
	M	5,7	5,3	5,2	5,1		0,90

Interés en ir al teatro

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF H VS M	INDICE
H. 1939	H	3,8	3,9	3,9	3,6		0,95
EVOL%	M	4,3	4,5	4,3	4,7	1,1	1,07
1940-49	H	4,3	4,1	4,4	4,6		1,06
EVOL%	M	5,3	5,6	5,5	5,5	1,0	1,04
1950-59	H	4,4	4,6	4,5	4,4		1,00
EVOL%	M	5,7	6,0	6,0	6,0	1,5	1,05
1960-69	H	4,6	4,6	4,8	4,8		1,05
EVOL%	M	5,7	5,9	6,0	6,3	1,5	1,10
TOTAL	H	4,2	4,4	4,7	4,6		1,10
EVOL%	M	4,8	5,7	5,8	6,0		1,24

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

H=hombres M= Mujeres N=número de personas. Datos mostrados en medias.

Opciones de respuesta: 0-10. Donde 0 = ningún interés 10=máximo interés

EVOL%=incremento ola a ola. Dif H vs M = Diferencia entre hombre y mujer en la ola de 2018-2019

Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

En la Tabla 27 se muestran los datos relativos a la última vez que se hicieron determinadas actividades por generación y por género. Se muestran los datos relativos a los últimos 12 meses

Las grandes diferencias por género las encontramos en cuanto a ir a los museos, los hombres van más que las mujeres en las generaciones de old senior (datos relativos a 1939 y 1940-49) y en las generaciones más jóvenes van más las mujeres que los hombres. En lo que se refiere a la evolución hombres y mujeres muestran evolución negativa en las generaciones de old senior (salvo los hombres de 1940-49) y es positiva en el resto de generaciones. Los datos relativos a visita de monumentos son muy similares aunque en este caso el dato para los hombres es ligeramente superior que en las mujeres

Es en la lectura donde las mujeres presentan una mayor actividad que los hombres, las mujeres leen más que los hombres y en el cine y en el teatro.

La lectura es una práctica muy extendida en todos los grupos de edad, la práctica es superior en mujeres salvo a nivel total población y en las generaciones más jóvenes, En los más mayores las mujeres leen más que los hombres, en estas generaciones de los old senior podría venir explicado porque en el pasado laboral se daba mayor preferencia al trabajo que a los estudios falta de hábito desinterés o problemas relacionados con la pérdida y empeoramiento de la visión

En definitiva, las tendencias que se apuntaban por generación se mantienen sin grandes diferencias significativas por sexo salvo que las mujeres mantienen una mayor actividad en cuanto a la lectura o ir al cine y al teatro. Sus intereses culturales se plasman en su actividad real

TABLA 27. Última vez que. Datos por generación y sexo

Última vez que fue al museo últ. 12 meses							
		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	17,3%	13,5%	9,6%	9,9%	4,6%	0,57
	M	10,6%	10,3%	8,3%	5,4%		0,51
1940-49	H	27,0%	25,4%	26,6%	27,9%	2,9%	1,03
	M	29,7%	27,3%	29,0%	25,0%		0,84
1950-59	H	36,4%	33,3%	33,5%	35,7%	-3,1%	0,98
	M	32,6%	34,3%	35,8%	38,8%		1,19
1960-69	H	36,0%	33,8%	37,4%	42,8%	-1,0%	1,19
	M	38,5%	36,6%	38,4%	43,8%		1,14
TOTAL	H	31,8%	31,2%	32,8%	40,2%	-1,1%	1,26
	M	31,6%	31,3%	34,5%	41,2%		1,31

Última vez que visitó un monumento últ. 12 meses							
		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	18,8%	17,2%	13,4%	11,0%	2,6%	0,59
	M	11,2%	11,2%	8,4%	8,4%		0,75
1940-49	H	30,9%	33,9%	34,5%	34,7%	5,4%	1,12
	M	29,8%	31,8%	32,0%	29,3%		0,98
1950-59	H	41,0%	44,2%	40,2%	47,2%	1,5%	1,15
	M	37,8%	40,2%	43,8%	45,6%		1,21
1960-69	H	43,3%	44,9%	46,2%	54,2%	-0,6%	1,25
	M	40,4%	43,8%	47,6%	54,9%		1,36
TOTAL	H	35,8%	40,6%	42,1%	50,6%	1,1%	1,41
	M	33,7%	38,2%	41,5%	49,5%		1,47

Última vez que fue al cine últ. 12 meses							
		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	9,4%	10,1%	8,6%	8,4%	-1,1%	0,89
	M	10,7%	7,2%	10,3%	9,5%		0,89
1940-49	H	29,7%	21,5%	29,3%	26,7%	0,4%	0,90
	M	29,0%	24,5%	31,9%	26,2%		0,91
1950-59	H	46,8%	38,2%	41,6%	39,3%	-3,2%	0,84
	M	44,9%	36,7%	45,6%	42,5%		0,95
1960-69	H	60,6%	51,5%	54,4%	56,8%	-1,7%	0,94
	M	60,5%	54,3%	56,5%	58,5%		0,97
TOTAL	H	52,6%	48,5%	53,8%	57,8%	1,0%	1,10
	M	49,3%	46,6%	53,7%	56,8%		1,15

Última vez que leyó libros otros motivos últ. 12 meses							
		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	8,9%	26,0%	25,6%	35,4%	-2,3%	3,97
	M	7,4%	25,4%	30,5%	37,8%		5,11
1940-49	H	13,8%	31,3%	33,9%	37,6%	1,6%	2,72
	M	14,0%	31,2%	37,8%	36,0%		2,57
1950-59	H	14,3%	33,9%	37,4%	38,6%	2,3%	2,70
	M	17,0%	31,6%	33,9%	36,4%		2,13
1960-69	H	20,0%	37,3%	39,8%	43,2%	4,3%	2,15
	M	16,7%	31,4%	33,7%	38,9%		2,33
TOTAL	H	17,5%	35,8%	39,6%	42,8%	4,4%	2,44
	M	16,5%	32,5%	36,8%	38,3%		2,32

Última vez que fue al teatro							
		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	6,8%	6,7%	5,6%	4,8%	0,3%	0,70
	M	7,6%	5,9%	7,3%	4,4%		0,59
1940-49	H	16,4%	13,6%	16,1%	16,7%	-1,9%	1,02
	M	20,2%	16,2%	21,5%	18,6%		0,92
1950-59	H	17,3%	18,2%	19,6%	22,2%	-2,9%	1,29
	M	22,2%	24,0%	28,1%	25,1%		1,13
1960-69	H	21,2%	17,6%	21,8%	24,1%	-4,5%	1,14
	M	24,9%	26,1%	28,6%	28,6%		1,15
TOTAL	H	16,5%	16,7%	20,2%	22,3%	-4,8%	1,35
	M	21,1%	21,3%	25,7%	27,2%		1,29

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

H=hombres M= Mujeres N=número de personas

Datos mostrados en % de personas que realizaron la actividad en los últimos 12 meses. Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

Dif H vs M = Diferencia entre hombre y mujer en la ola de 2018-2019

En la Tabla número 28 se muestran los resultados por género en las actividades que realizan. Las grandes diferencias entre hombres y mujeres se dan en el deporte, en la lectura de prensa, en el uso del ordenador y en la conexión diaria a internet. Los hombres realizan estas actividades a diario de forma superior a las mujeres, incluso estos datos son superiores en las generaciones de los más mayores. Podríamos decir que los hombres son ligeramente más contemporáneos (por el uso de las nuevas tecnologías), están más habituados a leer la prensa diaria y son más activos que las mujeres.

No existen grandes diferencias relativas a ver la televisión ni a escuchar la radio. Podría decirse entonces que las mujeres tienen más inquietudes culturales y los hombres realizan un ocio más activo.

Por lo que respecta a la práctica deportiva, se anticipaba en el epígrafe anterior la tendencia al alza del estilo de vida saludable, en todos los rangos de edad, y en concreto el hecho de que el ejercicio físico se considera como una medida muy importante para una buena vejez. Una de las recomendaciones de la OMS para llegar activo y saludable es la práctica de ejercicio físico antes y durante la vejez la participación en actividades físicas puede llegar a retrasar el declive funcional y reducir el riesgo de enfermedades crónicas. Entre aquellos mayores que sufren enfermedades crónicas existe una mayor aceptación de la práctica de actividades ya que además de mantener su forma física les permite prevenir el desarrollo de otras enfermedades. Por lo que respecta a las diferencias de género, según las encuestas empleo del tiempo del INE 2010, los varones mayores de 65 años disponen de más de 2 horas diarias para pasear, 6 de cada 10 varones realiza ejercicio físico mientras que en las mujeres la proporción es de 4 de cada 10. Esta diferencia parte puede deberse por un lado a que las mujeres no califican como deporte el hacer paseos dedicados a hacer la compra visitas o demás mientras que los varones contabilizan cada 1 de sus paseos como actividades deportivas, y por otro lado, las mujeres jubiladas siguen utilizando parte importante de su tiempo a los quehaceres cotidianos, de los que no “se jubilan” lo que puede explicar también la mayor disponibilidad de tiempo de los varones mayores para pasear. El deporte mayoritario que realiza este grupo generacional es el de caminar siendo superior en el de varones versus el de las mujeres mientras que la gimnasia es el segundo deporte más realizado. Los varones dedican más tiempo que las mujeres a la realización de actividades físicas quizá porque están también más acostumbrados a estar fuera de casa sobre todo en las generaciones de los más ancianos que es donde se dan las mayores diferencias (Agulló Tomás, 2001).

TABLA 28: Actividades que realizan a diario Datos por generación y sexo.

Ve la TV a diario

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	0,0%	98,7%	99,1%	98,4%	0,5%	1,00
	M	0,0%	98,7%	99,0%	97,9%		0,99
1940-49	H	0,0%	99,5%	99,2%	97,8%	0,0%	0,98
	M	0,0%	98,4%	98,4%	97,7%		0,99
1950-59	H	0,0%	98,0%	96,8%	96,0%	0,6%	0,98
	M	0,0%	98,5%	97,0%	95,4%		0,97
1960-69	H	0,0%	97,1%	94,7%	95,4%	1,6%	0,98
	M	0,0%	95,9%	95,2%	93,8%		0,98
TOTAL	H	0,0%	96,9%	95,3%	93,3%	0,7%	0,96
	M	0,0%	96,8%	95,2%	92,7%		0,96

Ve la TV a diario

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H	-	859	642	435
	M	-	1.182	868	619
1940-49	H	-	807	789	699
	M	-	840	927	856
1950-59	H	-	1.000	996	966
	M	-	1.020	1.019	1.040
1960-69	H	-	1.187	1.226	1.209
	M	-	1.241	1.281	1.226
TOTAL	H	-	6.515	6.695	6.367
	M	-	7.036	7.103	6.822

Practica deporte a diario

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	0,0%	0,0%	74,8%	78,0%	9,0%	1,04
	M	0,0%	0,0%	58,8%	69,0%		1,17
1940-49	H	0,0%	0,0%	68,7%	75,2%	14,6%	1,09
	M	0,0%	0,0%	56,5%	60,6%		1,07
1950-59	H	0,0%	0,0%	48,4%	61,6%	-2,4%	1,27
	M	0,0%	0,0%	49,5%	64,1%		1,29
1960-69	H	0,0%	0,0%	36,2%	46,5%	-10,4%	1,29
	M	0,0%	0,0%	44,8%	56,9%		1,27
TOTAL	H	0,0%	0,0%	44,0%	54,2%	3,3%	1,23
	M	0,0%	0,0%	42,3%	50,9%		1,20

Practica deporte a diario

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H	-	-	92	64
	M	-	-	70	49
1940-49	H	-	-	215	194
	M	-	-	182	175
1950-59	H	-	-	213	294
	M	-	-	211	296
1960-69	H	-	-	238	324
	M	-	-	262	349
TOTAL	H	-	-	1.734	2.290
	M	-	-	1.311	1.761

Lee la prensa información general a diario

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	38,4%	40,6%	38,6%	36,1%	19,4%	0,94
	M	16,8%	20,2%	16,1%	16,7%		0,99
1940-49	H	42,8%	56,4%	55,0%	52,9%	23,3%	1,24
	M	26,3%	30,5%	28,5%	29,6%		1,12
1950-59	H	50,8%	60,7%	58,7%	58,8%	18,6%	1,16
	M	30,9%	40,6%	40,0%	40,2%		1,30
1960-69	H	43,4%	59,7%	56,5%	62,5%	16,0%	1,44
	M	29,5%	41,2%	38,8%	46,6%		1,58
TOTAL	H	39,8%	51,3%	51,4%	55,0%	16,8%	1,38
	M	24,3%	32,6%	31,5%	38,2%		1,57

Lee la prensa información general a diario

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H	448	362	256	167
	M	261	247	144	109
1940-49	H	378	467	444	389
	M	261	267	272	264
1950-59	H	530	638	620	612
	M	363	434	430	455
1960-69	H	580	754	765	843
	M	427	555	544	646
TOTAL	H	2.821	3.570	3.796	4.123
	M	1.876	2.455	2.450	3.037

Escucha la radio a diario

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	68,8%	78,2%	75,1%	71,9%	-9,6%	1,04
	M	69,0%	81,4%	76,9%	81,4%		1,18
1940-49	H	72,7%	79,8%	79,7%	83,5%	-0,1%	1,15
	M	74,1%	78,5%	79,7%	83,7%		1,13
1950-59	H	75,2%	87,1%	83,0%	83,1%	-0,7%	1,11
	M	74,1%	82,0%	83,1%	83,8%		1,13
1960-69	H	76,6%	88,5%	84,7%	87,2%	1,3%	1,14
	M	71,7%	83,5%	80,4%	85,9%		1,20
TOTAL	H	72,8%	83,1%	80,6%	84,2%	0,9%	1,16
	M	71,6%	81,7%	79,5%	83,3%		1,16

Escucha la radio a diario

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H	605	476	334	212
	M	742	586	393	294
1940-49	H	565	512	505	452
	M	596	503	549	527
1950-59	H	715	784	740	728
	M	738	691	695	730
1960-69	H	932	973	1.006	1.022
	M	893	923	909	971
TOTAL	H	4.422	4.626	4.746	4.904
	M	4.499	4.655	4.616	4.916

Usa el ordenador a diario(otros motivos)

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	3,5%	7,3%	8,3%	7,1%	5,3%	2,03
	M	0,3%	1,6%	1,8%	1,8%		5,71
1940-49	H	8,7%	20,2%	24,9%	22,6%	13,6%	2,59
	M	3,3%	8,4%	12,2%	9,0%		2,69
1950-59	H	16,9%	31,5%	34,4%	30,0%	10,2%	1,78
	M	10,3%	21,5%	27,2%	19,8%		1,92
1960-69	H	23,4%	41,8%	45,8%	35,3%	8,1%	1,51
	M	13,3%	31,4%	39,8%	27,2%		2,05
TOTAL	H	23,7%	42,8%	45,3%	38,7%	10,1%	1,63
	M	14,2%	33,9%	37,0%	28,5%		2,01

Usa el ordenador a diario(otros motivos)

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H	41	65	55	33
	M	5	20	16	12
1940-49	H	77	167	201	166
	M	33	73	116	80
1950-59	H	176	331	363	312
	M	121	230	292	224
1960-69	H	313	528	620	476
	M	192	423	558	377
TOTAL	H	1.680	2.976	3.347	2.900
	M	1.098	2.557	2.876	2.271

Se conecta a internet a diario

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	2,0%	6,3%	8,4%	10,6%	6,6%	5,37
	M	0,3%	1,5%	2,1%	4,0%		15,47
1940-49	H	6,7%	19,9%	26,7%	32,5%	10,4%	4,87
	M	2,6%	8,1%	16,4%	22,1%		8,42
1950-59	H	13,7%	30,7%	39,7%	51,7%	0,7%	3,77
	M	8,9%	21,1%	35,3%	51,0%		5,70
1960-69	H	19,9%	42,8%	53,9%	67,8%	0,7%	3,41
	M	11,5%	32,6%	52,1%	67,1%		5,82
TOTAL	H	20,1%	42,9%	54,8%	67,4%	4,5%	3,34
	M	12,5%	34,1%	49,3%	62,8%		5,04

Se conecta a internet a diario

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H	23	56	56	49
	M	4	18	19	26
1940-49	H	59	165	216	239
	M	26	71	156	197
1950-59	H	143	323	419	538
	M	105	226	379	578
1960-69	H	266	540	730	914
	M	167	439	730	931
TOTAL	H	1.428	2.982	4.049	5.052
	M	964	2.568	3.829	5.000

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

H=hombres M= Mujeres N=número de personas

Datos mostrados en % de personas que realizaron la actividad a diario

Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

Dif H vs M = Diferencia entre hombre y mujer en la ola de 2018-2019

En la Tabla 29 se muestran los tiempos medios (en horas) que los hombres y mujeres dedican a cada actividad. Aunque en términos absolutos el mayor tiempo de actividades de ocio se dedica a ver la televisión, la tendencia del tiempo dedicado a ver la televisión, a escuchar la radio y a escuchar música están ligeramente a la baja.

Las mujeres ven más televisión que los hombres, escuchan más música y escuchan más la radio (estas diferencias son más acusadas en las generaciones de old senior), en las generaciones más jóvenes los hombres escuchan más la radio y escuchan más música que las mujeres, aunque estas diferencias de dedicación diaria no sean muy acusadas.

Las grandes diferencias por género se encuentran en cuanto al tiempo dedicado al uso del ordenador y al uso de internet. Los hombres de todas las generaciones dedican más tiempo diario al uso de ordenador y a la conexión de internet, sin embargo existe un incremento importante por parte de las mujeres, del uso de internet, a nivel total población y en el resto de generaciones. El uso del ordenador a diario también presenta crecimientos en las mujeres, podríamos decir entonces, que si bien las mujeres han tardado un poco más que los hombres en entrar en la era digital cuando entran, lo hacen de manera más intensa y se están modernizando a un ritmo superior al de los hombres

Podríamos concluir como se anticipaba en anteriores epígrafes que el ocio de las mujeres es más casero y tranquilo, sobre todo en las generaciones de los senior mayores mientras que el ocio de los senior es más activo y tecnológico, confirmando que los varones, sobre todo en los más senior, son más “posmodernos” se espera que estas tendencias cambien a medida que se vayan jubilando las boomers plenamente incorporadas al mercado laboral y con un alto nivel de estudios

TABLA 29. Tiempo medio dedicado a actividades. Datos por generación y sexo

N		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H	1.167	891	664	463
	M	1.157	1.225	894	654
1940-49	H	883	828	808	735
	M	991	874	954	892
1950-59	H	1.043	1.051	1.056	1.041
	M	1.174	1.070	1.074	1.133
1960-69	H	1.337	1.263	1.354	1.348
	M	1.447	1.347	1.402	1.387
TOTAL	H	7.089	6.953	7.384	7.499
	M	7.733	7.533	7.770	7.956

TIEMPO DEDICADO A VER TV HORAS (L-V)

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	3,7	3,7	3,7	3,4	- 0,6	0,9
	M	4,0	4,0	4,4	4,0		1,0
1940-49	H	2,8	3,2	3,3	3,3	- 0,2	1,2
	M	3,1	3,5	3,6	3,5		1,1
1950-59	H	2,4	2,5	2,6	2,8	- 0,1	1,2
	M	2,6	2,7	2,8	2,9		1,1
1960-69	H	2,2	2,3	2,3	2,1	- 0,2	1,0
	M	2,2	2,3	2,4	2,3		1,0
TOTAL	H	2,6	2,6	2,5	2,2	- 0,2	0,9
	M	2,8	2,8	2,7	2,4		0,9

TIEMPO DEDICADO A ESCUCHAR MÚSICA (L-V)

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	0,9	0,9	0,6	0,7	- 0,1	0,8
	M	1,0	0,9	0,7	0,8		0,8
1940-49	H	1,4	1,3	1,2	1,2	- 0,1	0,8
	M	1,6	1,4	1,3	1,3		0,8
1950-59	H	1,8	1,8	1,6	1,6	- 0,3	0,9
	M	1,8	1,8	1,6	1,9		1,0
1960-69	H	2,2	2,2	2,1	2,1	0,1	0,9
	M	1,9	2,2	2,0	2,0		1,1
TOTAL	H	1,9	2,1	2,0	2,2	0,1	1,1
	M	1,8	2,1	1,9	2,0		1,1

TIEMPO DEDICADO A ESCUCHAR RADIO (L-V)

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	1,6	1,4	1,2	1,2	- 0,0	0,8
	M	1,7	1,4	1,3	1,2		0,7
1940-49	H	2,0	1,6	1,4	1,5	- 0,3	0,7
	M	2,3	1,9	1,7	1,8		0,8
1950-59	H	2,3	2,0	1,7	1,8	- 0,2	0,8
	M	2,2	1,9	1,7	1,9		0,9
1960-69	H	2,4	2,1	2,0	2,1	0,2	0,9
	M	1,9	1,9	1,8	1,9		1,0
TOTAL	H	2,1	1,8	1,6	1,8	0,1	0,8
	M	1,9	1,7	1,6	1,6		0,8

TIEMPO DEDICADO USO INTERNET otros motivos

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	2,2
	M	0,0	0,0	0,0	0,0		0,3
1940-49	H	0,2	0,7	0,6	0,2	0,0	1,0
	M	0,1	0,2	0,2	0,2		1,5
1950-59	H	0,6	2,6	3,4	3,0	0,8	5,5
	M	0,3	2,0	2,3	2,2		8,0
1960-69	H	0,7	4,1	6,1	6,8	1,1	9,9
	M	0,3	2,8	4,6	5,7		18,7
TOTAL	H	0,6	3,0	4,8	6,3	0,6	10,0
	M	0,4	2,5	3,9	5,7		14,2

TIEMPO DEDICADO USO ORDENADOR otros motivos

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H		0,5	0,7	0,6	0,4	1,0
	M		0,1	0,1	0,1		1,6
1940-49	H		1,6	2,1	1,9	1,2	1,2
	M		0,6	0,9	0,7		1,1
1950-59	H		2,3	2,8	2,7	1,3	1,2
	M		1,4	2,0	1,5		1,1
1960-69	H		3,0	3,5	2,9	0,7	1,0
	M		2,0	2,8	2,2		1,1
TOTAL	H		3,5	3,8	3,7	1,3	1,0
	M		2,4	2,7	2,4		1,0

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

H=hombres M= Mujeres N=número de personas

Datos mostrados en horas promedio dedicadas a la actividad

Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

Dif H vs M = Diferencia entre hombre y mujer en la ola de 2018-2019

Por último en las Tablas 30a y 30b (se ha dividido en dos la tabla para facilitar su lectura) se muestran los resultados de las actividades prácticas que realizan por género en el último año. Se han tomado aquellas actividades que mayor incidencia mostraban.

En la Tabla 30a se muestran las actividades que hicieron el último año en relación con ir a centro cultural, asistir a ferias o realizar fotografía. Las grandes diferencias por género residen en asistir a ferias donde los hombres son más activos por este tipo de ocio más social, los hombres dedican más tiempo que las mujeres a la fotografía. De hecho es la quinta actividad que más realizaron los hombres en el último año.

En la Tabla 30b se muestran las actividades escuchar radio, ver la televisión y hacer deporte. Son estas las actividades más realizadas por ambos sexos. Lo más destacable es que las diferencias más notables entre hombres y mujeres en cuanto al ocio pasivo residen en actividades como ver la televisión (la media de horas diaria dedicada a ver la televisión es superior en las mujeres, en todas las generaciones e incluso a nivel total población aunque la diferencia más acusada se encuentra en la generación de los mayores nacidos antes de 1939, las mujeres dedican de media 4,1 horas a ver televisión mientras que los hombres dedican 3,6 horas). En el caso de tiempo dedicado a escuchar la radio las diferencias no son tan acusadas, la diferencia más significativa se encuentra en la generación de los nacidos entre 1960-1969, donde los hombres dedican 2,1 horas a escuchar la radio vs las 1,9 horas de las mujeres. La práctica de deporte es muy superior en hombres respecto a mujeres, en todas las generaciones y a nivel total población.

En definitiva, no cambian las grandes tendencias generacionales que se apuntaban aunque se encuentran significativas diferencias por género en algunas actividades. Las mujeres muestran más interés en actividades culturales como ir al teatro, o al cine, museos o monumentos mientras que los hombres realizan un ocio más activo y social, a la vista de los datos podría decirse que las mujeres tienen más “hambre” cultural y estas diferencias son mayores en las generaciones de old senior, quizá porque las mujeres no contaban con fácil acceso al entretenimiento, situación que en las nuevas generaciones ha cambiado.

TABLA 30A. Actividades que hicieron el último año. Datos por generación y sexo

VAN A CENTRO CULTURAL

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	0,0%	12,6%	11,0%	8,2%	-2,95%	0,65
	M	0,0%	9,6%	9,2%	11,2%		1,16
1940-49	H	0,0%	19,7%	18,8%	19,3%	-0,41%	0,98
	M	0,0%	18,2%	20,2%	19,7%		1,08
1950-59	H	0,0%	20,7%	17,3%	22,0%	-4,04%	1,06
	M	0,0%	21,9%	22,3%	26,0%		1,19
1960-69	H	0,0%	22,9%	20,2%	23,4%	-2,22%	1,02
	M	0,0%	22,9%	22,6%	25,7%		1,12
TOTAL	H	0,0%	19,9%	19,3%	22,0%	-1,17%	1,11
	M	0,0%	20,1%	20,0%	23,2%		1,15

VAN A CENTRO CULTURAL

		N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H		1.167	779	591	425
	M		1.157	1.107	812	581
1940-49	H		883	665	656	593
	M		991	715	761	716
1950-59	H		1.043	833	873	812
	M		1.174	836	834	838
1960-69	H		1.337	974	1.081	1.032
	M		147	1.038	1.085	1.031
TOTAL	H		7.089	5.570	5.962	5.850
	M		7.733	6.006	6.157	6.025

ASISTIR A FERIAS

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	11,9%	27,3%	21,1%	13,8%	1,44%	1,16
	M	10,6%	17,6%	13,2%	12,4%		1,17
1940-49	H	21,1%	42,6%	34,4%	33,6%	6,25%	1,60
	M	20,5%	34,0%	30,1%	27,4%		1,34
1950-59	H	24,3%	52,5%	42,5%	42,7%	2,23%	1,76
	M	25,8%	42,7%	41,0%	40,4%		1,57
1960-69	H	27,7%	56,7%	48,5%	48,1%	0,34%	1,74
	M	27,7%	52,7%	42,8%	47,8%		1,72
TOTAL	H	23,8%	52,3%	45,9%	49,4%	2,63%	2,07
	M	23,8%	47,5%	43,4%	46,7%		1,96

ASISTIR A FERIAS

		N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H		1.028	648	524	399
	M		1.392	1.010	776	573
1940-49	H		697	475	530	488
	M		788	577	667	648
1950-59	H		790	499	607	597
	M		871	613	634	675
1960-69	H		967	547	697	699
	M		1.946	637	802	724
TOTAL	H		5.402	3.314	3.997	3.798
	M		5.889	3.957	4.399	4.239

FOTOGRAFIA

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	4,9%	8,4%	6,3%	5,6%	3,47%	1,15
	M	1,2%	2,7%	2,7%	2,1%		1,75
1940-49	H	10,9%	20,0%	20,3%	18,6%	8,21%	1,71
	M	6,0%	12,1%	11,8%	10,4%		1,75
1950-59	H	14,1%	28,4%	26,0%	23,7%	5,63%	1,68
	M	7,7%	20,9%	21,4%	18,1%		2,36
1960-69	H	17,4%	34,8%	31,2%	27,7%	3,01%	1,59
	M	10,5%	27,2%	28,3%	24,7%		2,35
TOTAL	H	12,3%	29,9%	29,1%	27,4%	0,58%	2,24
	M	9,2%	27,4%	27,6%	26,9%		2,93

FOTOGRAFIA

		N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H		1.110	816	622	437
	M		1.538	1.192	870	640
1940-49	H		787	662	644	598
	M		932	768	841	799
1950-59	H		896	753	781	794
	M		1.084	846	844	928
1960-69	H		1.150	824	932	975
	M		1.295	980	1.005	1.045
TOTAL	H		6.220	4.873	5.234	5.441
	M		7.025	5.469	5.625	5.819

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

H=hombres M= Mujeres N=número de personas

Datos mostrados en % de personas que realizaron la actividad en el último año

Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

Dif H vs M = Diferencia entre hombre y mujer en la ola de 2018-2019

TABLA 30B. Actividades que hicieron el último año. Datos por generación y sexo

ESCUCHAR RADIO

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	75,1%	68,4%	67,0%	63,7%	8,52%	0,85
	M	68,9%	58,8%	57,2%	55,2%		0,80
1940-49	H	88,0%	77,5%	78,5%	73,6%	2,98%	0,84
	M	81,1%	73,3%	72,2%	70,6%		0,87
1950-59	H	91,1%	85,6%	84,5%	84,1%	7,27%	0,92
	M	84,8%	78,8%	77,8%	76,9%		0,91
1960-69	H	90,8%	87,1%	87,7%	86,9%	5,40%	0,96
	M	86,0%	82,1%	80,6%	81,5%		0,95
TOTAL	H	85,6%	80,0%	79,8%	77,7%	3,48%	0,91
	M	81,2%	75,7%	74,7%	74,2%		0,91

ESCUCHAR RADIO

		N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H		877	609	445	295
	M		1.072	720	511	361
1940-49	H		777	642	634	541
	M		804	641	689	262
1950-59	H		950	900	892	876
	M		996	843	836	871
1960-69	H		1.214	1.100	1.188	1.172
	M		1.245	1.106	1.130	1.131
TOTAL	H		6.068	5.564	5.891	5.824
	M		6.276	5.701	5.806	5.902

PRÁCTICA DE DEPORTE

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	0,0%	0,0%	18,5%	17,7%	6,85%	0,96
	M	0,0%	0,0%	13,3%	10,9%		0,82
1940-49	H	0,0%	0,0%	38,7%	35,1%	2,70%	0,91
	M	0,0%	0,0%	33,8%	32,4%		0,96
1950-59	H	0,0%	0,0%	41,7%	45,8%	5,04%	1,10
	M	0,0%	0,0%	39,7%	40,8%		1,03
1960-69	H	0,0%	0,0%	48,6%	51,7%	7,51%	1,06
	M	0,0%	0,0%	41,7%	44,2%		1,06
TOTAL	H	0,0%	0,0%	53,3%	56,3%	12,85%	1,06
	M	0,0%	0,0%	39,9%	43,5%		1,09

PRÁCTICA DE DEPORTE

		N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H		-	-	123	82
	M		-	-	119	71
1940-49	H		-	-	313	258
	M		-	-	322	289
1950-59	H		-	-	440	477
	M		-	-	426	462
1960-69	H		-	-	658	697
	M		-	-	585	613
TOTAL	H		-	-	3.937	4.223
	M		-	-	3.101	3.458

VER LA TELEVISION

		2006-07	2010-11	2014-15	2018-19	DIF	INDICE
H. 1939	H	98,9%	97,6%	97,6%	95,5%	-1,17%	0,97
	M	98,5%	97,8%	98,1%	96,6%		0,98
1940-49	H	98,3%	97,9%	98,4%	97,3%	-0,93%	0,99
	M	98,7%	97,7%	98,7%	98,2%		1,00
1950-59	H	98,4%	97,1%	97,4%	96,6%	0,43%	0,98
	M	98,6%	96,8%	97,8%	96,2%		0,98
1960-69	H	97,6%	96,8%	95,6%	94,0%	-0,24%	0,96
	M	97,8%	96,1%	95,9%	94,2%		0,96
TOTAL	H	98,0%	96,7%	95,1%	91,0%	-1,55%	0,93
	M	98,1%	96,5%	96,1%	92,5%		0,94

VER LA TELEVISION

		N	2006-07	2010-11	2014-15	2018-19
H. 1939	H		1.154	870	648	442
	M		1.533	1.198	877	632
1940-49	H		868	811	795	715
	M		978	854	942	876
1950-59	H		1.026	1.020	1.029	1.006
	M		1.158	1.036	1.050	1.090
1960-69	H		1.305	1.222	1.294	1.267
	M		1.415	1.294	1.345	1.307
TOTAL	H		6.949	6.721	7.025	6.821
	M		7.589	7.270	7.464	7.360

Fuente: Elaboración propia a partir de "Encuesta de hábitos culturales en España" Ministerio de Cultura y Deporte

H=hombres M= Mujeres N=número de personas

Datos mostrados en % de personas que realizaron la actividad en el último año

Índice=cociente ola 2018-2019/ola 2006-2007. Si ≥ 1 significa incremento si < 1 decremento

Dif H vs M = Diferencia entre hombree y mujer en la ola de 2018-2019

- *Se aprecia una gran coincidencia entre interés y prácticas culturales, aunque en cuanto a valores absolutos, el interés en actividades culturales de los mayores de 65 años está por debajo del total de la población, lo que se observa es que la tasa de crecimiento del interés está por encima del total de la población.*
- *Se adivina un fuerte ascenso de la práctica deportiva, del uso de internet y del ordenador con unos incrementos superiores respecto al total de la población.*
- *La práctica deportiva y la asistencia a ferias y centros culturales son los motores de crecimiento en los mayores de 65 años en detrimento de ver la televisión y radio.*
- *Los mayores van hacia un tipo de hábitos culturales más tecnológicos y menos tradicionales, más sociales y menos individuales.*
- *En el análisis generacional prevalece el efecto cohorte sobre el efecto periodo o ciclo de vida. Los hábitos culturales que no se trabajan en edades más tempranas no parecen desarrollarse tras la jubilación y las generaciones que han vivido circunstancias similares mantienen sus hábitos culturales a lo largo de la vida*
- *Las mujeres muestran mayor interés que los hombres en las actividades culturales y este interés no varía con la edad, se mantiene.*
- *Las mujeres realizan un ocio más tranquilo, cultural y los hombres realizan un ocio más activo y social, sobre todo en las generaciones de senior mayores.*

RELACIÓN ENTRE VALORES Y OCIO

CAPÍTULO 10.- RELACIÓN ENTRE OCIO Y VALORES

Una vez re-explotadas la bases de datos relativas a valores y a hábitos culturales, se hacía necesario, para complementar esta tesis, cruzar empíricamente ambas perspectivas (más allá de un cruzamiento hipotético – deductivo, que siempre se puede hacer y es en sí mismo legítimo, pero algo insuficiente en términos de verificación de objetivos y validación de hipótesis). Es decir, se hacía necesario disponer de información que permitiese vincular empíricamente los hallazgos obtenidos entre las tendencias de los valores y los comportamientos de ocio del colectivo de mayores de 65 años en España. Además, se hacía necesario comprobar si las variables de cambio apuntadas (como el mayor nivel de estudios o la plena incorporación de la mujer al trabajo) de la generación presentior (entre 55 y 65 años) confirmaban cambios estructurales en las actitudes frente al ocio. Por estos motivos se decide realizar una encuesta ad-hoc, a un grupo de población de más de 55 años con el objetivo de establecer correlaciones entre los indicadores de las tendencias de valores hipotéticamente vinculadas a los cambios observados en el ocio y los indicadores de interés y práctica de ocio.

Se trata de comprobar por un lado el grado de correlación entre estas, que se hipotetiza estrecho, de modo que si se encuentran correlaciones importantes entre ambos conjuntos de indicadores, se reforzaría la hipótesis de causalidad explicativa de los primeros sobre los segundos. Por otro lado, también se trataba de comparar a la población presentior y senior, bajo las hipótesis de que, por relevo generacional, los primeros están más conectados a las tendencias de cambio que los segundos y ese hecho explicaría las diferencias encontradas en el interés y práctica de actividades de ocio. También nos hemos planteado averiguar en qué medida el género o el nivel de estudios podrían estar influyendo en las correlaciones entre tendencias de valores y comportamientos de ocio, dado que ambas variables son importantes factores que influyen en la actitud y la práctica del ocio.

Con el objetivo de correlacionar los valores con actitudes y comportamientos de ocio en la población senior y presentior se han construido unas nuevas variables que se denominarán índices, producto de los análisis factoriales realizados, y que servirán para medir los conceptos que se proponen. De los índices que se han creado hay dos

relacionados con valores: el índice denominado de “apertura a los cambios” que muestra la disposición a la novedad, a vivir nuevas experiencias; el otro índice relacionado con los valores es el que compara ética tradicional con individual entiendo la polarización entre ambos términos como la adopción de los valores de las personas vinculadas en un extremo a las instituciones o a la tradición y en el otro extremos el desarrollo de valores individuales no vinculados a las instituciones.

Un tercer índice recoge las actitudes hacia la jubilación, las actitudes pueden ser positivas o negativas, pero en este caso las actitudes no son excluyentes; un mismo individuo puede mostrar actitudes negativas y positivas, ya que la jubilación tiene pros y contras, este índice se ha denominado “pesimismo ante la jubilación” pues en la construcción de dicho índice tienen mayor peso los factores pesimistas que los optimistas.

Se han elaborado dos índices sobre el ocio: uno muestra el interés por las actividades de ocio y otro sobre la intensidad y variedad de la práctica de actividades. La elaboración de estos dos índices se justifica porque, no solo nos interesa saber en qué tipo de actividades de ocio interesan a los senior y presenior, sino que también interesa conocer la tipología de actividades realizadas.

Por último, como complemento de lo anterior, se presentan cuatro índices que diferencian cuatro estilos de ocio distintos, y que permite distinguir más allá del criterio de intensidad, la orientación y estilo de ocio: el ocio tecnológico, relacionado con el uso de smartphones, ordenadores, internet y tecnología; el ocio de tipo cultural; el ocio relacionado con ocupar el tiempo, y así se ha denominado, estilo de ocio caracterizado por ser tranquilo, poco relacional, de personas tradicionales para las que el trabajo es importante en su vida y buscan mantener su tiempo libre ocupado; por último se recoge el estilo de ocio pasivo o escasamente activo.

Para conseguir los objetivos propuestos se procederá en primer lugar a dar una explicación detallada de cada uno de los índices que se han creado con el objetivo de describir su elaboración, entender su significado y familiarizarnos con estos constructos.

A continuación, se pasará a correlacionar los índices de valores con los índices de práctica e interés de ocio y con los distintos índices de tipologías de ocio con el objetivo de mostrar el grado de relación entre los valores recogidos en los índices de apertura a los cambios y ética individual vs tradicional con el interés en la realización de prácticas de ocio y la intensidad en la práctica de dichas actividades así como las distintas tipologías de ocio

Por último, se realizará un análisis utilizando el procedimiento de diferencia de medias que nos permita ver si para cada uno de los índices existen diferencias significativas por sexo, edad o nivel de estudios, ya que, recordemos, era el principal objetivo de la realización de este cuestionario.

10.1 Presentación y explicación de los índices

Índice de apertura a los cambios.

Es uno de los índices de tendencias de valores. Mide, como el propio nombre indica, el grado de apertura a los cambios y novedades y correlativamente mide el grado de ruptura con el inmovilismo tradicionalista. Esta tendencia está estrechamente vinculada a los valores de la postmodernización y a moverse con relativa comodidad en escenarios no explorados e inciertos. El cambio y la postmodernización son los dos elementos clave de la cultura, recordemos los análisis de Inglehart (1990) sobre los valores postmaterialistas o las teorías de la modernidad líquida de Bauman (2002), que subrayan estos dos factores como rasgos de las sociedades contemporáneas. Se encuentra estrechamente vinculado a la búsqueda de nuevas experiencias, en general, pero que en el ámbito del ocio podría expresarse hipotéticamente en una actitud muy proactiva y exploradora.

Este índice se ha formado mediante un análisis factorial de componentes principales (monofactor) con los ítems del cuestionario correspondientes a la pregunta 11 “¿Podría decirme en qué medida describen las siguientes frases su forma de ser?” del cuestionario ad-hoc. Para la pregunta 11 la de respuesta es de 0 a 10 en la que 0 significa “no describe en absoluto su forma de ser” y el 10 “sí, la describe perfectamente”. Se muestran a continuación los ítems del cuestionario correspondientes a la pregunta 11

P11a. Le gusta hacer cosas arriesgadas, solo por el placer que eso supone.

P11b. Suele estar abierto/a a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar.

P11c. Valora mucho a las personas que cuestionan las formas tradicionales de actuar.

P11d. Intenta aprender nuevas cosas continuamente, procura que el aprendizaje sea su estilo de vida.

P11e. Prefiere hacer las cosas importantes por sí mismo/a, sin mucha ayuda de los/as demás.

Seguidamente, se exponen las contribuciones de cada ítem al índice y a pie de tabla los detalles metodológicos esenciales. Como se señaló en el apartado de metodología, el análisis realizado es de componentes principales, sin rotar y obligando a un único factor como criterio de extracción.

Contribuciones de los ítems al índice

P11b. Suele estar abierto/a a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar.	,840
P11d. Intenta aprender nuevas cosas continuamente, procura que el aprendizaje sea su estilo de vida.	,832
P11c. Valora mucho a las personas que cuestionan las formas tradicionales de actuar.	,644
P11a. Le gusta hacer cosas arriesgadas, solo por el placer que eso supone.	,616
P11e. Prefiere hacer las cosas importantes por sí mismo/a, sin mucha ayuda de los/as demás.	,477

Método de extracción: Análisis de componentes principales. (1 Factor. Varianza 48,43%.

Prueba de Barlet: Chi-cuadrado=568.914. Gl=10 Sig=0,000. KMO=0,692). Comunalidades:

P11a=0,38. P11b=0,706. P11c=0,415.P11d=0,693. P11e=0,228.

Los ítems “Suele estar abierto a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar” e “Intenta aprender nuevas cosas continuamente, procura que el aprendizaje sea su estilo de vida” son los dos ítems que más aportan al índice, ambos explican el 72,64% de la varianza acumulada, por lo que estos dos ítems son los que más peso tienen a la hora de interpretar este índice, como apuntábamos relacionado con la apertura a los cambios, a la innovación y a nuevas formas de hacer las cosas o de pensar.

En la Tabla 31 se muestran a continuación las correlaciones entre los factores que componen el índice de apertura a los cambios. Las altas correlaciones observadas entre sus componentes justifican la construcción de un índice que recoja estos ítems utilizando el procedimiento de componentes principales. Como puede comprobarse existe una estrecha relación entre los factores que lo conforman destacando de forma especial la relación (,674) entre P.11b “Suele estar abierto a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar” con P11d. “Intenta aprender cosas nuevas continuamente, procura que el aprendizaje sea su estilo de vida” y la relación (,495) entre P11c “Valora mucho a las

personas que cuestionan las formas tradicionales de actuar” con P11a “Le gusta hacer cosas arriesgadas solo por el placer que eso supone”.

TABLA 31: Correlaciones entre factores que componen el índice de apertura a los cambios

	P11a. Le gusta hacer cosas arriesgadas, solo por el placer que eso supone.	P11b. Suele estar abierto/a a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar.	P11c. Valora mucho a las personas que cuestionan las formas tradicionales de actuar.	P11d. Intenta aprender nuevas cosas continuamente, procura que el aprendizaje sea su estilo de vida.	P11e. Prefiere hacer las cosas importantes por sí mismo/a, sin mucha ayuda de los/as demás.
P11a. Le gusta hacer cosas arriesgadas, solo por el placer que eso supone.	1	,378**	,495**	,313**	-,030
P11b. Suele estar abierto/a a nuevas ideas y nuevas formas de hacer cosas o de pensar.	,378**	1	,355**	,674**	,388**
P11c. Valora mucho a las personas que cuestionan las formas tradicionales de actuar.	,495**	,355**	1	,369**	,055
P11d. Intenta aprender nuevas cosas continuamente, procura que el aprendizaje sea su estilo de vida.	,313**	,674**	,369**	1	,407**
P11e. Prefiere hacer las cosas importantes por sí mismo/a, sin mucha ayuda de los/as demás.	-,030	,388**	,055	,407**	1

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

Índice ética tradicional vs individual

El segundo índice relacionado con las tendencias de valores es el denominado ética tradicional vs individual. Mide en un polo el valor tradicional del sacrificio, frente a los valores de la independencia y la imaginación, valores emergentes que buscan la emancipación de la tradición, ensalzando la individualidad. Esta polarización se aproxima a la definición teórica del proceso de individualización de Halman (1994), según la cual se asiste a una autonomía cada vez más creciente por parte de los individuos a la hora de desarrollar sus sistemas de valores, que no necesariamente han de estar vinculados a las instituciones o a los sistemas más tradicionales de la creación de valores.

Para construir este índice se han tenido en cuenta los factores que se recogen en la pregunta 10 del cuestionario ad hoc: “Aquí tiene una lista de cualidades que se pueden inculcar en los niños en el hogar ¿Cuáles considera especialmente importantes?” Siendo

las opciones de respuesta (máximo cinco ítems): independencia esfuerzo en el trabajo, sentido de la responsabilidad, imaginación, determinación/perseverancia, fe religiosa y generosidad/altruismo. Los valores positivos indicarían un mayor peso de la tradición mientras que los negativos indicarían un mayor peso de lo individual, en relación al concepto de Halman (1994) de individualización alejada de la tradición.

Se ha construido el índice mencionado utilizando el procedimiento de componentes principales, a continuación, se muestran las contribuciones de cada ítem en el índice:

Contribuciones de los ítems al índice

P10. Esfuerzo en el trabajo	,819
P10. Independencia	-,742
P10. Imaginación	-,658
P10. Determinación, perseverancia	,463
P10. Sentido de la responsabilidad	,412
P10. Generosidad, altruismo	,400
P10. Fe religiosa	-,010

Método de extracción: Análisis de componentes principales. (1 Factor. Varianza 31,41%.

Prueba de Barlet: Chi-cuadrado=517.23 Gl=21 Sig=0,000. KMO=0,572). Comunalidades:

Independencia=0.551, Esfuerzo trabajo= 0.671, Sentido respo= 0.170, Imaginación= 0.433,

Determinación=0.214, Fe religiosa=0.000, Generosidad=0.160

Esfuerzo en el trabajo explicaría un 37,7 de la varianza acumulada. El índice opone los valores del esfuerzo en el trabajo, determinación, perseverancia y responsabilidad frente a independencia e imaginación, de modo que cuanto más alto y más positivo es la puntuación factorial de cada sujeto, más orientados están a los primeros valores y menos a los segundos, y viceversa. Los primeros están más relacionados con mentalidades tradicionales mientras que los segundos más en línea con el proceso cultural de individualización social. (Halman, Ester & De Moor. 1993).

Índice de pesimismo ante la jubilación

Este índice está relacionado con las actitudes frente a la jubilación. Los valores negativos indican el pesimismo como actitud predominante y los positivos el optimismo. Para su construcción se han tenido en cuenta seis ítems incluidos todos ellos en la pregunta 9 del cuestionario “He aquí una serie de frases que se pueden aplicar o no a la jubilación. Dígame en qué medida está usted de acuerdo o en desacuerdo con cada una de estas.” Tres de los ítems describen actitudes positivas frente a la jubilación (P9e. “Ahora aprovecho el tiempo para hacer muchas cosas que antes no podía”, P9f. “Hace que te relaciones más con otras personas”, P9g “Es una etapa de la vida muy interesante”). Los otros tres describen visiones negativas ante la jubilación (P9a. “Es una pena tener que dejar de trabajar”, P9c “Siento que ya no soy una persona útil”, “No sé qué hacer con mi tiempo, me aburro”). Por tanto, lo que mide el índice es el predominio de una visión positiva versus una visión negativa ante la jubilación. A la hora de interpretar el constructo hay que tener en consideración el hecho, y que constituye un inconveniente, de que las puntuaciones positivas implican la visión negativa, y viceversa, las puntuaciones negativas implican la visión positiva. Por este motivo, y para reducir el inconveniente operativo, se le ha dado el nombre de “índice de pesimismo ante la jubilación”.

Recordemos que existían varias formas de enfrentarse a la jubilación, desde la teoría de la desvinculación (Cumming y Henry, 1961) según la cual se produce un retraimiento del individuo frente a la sociedad, hasta la teoría de la actividad de Havighurst (1968) que defiende que una buena vejez ha de estar acompañada de nuevas actividades y dedicar tiempo al ocio. Para algunos mayores la jubilación supone una tragedia (Zubero, 2002), por la ruptura que esta supone con el *statu quo*, sobre todo en los varones que han trabajado fuera de casa y cuya vida social giraba en torno al trabajo, si además, esta jubilación es no prevista, puede originar la pérdida de referentes (Bazo, 2006). Sin embargo, para otros autores (Trinidad Requena, 2006) emerge la figura de un “nuevo jubilado”, que busca alternativas para el empleo de su tiempo, que busca el realizar actividades que le hagan sentirse activo, estos jubilados manifiestan un comportamiento social y económico muy distinto al de generaciones anteriores. Mantenerse activo, realizar actividades, mantenerse en contacto con familia y amigos ayuda en la adaptación a esta nueva fase del ciclo de vida.

En la Tabla 32 se muestran las correlaciones entre los diferentes factores que componen este índice.

TABLA 32: Correlaciones entre factores índice de pesimismo frente a la jubilación

	P9a. Es una pena tener que dejar de trabajar	P9c. Siento que ya no soy una persona útil	P9d. No sé que hacer con mi tiempo, me aburro	P9e. Ahora aprovecho el tiempo para hacer muchas cosas que antes no podía	P9f. Hace que te relaciones más con otras personas	P9g. Es una etapa de la vida muy interesante
P9a. Es una pena tener que dejar de trabajar	1	,598**	,592**	,075	,098	-,122*
P9c. Siento que ya no soy una persona útil	,598**	1	,877**	,204**	,276**	-,236**
P9d. No sé que hacer con mi tiempo, me aburro	,592**	,877**	1	,257**	,421**	-,138**
P9e. Ahora aprovecho el tiempo para hacer muchas cosas que antes no podía	,075	,204**	,257**	1	,346**	,133*
P9f. Hace que te relaciones más con otras personas	,098	,276**	,421**	,346**	1	,608**
P9g. Es una etapa de la vida muy interesante	-,122*	-,236**	-,138**	,133*	,608**	1

Fuente: elaboración propia

Las correlaciones más altas se dan entre los factores que muestran una actitud negativa por ejemplo el factor 9c. “Siento que ya no soy una persona útil” correlaciona fuertemente (**,877**) con el factor P9d. “No sé qué hacer con mi tiempo, me aburro” y, aunque con menor intensidad (**,598**) existe una fuerte correlación entre el factor P9a. “Es una pena tener que dejar de trabajar” con P9c. “Siento que ya no soy es una persona útil” o (**,592**) P9d. “No se qué hacer con el tiempo, me aburro”.

Los factores que manifiestan una actitud positiva frente a la jubilación también muestran importantes correlaciones, como por ejemplo P9g “Es una etapa de la vida muy interesante” que correlaciona de manera positiva e importante (**,608**) con el factor P9f “Hace que te relaciones más con otras personas”. Dos factores, uno positivo y otro negativo en este caso correlacionan también de forma importante (**,421**) y estos son el P9f “Hace que te relaciones más con otras personas” y P9d. “No sé qué hacer con mi tiempo, me aburro”.

Se muestran a continuación los datos relativos a la matriz de componentes principales de dicho índice.

Contribuciones de los ítems al índice

P9d. No sé qué hacer con mi tiempo, me aburro	,926
P9c. Siento que ya no soy una persona útil	,883
P9a. Es una pena tener que dejar de trabajar	,718
P9f. Hace que te relaciones más con otras personas	,493
P9e. Ahora aprovecho el tiempo para hacer muchas cosas que antes no podía	,379
P9g. Es una etapa de la vida muy interesante	-,040

Método de extracción: Análisis de componentes principales. (1 Factor. Varianza 42,35%.

Prueba de Barlet: Chi-cuadrado=909 Gl=15 Sig=0,000. KMO=0,615). Comunalidades:

P9a=0,516, P9c= 0.779 P9d= 0.857 P9e=0.144 P9f=0.243 P9g=0.02.

La matriz de componentes refleja que el componente 9d. ‘No se qué hacer con mi tiempo, me aburro’, el 9c. ‘Siento que ya no soy una persona útil’ y el 9a ‘Es una pena tener que dejar de trabajar’ explica un 84,485 de la varianza acumulada, son los tres componentes que más contribuyen al índice. Cabe destacar que los tres componentes positivos no se oponen a los negativos, sino que suponen contribuciones más bajas, por lo que podría concluirse que, aunque en la jubilación parecen dominar actitudes más pesimistas u optimistas suelen solaparse en las mismas personas unas y otras actitudes, ya que en mayor o menor medida todos ellos reconocen ventajas e inconvenientes. Debido al peso predominante en la construcción de este índice de los aspectos negativos, por eso se denomina ‘Índice de pesimismo frente a la jubilación’ ya que lo que estamos midiendo es precisamente las actitudes pesimistas.

Índice de interés en actividades de ocio

Es este uno de los dos índices vinculados con el ocio y en particular con el interés en determinadas prácticas de ocio. Para su construcción se han utilizado algunas de las variables que se utilizaron para la explotación ad-hoc de la Encuesta de hábitos culturales en España, se ha preguntado por aquellas actividades por las que los mayores mostraban

un mayor interés. Se ha añadido (para complementar carencias importantes) el interés en el uso del WhatsApp, práctica que empieza a ser habitual en los mayores y que no se recogía de forma explícita en la encuesta de hábitos culturales.

Para la elaboración del índice de interés en actividades de ocio se ha tenido en cuenta las respuestas a la pregunta 12 del cuestionario “¿Cómo calificaría su interés en las siguientes actividades?”. Las opciones de respuesta van de 0 a 9, donde 0 es ningún interés y 9 es máximo interés.

12.a Leer libros no relacionados con el trabajo o estudios. (En adelante leer libros)

12.b Leer periódicos.

12.c Ir a Museos.

12.d Ir a exposiciones.

12.e Ver películas/series en casa.

12 f Ir al cine.

12g Ir al Teatro.

12h Escuchar música.

12i. Navegar por internet.

12j. Utilizar el WhatsApp

En la Tabla 33 se muestra la matriz de correlaciones entre el interés mostrado en las diferentes actividades de ocio y las contribuciones de cada ítem al índice. Las correlaciones entre los ítems justifican la creación de un índice que recoge el interés mostrado en actividades de ocio, cuanto más alto más interés muestran en actividades. Destacan las correlaciones entre 12b.Leer periódicos y 12.e Ver películas en casa (,499) o 12f. Ir al cine (,511). Existe también una importante correlación de signo positivo entre el factor 12.c Ir a Museos con 12.d Ir a exposiciones (,897), 12.f Ir al cine (,511) o 12g. Ir al teatro (,626). Cabe destacar también la correlación entre 12i.Navegar por internet y 12j. El uso de WhatsApp (,567). La existencia de estas fuertes correlaciones entre determinados tipos de interés en actividades nos sugiere la clasificación en distintos tipos de ocio, índices que se explicarán más adelante.

TABLA 33. Matriz de correlaciones índice interés en actividades de ocio

	12.a Leer libros	12.b Leer periódicos	12.c Ir a Museos	12.d Ir a exposiciones.	12.e Ver películas /series en casa.	12 f Ir al cine.	12g Ir al Teatro.	12h Escuchar música.	12i. Navegar por internet.	12j. Utilizar el whatsapp
12.a Leer libros	1,000	-,020	,258	,218	-,290	,293	,148	,299	,215	,329
12.b Leer periódicos.	-,020	1,000	,242	,183	,499	,511	,247	,122	,441	,220
12.c Ir a Museos.	,258	,242	1,000	,897	,294	,573	,626	,553	,290	,284
12.d Ir a exposiciones.	,218	,183	,897	1,000	,272	,490	,591	,518	,292	,282
12.e Ver películas/series	-,290	,499	,294	,272	1,000	,506	,202	,320	,291	,044
12 f Ir al cine.	,293	,511	,573	,490	,506	1,000	,564	,578	,535	,389
12g Ir al Teatro.	,148	,247	,626	,591	,202	,564	1,000	,323	,210	,222
12h Escuchar música.	,299	,122	,553	,518	,320	,578	,323	1,000	,443	,400
12i. Navegar por internet.	,215	,441	,290	,292	,291	,535	,210	,443	1,000	,567
12j. Utilizar el whatsapp	,329	,220	,284	,282	,044	,389	,222	,400	,567	1,000

Fuente: elaboración propia

Contribuciones de los ítems a cada índice

12 f Ir al cine.	,851
12c Ir a Museos.	,818
12d Ir a exposiciones.	,777
12h Escuchar música.	,723
12g Ir al Teatro.	,671
12i Navegar por internet.	,646
12j Utilizar el WhatsApp	,554
12b Leer periódicos.	,506
12e Ver películas/series en casa.	,489
12a Leer libros	,337

Método de extracción: Análisis de componentes principales. (1 Factor. Varianza 43,03%.

Prueba de Barlet: Chi-cuadrado=2393,7 Gl=45 Sig=0,000. KMO=0,752). Comunalidades: P12a=0,114, P12b=0,256. P12c=0,669, P12d=0,604, P12e=0,239, P12f=0,724 P12g=0,450 P12H=0,523 P12i=0,417 P12j=0,307

Las actividades que más pesan en el índice son las que implican salir e implican una actitud más proactiva hacia el ocio, mientras que las más sedentarias y más individuales (lectura, películas en casa, WhatsApp o internet contribuyen menos). El índice construido mide el grado de interés por las actividades, y este se encuentra muy relacionado con el ocio activo, ya que son las actividades que más pesan en la construcción de este índice.

Índice práctica de actividades

El segundo de los índices sobre ocio que se han creado es un índice sobre prácticas de ocio. La práctica de actividades está claramente relacionada con la satisfacción en la vida (Havighurst 1968). Numerosos autores han evidenciado el efecto positivo que tiene la participación en actividades sobre la calidad de vida, sobre la salud no solo física sino también psíquica e intelectual. A nivel físico esta mejora se relaciona con el mantenimiento de la capacidad funcional y a nivel intelectual se relaciona con una reducción del deterioro cognitivo (Wang et al 2002).

Para la construcción de este índice se han tenido en cuenta los factores recogidos en la pregunta 13 del cuestionario “En el último año podría decirme si” y en las opciones de respuesta se marca todo lo que proceda

Fue a exposiciones

Fue al teatro

Fue al cine

Fue a algún concierto de música

Fue a un centro cultural

Asistió a una conferencia

Fue a espectáculos deportivos

Participó en una fiesta popular

Se muestran a continuación la matriz de correlaciones de los componentes del índice y la contribución de cada ítem al índice práctica de actividades de ocio

TABLA 34. Matriz de correlaciones índice práctica actividades de ocio

	P13. Fue a exposiciones	P13. Fue al teatro	P13. Fue al cine	P13. Fue a algún concierto de música	P13. Fue a un centro cultural	P13. Asistió a una conferencia	P13. Fue a espectáculos deportivos	P13. Participó en una fiesta popular
P13. Fue a exposiciones	1,000	,198	,046	,506	,496	,244	-,003	,146
P13. Fue al teatro	,198	1,000	-,130	,277	,176	-,118	-,165	-,058
P13. Fue al cine	,046	-,130	1,000	,083	,211	,359	-,049	,101
P13. Fue a algún concierto de música	,506	,277	,083	1,000	,605	,249	,022	,155
P13. Fue a un centro cultural	,496	,176	,211	,605	1,000	,176	-,096	,234
P13. Asistió a una conferencia	,244	-,118	,359	,249	,176	1,000	,004	,194
P13. Fue a espectáculos deportivos	-,003	-,165	-,049	,022	-,096	,004	1,000	,082
P13. Participó en una fiesta popular	,146	-,058	,101	,155	,234	,194	,082	1,000

Fuente: elaboración propia

Contribuciones de los ítems al índice

P13.Fue a un centro cultural	,812
P13.Fue a algún concierto de música	,809
P13. Fue a exposiciones	,743
P13.Asistió a una conferencia	,477
P13.Participó en una fiesta popular	,371
P13. Fue al cine	,316
P13. Fue al teatro	,287
P13.Fue a espectáculos deportivos	-,066

Método de extracción: Análisis de componentes principales. (1 Factor. Varianza 43,03%.

Prueba de Barlet: Chi-cuadrado=2393,7 Gl=45 Sig=0,000. KMO=0,752). Comunalidades:

P12a=0,114, P12b=0,256. P12c= 0.669, P12d=0.604, P12e=0.239, P12f=0.724 P12g=0.450

P12H=0.523 P12i=0.417 P12j=0.307

Los ítems que más contribuyen al índice de práctica de actividades están relacionados con actividades que implican salir y tienen una connotación cultural importante. Así, los ítems que más contribuyen a la construcción del índice son “fue a un centro cultural” “fue a algún concierto de música” o “fue a exposiciones”. No se trata de un índice de prácticas de todo tipo de actividades de ocio, mide prácticas culturales activas.

Índices de los distintos tipos de ocio

A continuación, se presentan los cuatro índices que se han creado y recogen distintos tipos de ocio. En base a las distintas actividades recogidas se han establecido cuatro estilos de ocio distintos: el tecnológico, el cultural, el de mantenerse ocupado y el ocio pasivo.

Para la construcción de estos cuatro índices se han utilizado una serie de ítems a partir de las preguntas del cuestionario relacionadas con la práctica de actividades culturales en el último año (p.13), la práctica deportiva (p.14), prácticas relacionadas con la lectura de libros y de periódicos (p.15 y p.16), ver películas o series en casa (p.17), ir al cine (p.18) escuchar música (p.19), navegar por internet (p.20) o el uso de Whatsapp (p.21).

En la Tabla 35 se muestra la matriz de componentes rotados en la que muestran las contribuciones de cada ítem a cada índice.

TABLA 35: Matriz componentes rotados cuatro índices de tipos de ocio

Matriz de componentes rotados^a

	Componente			
	Tecnologico	Cultural	Ocio ocupado	Ocio pasivo
P20b. ¿con qué frecuencia navega por Internet?	,777	-,154	,122	,047
P20a. Suele Navegar por internet.	,773	-,137	,113	,085
P21b. ¿con qué frecuencia usa el Whatsapp?	,730	,131	,338	-,380
P21a. Suele usar el Whatsapp.	,711	,139	,330	-,442
P19b. ¿con qué frecuencia escucha música?	,678	,376	,016	-,006
P18b. ¿con qué frecuencia va al cine?	,655	,096	,122	,306
P19a. Suele escuchar música.	,591	,563	-,198	-,039
P13. Fue al cine	,468	-,007	,375	,164
P13. Fue a exposiciones	,033	,739	,329	-,079
P13. Fue a algún concierto de música	,130	,738	,072	-,059
P13. Fue a un centro cultural	,088	,716	,142	,153
P13. Visito museos	-,053	,707	,251	-,253
P16b. ¿con qué frecuencia lee periódicos?	-,009	,613	-,031	,492
P16a. Suele leer periódicos.	-,045	,610	,007	,375
P18a Suele Ir al cine.	,423	,562	,162	,296
P13. Fue al teatro	-,286	,456	-,219	-,204
P14b. ¿con qué frecuencia practica deporte?	,284	,043	,709	,217
P15 a. Suele leer libros	,085	,117	,705	-,262
P14a. ¿Suele practicar deporte?	,279	,147	,686	,258
P15b. ¿con qué frecuencia lee libros?	,057	-,040	,644	-,478
P13. Asistió a una conferencia	,045	,088	,532	-,056
P13. Participó en una fiesta popular	,072	,111	,525	,222
P17a. Suele ver películas/series	,178	-,033	,062	,562
P13. Fue a espectáculos deportivos	-,009	-,021	-,064	,509
P17b. ¿con qué frecuencia ve películas/series?	-,018	,092	,124	,477

Método de extracción: Análisis de componentes principales.

Método de rotación: Normalización Varimax con Kaiser.^a

a. La rotación ha convergido en 6 iteraciones.

Se ha creado un *índice de ocio tecnológico* en el que la frecuencia de navegación por Internet (P20b), si suele navegar por Internet (P20a), la frecuencia de uso de Whatsapp (p.21b) y si usa o no el Whatsapp (P21a) contribuyen por encima de 0,70 al índice tecnológico. Aunque la frecuencia de escucha música y la frecuencia de ir al cine pueden no estar aparentemente relacionados con el índice tecnológico, dada la contribución de estos dos ítems al índice tecnológico (,678) y (,655) respectivamente, se incluye dentro del índice tecnológico. El ocio de tipo tecnológico correlaciona de manera importante y positiva con la frecuencia de navegar por Internet y su uso, la frecuencia de uso de

Whatsapp y su uso, la frecuencia de escuchar música, la frecuencia de ir al cine y si van al cine o escuchan música.

El segundo índice creado es el denominado *índice cultural*, los ítems con una mayor contribución a este índice son el P19a suele escuchar música (.563), fue a exposiciones (.739), fue a algún concierto de música (.738), fue a un centro cultural (.716), visitó museos (.707), lectura y frecuencia de lectura de periódicos (.613 y .610), p18a suele ir al cine (.562), fue al teatro (.456). El ocio de tipo cultural correlaciona de forma positiva e importante con Ir a exposiciones a conciertos de música, ir a un centro cultural, visitar museos, la frecuencia de lectura de periódicos, ir al cine e ir al teatro.

El tercer índice está relacionado con un ocio tranquilo pero no pasivo, se ha denominado *índice de ocio ocupado* se encuentran recogidos aquí los ítems que se relacionan con un tipo de ocio que realizan los que buscan actividades de ocio para mantenerse ocupados, los ítems con una mayor contribución a este índice son P14b frecuencia de práctica deportiva (.709), P15a suele leer libros (.705), P14a suele practicar deporte (.686) P15b frecuencia de lectura de libros (.644). Los ítems P.13 Asistió a una conferencia y P.13 participó en una fiesta popular (.525) se incluyen dentro de este índice porque, de todos los índices de ocio creados, es en este en el que presentan una mayor contribución ya que el índice en el que muestran una mayor contribución es precisamente este. Este tipo de ocio correlaciona de forma positiva e importante con la frecuencia de la práctica deportiva, leer libros y la frecuencia de lectura, asistir a conferencias o participar en fiestas populares.

Por último, se ha construido *el índice de ocio pasivo*. Las mayores contribuciones de los ítems a este índice son las P.17a suele ver películas/series (.562), fue a espectáculos deportivos (.509) P17b frecuencia con la que ve películas o series (.477) y podría incluirse P16b la frecuencia de lectura de periódicos, ya que aunque la contribución al índice ocio pasivo (.492) es menor que la contribución al índice cultural (.610) es también una contribución importante. El ocio pasivo correlaciona de forma positiva e importante con la lectura de periódicos, el ir al cine, ver películas o series, ir a espectáculos deportivos y la frecuencia de ver películas y series.

Por lo que respecta a las contribuciones negativas, destaca P.13 fue al teatro (-286) en el índice tecnológico, los ítems P20b. frecuencia de navegar por Internet (-,154) y P20a (-,137) con el índice cultural, parece pues que el tipo de ocio cultural está inversamente

relacionado con navegar por internet pero no así con el uso de Whatsapp. Los ítems P.13 Fue al teatro (-,219) y P19a. Suele escuchar música (-,198) contribuyen de forma negativa al índice de ocio ocupado y por último, los ítems P15b. frecuencia de lectura de libros (-,478) P21a. Suele usar el WhatsApp (-,442) P21b Frecuencia de uso de Whatsapp (-,380), P13. Visitó museos (-,253) y P15b Frecuencia de lectura de libros (-,478) contribuyen de forma negativa al índice ocio pasivo.

10.2 Relaciones entre los índices de valores y actitudes con los índices de ocio

En la Tabla 36 se muestran las correlaciones entre los índices de valores y los índices de interés y práctica de actividades de ocio

TABLA 36.. Correlaciones índices de valores y actitudes con el interés y las prácticas de ocio

		Correlaciones	
		Interes actividades	practica actividades
Apertura cambios	Correlación de Pearson	,472**	,279**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	441	441
Etica tradicional vs individualidad	Correlación de Pearson	-,405**	-,212**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	441	441
Pesimismo jubilación	Correlación de Pearson	-,452**	-,407**
	Sig. (bilateral)	,000	,000
	N	441	441
Interes actividades	Correlación de Pearson	1	,509**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	441	441
Practica actividades	Correlación de Pearson	,509**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	441	441

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Existe una correlación positiva e importante entre el índice de apertura a los cambios y el interés en actividades, lo que vendría a decir que aquellos que están más abiertos a nuevas experiencias mostrarían un mayor interés en la realización de actividades de ocio, también correlaciona de forma positiva con la realización de actividades aunque no de manera tan alta por lo que podríamos decir que aquellos más abiertos a nuevas experiencias, a nuevas formas de pensar, más dispuestos a seguir aprendiendo estarían interesados en las actividades de ocio aunque a la hora de practicar esta relación no sea tan intensa.

El índice de ética tradicional vs individual correlaciona de forma inversa y de manera importante con el interés en la realización de actividades y en la práctica de las mismas lo que vendría a decir que aquellos con valores más tradicionales (recordemos que el ítem que suponía el esfuerzo en el trabajo era uno de los ítems que más peso tenían) manifiestan tener una relación inversa con el interés en las actividades de ocio así como en su práctica.

El índice de pesimismo frente a la jubilación no recoge valores, pero sí actitudes ante la jubilación y en concreto actitudes pesimistas por lo que cobra todo el sentido que tenga una fuerte relación inversa con el interés en realizar actividades y en la práctica de las mismas, si se tiene una visión predominantemente pesimista de la jubilación es fácil que los individuos no muestren mucho interés o ilusión por realizar actividades de ocio en esta nueva etapa de sus vidas, cuanto mayores sean las connotaciones negativas que los mayores dotan a la jubilación, menos actividades realizarán, menos abiertos a nuevas experiencias estarán y menos interés tendrán en la realización de actividades lo que puede llegar a suponer un perjuicio en su salud como se verá más adelante.

Por último, se ha obtenido la correlación entre los índices de interés y práctica de ocio, se muestra una correlación muy alta y positiva (.509), lo que confirma los datos que se obtuvieron en la Encuesta de Hábitos y Consumo Cultural, y es que los mayores son coherentes con sus intereses y sus prácticas, un alto interés se relaciona con una alta práctica.

De cara a bucear un poco más allá en los datos, se mostrarán a continuación las correlaciones entre los índices de valores y actitudes con los cuatro tipos de ocio que se han construido, de manera que así podrá dilucidarse si ser más o menos tradicional, estar más o menos abierto a los cambios y ser más o menos pesimista ante la perspectiva de la

jubilación influyen en la realización de un tipo de ocio más tecnológico, cultural, ocupado o pasivo. Las correlaciones entre estos índices se muestran en la Tabla 37 que se muestra a continuación.

TABLA 37: Matriz de correlaciones tipos de ocio y resto índices

		Correlaciones			
		Tecnológico	Visitas culturales	Ocio ocupado	Ocio pasivo
Apertura cambios	Correlación de Pearson	,304**	,353**	,025	-,062
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,599	,193
	N	441	441	441	441
Pesimismo jubilación	Correlación de Pearson	,090	-,561**	-,210**	-,101*
	Sig. (bilateral)	,060	,000	,000	,034
	N	441	441	441	441
Interes actividades	Correlación de Pearson	,438**	,578**	,185**	-,095*
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,046
	N	441	441	441	441
practica actividades	Correlación de Pearson	,131**	,803**	,383**	,014
	Sig. (bilateral)	,006	,000	,000	,774
	N	441	441	441	441
Etica tradicional vs individualidad	Correlación de Pearson	-,221**	-,355**	,288**	,209**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000
	N	441	441	441	441

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* . La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

El índice de apertura a los cambios correlaciona de forma positiva e importante con el tipo de ocio tecnológico (,304) y cultural (,353), tiene sentido que los más abiertos a los cambios estén al día en el uso de las nuevas tecnologías y que tengan ciertas inquietudes de tipo cultural. El índice de actitud frente a la jubilación relacionado con actitudes más pesimistas no tiene correlaciones positivas significativas con ninguno de los índices, la correlación negativa que destaca por su intensidad es la que vincula este índice con el ocio de tipo cultural (-,561) lo que claramente muestra que las actitudes pesimistas frente a la jubilación implican un desinterés claro por cualquier tipo de ocio y muestran menos inquietudes culturales. El índice que recoge el grado de interés en actividades está correlacionado de forma positiva e intensa con el de tipo de ocio tecnológico (,438) y cultural (,578), en menor medida con lectura y deporte (,185) y tiene una correlación

negativa con el ocio pasivo aunque no de manera muy relevante (-,095), los más abiertos a los cambios, los más inquietos, los que mayor interés muestran en las actividades culturales buscan un tipo de ocio más activo y moderno. Lo mismo ocurre en relación al índice que muestra la práctica de actividades culturales, aunque aquí encontramos ligeros matices, el índice de práctica de actividades culturales correlaciona positivamente con el tipo de ocio tecnológico (,131) y, de una forma muy importante (,803) con el tipo de ocio cultural; de forma positiva, aunque con menos intensidad con el tipo de ocio relacionado mantenerse ocupado (,383); podría decirse que los que practican, practican todo tipo de actividades, de forma más intensa las culturales y es el ocio pasivo lo que apenas les interesa, recordemos que Cuenca Cabeza (2009) considera el ocio pasivo aquel tipo de actividades en los que el sujeto actúa como mero espectador, no requiere la participación activa del individuo. Por último, el índice que polarizaba individualismo frente a tradición correlaciona positivamente con el ocio pasivo (,209) y el ocio ocupado (,288) hábitos que podrían considerarse más tradicionales y de forma negativa con el ocio tecnológico (-,221) y las visitas culturales (-,355), más alejadas de la tradición y más cercanas a los valores individualistas.

10.3 Diferencias por género, edad, nivel de estudios y ocupación.

Por último, para finalizar este capítulo se procederá a ver si existen diferencias significativas en los índices de valores, actitudes y ocio por edad, sexo, nivel de estudios y nivel de ocupación. Se realiza la exploración con estas variables porque son las variables críticas en las que se han encontrado diferencias a lo largo de los capítulos de esta tesis. Diferencias entre los senior y los presenior explicadas en parte por el nivel educativo, claras diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a actividades de ocio que realizan y el hecho de trabajar o no que está íntimamente relacionado con las actitudes hacia el ocio. El procedimiento que se utiliza es en primer lugar realizar una prueba T para muestras independientes para cada una de esas variables. Para poder hacer la prueba T se dicotomizan las variables, a saber: sexo (hombre/mujer) edad (presenior/ senior) nivel de estudios (superiores/obligatorios) ocupación (ocupado o no). Se señalan las diferencias que no salen significativas (sig.<0,05) por índice y variable, y se realiza la comparativa de medias dicotomizadas para cada variable.

Se muestran a continuación las diferencias por edad, ocupación, género y nivel de estudios.

-Diferencias por grupo de edad

Se muestra la prueba de muestras independientes entre senior y presenior (mayores de 65 años y menores de 65 años). La única diferencia que no sale significativa es el índice de actitud ante la jubilación, el índice de pesimismo frente a la jubilación, lo que quiere decir que existen diferencias significativas por grupos de edad (senior vs presenior) para cada uno de los índices

TABLA 39- Prueba de muestras independientes por grupos de edad presenior vs senior

Índices	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
Apertura cambios	25,758	,000	8,163	439	,000	,72630	,08897	,55144	,90117
Pesimismo jubilación	30,123	,000	-1,436	439	,152	-,13511	,09411	-,32006	,04984
Interés actividades	6,692	,010	7,203	439	,000	,65058	,09032	,47306	,82809
Practica actividades	17,178	,000	8,632	439	,000	,75127	,08703	,58022	,92231
Ética tradicional vs individualidad	11,102	,001	-8,188	439	,000	-,72842	,08896	-,90327	-,55358
Ocio tecnológico	120,701	,000	13,994	439	,000	1,11152	,07943	,95541	1,26763
Ocio cultural	12,590	,000	6,203	439	,000	,56811	,09159	,38811	,74811
Ocio ocupado	0,019	,890	-2,702	439	,007	-,25595	,09473	-,44213	-,06977
Ocio pasivo	23,292	,000	2,945	439	,003	,27858	,09458	,09269	,46448

En la Tabla 40 se muestran los resultados de la diferencia de medias

TABLA 40. Diferencia de medias presenior vs senior

@EDADR	Apertura cambios	Pesimismo jubilación	Interes actividades	Practica actividades	Ética tradicional vs individualidad	Ocio tecnológico	Ocio cultural	Ocio ocupado	Ocio pasivo
55 a 64									
Media	,3847	-,0716	,3446	,3979	-,3858	,5887	,3009	-,1356	,1475
N	207	207	207	207	207	207	207	207	207
Desv. típ.	1,0420	1,0814	,8061	1,0223	,8666	,3961	,8234	,9538	,7040
65 y +									
Media	-,3416	,0636	-,3060	-,3534	,3426	-,5228	-,2672	,1204	-,1310
N	234	234	234	234	234	234	234	234	234
Desv. típ.	,8234	,8936	1,0560	,8019	,9873	1,0812	1,0666	1,0264	1,1897

N=441

Se muestra claramente en la diferencia de medias que el grupo de los presenior está claramente más abierto a los cambios, que realizan más actividades culturales y en cuanto a los tipos de ocio destaca el tecnológico (.588) por encima del resto. Este cambio cultural se anticipó en la explotación ad hoc que se realizó de la Encuesta de Hábitos Culturales donde se mostraba a un grupo de presenior mucho más moderno que sus predecesores. Este grupo también destaca por la realización de un mayor número de visitas culturales (media=0,3009 en grupo de 55 a 64 años vs media=-,2672 en mayores de 55 años) y por tener también un índice mayor de ocio pasivo (media= 0,1475 vs media =-,1310); podría pensarse que los más senior tendrían un mayor índice de ocio pasivo pero no es así tal y como muestran los datos.

En lo que superan los mayores de 65 años a los presenior es en el índice relativo a la ética tradicional vs individual (media=,3426 en mayores de 65 años vs media=-,3858 en población entre 55 y 64 años), era de esperar que los valores de los mayores fuesen más tradicionales que las generaciones posteriores, lo que vendría a confirmar en parte la tesis de Inglehart (1990) en la que el relevo generacional explica en parte el cambio cultural. Otro de los índices en el que hay diferencias significativas entre los senior y los presenior es el que tiene que ver con el ocio ocupado, los senior buscarían tener su tiempo de ocio más ocupado que los presenior, que estaría relacionado con la modernización de los presenior, dan más importancia al tiempo libre y no necesariamente buscan llenar su tiempo libre con actividades, sino un ocio que realmente les satisfaga (media ,1204 en senior vs media=-,1356 en presenior). Recordemos que en este índice de ocio ocupado prevalecían los factores de hacer deporte y leer. Por lo que respecta a la actividad física, varios autores (Rejeski, Brawley y Shumaker, 1996; Sánchez, Ureña y Garcés de los Fayos, 2002) han relacionado un mayor grado de actividad física con un mejor envejecimiento, la preocupación por sentirse bien, activo y saludable es una característica de los mayores de nuestros días este mayor tiempo dedicado al deporte y a la lectura podría relacionarse con un mayor tiempo disponible. Según la última Encuesta del empleo del Tiempo (INE, 2010) un 52,6% de los mayores de 65 años dedica una media de 2 horas al día a realizar deporte y ejercicio; el dato de lectura es más bajo, según esta misma Encuesta un 28,3% de los mayores de 65 años dedica una media de 1 hora y 38 minutos al día a la lectura.

-Diferencias por género

Se realiza la prueba de muestras independientes entre varones y mujeres. En la prueba de muestras independientes las diferencias significativas por razón de sexo se dan en los índices de apertura a los cambios, interés y práctica de actividades, ética tradicional vs individual, ocio pasivo y ocio ocupado

TABLA 41. Prueba de muestras independientes por género (varones vs mujeres)

INDICE	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la	
								Inferior	Superior
Apertura cambios	,007	,936	-2,695	439	,007	-,25566	,09486	-,44210	-,06923
Pesimismo jubilación	3,908	,049	1,426	439	,155	,13441	,09426	-,05085	,31967
Interes actividades	,645	,422	-4,583	439	,000	-,42826	,09345	-,61193	-,24459
Practica actividades	,174	,677	-2,926	439	,004	-,27320	,09337	-,45671	-,08968
Etica tradicional	,975	,324	4,390	439	,000	,41105	,09364	,22701	,59508
Ocio tecnológico	32,908	,000	0,446	439	,656	,04264	,09565	-,14534	,23063
Ocio cultural	149,575	,000	-1,160	439	,247	-,11079	,09552	-,29853	,07695
Ocio ocupado	7,290	,007	-6,754	439	,000	-,61503	,09106	-,79399	-,43607
Ocio pasivo	42,469	,000	7,832	439	,000	,70185	,08961	,52573	,87798

TABLA 42. Diferencia de medias por género

Sexo		Apertura cambios	Pesimismo o jubilación	Interes actividades	Practica actividades	Etica tradicional vs individualidad	Ocio tecnologico	Ocio cultural	Ocio ocupado	Ocio pasivo
Varón	Media	-,1383	,0727	-,2317	-,1478	,2224	,0231	-,0599	-,3328	,3797
	N	202	202	202	202	202	202	202	202	202
	Desv. típ.	1,0115	,9681	1,0263	,9845	,9838	1,2387	,6053	1,0149	1,2052
Mujer	Media	,1173	-,0617	,1965	,1254	-,1886	-,0196	,0508	,2823	-,3221
	N	239	239	239	239	239	239	239	239	239
	Desv. típ.	,9765	1,0016	,9350	,9708	,9765	,7420	1,2392	,8969	,6275

N=441

Las mujeres se muestran más abiertas a los cambios (media =0,1173 vs media=-1383 en varones), muestran un mayor interés en la realización de prácticas culturales (media=,1254 vs media=-,1478 en varones) y son coherentes porque además de mostrar un mayor interés, además las realizan. Por lo que respecta al ocio pasivo los hombres en

media realizan más actividades englobadas dentro del índice de ocio pasivo (ver películas, leer periódicos).

En la Tabla 43 se muestran los datos por sexo aunque no por edad de la Encuesta del Empleo del Tiempo (INE, 2010), a nivel global hombres y mujeres dedican una duración media diaria muy similar al ocio pasivo por lo que entendemos esas diferencias aumentan con el paso de los años.

El otro tipo de ocio en el que hay diferencias significativas entre hombres y mujeres es el que tiene que ver con el índice de ocio que implica mantenerse activo. Este índice es superior en las mujeres respecto a los hombres (media mujeres=0,2823 y media hombres=-,3228). Recordemos que muchas mujeres, sobre todo las de los grupos de senior mayores, aún no creen que se han ‘ganado’ el derecho al ocio, por lo que mantenerse ocupadas tras la jubilación les ayuda a enfrentarse a esta etapa. Es índice muestra un ocio tranquilo y no muy social, característica también detectada Enel ocio femenino. Por otro lado es un índice en el que el deporte y la lectura están altamente representados, se muestran datos relativos a estos dos componentes.

Si bien es cierto que las mujeres leen más que los hombres y los hombres hace más deportes y actividades al aire libre como se muestra en la Tabla 41, en la que se muestran los datos de la Encuesta de Empleo del Tiempo (INE,2010) a nivel global, sin distinción de edades existe un menor porcentaje de mujeres (37.6%) que dedica en media menos tiempo (1,40 horas al día) que los varones (43.3% de los varones que dedican 2,3 horas al día)

TABLA 43 % de personas por sexo que realizan una actividad y duración media diaria (DMD)

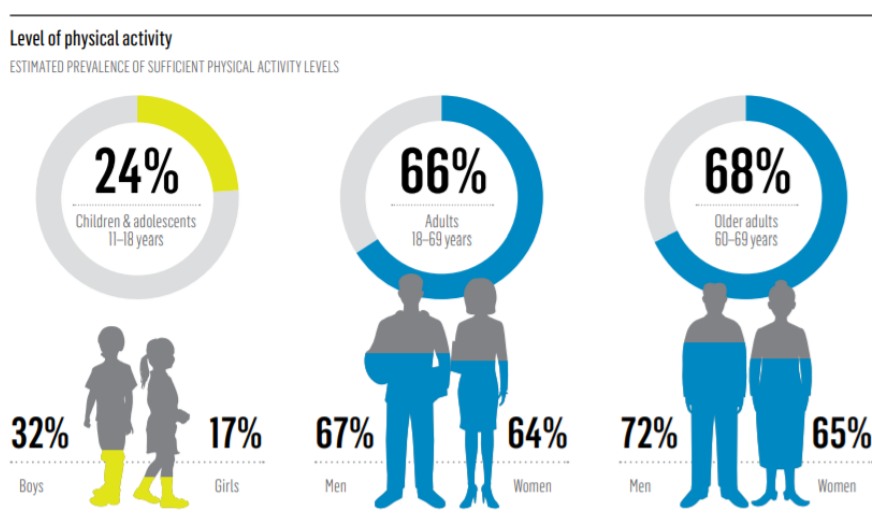
	TOTAL		
	Personas (%)	DMD (horas)	DMD (minutos)
Varones			
53 Ocio pasivo	22,3	1	11
6 Deportes y actividades al aire libre	43,3	2	3
81 Lectura	24,7	1	16
Mujeres			
53 Ocio pasivo	22,8	1	10
6 Deportes y actividades al aire libre	37,6	1	40
81 Lectura	25,8	1	10

Fuente: INE 2010

En la Tabla 43, según los datos de la Encuesta de Empleo del Tiempo el porcentaje de mujeres que lee diariamente es superior al de los hombres /un 25,8% en mujeres frente a un 34,77% en hombres), la duración media diaria es ligeramente superior en los hombres (1,11 horas) respecto a las mujeres (1,10 horas)

Si obtenemos datos por edad y género, según el último informe para España de la Organización Mundial de la Salud (2018) se aprecia que en los mayores de 60 años las tasas de actividad física son muy superiores a la del resto de la población y en el caso de los varones llegan casi al 72% de la actividad física recomendada, por encima de las mujeres.

GRÁFICO 37: Nivel de actividad física por tramo de edad y sexo



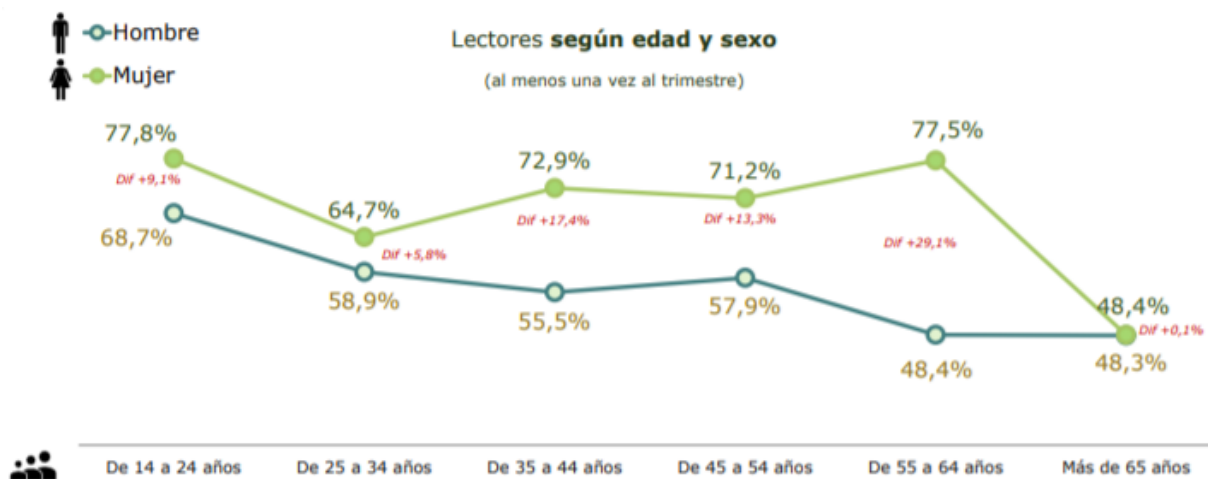
Fuente: Spain Physical Activity Worksheet. WHO 2018

Aunque los hombres hagan más deporte, veamos qué ocurre con la lectura, pues al parecer la lectura es un hábito con mayor prevalencia entre las féminas.

Según el Barómetro de hábitos de lectura y compra de libros en España (Ministerio de Cultura y Deporte, 2019) las mujeres son más lectoras que los hombres, el 68,3 por ciento de las mujeres lee libros en su tiempo libre, frente al 56 por ciento de hombres. La gran diferencia por género se da en el tramo de edad entre los 55 y 64 años, donde la diferencia llega hasta 29 puntos porcentuales. En los mayores de 65 años, los datos del barómetro

apunten a que apenas existen diferencias. La evolución se puede comprobar en el Gráfico 38

GRÁFICO 38 Lectores de libros en tiempo libre por edad y sexo



Fuente: Barómetro hábitos de lectura y compra de libros en España (MCD, 2019)

-Diferencias por nivel de ocupación

En la Tabla 44 se realiza el análisis por nivel de ocupación, distinguiendo entre ocupados y no ocupados, independientemente de la edad o el sexo.

Se ha realizado el test de diferencia de medias y se ha observado que las grandes diferencias entre ocupados y no ocupados se encuentran en los índices que tienen que ver con el pesimismo en la jubilación, ética tradicional vs individual el tipo de ocio relacionado con tecnológico, el ocio relacionado con lectura y deporte y el ocio pasivo.

TABLA 44. Prueba de muestra independientes por nivel de ocupación (ocupados vs no ocupados)

	Prueba de Levene para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias					
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
							Inferior	Superior
Pesimismo jubilación	,766	,382	8,956	439	,000	,90179	,70390	1,09968
Ética tradicional vs individualidad	7,570	,006	-2,977	439	,003	-,32681	-,54257	-,11105
Ocio tecnológico	58,470	,000	9,474	439	,000	,95716	,75859	1,15573
Lectura y deporte	,489	,485	-4,264	439	,000	-,46335	-,67689	-,24980
Ocio pasivo	,108	,742	2,806	439	,005	,30843	,09243	,52442

TABLA 45: Diferencia de medias ocupados vs no ocupados

		Pesimismo jubilación	Ética tradicional vs individualidad	Ocio tecnológico	Ocio ocupado	Ocio pasivo
OCUPADOS	Media	,6811	-,2468	,7229	-,3499	,2329
	N	107,9435	107,9435	107,9435	107,9435	107,9435
	Desv. típ.	,9856	,9505	,3961	,9358	,7777
NO OCUPADOS	Media	-,2207	,0800	-,2343	,1134	-,0755
	N	333,0570	333,0570	333,0570	333,0570	333,0570
	Desv. típ.	,8830	1,0039	1,0245	,9951	1,0521

N=441

Las mayores diferencias se encuentran en la actitud frente a la jubilación (pesimismo frente a la jubilación), el ocio de tipo tecnológico y el ocio pasivo. Los ocupados se sentirían más pesimistas ante la perspectiva de la jubilación que los no ocupados, muchos de los no ocupados estarán ya jubilados lo que puede explicar que la incertidumbre de no haber pasado por esa situación genere un sentimiento más pesimista. El uso de ocio tecnológico o relacionado con smartphones es más intenso en los ocupados (media ocupados= ,7229 vs media no ocupados = -,2343) , se entiende así porque en los ocupados están más conectados que los no ocupados y por último la media de ocio pasivo es mayor también en los ocupados (media=,2329 vs media=-,0755 en los no ocupados), puede que sea porque si llevan una vida laboral activa prefieran utilizar su tiempo libre en un ocio más tranquilo (el ocio pasivo).

En el caso de los no ocupados, el ocio que tiene que ver mantenerse ocupado es superior al de los ocupados (media no ocupados = ,1134 vs media ocupados=-,3499), precisamente, la necesidad de, muchas veces llenar el vacío que para algunos supone el dejar de trabajar puede explicar la incidencia de este tipo de ocio entre los no ocupados.

-Diferencias por nivel de estudios

Se muestran a continuación los resultados del test de diferencia de medias entre los índices y el nivel de estudios (superiores vs obligatorios), tratamos de ver así si existen diferencias significativas en los tipos de ocio en función del nivel de estudios. Las únicas diferencias significativas son las relativas al pesimismo en la jubilación, la práctica de actividades y el tipo de ocio que está relacionado con el uso de la tecnología.

TABLA 46. Prueba de muestras independientes por nivel de estudios (obligatorios vs superiores)

	para la igualdad de varianzas		Prueba T para la igualdad de medias						
	F	Sig.	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	Error típ. de la diferencia	95% Intervalo de confianza para la diferencia	
								Inferior	Superior
Pesimismo jubilación	,117	,733	-6,025	231	,000	-,63708	,10574	-,84542	-,42875
Practica actividades	5,181	,024	-5,721	231	,000	-,65998	,11537	-,88729	-,43267
Ocio tecnológico	35,104	,000	-4,826	231	,000	-,75837	,15715	-1,06800	-,44875

TABLA 47: Diferencia de medias estudios obligatorios vs superiores

NIVEL ESTUDIOS		Apertura cambios	Pesimismo jubilación	Practica actividades	Ocio Tecnológico
Obligatorio	Media	-,2756	-,1219	-,3551	-,5718
	N	131	131	131	131
	Desv. típ.	,6986	,8132	,8999	1,4201
Superiores	Media	-,4666	,5152	,3049	,1865
	N	102	102	102	102
	Desv. típ.	,8835	,7818	,8357	,7944

N=441

En la Tabla 46 se muestra la diferencia sustancial de los que cuentan con estudios superiores en cuanto al pesimismo en la jubilación (media obligatorios=-1219 vs media superiores=,5152), la práctica de actividades (media obligatorios= -,3551 vs media superiores=,3049) y el ocio de tipo tecnológico (media obligatorios= ,1865 vs media superiores=-,5718). En lo que respecta a ser más pesimistas sobre la jubilación, es probable que se tenga cierto miedo a perder el statu quo, sobre todo en los varones a quienes el trabajo les dota de realización personal y les nutre de amistades (Bazo, 1996). La práctica de actividades y el mayor ocio de tipo tecnológico está relacionado con las inquietudes culturales.

- *Los mayores más abiertos a los cambios son los que muestran más interés en las actividades culturales así como en las prácticas culturales, aunque estas en menor medida.*
- *Las actitudes pesimistas frente a la jubilación y la ética más tradicional implican un menor interés en la realización de actividades y, estar menos abiertos a nuevas experiencias y a seguir aprendiendo.*
- *Interés y práctica de ocio muestran una alta correlación entre sí. Los mayores son coherentes en sus prácticas con sus intereses.*
- *Los más abiertos muestran un mayor interés por el ocio tecnológico y cultural; los más pesimistas frente a la jubilación prefieren un ocio pasivo y el que busca llenar los huecos, no porque les guste la actividad en sí.*
- *La importancia otorgada al tiempo libre se encuentra muy relacionado con el interés en realizar actividades y el ocio cultural, cuanto mayor importancia otorgada al tiempo libre, mayor realización de tipo de ocio cultural y activo.*
- *Los que tienen una mente más abierta a los cambios, y que más interconectados están perciben disfrutar de un mejor estado de salud.*
- *Los presenior están más claramente abiertos a los cambios, son más cultos, muestran más interés y practican más actividades culturales destacando el ocio tecnológico por encima del resto.*
- *Las mujeres se muestran más abiertas a los cambios, tienen mayores inquietudes culturales y leen más que los hombres. Los hombres realizan más deporte, necesitan sentirse activos aunque realizan más actividades de ocio pasivo que las mujeres, aún en la población mayor y jubilada las mujeres tienen menos tiempo disponible que los hombres debido a sus quehaceres cotidianos.*
- *Los ocupados se muestran más pesimistas frente a la jubilación frente a los que ya lo están y realizan un mayor ocio pasivo*
- *Los mayores y presenior con estudios superiores muestran un comportamiento de ocio similar a los que no tienen estudios superiores salvo en que estos últimos se muestran más pesimistas ante la jubilación.*

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 11.- CONCLUSIONES

La presente tesis se ha realizado con un doble objetivo, por un lado el de evidenciar el proceso profundo de transformación que se está produciendo en nuestros mayores a la hora de enfrentarse a la jubilación y por otro lado dilucidar las pautas de ese cambio no solo en los mayores de 65 años, sino también en la generación inmediatamente anterior que hemos denominado presenior, de manera que podremos constatar si esas transformaciones solo afectan a los senior de hoy o han llegado para quedarse, y previsiblemente se manifiesten con mayor intensidad a medida que los presenior lleguen a su momento de la jubilación.

La transformación del colectivo se debe por un lado a los profundos cambios estructurales acontecidos tales como el aumento de la esperanza de vida, el mejor estado de salud objetivo y subjetivo, un mayor nivel económico derivado de la mejora del poder adquisitivo de las pensiones y de una mayor cuantía de las mismas por el acceso a mejores puestos de trabajo, debido a una mejora sustancial en el nivel de estudios, el acceso de la mujer estudios superiores y su plena incorporación al mercado laboral. Todos estos cambios están estrechamente relacionados con los procesos de cambio cultural que propician el avance de la sociedad española y de sus jubilados hacia una sociedad más posmoderna, postmaterialista e individualizada.

No solo el proceso de postmodernización de la sociedad española ha influido en esta transformación. Se evidencia la adopción de los valores postmaterialistas por parte de la sociedad española y la adopción de estos valores se produce de manera más contundente en la población senior, dando como resultado a unos “nuevos jubilados” que le dan una mayor importancia al ocio, buscan la felicidad personal a través de la auto realización y de ocupar el mayor tiempo disponible tras la jubilación en un tiempo de ocio, esto es, un tiempo lúdico, elegido y satisfactorio.

Por otro lado, el hecho de que la generación de mayores que hoy tiene 65 años, sea la generación (de mayores) con más estudios superiores hasta la fecha, con las mayores tasas de mujeres trabajando hasta la fecha, con mayor número de universitarias y que, hasta la fecha, han ido ganando poder adquisitivo con el incremento de las pensiones, propicia el nacimiento de una generación de senior con otras motivaciones, inquietudes y mentalidades que impactan las prácticas de ocio.

Pero estos cambios no parecen quedarse aquí; además de producirse el cambio de los actuales senior, en el caso español, las cohortes que vienen detrás, los que ahora son presenior y corresponden a los “baby boomer” españoles, son la generación más culta, con una incorporación mayoritaria de la mujer al mercado de trabajo, habiendo crecido y habiéndose educado en una cultura del ocio (que arranca en la década de 1960 y se desarrolla en las posteriores), en la que encontramos más mujeres que hombres en la universidad... lo que permite pensar que en un futuro muy próximo (antes de 2033) se acelerarán y se habrán consolidado las tendencias de transformación detectadas en esta tesis, de modo que el perfil del jubilado y la jubilada poco tendrán que ver con lo que hasta ahora hemos conocido, no solo en cuanto a las actitudes frente a la jubilación, sino también en cuanto a los usos y sentidos otorgados al ocio y a las prácticas de ocupación del tiempo libre.

Se muestran a continuación las conclusiones globales obtenidas tras el trabajo realizado en esta tesis, un primer bloque referido al estado de la cuestión, a modo de compilación de los principales hallazgos referidos sobre todo a cuestiones conceptuales y un segundo bloque en el que se recogen las conclusiones obtenidas tras la explotación empírica, así como el cumplimiento de los objetivos marcados.

Por lo que respecta a las conclusiones correspondientes a la primera parte de la tesis, se ha visto que la atención suscitada por el colectivo senior es relativamente reciente y que viene en parte motivada por la mejora de la salud y el aumento de esperanza de vida, lo que supone una última etapa de la vida más larga, en torno a los 20-30 años y con una mejor calidad de vida. Se ha visto también que en los estudios sobre mayores, en muchos de ellos se trata a los mayores de 65 años como un bloque, pero no tiene sentido ya que nada tiene que ver un recién jubilado de 65 años con un octogenario, ni en mentalidades, ni en actitudes ni en la forma de utilizar su tiempo de ocio. También se ha visto que hay una gran cantidad de términos para referirse al colectivo senior sin que exista un consenso sobre el término más adecuado a utilizar.

Se ha detectado que en muchas ocasiones tiempo libre y tiempo de ocio se usan de manera indistinta, concluyendo que mientras el tiempo libre es tiempo “disponible” o excedente en contraposición al tiempo ocupado o tiempo de ocupaciones “obligadas”, por su parte el ocio es un tipo de actividad que puede realizarse dentro de ese tiempo excedente o “tiempo libre”, aunque no es una actividad concreta y para considerarlo como ocio ha de ser voluntario, satisfactorio y una experiencia en sí misma.

La importancia otorgada al tiempo libre y al tiempo de ocio, así como las actitudes frente a la jubilación van cambiando paulatinamente en el colectivo senior. Los factores que influyen a la hora de enfrentarse a la jubilación son: la actitud, el estado de salud, el carácter, el apoyo social, los factores laborales y la preparación para la jubilación.

Por lo que respecta a la explotación empírica se ha de remarcar que con la investigación se han cumplido los objetivos marcados:

Los cambios estructurales acontecidos (mayor esperanza de vida, mejora del estado de salud, mayor poder adquisitivo, mayores niveles educativos, incorporación de la mujer al trabajo) barruntaban una generación de senior con unos valores postmaterialistas más arraigados que los de generaciones anteriores. Estos valores postmaterialistas estarían relacionados con una mayor importancia concedida al disfrute del tiempo libre en contraposición lógica a una menor importancia otorgada al trabajo como dotador de sentido. Con el objetivo de mostrar la evolución de los valores relacionados con estos aspectos en la población senior, se realizó una explotación de las distintas olas disponibles para España de la Encuesta Europea de Valores, en la que se evidenció la adopción de los valores más contemporáneos por parte de la sociedad española y de manera más intensa por parte de los mayores de 65 años.

Se ha evidenciado que en las últimas décadas la importancia otorgada al ocio y al tiempo libre por parte de los senior ha aumentado, aunque tras la crisis de 2008 se produjo un ligero repunte coyuntural de la importancia otorgada al trabajo, no tanto como dotador de sentido en sus vidas, sino como proveedor de bienes materiales. (Muchos jubilados durante la crisis de 2008 pasaron a ser el único sustento económico de sus familias). Pero solo en este aspecto porque en general los senior recorren un camino muy similar al del total de la población: postmodernización, individualización y mayor búsqueda de la felicidad y la realización personal.

Los senior viven cada vez más y con mejor salud. Ante esta circunstancia, una vez jubilados, los mayores de 65 años disponen de al menos veinte años con mayor disponibilidad de tiempo, con mejor salud y más dinero que sus antecesores. Estos nuevos seniors encaran esta nueva etapa de su vida con una actitud ante la jubilación distinta a la de sus predecesores, con ganas de auto realización, de manera más autónoma e independiente y de una forma menos tradicional. Seniors más activos, vitales, sociales, y más centrados en el ocio como fuente de satisfacción personal y como elemento importante de dotación de sentido de su nueva etapa. Además, son más cultos, y cada vez

la jubilación está menos centrada en el retiro laboral del varón, porque se deja de concebir como retiro y porque las trayectorias laborales de las mujeres están cada vez más presentes (y lo estarán mucho más en un futuro muy próximo).

Los datos de la Encuesta Europea de Valores no solo se utilizaron para analizar la evolución de los mayores de 65 años. Dado que estaba disponible la edición de 2018 para España se realizó el análisis comparativo entre los senior jóvenes y los senior mayores con los datos de la Encuesta Europea de Valores de 2018. Con este análisis se confirmó el efecto generación o de cohorte; claramente los senior mayores mostraban unos valores más apegados a lo material, dando una mayor importancia al trabajo y una menor importancia al ocio que los senior más jóvenes; aunque los senior mayores también se sienten felices, el sentimiento de felicidad es menor que el de los senior jóvenes. Prevalece el efecto generación sobre el efecto de periodo en cuanto a los valores relacionados con la importancia concedida al ocio y al trabajo, ya que las circunstancias históricas vividas por los senior mayores motivaron el apego a ciertos valores materialistas que han acompañado a esta generación en su trayectoria. Sin embargo, por lo que respecta al estado de salud, los datos están más relacionados con un efecto de ciclo de vida que con el efecto de relevo generacional, ya que a partir de los 75 años se constata un cierto declive físico fruto del propio envejecimiento biológico, el cual condiciona claramente las actividades y estilo de vida.

Con el objetivo de describir los hábitos culturales en la generación senior y presenior actual desde una perspectiva evolutiva se procedió a una explotación inédita de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España desde 2006 a 2019, de esta forma conseguíamos tener la perspectiva de evolución de los hábitos culturales a lo largo de trece años, no solo conseguíamos ver la evolución de los senior, sino que además podían establecerse comparaciones entre los senior y el total de la población. Los resultados nos confirmaron el mayor interés en el ocio por parte de los senior actuales ya evidenciado en las Encuestas de Valores. Aunque en términos absolutos los senior aún muestran tasas de práctica e interés cultural por debajo del total de la población, en la evolución 2006-2019 se muestran mayores incrementos del colectivo tanto en interés como en práctica de ocio que en el conjunto de la población. En la evolución hemos visto que los mayores de 65 años muestran paulatinamente un mayor interés por un tipo de hábitos culturales más tecnológicos y menos tradicionales, con unos hábitos de ocio que buscan una mayor relación con los demás: tenemos mayores cada vez más conectados a internet, más

deportistas, y aunque siguen viendo todavía mucha televisión, caminan progresivamente hacia un ocio más activo y menos tradicional.

Se ha constatado además, como ya se ha mencionado, la influencia del relevo generacional en los hábitos de ocio, prevaleciendo el efecto cohorte frente al efecto de periodo. Los hábitos de ocio y culturales que no se adquieren en otras etapas anteriores de la vida, no parecen desarrollarse tras la jubilación, y se confirma el efecto generación al igual que en la Encuesta de Valores, las circunstancias vividas por una misma generación marcan pautas y hábitos culturales que se mantendrán a lo largo de la vida.

Se ha constatado que existen diferencias de género en la ocupación del tiempo tras la jubilación. Los hombres buscan más espacios alternativos al ámbito doméstico, y las mujeres en tareas más vinculadas con el hogar. Aunque es de esperar que este hecho cambie por la irrupción de unas jubiladas más formadas, con mejores trabajos y mejores pensiones, y mayor independencia en la toma de decisiones sobre su tiempo libre tras la jubilación. Además de la influencia de las diferencias por género, las mujeres muestran un mayor interés que los hombres en actividades culturales y el interés se mantiene con la edad; realizan un tipo de ocio más tranquilo y cultural mientras que los hombres realizan un tipo de ocio más activo y social. Estas diferencias son más acusadas en los senior mayores, fruto (entre otras cosas) de la brecha laboral entre hombres y mujeres. Estas diferencias se prevé se suavicen mucho con la llegada a la jubilación de las “baby boomers”, mujeres con mayor nivel de estudios que sus predecesoras y ampliamente insertadas en el mercado laboral.

Por último, con el objetivo de mostrar la magnitud de la relación entre valores y actitudes frente al ocio en el colectivo se ha realizado una encuesta ad-hoc a un grupo de población de más de 55 años y se han construido una serie de índices para medir precisamente la relación entre valores y actitudes. Se ha constatado que cuanto más abiertos están a los cambios, a la novedad y a vivir nuevas experiencias, más interesados están en la realización de actividades de ocio. Los que muestran actitudes más pesimistas frente a la jubilación y muestran unos valores más tradicionales muestran menos interés en la práctica de actividades de ocio. Son los senior y presenior más abiertos a nuevas experiencias los que disfrutan de un ocio más moderno (tecnológico, cultural y activo) mientras que los que tienen valores más tradicionales prefieren un ocio más tranquilo, que le ayude a llenar los huecos que la jubilación deja en sus vidas, sin que realmente

estén profundamente interesados, sino que buscan mantener su tiempo disponible ocupado.

Se muestra una generación de presenior más culta, más abierta a los cambios, que muestran más interés por la realización de actividades culturales y de ocio tecnológico que confirma que la tendencia de cambio en el ocio de los mayores se prevee se consolidará cuando los "baby boomers" lleguen a la edad de jubilación. Por otro lado también se constatan diferencias en cuanto al sexo, las mujeres tienen más inquietudes culturales que los hombres y los hombres realizan un ocio más activo, hecho que ya se constató con la explotación de la Encuesta de Hábitos Culturales, independientemente de la generación a la que pertenezcan. Se ha encontrado además una relación entre nivel de estudios y el pesimismo ante la jubilación: los que no tienen estudios superiores se muestran más pesimistas ante la perspectiva de la jubilación, y por tanto con menores inquietudes culturales.

Cabe esperar que las tendencias que se apuntan se acrecienten de manera importante y queden claramente consolidadas con la plena inserción de los "baby boomers" en la edad de jubilación y que el papel de las mujeres jubiladas cambie de manera importante cuando las mujeres que hoy tienen 54-64 años lleguen a la jubilación con sus actitudes y creencias actuales, de forma que dejarán de vivir el retiro de sus cónyuges como 'mujeres de jubilado' a vivir su propia jubilación de manera más activa e igualitaria.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Abellán García A., Puga González M., Pérez Ortiz, L., Sancho Castiello, M. (2005): *Informe 2004. Las personas mayores en España*. Observatorio de Personas Mayores, IMSERSO

Abellán García, A., Sancho Castiello, M., e Instituto de Mayores y Servicios Sociales (2006) *Las personas mayores en España: informe 2006 : datos estadísticos estatales y por Comunidades Autónomas*. Madrid: Instituto de Mayores y Servicios Sociales.

Agulló Tomás, M. S. (2001) *Mayores, actividad y trabajo en el proceso de envejecimiento y jubilación: una aproximación psico-sociológica*. Madrid: Instituto de Migraciones y Servicios Sociales

Amo Amo, M.C (2009) “La educación de las mujeres en España. De la amiga a la Universidad”. *CEE Participación Educativa*, pp. 8-22

Ajenjo Cosp, M. y García Román, J. (2014) “Cambios en el uso del tiempo de las parejas ¿Estamos en el camino hacia una mayor igualdad?”, *Revista Internacional de Sociología*, 72 (2), pp. 453-476. doi:10.3989/ris.2012.05.28..

Alcalde Merino, I y Laspeñas García M. (2005) “Ocio en los mayores: calidad de vida” en Giró Miranda, J coord. *Envejecimiento, salud y dependencia*. Logroño. Universidad de La Rioja, pp. 43-62

Alcaide, J. (2005): “¿Dónde está el Marketing para mayores?”, *Marketing+Ventas*, (205), pp. 46-57.

Alonso, L. E. (2007) “Las nuevas culturas del consumo y la sociedad fragmentada”, *Pensar la Publicidad*, I (2) pp. 13-32

Álvarez Alday, M. y Fernández-Villarán Ara, A. (2012) “Impacto económico del ocio en el siglo XXI”, *Arbor*, 188 (754), pp. 351-363. doi:10.3989/arbor.2012.754n2008.

Ariño Villaroya, A (2006) “Música, democratización y omnivoridad”. *Política y Sociedad*, 2007, 44 (3) pp. 131-150

Ariño Villaroya, A (2015) “La investigación sociológica sobre los estudiantes universitarios en España” *Revista de estudios de juventud* (110) pp.131-153

Ariza-Montes, A., Tirado-Valencia, P. y Fernández-Rodríguez, V. (2017) “Valores humanos y voluntariado: Un estudio en personas mayores”, *Intangible Capital*, 13 (2), pp. 253. doi:10.3926/ic.717.

Aristegui Fradua, I. y Silvestre Cabrera, M. (2012) “El ocio como valor en la sociedad actual”, *Arbor*, 188(754), pp. 283–291. doi: 10.3989/arbor.2012.754n2002

Arroyo Menéndez, M (2010) “Las posibilidades prospectivas de la variable edad en estudios transversales”. UCM

Arroyo Menéndez, M. y Cabrera, J. (2011). “Dinámicas del cambio cultural en España”. *RES* (15) pp. 47-73.

Arroyo Menéndez, M. y Finkel, L. (2018). “Valores e implicación ciudadana con la ciencia y la tecnología”. *Percepción social de la ciencia y la tecnología 2018 FECYT*. pp. 215-233.

Baltes, P. B. (1968), “Longitudinal and cross-sectional sequences in the study of age and generation effects”, *Human Development* (11) pp. 145-171.

Baltes, P. B.; Reese, H. W., y Nesselroade, J. R. (1977) *Life-span Developmental Psychology: Introduction to Research Methods*. Belmont, CA: Wadsworth.

Baltes, P. B. (1987). “Theoretical propositions of life-span developmental psychology: On the dynamics between growth and decline”. *Developmental Psychology*, (23), pp. 611-626

Bauman, Z. (1998): *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*, Barcelona, Gedisa.

Bauman, Z. (2000) *Modernidad líquida*. México D.F: FCE - Fondo de Cultura Económica.

Bauman, Z. (2007). *Vida de consumo Madrid*. Fondo de Cultura Económica

Bazo, M. T. (2000). “La jubilación desde la perspectiva macro y micro”. En *Políticas sociales para las personas mayores en el próximo siglo: Actas del Congreso Murcia*. Universidad de Murcia. pp. 269-294.

Bazo, M.T., (2001). *La institución social de la jubilación: De la sociedad industrial a la postmodernidad* (3). Nau Llibres.

Bazo, M.T. (2003): La institución social de la jubilación y las personas jubiladas. *Revista del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales*. pp. 241-255.

Bazo, M. T. (2005) “Consecuencias del envejecimiento en la sociedad española actual” *Panorama social* (1), pp. 48-57.

Bericat Alastuey, E. (2003) “Fragmentos de la realidad social posmoderna”, *REIS*, (102), pp 9-46. doi:10.2307/40184535.

Bericat Alastuey, E (2008) “Duda y posmodernidad: el ocaso de la secularización en Europa” *REIS*, (121), pp. 13-53 doi:10.2307/40184844

- Bericat Alastuey, E (2015) “Valores sociales, diversidad cultural y conflictos ideológicos”. En C. Torres (ed.) *España 2015. Situación social*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, pp. 1398-1412
- Bilbao, M. D. los Á., Techio, E. y Páez, D. (2007) “Felicidad, cultura y valores personales: estado de la cuestión y síntesis meta-analítica”, *Revista de Psicología*, 25(2), pp. 233-276. doi:10.18800/psico.200702.005.
- Blanchflower, D. G. y Oswald, A. J. (2008) “Is Well-being U-Shaped over the Life Cycle”, *Social science & medicine* (66). 173349.doi:[10.1016/j.socscimed.2008.01.030](https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2008.01.030)
- Blanco, M. (2011) “El enfoque del curso de vida: orígenes y desarrollo”, *Revista Latinoamericana de Población*, 5(8), pp. 5-31. doi:10.31406/relap2011.v5.i1.n8.1.
- Bódalo Lozano, E. (2003) “Situación económica de los mayores en España: renta, consumo y ahorro”, *Vivat Academia*, (29), pp. 15. doi:10.15178/va.2001.29.15-49.
- Bódalo Lozano, E (2003). “Aproximación sociológica a las necesidades y el consumo de los mayores” *REIS* N. (103) pp. 83-111 doi:10.2307/40184554
- Bourdieu, P. (2006) *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. 3. ed. Madrid: Taurus.
- Bueno Martínez, B., Buz Delgado, J., (2006): “Jubilación y tiempo libre en la vejez”. Madrid, Portal Mayores, *Informes Portal Mayores*, (65). Lecciones de Gerontología, IX
- Burguess, E. W. (1948), *Aging in Western Societies*. Chicago University Press.
- Camacho Grande, J. M. (2008) “Los valores de los españoles” en *La sociedad Española en el S.XXI*. Campo, S. y Tezanos, JM (coord.) Biblioteca Nueva. pp 811-858
- Cavan, R. S., Burgess, E. W., Havighurst, R. J. y Goldhamer, H. (1949) *Personal adjustment in old age*. Oxford, England: Science Research Associates, Inc. Pp. 204.
- Chinchilla, N., Jiménez, E. y Grau, M. (2018) *Impacto de las pensiones en la mujer. Jubilación y calidad de vida en España*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. doi:10.15581/018.ST-334.
- Cuenca Amigo, J (2012). *El valor de la experiencia de ocio en la modernidad tardía*. Documento de estudios de ocio 48. Bilbao. Publicaciones Deusto
- Cuenca Amigo, J., Monteagudo, M. J. y Bayón, F. (2014) “La contribución del ocio al envejecimiento satisfactorio de las personas mayores en Bizkaia”, p. 57-58
- Cuenca Amigo, J y San Salvador del Valle Doistua, (2016), “La importancia del ocio como base para un envejecimiento activo y satisfactorio.” *Revista de Psicología del Deporte*, Vol. 25, (2), pp.79. Disponible en :

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=2351/235149102013>

Cuenca Cabeza, M. (1995): “El tiempo de ocio en las personas mayores” en *Las actividades económicas de las personas mayores*, Madrid, SECOT: (83-98).

Cuenca Cabeza, M (2006) “Pedagogía del ocio” en *Aproximación multidisciplinar a los estudios de ocio* Cuenca Cabeza, M, coord. Bilbao. Universidad de Deusto pp. 83-99

Cuenca Cabeza, M. (2008). “Ocio humanista”. En Cuenca Cabeza, M. y Martins, JC, eds., *Ócio para viver no século XXI*. Fortaleza, CE: As Musas. pp. 33-55

Cuenca Cabeza, M. (2008b). *¿Qué es el ocio? 20 respuestas clásicas y un testimonio*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.

Cuenca Cabeza, M (2009), “Más allá del trabajo: el ocio de los jubilados.” *Revista Mal-estar E Subjetividade*, Vol. IX, (1), pp.13-42
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=271/27113836002>

Cuenca Cabeza, M. (2014) *Ocio valioso*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto. pp 31-79

Cuenca Cabeza, M., Aguilar Gutiérrez, E. y Ortega, C. (2011) *Ocio para innovar*. Bilbao: Publicaciones de la Universidad de Deusto.

Cuenca Cabeza, M. y Goytia Prat, A. (2012) “Ocio experiencial: antecedentes y características”, *Arbor*, 188 (754), pp. 265-281. doi:10.3989/arbor.2012.754n2001.

Cumming, E. y Henry, W. E. (1961): *Growing old: The process of disengagement*. Nueva York: Basic Books.

Díaz Casanova, M. (1989) “Envejecimiento de la población y conflicto entre generaciones” *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. número 45. Pp. 85-113
doi:10.2307/40183360

Diener, E., Lucas, R. E., & Oishi, S. (2005). “Subjective Well-Being: The Science of Happiness and Life Satisfaction”. In C. R. Snyder, & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of Positive Psychology* (2nd ed., pp. 63-73). New York: Oxford University Press.
<http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195187243.013.0017>

Diener, E, y Suh (1998) “Subjective Well-Being Is Essential to Well-Being”, *Psychological Inquiry*, 9 (1), pp. 33-37, DOI: [10.1207/s15327965pli0901_3](https://doi.org/10.1207/s15327965pli0901_3)

Díez Nicolas, J. (1992) “Posición social, información y postmaterialismo”, *REIS*, (57), pp. 21-35. doi:10.2307/40183595.

Díez Nicolás, F (2001) “La escala de postmaterialismo como medida del cambio de valores en las sociedades contemporáneas”. *España 2000, entre el localismo y la globalidad*. Fundación Santamaría.

Díez Nicolas, J. (2011) “¿Regreso a los valores materialistas? El dilema entre seguridad y libertad en los países desarrollados”, . *ISSN*, p. 38.

Díez Nicolás, J. (2013) “Teoría sociológica y realidad social”, *REIS* (143) pp.7-24. doi:10.5477/cis/REIS.143.7.

Díez Nicolas, J. y Inglehart, R. (eds.) (1994) *Tendencias mundiales de cambio en los valores sociales y políticos. Congreso Mundial sobre el Cambio de Valores Sociales y Políticos*, Madrid: Fundesco (Colección Impactos).

Dumazedier, J. (1964). *Hacia una civilización del ocio*. Barcelona: Estela.

Durán Heras, M. A. (1986), *La jornada interminable*. Barcelona: Icaria

Durán Heras, M.A (2006) *El valor del tiempo ¿cuántas horas te faltan al día?* Madrid. Espasa-Calpe URI <http://hdl.handle.net/10261/100719>

Durán Heras, M.A (2010) *Tiempo de vida, tiempo de trabajo* Bilbao. Fundación BBVA

Durán Heras, M.A y Rogero, J (2010) “La investigación sobre el uso del tiempo” *Cuadernos Metodológicos* (44) Centro de Investigaciones sociológicas

Elzo, J. y Orizo, F. (dirs) (2000): *España 2000, Entre El Localismo Y La Globalidad: La Encuesta Europea De Valores En Su Tercera Aplicación, 1981-1999*, Madrid: Santamaría, Publicaciones Deusto.

Elzo, J; Silvestre, M (coord.) (2010) *Un individualismo placentero y protegido: Cuarta Encuesta Europea de Valores en su aplicación a España* . Bilbao: Universidad de Deusto pp 251-298

Elder, G (1985), “Perspectives on the life course”, en Glen Elder (ed.), *Life Course Dynamics.Trajectories and Transitions, 1968-1980*, Ithaca (Nueva York): Cornell University Press.

Fernández, J. (1998) “El ciclo vital: marco de comprensión para la etapa de la vejez”, *Estudios de Psicología*, 19(61), pp. 77-91. doi:10.1174/02109399860341898

Fernández Allés, T (2012) “Los consumidores de la tercera edad y el diseño universal” *Boletín económico del ICE* n. 3026

Fernández Mayoralas, G., Rojo Perez, F., Rodríguez-Rodríguez, V. (2011) *Calidad de vida y envejecimiento la visión de los mayores sobre sus condiciones de vida*. Bilbao: Fundación BBVA. Pp. 235-266

Fernández Rodríguez, C. J. y Heikkilä, R. (2011) “El debate sobre el omnivorismo cultural. Una aproximación a nuevas tendencias en Sociología del Consumo”, *Revista Internacional de Sociología*, 69(3), pp. 585-606. doi:10.3989/ris.2010.04.15.

Filimon, N. (2018) ‘ El impacto de la cultura y el ocio en la felicidad de los españoles’’. Observatorio Social de La Caixa <https://observatoriosociallacaixa.org/es/-/el-impacto-de-la-cultura-y-el-ocio-en-la-felicidad-de-los-espanoles>

Fuente Sánchez, M. de la (2007) *Usos del tiempo, estereotipos, valores y actitudes*. Madrid: Instituto de la Mujer

Freire, B (2017) *La jubilación, una nueva oportunidad*. España. Ed. LID

Fujiwara, D., y G. MacKerron (2015): *Cultural activities, artforms and wellbeing*, Manchester: Arts Council England

Galvanovskis, A. y Villar, E. (2000). “Revisión de vida y su relación con el autoconcepto y la depresión en el periodo de jubilación”. *Geriatría*, (16), 40-47.

García, A. (2005): *Informe: Las personas mayores como audiencia de la prensa: consumo sénior de los medios de comunicación*. Ponencia incluida en el Seminario Las personas mayores y los medios de comunicación. Santander. Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

García, B. (1997) ‘Envejecimiento en el mundo rural. Problemas y soluciones’. IMSERSO.

García, S. & Martorell, C. (2007). “Una reflexión sobre el modelo turístico de las Illes Balears”,. Memoria. XX Congreso Anual de la Asociación Europea de Dirección y Economía de Empresa (AEDEM): *Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa* (1), 1097-1106.

Gerstl, J (1983) “American views on retirement” *Leisure Studies*. (2) pp. 203-209.

Grande, I (1993) ‘El comportamiento de los consumidores por grupos de edad. Implicaciones sobre el diseño del marketing mix’ *Revista Distribución y Consumo*. (12) pp 40-57

Grande, I (1999) ‘Consumidores de la tercera edad, ¿un segmento o muchos?’ *Revista Distribución y Consumo* (45) pp 124-132

Harmon, J. (2016): “Couples and shared leisure experiences”, *World Leisure Journal*, 58(4)

Havighurst, R. J. (1958), “The Leisure Activities of the Middle Aged”, *American Journal of Sociology*, (63), pp. 152-162.

Havighurst, R. J., Neugarten, B. L., y Tobin, S.S. (1968), “Disengagement and Patterns of Aging” in Neugarten (Ed.), *Middle Age and Aging: A reader in social gerontology*. Chicago: University of Chicago Press

Halman, L y E, Moor R. (1993). *The individualizing society. Value change in Europe and North América*. Tilburgo University Press. Tilburg.

Halman, L y Moor , R (1994): “Individualización y cambio de valores en Europa y Norteamérica”, en: J. Díez Nicolás y R. Inglehart (coord.), *Tendencias mundiales de cambio en los valores sociales y políticos*, Madrid: Fundesco.

Hossain, A, Bailey, G. y Lubulwa, M. (2003): *Characteristics and Travel Patterns of Older Australians: Impact of Population Ageing on Tourism*. International Conference on Population Ageing and Health Modelling our Future, Cranberra

Iglesias de Ussel, J (Dir.) (2001): *La soledad de las personas mayores. Influencias personales, familiares y sociales. Análisis cualitativo*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales

Iglesias de Ussel, J. y Flaquer, L. (1993) “Familia y análisis sociológico: el caso de España”, *REIS*, (61), p. 57. doi:10.2307/40183617.

INE (2004): *Encuesta de Empleo del Tiempo 2002-2003*. Metodología y Resultados Nacionales. INE.

INE (2010): *Encuesta de Empleo del Tiempo 2009-2010*. Metodología y Resultados Nacionales. INE.

INE (2020): *Indicadores calidad de vida..* INE.

IMSERSO, (2006): *La contribución de las personas mayores al desarrollo económico y social*. Madrid.

IMSERSO (2008) *La participación social de las personas mayores*. Colección estudios serie personas mayores

IMSERSO (2010). *Libro Blanco del Envejecimiento Activo*. Secretaria General de Política Social y Consumo. Ministerio de Sanidad y Política Social. Madrid.

IMSERSO (2016) *Las personas mayores en España*. Colección Personas Mayores

IMSERSO (2010) *Encuesta sobre las condiciones de vida de los mayores en España*

Inglehart, R: (1977). *The Silent Revolution*. Princeton University Press. New Jersey

Inglehart, R. (1991), *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*, Madrid, CIS.

- Inglehart, R: (1997). *Modernización y posmodernización. El cambio cultural económico y político de 43 sociedades*. Madrid. CIS. Vol.161: pp 88-142
- Iso-Ahola, S. E. (1980). *The social psychology of leisure and recreation*. Iowa, IA: Wm. C. Brown.
- Iso-Ahola, S., Jackson, E. & Dunn, E. (1994). “Starting, ceasing and replacing leisure activities over the lifespan”. *Journal of Leisure Research*, (26), p.p 227- 249.
- Jenkins, H (2008) *La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Barcelona. Paidós
- Kabanoff, B. (1982): “Occupational and sex differences in leisure needs and leisure satisfaction”. *Journal of Occupational Behavior*, (3), pp.233-245.
- Kelly, J.R. (1998). “Political dimensions of leisure”. *Revista WLRA*, pp.7-10.
- Kelly, J.R. (2000). “Asuntos en el milenio. Una perspectiva global”. En Cuenca Cabeza M., ed. *Ocio y desarrollo humano. Propuestas para el 6º Congreso Mundial de Ocio*. (pp. 57-63) Bilbao: Universidad de Deusto.
- Kleiber, D.A., Walker , G. y Mannell R (2011) *A social Phsycology of leisure* 2nd Ed. Venture Publishing Inc. pp. 99-127
- Kleiber, D. A., Bayon Martin, F. y Cuenca Amigo, J. (2012) “La educación para el ocio como preparación para la jubilación en Estados Unidos y España”, *Pedagogia Social Revista Interuniversitaria*, (20), p. 137-176. doi:10.7179/PSRI_2012.20.04.
- Lafargue, P (2017). *El derecho a la pereza*. Madrid. Mandala Ediciones
- Laín Entralgo, P. (2001). *La empresa de envejecer*. Galaxia Gutemberg, Círculo de Lectores. Barcelona
- Lehr, U. (1983), “Stereotypes of aging and age norms”, en Birrent J.E. et al. (eds.), *Aging: a challenge to science and society*. Nueva York: Oxford University Press.
- Lehr, U. (1985). *Psicología de la senectud*. Barcelona, España: Herder.
- Lehr, U. y Pohlmann, S. (2004) “Participación de las personas mayores en el mercado de trabajo y en la sociedad”, *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, 39(3), pp. 180-184. doi:10.1016/S0211-139X(04)74953-7.
- Limón Mendizábal, M. R. (1993) “La preparación a la jubilación: nueva ocupación del tiempo.”, *Revista Complutense de Educación*, 4(1), pp. 53-67. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/view/RCED9393120053A>
- Lipovetsky, G (2012). *La era del vacio*. España. Anagrama

- López Doblas, J. (2018) “Formas de convivencia de las personas mayores”, *REIS* (161). Pp. 23-40. doi:10.5477/cis/REIS.161.23.
- López Doblas, J. y Díaz Conde, M. del P. (2018) “El sentimiento de soledad en la vejez”, *Revista Internacional de Sociología*, 76(1), pp. 1-13. doi:10.3989/ris.2018.76.1.16.164.
- López Doblas, J. y Díaz Conde, M. del P. (2013) “La modernización social de la vejez en España”, *Revista Internacional de Sociología*, 71(1), pp. 65-89. doi:10.3989/ris.2011.04.26.
- López Jiménez, J. J. (1992) “La jubilación: opción o imposición social”, *REIS*, (60), pp. 91-126. doi:10.2307/40183682.
- López Jiménez, J. J. (1992), *El envejecimiento y las personas ancianas en Madrid*. Madrid: Área de Servicios Sociales, Ayuntamiento de Madrid.
- Lopez Paz, J. F. (2014) “Claves y aportaciones del ocio para el reconocimiento de la participación del mayor en una sociedad occidental contemporánea”, en. Monteagudo Sanchez, M (coord.) *Aportaciones del Ocio al envejecimiento satisfactorio* Estudios de Ocio (50) Bilbao. Universidad de Deusto pp.85-104.
- Losada, Alén M.E y Domínguez T (2014). “Aproximación al perfil y comportamiento del turista senior” *Revista Galega de Economía*, vol. 23, (2), pp. 69-90
- Mannheim, K. (1993). *El problema de las generaciones*. REIS N° 62 pp 193-242.
- Mayoral, P., Bueno, B., Buz, J. y Navarro, A. B. (2007) “El envejecimiento y el reto de la calidad de vida” *INFAD Revista de Psicología*, (2) pp: 87-100
- Mcguire, F.A. (1984): “A Factor Analytic Study of Leisure Constraints in Advanced Adulthood”, *Leisure Sciences* pp. 313-326.
- Menec, H (2003) “The Relation Between Everyday Activities and Successful Aging: A 6-Year Longitudinal Study” *The Journals of Gerontology: Series B*, Volume 58, (2), pp S74–S82, <https://doi.org/10.1093/geronb/58.2.S74>
- Ministerio de Educación y Formación profesional. (2019) *Panorama de la educación. Indicadores de la OCDE 2019*
- Monteagudo Sánchez, M. J. (2007) *El Ocio en la investigación actual - Una lectura desde ámbitos, disciplinas, grupos de población y contextos geográficos*, Documento de estudios de Ocio num 32. Universidad de Deusto pp. 1-20.
- Monteagudo Sánchez, M. J. (2008) *La experiencia de ocio: una mirada científica desde los Estudios de Ocio*, Documento de estudios de Ocio num 35. Universidad de Deusto
- Monteagudo, M. J. y Cuenca, M. (2012). “Los itinerarios de ocio desde la investigación:

Tendencias, retos y aportaciones”. *Pedagogía Social. Revista Interuniversitaria*, 19, pp. 103-135.

Moragas, R. (1989), *La jubilación. Un enfoque positivo*. Barcelona: Grijalbo.

Moragas, R. (1991), *Gerontología Social. Envejecimiento y calidad de vida*. Barcelona: Herder.

Munné, F., Codina, N. (1996). “Psicología social del ocio y el tiempo libre”. En Álvaro J.L, Garrido A. y Torregrosa J. R (Eds.), *Psicología social aplicada* (pp. 429-448). Madrid, España : McGraw-Hill.

Munné, F., Codina, N. (2002). “Ocio y tiempo libre: Consideraciones desde una perspectiva psicosocial”. *Licere*, 5 (1), pp. 59-72.

Neugarten, B.L. (1974) “Age groups in American society and the rise of the Young-Old”, *The annals of the American Academy of Political and Social Science*, 415 (1), pp. 187-198. doi:10.1177/000271627441500114

Neulinger, J. (1981). *The Psychology of leisure*. Illinois, IL: Charles C. Thomas

Nimrod, G y Janke, M. (2012). “Leisure Across the Later Life Span”. *Leisure and aging: Theory and practice* Singelton, J y Gibson H (ed) (pp.95-109) Doi:10.5040/9781492595588.ch-005.

Opoaschowski, H. (1988). *Hologie und Soziologie derFreizeit*. Oplanden, Deutschland Leske/Budrich

Organización de naciones unidas (2002). *Informe de la Segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento*. A/CONF.197/9. Publicación de las Naciones Unidas (ONU). Nueva York.

Organización mundial de la salud (2002). “Envejecimiento activo: un marco político”. OMS. Texto traducido por Regalado, P. *Revista Española de Geriatria y Gerontología*, vol. 37, (2), pp.74-105.

Ortiz, M.A; Peña, P (2010) “Radio Intercontinental-Radio Inter: 60 años de radio”. *Vivat Academia*. (113).

Oswald, A.J. (1997). “Subjective well-being and economic performance”. *The Economic Journal* (107), 1815–1831.

Page, M. A. (1996) “Diferencias, en el uso del tiempo, entre varones y mujeres y otros grupos sociales”, *REIS*, (74), p. 291. doi:10.2307/40183896.

Peiró, A. (2004). Condiciones socioeconómicas y felicidad de los españoles. *Tribuna de economía*, 816, 179-194

Pérez Díaz, J. (2003), “¿Cómo ha mejorado tanto la vejez en España?”. Zaragoza. *Políticas Demográficas y de Población*, pp. 81-107.

Pérez Díaz, J; Abellán García, A; Aceituno Nieto, P; Ramiro Fariñas, D. (2020). “Un perfil de las personas mayores en España, 2020. Indicadores estadísticos básicos”. Madrid, *Informes Envejecimiento en red* (25),

<http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/enred-indicadoresbasicos2020.pdf>

Pérez Ortiz, L. (2003): *Envejecer en femenino. Las mujeres mayores en España a comienzos del siglo XXI*, Madrid, Instituto de la Mujer.

Pérez Ortiz, L. (2005) “Las consecuencias del envejecimiento de la población. El futuro del mercado de trabajo”, *Perfiles y tendencias. Boletín sobre el envejecimiento*, n. 20. IMSERSO

Pérez Ortiz, L. (2006) *La estructura social de la vejez en España*. Colección Estudios Serie Documentos Estadísticos n22010 IMSERSO: pp.113-221.

Pérez Ortiz, L. (2006) “Jubilación, género y envejecimiento” en Giró Miranda, J (coord.) *Envejecimiento activo, envejecimiento en positivo*. Logroño. Universidad de La Rioja pp. 89-112

Prieto Sancho, D. (2009) *Las dimensiones subjetivas del envejecimiento*. Madrid: Instituto de Mayores y Servicios Sociales.

Pieper, J (2007) “El ocio y la vida intelectual”. Ed 3. España. Rialp

Ramos Torre , R (1995) “Uso del tiempo y ocio de los mayores” en SECOT. *Las actividades económicas de las personas mayores*. Madrid. pp. 63-82

Reher, D. (2004) “El cambio familiar en España en el marco de la evolución histórica”, *Arbor*, (702), pp. 187-203. doi:10.3989/arbor.2004.i702.565.

Requena Santos, F (1994) “Redes de amistad, felicidad y familia”, *REIS*, (66), p. 73. doi:10.2307/40183718.

Richie, J. R. (1975): “On the derivation of leisure activity types: A perceptual mapping approach”. *Journal of Leisure Research*, (7) pp.128-140.

Rifkin, J. (2000). *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paídos

Roberts, K. (2013). “Leisure and the life course”. En T. Blackshaw (Ed.), *Routledge Handbook of Leisure Studies* (pp. 257–265). Abingdon: Routledge

- Rokeach, M. (1973), *The Nature of the Human Values*. New York, The Free Press.
- Ros, M. y Schwartz, S. H. (1995) “Jerarquía de valores en países de la Europa Occidental: una comparación transcultural”, *REIS*, (69), p. 69. doi:10.2307/40183777.
- Ross, C.E. y Dentrea, P. (1998). “Consequences of retirement activities for distress and the sense of personal control”. *Journal of Health and Social Behavior*, (39), pp. 317-334
- Rowe J.W, Kahn R.L (1997) “Successful aging”. *Gerontologist*.37(4). pp.433-40. doi: 10.1093/geront/37.4.433. PMID: 9279031.
- Russell, B (2000) *Elogio de la ociosidad*. Barcelona. Editorial Edhasa
- Ruipérez Cantera, I. (2000): “Ejercicio físico, movilidad y habilidades de la vida diaria” *Gerontología social*. (22), pp.511- 525.
- Ryff, C. y Keyes, C. (1995). “The structure of psychological well-being revisited”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69 (4), 719-727. doi: 10.1037/0022-3514.69.4.719
- Sáez Narro, N., Meléndez Moral J. C. (2002) “Actividades de ocio sedentario de carácter mayoritario” *Revista Geriátrika*. pp 264-269
- San Salvador Del Valle, R. (2000). “Políticas de ocio. Cultura, turismo, deporte y recreación”. *Documentos de Estudios de Ocio*, 17. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Sánchez Vera, P (2000) “Sociología de la vejez vs economía de la vejez” *Revista Papers* (61). pp 39-88
- Sancho, M. T., Abellán A. y Pérez Ortiz L.(2002): *Las Personas Mayores en España. Informe 2002*, Madrid, IMSERSO.
- Santisteban, P. (1992). *Tercera edad y ocio institucional*. Bilbao, España: Universidad de Deusto/Instituto de Estudios de Ocio.
- Serrano, G. P. y García, A. F. (sin fecha) “Beneficios del ocio en las personas mayores. Programa UNED Senior”, p. 12.
- Setién Santamaría, M. L (2006) ‘Sociología del ocio’ en Aproximación Multidisciplinar a los Estudios de Ocio . Coord Cuenca Cabeza, M. Bilbao, Universidad de Deusto pp. 201-216
- Silvestre Cabrera, M. (2014) “De un individualismo placentero y protegido a un individualismo no placentero y desprotegido” *VII Informe sobre exclusión y desarrollo social en España 2014*. Fundación Foessa
- Simmel, G. (1997). *El conflicto de la cultura moderna*. Barcelona. Ed. Península

Sue, R. (1982). *El ocio*. México: Fondo de cultura económica

Schwartz, S. H. (1992): "Cultural dimensions of values: Toward an understanding of national differences", Paper presented at the XXV International Congress of Psychology, Bruselas, Bélgica.

Szalai, A. (1972): *The use of time. Daily activities of urban and suburban populations in twelve countries*. Paris, The Hague

Tinsley, H. E. (1984): "The psychological benefits of leisure counseling". *Society and Leisure*, 7, pp.125-140.

Tinsley, H. E y Tinsley, D. J. A. (1986). "Theory of the attributes, benefits and causes of leisure experience". *Leisure Sciences*, (8), pp.1-45.

Torcal Loriente, M. (1989) "La dimensión materialista/postmaterialista en España: Las variables del cambio cultural", *REIS*, (47), p. 227. doi:10.2307/40183414.

Torcal Loriente, M. (1992) "Análisis dimensional y estudio de valores: el cambio cultural en España", *REIS*, (58), p. 97. doi:10.2307/40183558.

Tormos, R. (2012b) "Valores postmaterialistas y aprendizaje. El cambio de valores intracohorte en Europa occidental", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*. doi:10.5477/cis/REIS.140.89

Trinidad Requena, A. (2006) "Estrategias sociales y económicas de los nuevos jubilados" *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, número 115, pp. 135-163 doi:10.2307/40184769.

Vázquez de Prada, M. (2005) "Para una historia de la familia española en el siglo XX", *Memoria y Civilización* (8) Publicaciones Universidad de Navarra. pp.115-170

Veblen, T (2008). *Teoría de la clase ociosa*. Madrid. Alianza Editorial

Veenhoven, R (2001). "Quality-of-Life and Happiness: not quite the same." https://www.researchgate.net/publication/241861429_Quality-of-Life_and_Happiness_not_quite_the_same

Vivas, E. y Angulo, C. (sin fecha) "Otras facetas de la Encuesta de Empleo del Tiempo 2009-2010", p. 46.

VVAA (2006) 'Hábitos de compra y consumo de las personas mayores' Fundación Edad&Vida. pp 31-69

VVAA (2007) "A propósito de las condiciones de vida de las personas mayores". Colección Estudios Serie Documentos Estadísticos N.º 22009 IMSERSO pp 83-105

VVAA (2008). “La participación social de las personas mayores. Ocio y tiempo libre”. Colección Estudios Serie Personas Mayores N.º 11005 IMSERSO pp 22-36

Informe la participación laboral de las mujeres en España. Consejo económico y Social España (2015-2016)

Walker, A. y García-Pardo (1996) “Actitudes europeas ante el envejecimiento y las personas mayores”, *REIS*, (73), p. 17 . [doi:10.2307/40183839](https://doi.org/10.2307/40183839)

Wheatley, D y Bickerton, C (2017) “ Subjective well-being and engagement in arts, culture and sport“, *Journal of Cultural Economics*, (41), issue 1, pp. 23-45. [doi:10.1007/s10824-016-9270-0](https://doi.org/10.1007/s10824-016-9270-0)

Weber, E. (1969): *El problema del tiempo libre*. Estudio Antropológico y Pedagógico. Editorial Nacional. Madrid

Weiss, R. S. (2005). *The experience of retirement*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Welzel C; Inglehart R (2008) “The Role of Ordinary People in Democratization”, *Journal of Democracy*, Vol. 19, (1)

Welzel, C. (2013) *Freedom Rising: Human Empowerment and the Quest for Emancipation*. New York: Cambridge University Press. [doi:10.1017/CBO9781139540919](https://doi.org/10.1017/CBO9781139540919).

Welzel, C., Inglehart, R. y Kligemann, H.-D. (2003) “The theory of human development: A cross-cultural analysis”, *European Journal of Political Research*, 42(3), pp. 341-379. [doi:10.1111/1475-6765.00086](https://doi.org/10.1111/1475-6765.00086).

Wilson, G., 1996, “‘Yo soy los ojos y ella los brazos’: Cambios en los roles de género en la vejez avanzada”, en S. Arber y J. Ginn (Comps.), *Relación entre género y envejecimiento*. Enfoque sociológico, Ediciones Narcea, Madrid, pp. 141-161.

Zubero, I (coord.) (2002) *Envejecimiento, empleo y sociedad: Las personas mayores de 45 años y su situación ante el empleo en Euskadi*. Madrid: FOESSA.

FUENTES DE DATOS SECUNDARIAS

CIS-Barómetro nº 3217 (2018)

CIS-Series temporales evolución estado de salud (2010-2019)

CIS-Series temporales nivel de estudios (1992-2019)

CIS-Series temporales personas trabajando (1993-2019)

EUROFOUND- Encuesta de calidad de vida 2016

MINISTERIO DE EDUCACIÓN CULTURA Y DEPORTE- Encuesta de hábitos y prácticas culturales. Olas 2006, 2010, 2014, 2018

INE-Encuesta Empleo del Tiempo. Olas 2004 y 2010

INE-Encuesta de condiciones de vida-2018

IMSERSO-Encuesta sobre condiciones de vida mayores 2010

Encuesta Mundial de Valores. Datos España. Olas 1990,2000,2011

Encuesta Europea de Valores. Datos España. Olas 1990,1999,2008,2018

ÍNDICE DE GRÁFICOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO	PÁGINA
GRÁFICO 1. Relación entre media de felicidad y participación en distintas actividades.	46
GRÁFICO 2. Actividades de ocio que realizan los mayores de 65 años	50
GRÁFICO 3. Actividades de ocio que desearían realizar los mayores.....	51
GRÁFICO 4 . Tipología grupos de jubilación	61
GRÁFICO 5. Formas de convivencia entre mayores de 65 años	75
GRÁFICO 6. Estado civil de las personas mayores de 65 años.....	76
GRÁFICO 7. Frecuencia semanal de las actividades de cuidados y tareas del hogar en mayores de 18 años	78
GRÁFICO 8. Satisfacción media del tiempo disponible para hacer lo que a uno le gusta	78
GRÁFICO 9. Distribución de actividades en un día promedio mayores de 65 años	79
GRÁFICO 10. Distribución actividades principales tipo de día mayores de 65 años	81
GRÁFICO 11. Distribución del tiempo de ocio en mayores 65 años	82
GRÁFICO 12. Actividades que realizan los mayores de 65 años diariamente en tiempo libre.....	85
GRÁFICO 13. Características jubilado tradicional vs nuevo jubilado	89
GRÁFICO 14. Esperanza de vida observada y proyectada.....	108
GRÁFICO 15. Pirámides de población España (2020-2050-2070)	109
GRÁFICO 16. Esperanza de vida saludable a los 65 años.....	110
GRÁFICO 17. Evolución estado de salud subjetiva por sexo y grupo de edad 2010-2019	112
GRÁFICO 18. Comparativa tasas de mortalidad de la población senior por causa.....	113
GRÁFICO 19. Evolución porcentaje de personas con estudios superiores por grupo de edad.....	115
GRÁFICO 20. Evolución personas trabajando grupo de edad 50-54 años	118
GRÁFICO 21. Evolución importe de las pensiones de jubilación período 2005-2020	119

GRÁFICO 22. Porcentaje de ocupados de más de 65 años respecto al total de la población por fuente consultada.....	136
GRÁFICO 23. Número de personas mayores de 65 años en cada ola de la EHPC	137
GRÁFICO 24. Número de personas mayores de 65 años vs total por ola	140
GRÁFICO 25. Unidades en la muestra teórica y estimaciones del error de muestreo .	142
GRÁFICO 26. Grupos generacionales	145
GRÁFICO 27. Cuotas teóricas y cuotas reales.....	156
GRÁFICO 28. Índice de actitud frente a la jubilación	158
GRÁFICO 29. Índice ética tradicional vs individual	159
GRÁFICO 30. Índice de interés en actividades	160
GRÁFICO 31. Índice práctica de actividades	161
GRÁFICO 32. Índice de apertura a los cambios	162
GRÁFICO 33. Índice tipos de ocio	163
GRÁFICO 34. Tamaños muestrales por generación.....	195
GRÁFICO 35. Códigos de color por generación, grupo de edad y ola.....	197
GRÁFICO 36. Porcentaje de personas que han usado internet en los últimos tres meses	211
GRÁFICO 37. Nivel de actividad física por tamo de edad y sexo.....	250
GRÁFICO 38. Lectores de libros en tiempo libre por edad y sexo.....	251

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA	PÁGINA
TABLA 1. Actividades que realizan en su tiempo de ocio los mayores de 65 años jubilados	64
TABLA 2. Actividades que han comenzado tas jubilarse.....	65
TABLA 3. Actividades que disminuyen a partir de los 75 años	67
TABLA 4. Empleo del tiempo libre en mayores de 65 años.....	84
TABLA 5. Comparativa porcentaje de universitarios por grupo de edad y sexo.....	116
TABLA 6. Comparativa porcentaje hombres y mujeres trabajando 1993 vs 2020.....	117
TABLA 7. Evolución de la importancia concedida al ocio.....	168
TABLA 8. Evolución de la importancia concedida al trabajo	169
TABLA 9. Evolución del sentimiento de felicidad	170
TABLA 10. Evolución de la percepción estado de salud.....	171
TABLA 11. Evolución de la edad a la que dejaron los estudios.....	173
TABLA 12. Evolución del estado civil	174
TABLA 13. Evolución dimensiones culturales.....	176
TABLA 14. Prueba chi cuadrado ola 2018	178
TABLA 15. Comparativa mayores de 65-74 años con mayores de 75 años y total de la población	179
TABLA 16. Evolución del interés en actividades	186
TABLA 17. Última vez que realizaron diversas actividades. Últimos doce meses	188
TABLA 18. Frecuencia de realización de actividades diarias	190
TABLA 19. Dedicación a la realización de actividades.....	192
TABLA 20. Porcentaje de personas que han realizado esa actividad en el último año	193
TABLA 21. Evolución del interés por generación	200
TABLA 22. Última vez que realizaron una actividad por generación	204
TABLA 23. Actividades realizadas diariamente por generación	206

TABLA 24. Tiempo medio dedicado a actividades. Datos por generación	208
TABLA 25. Actividades realizadas en el último año. Datos por generación.....	210
TABLA 26. Interés en actividades culturales. Datos por generación y sexo	215
TABLA 27. Última vez que. Datos por generación y sexo	217
TABLA 28. Actividades que realizan a diario. Datos por generación y sexo.....	219
TABLA 29. Tiempo medio dedicado a actividades. Datos por generación y sexo.....	221
TABLA 30A. Actividades que hicieron el último año. Datos por generación y sexo ..	223
TABLA 30B. Actividades que hicieron el último año. Datos por generación y sexo...	224
TABLA 31. Correlaciones entre factores que componen el índice de apertura a los cambios.....	231
TABLA 32. Correlaciones entre factores índice de pesimismo frente a la jubilación ..	234
TABLA 33. Matriz de correlaciones índice interés actividades de ocio	237
TABLA 34. Matriz de correlaciones índice práctica de actividades de ocio	238
TABLA 35. Matriz componentes rotados cuatro índices de tipos de ocio.....	240
TABLA 36. Correlaciones índices de valores y actitudes con interés y las prácticas de ocio	242
TABLA 37. Matriz de correlaciones tipos de ocio y resto índices	244
TABLA 38. Correlaciones del estado de salud con índices	245
TABLA 39. Prueba de muestras independientes por grupos de edad presenior vs senior	246
TABLA 40. Diferencia de medias presenior vs senior.....	246
TABLA 41. Prueba de muestras independientes por género.....	248
TABLA 42. Diferencia de medias por género.....	248
TABLA 43. Personas por sexo que realizan una actividad y duración media diaria	249
TABLA 44. Prueba de muestras independientes por nivel de ocupación	251
TABLA 45. Diferencia de medias ocupados vs no ocupados	251
TABLA 46. Prueba de muestras independientes por nivel de estudios.....	253
TABLA 47. Diferencia de medias estudios obligatorios vs superiores.....	253

ANEXOS

Cuestionario IMSERSO 2020

Cuestionario Encuesta europea de Valores. 2018

Cuestionarios Encuesta Hábitos y Prácticas Culturales 2006-2011-2014-2018

**PREGUNTAS RELATIVAS AL USO DEL
TIEMPO. CUESTIONARIO IMSERSO
2010**

P 26. Le voy a leer una serie de actividades; por favor, dígame para cada una de ellas con qué frecuencia las realizó durante la última semana.

		TODOS/CASI TODOS LOS DIAS	ALGUNA VEZ A LA SEMANA	NO LAS REALIZO		NO PROCEDE	NS.N.C
1	LEER	1	2	1	3	4	5
2	OIR LA RADIO	1	2	2	3	4	5
3	VER LA T.V.	1	2	3	3	4	5
4	IR AL BAR/CAFETERÍA	1	2	4	3	4	5
5	IR AL PARQUE/ PASEAR	1	2	5	3	4	5
6	HACER LA COMPRA	1	2	6	3	4	5
7	COSER, HACER PUNTO, MANUALIDADES BRICOLAGE	1	2	7	3	4	5
8	ASISTIR A ESPECTACULOS	1	2	8	3	4	5
9	ACUDIR A UN CENTRO SOCIAL O ASOCIACIÓN DE MAYORES	1	2	9	3	4	5
10	HACER ALGÚN DEPORTE O ACTIVIDAD FÍSICA	1	2	10	3	4	5
11	VER A FAMILIARES QUE VIVEN EN OTRO DOMICILIO	1	2	11	3	4	5
12	IR A LA IGLESIA O PARROQUIA	1	2	12	3	4	5
13	BAILAR	1	2	13	3	4	5
14	ASISTIR A CLASE	1	2	14	3	4	5
15	ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO SOCIAL	1	2	15	3	4	5
16	USAR EL ORDENADOR	1	2	16	3	4	5
17	NAVEGAR POR INTERNET	1	2	17	3	4	5
18	OTRA ACTIVIDAD	1	2	18	3	4	5

P 27. Como usted sabe, ahora hay una gran oferta de actividades formativas para las personas mayores, ¿cuáles de ellas le resultan más atractivas? (*máximo tres*)

1. Leer y/o escribir
2. Idiomas
3. Informática
4. Cantar en un coro, hacer teatro, pintar (Formación artística)
5. Artesanía, Cocina, bricolaje y similares
6. Clases de Historia, Arte, Literatura... (Humanidades)
7. Hacer una carrera universitaria
8. Bailes de salón
9. Tai-chi, yoga, gimnasia
10. Otras ¿cuáles? _____
11. No me interesa nada de lo anterior
12. NS.NC

P 28. Al jubilarse o al cumplir 65 años, ¿inició Ud. alguna actividad nueva que no hubiera realizado antes? (*multirrespuesta*)

1. Turismo
2. Cursos de manualidades (arcilla, ganchillo, pintura)
3. Aprender Informática
4. Hacer deporte o ejercicio físico
5. Hacer amigos/salir con los amigos
6. Participar en un negocio
7. Participar en actividades culturales y sociales (charlas, visitas a museos, etc.)
8. Cultivar un huerto o jardín
9. Participar en alguna asociación
10. Actividades de apoyo no remuneradas a personas conocidas
11. Colaborar en actividades de voluntariado social
12. Colaborar en actividades de mi iglesia, parroquia, centro religioso...
13. Cursos de formación
14. Otras ¿cuáles? _____
15. Nada en especial
16. NS.NC

**PREGUNTAS RELACIONADAS CON
ESTADO DE SALUD, IMPORTANCIA
OTORGADA AL OCIO Y TRABAJO.
CUESTIONARIO ENCUESTA EUROPEA
VALORES 2018**

Buenos días. Formo parte de MyWord. Estamos llevando a cabo la parte correspondiente a España en un estudio de ámbito europeo sobre lo que las personas valoran en la vida. Este estudio entrevistará muestras que representen a la gente europea. Su nombre ha sido seleccionado aleatoriamente como parte de la muestra representativa de la población española. Me gustaría preguntarle sus visiones sobre una serie de temas diferentes. Su ayuda contribuirá a una mejor comprensión de lo que la gente de toda Europa cree y quiere de la vida. Vamos a empezar con algunas preguntas sobre la vida en general, el ocio y el trabajo

Q1

MOSTRAR TARJETA 1 - LEER EN ALTO Y CODIFICAR UNA RESPUESTA POR LÍNEA

Digame, por favor, qué grado de importancia tiene en su vida cada uno de los siguientes aspectos:

		muy importante	bastante importante	no muy importante	nada importante	No sabe	No contesta
v1	Trabajo	1	2	3	4	8	9
v2	Familia	1	2	3	4	8	9
v3	Amigos y conocidos	1	2	3	4	8	9
v4	Tiempo libre/de ocio	1	2	3	4	8	9
v5	Política	1	2	3	4	8	9
v6	Religión	1	2	3	4	8	9

Q2

MOSTRAR TARJETA 2

Teniendo todas las cosas en cuenta, ¿diría Vd. que es?:

(v7)

- 1 muy feliz
 - 2 bastante feliz
 - 3 no muy feliz
 - 4 nada feliz
-
- 8 No sabe (espontánea)
 - 9 No contesta (espontánea)

Q3

MOSTRAR TARJETA 3

En líneas generales, ¿Cómo describiría Ud. su estado de salud en estos días? Diría que es

 (v8)

1 muy buena

2 buena

3 regular

4 mala

5 muy mala

8 No sabe (espontánea)

9 No contesta (espontánea)

CUESTIONARIO
ENCUESTA HÁBITOS Y PRÁCTICAS

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

I. DATOS PERSONALES

1. SEXO 1 Hombre 2 Mujer 1
2. NACIONALIDAD 1
- 1 Española 2.Española y otra 3. Extranjera
3. AÑO DE NACIMIENTO
4. NIVEL DE ESTUDIOS
(Señale por favor los estudios finalizados o título de mayor nivel)
- 1
- 1 No sabe leer ni escribir
- 2 Sabe leer o escribir pero fue menos de 8 años a la escuela
- 3 Fue a la escuela 8 años o mas pero no finalizó con el título de Bachiller Elemental, EGB o ESO
- 4 Bachiller Elemental, EGB o ESO completa o Certificado Estudios Primarios (anterior a la Ley 1970)
- 5 Bachiller Superior, BUP, Bachiller LOGSE, COU, PREU
- 6 FP I, FP Grado Medio, Oficialía Industrial o equivalente
- 7 FP II, FP Grado Superior, Maestría Industrial o equivalente
- 8 Diplomatura, Arquitectura o Ingeniería Técnica o 3 cursos aprobados de Licenciatura
- 9 Licenciatura, Arquitectura, Ingeniería, Doctorado
5. SITUACION LABORAL 1
- 1 Trabajando
- 2 Parado, ha trabajado anteriormente
- 3 Parado, busca primer empleo
- 4 Jubilado o retirado del trabajo / pensionista
- 5 Incapacitado permanente
- 6 Estudiante (que no trabaje)
- 7 Dedicado a las labores de su hogar 8 Otros
- SOLO SI ESTA TRABAJANDO (Si ha respondido 1 en pregunta 1.5)
6. SITUACION PROFESIONAL 1
- 1 Por cuenta propia 2 Por cuenta ajena
7. HORARIO HABITUAL
- a) ¿Trabaja solo por la mañana, solo por la tarde o mañana y tarde? 1
- 1 Solo mañana 3 Mañana y tarde
- 2 Solo tarde 4 Otros
- b) Señale por favor si trabaja.... Lunes a viernes 1
- Sábados 2 Domingos 3 Otros 4
- A TODOS
8. SITUACION PERSONAL 1
- 1 Soltero en casa de sus padres
- 2 Soltero independiente, divorciado, separado o viudo sin hijos a su cargo
- 3 Soltero, divorciado, separado o viudo con hijos a su cargo
- 4 Casado o en pareja sin hijos
- 5 Casado o en pareja con hijos menores de 18 años (aunque además tenga otros hijos)
- 6 Casado o en pareja con hijos de 18 o mas años en casa
- 7 Casado o en pareja con hijos de 18 o más años que no viven en casa
- 8 Otros
9. NUMERO DE PERSONAS EN EL HOGAR
- (incluido el entrevistado)
- a) Mayores de 18 años
- b) De 15 a 18 años
- c) De menos de 15 años

II. EQUIPAMIENTOS CULTURALES

Señale por favor si dispone en su casa de alguno/s de los siguientes equipamientos:

- | | SI | NUMERO |
|---|-----------------------------|--|
| 1. LECTURA | | |
| a) Libros | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| b) Enciclopedias en papel | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| c) Enciclopedias en CD ROM | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| 2. MUSICA | | |
| a) Equipos de sonido en los que puede escuchar música | | |
| Radio | <input type="checkbox"/> 1 | |
| CD's | <input type="checkbox"/> 2 | |
| Casetes | <input type="checkbox"/> 3 | |
| Discos de vinilo | <input type="checkbox"/> 4 | |
| b) Walkman/Diskman | <input type="checkbox"/> 1 | |
| c) Reproductor de MP3 | <input type="checkbox"/> 1 | |
| d) Movil con reproductor de música | <input type="checkbox"/> 1 | |
| e) Soportes de sonido (CD's, casete, discos) | | |
| CD's | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| Casetes y discos | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| Archivos de ordenador (MP3...) | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| f) Instrumentos musicales | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| 3. AUDIOVISUALES | | |
| a) Televisión | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| b) Video VHS | <input type="checkbox"/> 1 | |
| c) Video DVD | <input type="checkbox"/> 1 | |
| d) Cintas VHS | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| e) Discos DVD | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| f) Cámara fotográfica | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| g) Cámara de video | <input type="checkbox"/> 1 | |
| 4. ORDENADOR E INTERNET | | |
| a) Ordenador | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> |
| Lector de CD | <input type="checkbox"/> 3 | |
| Lector de DVD | <input type="checkbox"/> 4 | |
| Grabador de CD | <input type="checkbox"/> 5 | |
| Grabador de DVD | <input type="checkbox"/> 6 | |
| Disco extraíble | <input type="checkbox"/> 7 | |
| Software ofimático | <input type="checkbox"/> 8 | |
| Software juegos, educativos | <input type="checkbox"/> 9 | |
| Programas de reproducción de MP3,MID,WAV | <input type="checkbox"/> 10 | |
| Programas de reproducción de DIVX,MPG | <input type="checkbox"/> 11 | |
| Otro software | <input type="checkbox"/> 12 | |
| b) Acceso a Internet | <input type="checkbox"/> 1 | |
| Banda ancha (ADSL, similares) | <input type="checkbox"/> 2 | |
| c) PDA(Personal Digital Assistant) | <input type="checkbox"/> 1 | |
| d) Consola de video juegos, PSP, | <input type="checkbox"/> 1 | |

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

III. INTERÉS EN ACTIVIDADES CULTURALES

1. ¿Cómo calificaría su interés en las siguientes actividades culturales?
(Desde 0 (NINGUN INTERÉS) hasta 10 (MAXIMO INTERÉS))

- | | | |
|--|-------|----------------------|
| a) Lectura en general | | <input type="text"/> |
| a1 Leer libros (por trabajo o estudios) | | <input type="text"/> |
| a2 Leer libros por otras razones(Ni trabajo Ni estudios) | | <input type="text"/> |
| a3 Leer periódicos | | <input type="text"/> |
| a4 Leer revistas | | <input type="text"/> |
| b) Asistir a bibliotecas | | <input type="text"/> |
| c) Archivos | | <input type="text"/> |
| d) Museos | | <input type="text"/> |
| e) Exposiciones | | <input type="text"/> |
| f) Galerias de arte | | <input type="text"/> |
| g) Monumentos | | <input type="text"/> |
| h) Yacimientos arqueológicos | | <input type="text"/> |
| i) Cine | | <input type="text"/> |
| j) Teatro | | <input type="text"/> |
| k) Opera | | <input type="text"/> |
| l) Zarzuela | | <input type="text"/> |
| m) Ballet o danza | | <input type="text"/> |
| n) Música en general | | <input type="text"/> |
| n1 Conciertos de música clásica | | <input type="text"/> |
| n2 Conciertos de música actual | | <input type="text"/> |
| n3 Escuchar música | | <input type="text"/> |

SOLO PARA PERSONAS QUE VIVEN CON MENORES DE 15 AÑOS

2. ¿Han asistido sus hijos a alguna de las siguientes actividades en el último año? ¿ Con la familia o amigos o con sus profesores?

	Familia o amigos	Profesores colegio	Familia y profesores	Solos	No han asistido	
a) Museos o exposiciones	1	2	3	4	5	<input type="text"/>
b) Biblioteca	1	2	3	4	5	<input type="text"/>
c) Teatro	1	2	3	4	5	<input type="text"/>
d) Concierto	1	2	3	4	5	<input type="text"/>
e) Cine	1	2	3	4	5	<input type="text"/>
f) Ópera/zarzuela	1	2	3	4	5	<input type="text"/>
g) Ballet	1	2	3	4	5	<input type="text"/>

3. En su opinión, respecto a las siguientes actividades culturales ¿ Cree que sus hijos las consideran mas bien divertidas o mas bien aburridas?

	ABURRIDAS	DIVERTIDAS	
a) Museos o exposiciones	1	2	<input type="text"/>
b) Biblioteca	1	2	<input type="text"/>
c) Teatro	1	2	<input type="text"/>
d) Concierto	1	2	<input type="text"/>
e) Cine	1	2	<input type="text"/>
f) Opera/zarzuela	1	2	<input type="text"/>
g) Ballet	1	2	<input type="text"/>
h) Lectura	1	2	<input type="text"/>
i) Escuchar música	1	2	<input type="text"/>

IV. MONUMENTOS, YACIMIENTOS, MUSEOS, ARCHIVOS

1. ¿Cuándo fue la última vez que...?

	En el último trimestre (De.. a ..)	En el último año (De.. a ..)	Hace más de un año (De.. a ..)	Nunca o casi nunca
a) Visitó un monumento	1	2	3	4 <input type="text"/>
b) Visitó un yacimiento arqueológico	1	2	3	4 <input type="text"/>
c) Visitó un museo	1	2	3	4 <input type="text"/>
d) Visitó una exposición	1	2	3	4 <input type="text"/>
e) Visitó una galería de arte	1	2	3	4 <input type="text"/>
f) Fue a un archivo	1	2	3	4 <input type="text"/>

SOLO SI FUE EN EL ULTIMO TRIMESTRE

2. ¿ Cuantas veces visitó o fue a ... en el último trimestre?

	En el último trimestre (De.. a ..)
a) Un monumento	<input type="text"/>
b) Un yacimiento arqueológico	<input type="text"/>
c) Un museo	<input type="text"/>
d) Una exposición	<input type="text"/>
e) Una galería de arte	<input type="text"/>
f) Un archivo	<input type="text"/>

SOLO SI ASISTIERON A UN MUSEO EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que visitó un museo ¿podría decirme...

- a) ¿ Qué día de la semana era?
- 1 Lunes a viernes 2 Sábado, domingo o festivo
- b) ¿ Que tipo de entrada utilizó?
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
- 2 Abono 4 Entrada a su precio normal
- c) ¿ Donde estaba ubicado?
- 1 En su ciudad
- 2 En su Comunidad Autónoma pero no en su ciudad
- 3 En España pero no en su Comunidad Autónoma
- 4 En la Unión Europea pero no en España
- 5 Fuere de la Unión Europea
- d) ¿Qué tipo de museo era (LISTA)...?
- 1 Museo de arte (Bellas artes, Artes decorativas, Arte contemporáneo)
- 2 Museo de arqueología e historia
- 3 Museo de historia natural y ciencias naturales
- 4 Museo de ciencia y tecnología
- 5 Museo de etnografía y antropología
- 6 Museo especializado (todos los aspectos de un solo tema)
- 7 Museo regional (ilustran una región más que un tema particular)
- 8 Museo general (colecciones mixtas, de todo un poco)
- 9 Otros museos
- e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con la visita?
(De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

V. LECTURA Y BIBLIOTECAS

LIBROS

1. ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios? ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, etc.?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1 En el último mes	1	1
2 Hace más de un mes y menos de tres	2	2
3 Hace más de tres meses y menos de seis	3	3
4 Hace más de seis meses y menos de un año	4	4
5 Hace más de un año	5	5
6 Nunca o casi nunca	6	6

SOLO SI LEYO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántos libros leyó por motivos profesionales o por estudios en el último trimestre? ¿Y por ocio o entretenimiento?

	En el último trimestre	
a) Por su profesión o estudios	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Por motivos distintos a su profesión o estudios	<input type="text"/>	<input type="text"/>

3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar a la lectura en un día laboral? ¿Y en un festivo?

	Por profesión o estudios		Por otros motivos	
	HORAS	MINUTOS	HORAS	MINUTOS
a) En días laborales	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) En días festivos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SOLO SI LEYO EN EL ÚLTIMO AÑO POR OCIO O ENTRETENIMIENTO

4. ¿Cuándo lee libros por ocio o entretenimiento con mayor frecuencia?

a) ¿De lunes a viernes o en fines de semana y festivos?	<input type="text"/>
1 Lunes a viernes	
2 Fin de semana y festivos	
3 Indiferente	
b) ¿En vacaciones o en periodos laborales?	<input type="text"/>
1 Vacaciones	
2 Periodos laborales	
3 Indiferente	
5. ¿Dónde suele leer libros con mayor frecuencia?	<input type="text"/>
1 En casa	4 En bibliotecas
2 En el trabajo	5 Otros
3 En el transporte	

A TODOS

6. ¿Ha comprado libros en el último trimestre?

	SI	NO
a) Por su profesión o estudios	1	2 <input type="text"/>
b) Por motivos distintos a su profesión o estudios	1	2 <input type="text"/>

SOLO SI COMPRO LIBROS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

7. ¿Cuántos libros ha comprado en el último trimestre para usted, para su familia o para regalar?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) Para usted	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Para su familia	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Para regalar	<input type="text"/>	<input type="text"/>

A TODOS

8. ¿De qué manera obtuvo o adquirió los libros relacionados con su profesión o estudios en el último trimestre (LISTA)? ¿Y los libros relacionados con su ocio y tiempo libre? (Señale el número de cada tipo)

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) Los compró en un establecimiento	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Los compró en un kiosco de prensa	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Los compró por correo o está suscrito	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) Los compró por Internet	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) Los descargó pagando de Internet	<input type="text"/>	<input type="text"/>
f) Los descargó gratuitamente de Internet	<input type="text"/>	<input type="text"/>
g) Eran una fotocopia de un libro completo	<input type="text"/>	<input type="text"/>
h) Eran una fotocopia de parte de un libro	<input type="text"/>	<input type="text"/>
i) Eran un préstamo de una biblioteca o de un amigo	<input type="text"/>	<input type="text"/>
j) Eran un regalo	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SOLO SI HA RESPONDIDO f, g) o h) EN PREGUNTA V.8

9. ¿Cuál era la materia de los libros que obtuvo en el último trimestre descargando gratuitamente de Internet o que eran fotocopias?

	Descargas gratuitas de Internet	Fotocopias Libros completos	Parte de libros
a) Infantil y juvenil	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Libros de texto	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Científicos y técnicos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) Creación literaria	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) Otros	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

10. ¿Por qué motivos prefirió utilizar una descarga gratuita de Internet o una fotocopia de libros?

	Descargas gratuitas de Internet	Fotocopias
1 Comodidad	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2 Rapidez, inmediatez	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3 Ahorro económico	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4 Solo necesitaba una parte	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5 No lo encuentro en establecimientos comerciales	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SOLO SI HA RESPONDIDO f) EN PREGUNTA V.8

11. ¿De qué tipo de Web los obtuvo?

a) Web pública (Ministerio, Institución)	<input type="text"/>
b) Otras webs	<input type="text"/>

12. ¿En qué horario suele iniciar las descargas gratuitas de Internet?

1. Mañana	2. Tarde	3. Noche	4. Indiferente	<input type="text"/>
-----------	----------	----------	----------------	----------------------

13. Preferentemente ¿Qué días realiza este tipo de descargas?

1. Lunes a viernes	2. Sábados	3. Domingos	Indiferente	<input type="text"/>
--------------------	------------	-------------	-------------	----------------------

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

SOLO SI LEYO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE POR MOTIVOS DISTINTOS A SU PROFESIÓN O ESTUDIOS

14. ¿De que tema eran los libros que leyó en el último trimestre (LISTA)?

Creación literaria

- 1 Infantil, juvenil
- 2 Comics e historietas
- 3 Biografías o libros de memorias
- 4 Teatro
- 5 Poesía

- 6 Novela
- 60 Clásica
- 61 Contemporánea:
- 61 0 Histórica
- 61 1 Aventuras
- 61 2 Costumbrista
- 61 3 Sentimental / amor
- 61 4 Negra y policíaca
- 61 5 Ciencia Ficción
- 61 6 Otros.

Divulgación, información y libros no profesionales

- 7 Enciclopedias y diccionarios enciclopédicos
- 8 Historia
- 9 Filosofía, psicología
- 10 Religión, teología
- 11 Política y economía
- 12 Ciencias sociales y humanidades
- 13 Ciencias médicas y naturales
- 14 Ciencias físicas, químicas, matemáticas e informática
- 15 Deportes y juegos
- 16 Artes plásticas y gráficas, fotografía
- 17 Cine, música, teatro
- 18 Otros

PRENSA Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS

15. ¿ Con que frecuencia lee prensa diaria de información general, de la que se compra, de la que se reparte gratuitamente o directamente de Internet? ¿ Y prensa deportiva? ¿ Y revistas culturales, de teatro, música, cine, literatura? ¿ Y revistas de otro tipo?

	Prensa diaria de información general de la que se compra en papel	Prensa diaria de información general de la que se reparte gratuitamente	Prensa diaria de información general directamente de Internet	Prensa deportiva (Gratuita o de pago)	Revistas culturales de teatro, música, cine, literatura, etc.	Otras revistas
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 Todos o casi todos los días	1	1	1	1	1	1
2 Tres o cuatro días por semana	2	2	2	2	2	2
3 Uno o dos días por semana	3	3	3	3	3	3
4 Solo los fines de semana	4	4	4	4	4	4
5 Dos o tres veces al mes	5	5	5	5	5	5
6 Una vez al mes	6	6	6	6	6	6
7 Con menos frecuencia	7	7	7	7	7	7
8 Nunca o casi nunca	8	8	8	8	8	8

SOLO SI LEE PRENSA DIARIA DE INFORMACIÓN GENERAL AL MENOS UNA VEZ AL MES

16. De las siguientes secciones de prensa diaria ¿cuáles suele leer?

- a) Cultura
- b) Ciencia y tecnología
- c) Crítica de cine
- d) Crítica de televisión
- e) Crítica de teatro
- f) Crítica de música
- g) Crítica de arte y exposiciones
- h) Ninguna de las anteriores

BIBLIOTECAS

17. ¿Cuándo fue la última vez que fue a una biblioteca o accedió por Internet a ella?

	En el último trimestre (De... a...)	En el último año (De... a...)	Hace más de un año (De... a...)	Nunca o casi nunca
a) Fue	1	2	3	4 <input type="checkbox"/>
b) Accedió por Internet	1	2	3	4 <input type="checkbox"/>

SOLO SI FUE A LA BIBLIOTECA O ACCEDIÓ POR INTERNET EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

18. ¿ Cuántas veces fue o accedió por Internet en el último trimestre ?

- a) Fue
- b) Accedió por Internet

SOLO SI FUE A LA BIBLIOTECA EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

19. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿ Qué día de la semana es?
- 1 Lunes a viernes 2 Sábado, domingo o festivo
- b) ¿ Llevo sus propios libros para leer o estudiar?
- 1 Si, llevo sus propios libros
- 2 Si, llevo sus propios libros, aunque también utilizó los de la biblioteca
- 3 No llevo sus propios libros

c) ¿ Cuales son los dos motivos principales por los que va a la biblioteca? (LISTA)

- 1 Para estudiar habitualmente
- 2 Para estudiar cuando tiene exámenes
- 3 Para buscar información
- 4 Para leer allí libros de la biblioteca
- 5 Para tomar en préstamo libros, videos, CDs, CDROM
- 6 Para encontrarse con sus compañeros
- 7 Para asistir a alguna actividad programada
- 8 Para acompañar a otras personas (niños, mayores, etc.)

20. ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción la última vez que fue a la biblioteca?

(De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

A TODOS

21. ¿ Cuales son los dos motivos principales por los que no va más a la biblioteca? (LISTA)

- 1 Desconocimiento de que existan en la zona
- 2 Desconozco su funcionamiento (Horarios, precio, etc)
- 3 No hay en mi zona, están lejos
- 4 Tienen pocas prestaciones
- 5 Son incómodas (ruidosas, poca luz, etc.)
- 6 No tengo tiempo
- 7 No tengo interés

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

VI. BALLET O DANZA, ÓPERA, ZARZUELA Y TEATRO

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue al ...?

	En el último trimestre (De... a ...)	En el último año (De... a ...)	Hace más de un año (De... a ...)	Nunca o casi nunca
a) Ballet o danza	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
b) Ópera	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
c) Zarzuela	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
d) Teatro	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>

SOLO SI ASISTIÓ EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue al ... en el último trimestre?

	Ballet Danza	Ópera	Zarzuela	Teatro
a) En el último trimestre (De... a ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SOLO SI ASISTIÓ A BALLET O DANZA EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era?
- 1 Lunes a viernes 2 Sábado, domingo o festivo
- b) ¿Que tipo de entrada utilizó?
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal
- c) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo?
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
2 Instalaciones dedicadas a ese fin
- 21 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
22 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- d) ¿Se trataba de un espectáculo de ballet clásico, baile español o flamenco, danza contemporánea, danza folklórica o étnica?
- 1 Ballet clásico 3 Danza contemporánea
2 Baile español o flamenco 4 Danza folklórica o étnica
5 Otro
- e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

SOLO SI ASISTIÓ A LA ÓPERA EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era?
- 1 Lunes a viernes 2 Sábado, domingo o festivo
- b) ¿Que tipo de entrada utilizó?
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal
- c) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo?
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
2 Instalaciones dedicadas a ese fin
- 21 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
22 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

SOLO SI ASISTIÓ A LA ZARZUELA EN EL ÚLTIMO AÑO

5. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era?
- 1 Lunes a viernes 2 Sábado, domingo o festivo
- b) ¿Que tipo de entrada utilizó?
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal
- c) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo?
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
2 Instalaciones dedicadas a ese fin
- 21 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
22 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

SOLO SI ASISTIÓ AL TEATRO EN EL ÚLTIMO AÑO

6. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era?
- 1 Lunes a viernes 2 Sábado, domingo o festivo
- b) ¿Que tipo de entrada utilizó?
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal
- c) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo?
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
2 Instalaciones dedicadas a ese fin
- 21 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
22 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- d) ¿Se trataba de un teatro de vanguardia, actual, clásico, musical, infantil o de otro tipo?
- 1 De vanguardia 4 Musical
2 Actual 5 Infantil
3 Clásico 6 Otros
- e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

A TODOS

7. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya o no vaya más al ...?

	Ballet Danza	Ópera	Zarzuela	Teatro
1 El precio, es caro	1 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>
2 Es difícil conseguir entradas	2 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>
3 Hay poca oferta	3 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>
4 Hay poca información	4 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>
5 Prefiero verlo en televisión/vídeo/rdi	5 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
6 Me resulta difícil salir de casa (Cuidado de niños, mayores, etc.)	6 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>	6 <input type="checkbox"/>
7 Me resulta difícil de entender	7 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>	7 <input type="checkbox"/>
8 No tengo tiempo	8 <input type="checkbox"/>	8 <input type="checkbox"/>	8 <input type="checkbox"/>	8 <input type="checkbox"/>
9 No tengo interés	9 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>	9 <input type="checkbox"/>
10 Por no tener con quién ir	10 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>	10 <input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

VII. CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA Y ACTUAL

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue a un concierto de música clásica?
¿Y de música actual?

	En el último trimestre (De... a ...)	En el último año (De... a ...)	Hace más de un año (De... a ...)	Nunca o casi nunca	
a) Música clásica	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
b) Música actual	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>

SOLO SI ASISTIÓ A UN CONCIERTO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue a un concierto de música clásica en el último trimestre?
¿Y de música actual?

	En el último trimestre (De... a ...)	
a) Música clásica	-----	<input type="checkbox"/>
b) Música actual	-----	<input type="checkbox"/>

A TODOS

3. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no asista más a conciertos de música clásica? ¿Y a conciertos de música actual?

	Conciertos de Música clásica	Conciertos de Música actual
1 El precio, es caro	1	1
2 Es difícil conseguir entradas	2	2
3 Hay poca oferta	3	3
4 Hay poca información	4	4
5 Prefiero verlo en televisión/videoradio	5	5
6 Me resulta difícil salir de casa (Cuidado de niños, mayores, etc.)	6	6
7 Me resulta difícil de entender	7	7
8 No tengo tiempo	8	8
9 No tengo interés	9	9
10 Por no tener con quién ir	10	10

1 2 3 4

SÓLO SI ASISTIÓ A CONCIERTOS DE MUSICA CLASICA EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

- a) ¿Qué día de la semana era? -----
- 1 Lunes a viernes 2 Sábado,domingo o festivo
- b) ¿Que tipo de entrada utilizó? -----
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal
- c) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? -----
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
2 Instalaciones dedicadas a ese fin
- 21 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
22 Colegios, centros sociales,etc.(No comerciales)
- d) ¿Se trataba de un concierto de... -----
- 1 Orquesta sinfónica 4 Recital lírico
2 Grupo de cámara 5 Solista
3 Coro o grupo vocal 6 Otros
- e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el concierto que escuchó?
(De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA)) -----

SOLO SI ASISTIÓ A CONCIERTOS DE MUSICA ACTUAL EN EL ÚLTIMO AÑO

5. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

- a) ¿Qué día de la semana era? -----
- 1 Lunes a viernes 2 Sábado,domingo o festivo
- b) ¿Que tipo de entrada utilizó? -----
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal
- c) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? -----
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
2 Instalaciones dedicadas a ese fin
- 21 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
22 Colegios, centros sociales,etc.(No comerciales)
- d) ¿Se trataba de un concierto de...(LISTA) -----
- 1 Canciones infantiles
2 Canción de autor (Serrat)
3 Canción melódica (Julio Iglesias)
4 Flamenco
5 Nuevo flamenco
6 Otro folklore español:celta, regional
7 Pop / Rock español
8 Pop / Rock latino
9 Pop / Rock extranjero
10 Blues, Soul
11 Jazz
12 World music/folk/étnica
13 Reggae
14 Rap, Hip hop
15 Electrónica, techno
16 Hard rock, metal, punk
17 Dance/house
18 Otro tipo

e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el concierto que escuchó?
(De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA)) -----

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

VIII. CINE Y VÍDEO

CINE

IMPORTANTE: NO SE TRATA DE LA ÚLTIMA VEZ QUE VIO UNA PELÍCULA SINO DE LA ÚLTIMA VEZ QUE FUE AL CINE

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue al cine?

1 En el último trimestre (De... a...)

2 En el último año (De... a...)

3 Hace más de un año (De... a...)

4 Nunca o casi nunca

SOLO SI FUE AL CINE EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue al cine en el último trimestre?

a) En el último trimestre (De... a...)

SOLO SI FUE AL CINE EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que fue al cine ¿podría decirme...

a) ¿Qué día de la semana era?

1 Lunes a viernes 2 Sábado, domingo o festivo

b) ¿Que tipo de entrada utilizó?

1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento

2 Abono 4 Entrada a su precio normal

c) ¿En que tipo de recinto estaba ubicado el CINE?

1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
2 Instalaciones dedicadas a ese fin

21 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
22 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)

d) ¿De qué tipo de película se trataba (LISTA...)

1 Dibujos animados 4 Comedia 7 Aventuras 10 Terror

2 Infantil 5 Drama 8 Suspense 11 Otros

3 Ciencia ficción 6 Acción 9 Clásico, antiguo

e) Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyeron al elegir la película

1 Los actores 5 La opinión de amigos y familiares

2 El director 6 La opinión de sus hijos

3 El tema 7 Las críticas

4 La publicidad

f) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con la película que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

A TODOS

4. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya más al cine?

1 El precio, es caro 6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.)

2 Es difícil conseguir entradas

7 Me resulta difícil de entender

3 Hay poca oferta

8 No tengo tiempo

4 Hay poca información

9 No tengo interés

5 Prefiero verlo en televisión/video/PC

10 Por no tener con quién ir

5. Si piensa en las películas que se han estrenado en los últimos meses en cine ¿Cómo valoraría en una escala de 0 a 10.....

a) El cine español

c) El cine norteamericano

b) El cine europeo

d) El cine latinoamericano

VÍDEO

6. ¿Con que frecuencia suele usted ver video VHS, DVD o en otros formatos?

1 Todos los días

2 Varias veces por semana

3 Una vez a la semana

4 Dos o tres veces al mes

5 Una vez al mes

6 Al menos una vez al trimestre

7 Al menos una vez al año

8 Con menos frecuencia

9 Nunca o casi nunca

SOLO SI SUELE VER VIDEOS (Si ha respondido 1a 8 en pregunta VIII.6)

7. ¿Qué medios utiliza para verlo?

1 Cintas VHS o DVD en aparatos NO conectados al ordenador

2 Cintas VHS o DVD en aparatos conectados al ordenador

3 Ficheros DIVX,MPG,etc, en el ordenador o a través de Internet

4 Ficheros DIVX, MPG,etc, en aparatos NO conectados al ordenador

SOLO SI VE VIDEOS AL MENOS UNA VEZ A LA SEMANA

8. ¿Cuánto tiempo dedicó en total la semana pasada a ver videos?

HORAS MINUTOS

A TODOS

9. ¿Cuándo fue la última vez que obtuvo o adquirió (compra, alquiler o grabación) videos VHS, DVD o en cualquier otro formato? (Con contenido No virgenes) **IMPORTANTE: INCLUYE COMPRA A TRAVÉS DE INTERNET Y GRABACION DESDE OTRO VHS, DVD, TV, PC O DESCARGAS A TRAVÉS DE INTERNET**

COMPRO ALQUILO GRABO O DESCARGO

1 En el último trimestre 1 1

2 En el último año 2 2

3 Hace más de un año 3 3

4 Nunca o casi nunca 4 4

SOLO SI OBTUVO VIDEOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

10. ¿Cuántos videos VHS, DVD o en otro formato compró, alquiló o grabó en el último trimestre?

COMPRO ALQUILO GRABO O DESCARGO

11. ¿De que formato eran los videos que obtuvo o adquirió (compra, alquiler o grabación) en el último trimestre?

COMPRO ALQUILO GRABO O DESCARGO

a) VHS

b) DVD

c) Soporte informático

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

VIII. CINE Y VÍDEO

SOLO SI OBTUVO VÍDEOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

12. ¿De que manera obtuvo o adquirió videos (de cualquier formato) en el último trimestre? (Señale el número de cada tipo) (LISTA)

- a) Los compró en un establecimiento 1
- b) Los compró en un kiosco de prensa 2
- c) Eran videos con marca, comprados en un mercadillo o puesto ambulante 3
- d) Eran videos sin marca, comprados en un mercadillo o puesto ambulante 4
- e) Los compró por correo 5
- f) Los compró por Internet 6
- g) Los descargó pagando de Internet 7
- h) Los descargó gratuitamente de Internet 8
- i) Los grabó desde la Tv. 9
- j) Los copió de un amigo o familiar 10
- k) Eran un regalo 11

SOLO SI HA RESPONDIDO d) EN PREGUNTA VIII.12

13. ¿Por qué motivos prefirió realizar compras de videos sin marca en mercadillos o puestos ambulantes?

- a) Comodidad 1
- b) Rapidez, inmediatez 2
- c) Ahora económico 3
- d) Horarios 4
- e) No los encontré en un establecimiento comercial 5

SOLO SI HA RESPONDIDO h) ó j) EN PREGUNTA VIII.12

14. ¿Por qué motivos prefirió realizar descargas gratuitas de Internet o utilizar copias?

- | | Descargas gratuitas de Internet | Copias |
|--|---------------------------------|-----------------------------|
| a) Comodidad | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| b) Rapidez, inmediatez | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 |
| c) Ahora económico | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| d) Horarios | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 |
| e) No los encontré en un establecimiento comercial | <input type="checkbox"/> 9 | <input type="checkbox"/> 10 |
| f) Verlo antes de efectuar la compra | <input type="checkbox"/> 11 | <input type="checkbox"/> 12 |

SOLO SI HA RESPONDIDO h) EN PREGUNTA VIII.12

15. ¿En que horario suele iniciar las descargas gratuitas de Internet? 1

1. Mañana 2. Tarde 3. Noche 4. Indiferente

16. Preferentemente ¿ Que días realiza este tipo de descargas? 1

1. Lunes a viernes 2 Sábados 3 Domingos 4 Indiferente

17. ¿Qué programas suele utilizar en sus descargas de videos de Internet? 1

- 1 Programas de intercambio de ficheros (P2P)
- 2 Programas de mensajería instantánea, messenger
- 3 Ambos

SOLO SI OBTUVO VÍDEOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

18. ¿De que tipo eran los videos que obtuvo o adquirió en el último trimestre?

- | | COMPRO | ALQUILO | GRABO O DESCARGO |
|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| a) Documental | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 |
| b) Cursos (de idiomas,etc) | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| c) Deportes | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 |
| d) Películas | <input type="checkbox"/> 10 | <input type="checkbox"/> 11 | <input type="checkbox"/> 12 |
| e) Otros tipos | <input type="checkbox"/> 13 | <input type="checkbox"/> 14 | <input type="checkbox"/> 15 |

19. Si se trataba de películas

- | | COMPRO | ALQUILO | GRABO O DESCARGO |
|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| a) ¿cuáles eran sus géneros? | | | |
| a1) Dibujos animados | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 |
| a2) Infantil | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| a3) Ciencia ficción | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 |
| a4) Comedia | <input type="checkbox"/> 10 | <input type="checkbox"/> 11 | <input type="checkbox"/> 12 |
| a5) Drama | <input type="checkbox"/> 13 | <input type="checkbox"/> 14 | <input type="checkbox"/> 15 |
| a6) Acción | <input type="checkbox"/> 16 | <input type="checkbox"/> 17 | <input type="checkbox"/> 18 |
| a7) Aventuras | <input type="checkbox"/> 19 | <input type="checkbox"/> 20 | <input type="checkbox"/> 21 |
| a8) Suspense | <input type="checkbox"/> 22 | <input type="checkbox"/> 23 | <input type="checkbox"/> 24 |
| a9) Terror | <input type="checkbox"/> 25 | <input type="checkbox"/> 26 | <input type="checkbox"/> 27 |
| a10) Clásico, antiguo | <input type="checkbox"/> 28 | <input type="checkbox"/> 29 | <input type="checkbox"/> 30 |
| a11) Otros géneros | <input type="checkbox"/> 31 | <input type="checkbox"/> 32 | <input type="checkbox"/> 33 |

b) ¿ y su nacionalidad?

- | | COMPRO | ALQUILO | GRABÓ O DESCARGO |
|-----------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| b1) Española | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 |
| b2) Otras europeas | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 | <input type="checkbox"/> 6 |
| b3) Norteamericana | <input type="checkbox"/> 7 | <input type="checkbox"/> 8 | <input type="checkbox"/> 9 |
| b4) Hispano americana | <input type="checkbox"/> 10 | <input type="checkbox"/> 11 | <input type="checkbox"/> 12 |
| b5) Otras | <input type="checkbox"/> 13 | <input type="checkbox"/> 14 | <input type="checkbox"/> 15 |

A TODOS

20. Si piensa en las películas que se han estrenado en los últimos meses en video ¿ Como valoraría en una escala de 0 a 10.....

- a) El cine español 1
- b) El cine europeo 2
- c) El cine norteamericano 3
- d) El cine latinoamericano 4

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

IX. MÚSICA

1. ¿Con qué frecuencia suele usted escuchar música de radio, CD's o casetes o de otros soportes?

	Radio	CD's o casetes	Otros
	1	2	3
1 Todos los días	1	1	1
2 Todas las semanas	2	2	2
3 Todos los meses	3	3	3
4 Al menos una vez el trimestre	4	4	4
5 Al menos una vez al año	5	5	5
6 Con menor frecuencia	6	6	6
7 Nunca o casi nunca	7	7	7

SOLO SI ESCUCHA MÚSICA (Si ha respondido 1 a 6 en pregunta IX.1)

2. ¿Que medios suele utilizar para escuchar música?

a) Radio	1
b) Televisión	1
c) CD's en ordenador	1
d) CD's, vinilos o casetes en otros equipos	1
e) Ficheros MP3,MIDI,WAV, en el ordenador o directamente de Internet	1
f) Ficheros MP3,MIDI,WAV en otros equipos (reproductor MP3,movil,etc.)	1

3. ¿Dónde suele usted escuchar música de radio, CD's o casetes o de otros soportes?

	Radio	CD's o casetes	Otros
a) En casa	1	2	3
b) En el trabajo	1	2	3
c) En el coche	1	2	3
d) En el transporte público	1	2	3
e) En otro lugar	1	2	3

SOLO SI ESCUCHA MÚSICA AL MENOS UNA VEZ A LA SEMANA

4. ¿Cuanto tiempo suele dedicar a escuchar música?

	HORAS	MINUTOS
a) Un día laborable	1	2
b) Un sábado	1	2
c) Un domingo	1	2

A TODOS

5. ¿Cuándo fue la última vez que obtuvo o adquirió (compró o grabó) música ?

IMPORTANTE: INCLUYE COMPRA A TRAVÉS DE INTERNET Y GRABACION DESDE OTRO CD,RADIO,TV,PC, O DESCARGAS DE INTERNET

	COMPRO	GRABO
	1	2
a) En el último trimestre	1	1
b) En el último año	2	2
c) Hace más de un año	3	3
d) Nunca o casi nunca	4	4

SOLO SI HA COMPRADO, GRABADO O DESCARGADO EN EL ÚLTIMO TRIM.

6. ¿Cuántos CD's o casetes o temas musicales compró o grabó en el último trimestre?

	COMPRO	GRABÓ O DESCARGÓ
a) CD's o casetes	1	2
b) Temas musicales	1	2

7. ¿ De que manera obtuvo o adquirió música grabada (cualquier formato) en el último trimestre? (señale el número de cada tipo) (LISTA)

	CD's o casetes	Temas musicales
a) La compró en un establecimiento	1	
b) La compró en un kiosco de prensa	1	
c) Eran CD's o casetes con marca, comprados mercadillo o puesto ambulante	1	
d) Eran CD's o casetes sin marca, comprados en un mercadillo o puesto ambulante	1	
e) La compró por correo	1	
f) La compró por Internet	1	2
g) La descargó pagando de Internet	1	2
h) La descargó gratuitamente de Internet	1	2
i) La grabó desde la radio o Tv.	1	2
j) La copió de un amigo o familiar	1	2
k) Era un regalo	1	2

SOLO SI HA RESPONDIDO d) EN LA PREGUNTA IX.7

8. ¿Por qué motivos prefirió realizar compras de CD's o casetes sin marca en mercadillos o puestos ambulantes?

a) Comodidad	1
b) Rapidez, inmediatez	1
c) Ahorro económico	1
d) Solo quería un tema musical	1
e) Quería escuchar la canción antes de comprarla	1
f) Horarios	1
g) No lo encuentro en establecimientos comerciales	1

SOLO SI HA RESPONDIDO h) ó j) EN LA PREGUNTA IX.7

9. ¿Por qué motivos prefirió realizar descargas gratuitas de Internet o utilizar copias?

	Descargas gratuitas de Internet	Copias
a) Comodidad	1	2
b) Rapidez, inmediatez	1	2
c) Ahorro económico	1	2
d) Solo quería un tema musical	1	2
e) Quería escuchar la canción antes de comprarla	1	2
f) Horarios	1	2
g) No lo encuentro en establecimientos comerciales	1	2

SOLO SI HA RESPONDIDO h) EN LA PREGUNTA IX.7

10. ¿En que horario suele realizar las descargas gratuitas de Internet?

1. Mañana	2. Tarde	3. Noche	4. Indiferente	1
-----------	----------	----------	----------------	---

11. Preferentemente ¿ qué días realiza este tipo de descargas?

1. Lunes a viernes	2. Sábados	3. Domingos	4. Indiferente	1
--------------------	------------	-------------	----------------	---

12. ¿Qué programas suele utilizar en sus descargas de música de Internet?

1. Programas de intercambio de ficheros (P2P)	1
2. Programas de mensajería instantánea, messenger	
3. Ambos	

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

IX. MÚSICA

13. ¿De qué género musical son los temas que suele comprar o grabar? ¿Y escuchar?
(LISTA)

	COMPRAR	GRABAR O DESCAR- GAR	ESCUCHAR
a) Canciones infantiles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Canción de autor (Serret)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Canción melódica (Julio Iglesias)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Flamenco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Nuevo flamenco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Otro folklore español:celta, regional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Pop / Rock español	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Pop / Rock latino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Pop / Rock extranjero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Blues, Soul	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Jazz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) World music/folk/étnica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Reggae	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Rap, Hip hop	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Electrónica, techno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p) Hard rock, metal, punk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
q) Dance/house	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
r) Música clásica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
s) Lírica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
t) Ópera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
u) Zarzuela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v) Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. ¿Por qué motivos no compra más casetes o CD's con marca?

- 1 Grabe la música que quiere de CD's de los amigos o conocidos
- 2 Baje música de Internet
- 3 Los CD's son caros
- 4 No está al día de las novedades
- 5 La música no le interesa demasiado
- 6 No tiene tiempo para escuchar música
- 7 La música que quiere oír la oye por radio o televisión
- 8 Otras

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

X. TELEVISIÓN

1. ¿Suele ver televisión? 1
- 1 Si 2 No

SOLO SI SUELE VER TELEVISION

2. ¿Cuánto tiempo suele dedicar al día a ver la televisión? 1
- | | HORAS | MINUTOS |
|------------------------------|-------|---------|
| a) Lunes a viernes | _ _ | _ _ |
| b) Sábados | _ _ | _ _ |
| c) Domingos y festivos | _ _ | _ _ |

3. ¿Suele hacer otras cosas mientras ve la televisión? 1
- 1 Si 2 No

Si la respuesta es afirmativa ¿Qué tipo de cosas?

- | | |
|---------------------------------|---|
| a) Labores domésticas | _ |
| b) Comer o cenar | _ |
| c) Estar con la familia | _ |
| d) Estudiar | _ |
| e) Trabajar | _ |
| f) Leer | _ |
| g) Otros entretenimientos | _ |

4. ¿Qué tipo de programas suele ver? 1
- | | |
|--|---|
| a) Programas infantiles | _ |
| b) Noticias e información | _ |
| c) Series | _ |
| d) Películas, largometrajes | _ |
| e) Teatro | _ |
| f) Documentales y programas culturales | _ |
| g) Concursos culturales | _ |
| h) Otros concursos | _ |
| i) Programas musicales | _ |
| j) Deportes | _ |
| k) Programas religiosos | _ |
| l) Programas de telecompra | _ |
| m) Programas con entrevistas, actuaciones, etc. | _ |
| n) Otro tipo de programas de entretenimiento | _ |

XI. RADIO

1. ¿Suele escuchar la radio? 1
- 1 Si 2 No

SOLO SI SUELE ESCUCCHAR LA RADIO

2. ¿Con que frecuencia suele usted escuchar la radio? 1
- | | |
|---------------------------------|---|
| 1 Todos los días | 1 |
| 2 Varias veces por semana | 2 |
| 3 Una vez a la semana | 3 |
| 4 Dos o tres veces al mes | 4 |
| 5 Una vez al mes | 5 |
| 6 Con menos frecuencia | 6 |
| 7 Nunca o casi nunca | 7 |

3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar al día a escuchar la radio? 1
- | | HORAS | MINUTOS |
|------------------------------|-------|---------|
| a) Lunes a viernes | _ _ | _ _ |
| b) Sábados | _ _ | _ _ |
| c) Domingos y festivos | _ _ | _ _ |

4. ¿Qué tipo de programas suele oír? 1
- | | |
|--|---|
| a) Programas infantiles | _ |
| b) Noticias e información | _ |
| c) Series, radionovelas | _ |
| d) Documentales y programas culturales | _ |
| e) Concursos | _ |
| f) Programas musicales | _ |
| g) Deportes | _ |
| h) Programas religiosos | _ |
| i) Tertulias | _ |
| j) Programas con entrevistas, actuaciones, etc. | _ |
| k) Otro tipo de programas de entretenimiento | _ |

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

XII. ORDENADOR E INTERNET

1. ¿Con que frecuencia suele usar el ordenador por trabajo o estudios en su hogar y fuera de su hogar?

	Por trabajo o estudios		Por ocio o tiempo libre	
	En su hogar	Fuera de su hogar	En su hogar	Fuera de su hogar
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 Diariamente	1	1	1	1
2 Varias veces a la semana	2	2	2	2
3 Una vez a la semana	3	3	3	3
4 Una a tres veces el mes	4	4	4	4
5 Al menos una vez al bimestre	5	5	5	5
6 Al menos una vez el año	6	6	6	6
7 Menos frecuencia	7	7	7	7
8 Nunca o casi nunca	8	8	8	8

SOLO SI USA ORDENADOR AL MENOS UNA VEZ AL MES

2. ¿Cuánto tiempo utilizó su ordenador la semana pasada en casa o fuera de casa, por trabajo, estudios o por otras razones?

	HORAS		MINUTOS	
a) Por trabajo o estudios, en su hogar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Por trabajo o estudios, fuera de su hogar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Por otros motivos (ocio,etc.), en su hogar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Por otros motivos (ocio,etc.), fuera de su hogar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A TODOS

3. ¿Con que frecuencia se conecta a INTERNET por trabajo o estudios en su hogar y fuera de su hogar?

	Por trabajo o estudios		Por otros motivos	
	En su hogar	Fuera de su hogar	En su hogar	Fuera de su hogar
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1 Diariamente	1	1	1	1
2 Varias veces a la semana	2	2	2	2
3 Una vez a la semana	3	3	3	3
4 Una a tres veces el mes	4	4	4	4
5 Al menos una vez al bimestre	5	5	5	5
6 Al menos una vez el año	6	6	6	6
7 Menos frecuencia	7	7	7	7
8 Nunca o casi nunca	8	8	8	8

SOLO SI SE CONECTA A INTERNET AL MENOS UNA VEZ AL MES

4. ¿Cuánto tiempo estuvo conectado a INTERNET la semana pasada en casa o fuera de casa, por trabajo o estudios o por otras razones?

	HORAS		MINUTOS	
a) Por trabajo o estudios, en su hogar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Por trabajo o estudios, fuera de su hogar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Por otros motivos (ocio,etc.), en su hogar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Por otros motivos (ocio,etc.), fuera de su hogar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. ¿Ha comprado un ordenador en el último año?

	SI	NO	
a) Por trabajo o estudios	1	2	<input type="checkbox"/>
b) Por otros motivos	1	2	<input type="checkbox"/>

6. De que manera obtuvo o adquirió software en el último año? (LISTA)

- 1 Venía con el PC, conservo copias originales de los programas
- 2 Venía con el PC, NO conservo copias originales de los programas
- 3 Lo compré separadamente al PC en un establecimiento y conservo copia de los originales
- 4 Lo compré separadamente al PC en un establecimiento y NO conservo copia de los originales
- 5 Lo compré por Internet
- 6 Lo descargué gratuitamente de Internet
- 6a Programas de libre acceso (Software libre, en prueba,etc.)
- 6b Otro tipo
- 7 Era una copia de un amigo
- 8 Otros

7. ¿En que horario suele iniciar las descargas gratuitas de INTERNET de software?

- 1. Mañana 2. Tarde 3. Noche 4. Indiferente

8. Preferentemente ¿Que días realiza este tipo de descargas?

- 1. Lunes a viernes 2. Sábados 3. Domingos 4. Indiferente

9. Cuando se conecta a INTERNET ¿Que tipo de actividades suele realizar? (LISTA)

- 1 Buscar o visitar Webs por motivos profesionales
- 2 Buscar o visitar Webs por motivos académicos
- 3 Buscar trabajo
- 4 Realizar gestiones bancarias
- 5 Comprar software
- * 6 Descargar gratuitamente software
- 7 Buscar o visitar Webs para divertirse, entretenerse o informarse
- 8 Leer prensa
- 9 Participar en juegos en la red (ajedrez, etc.)
- 10 Comprar programas de juegos
- 11 Descargar gratuitamente programas de juegos
- 12 Buscar información sobre turismo
- 13 Visitar webs culturales (museos, bibliotecas, archivos, etc.)
- 14 Buscar información sobre música, cine y espectáculos
- 15 Comprar o reservar entradas para asistir a espectáculos
- 16 Escuchar música directamente de Internet
- 17 Comprar música
- * 18 Descargar gratuitamente música
- 19 Ver películas
- 20 Comprar películas
- * 21 Descargar gratuitamente películas
- 22 Participar en chats
- 23 Usar el messenger
- 25 Buscar o visitar Blogs o Bitácoras(personales, periodísticos,...)
- 24 Otra actividad

* SI LA RESPUESTA ESTA MARCADA CON * SIGA LAS INSTRUCCIONES DEL MANUAL Y REPITA LAS PREGUNTAS QUE PROCEDAN
10. El tiempo que dedica habitualmente en el ordenador a INTERNET por motivos de ocio o en su tiempo libre ¿a que actividades se lo ha quitado?

- 1 Estar con la familia
- 2 Ver la Tv.
- 3 Leer libros
- 4 Ver películas
- 5 Leer el periódico
- 6 Salir de casa
- 7 Otros

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

XIII. OTRAS PRÁCTICAS RELACIONADAS CON EL OCIO Y LA CULTURA

PRÁCTICAS CULTURALES ACTIVAS

1 En relación con las actividades artísticas de la LISTA ¿ Podría decirme si en los últimos 12 meses ha practicado (como AFICION no como profesión) alguna de ellas y de que forma: solo; en grupo o en clase; a veces solo a veces en grupo?

	SOLO	EN GRUPO O CLASE	SOLO Y EN GRUPO	
a) Escribir (Poesía, cuentos, etc.)	1	2	3	<input type="checkbox"/>
b) Pintura o dibujo	1	2	3	<input type="checkbox"/>
c) Obras artes plásticas (Cerámica, papel, etc.)	1	2	3	<input type="checkbox"/>
d) Hacer fotografía	1	2	3	<input type="checkbox"/>
e) Hacer video	1	2	3	<input type="checkbox"/>
f) Diseño de páginas Web	1	2	3	<input type="checkbox"/>
g) Hacer Teatro	1	2	3	<input type="checkbox"/>
h) Danza, ballet, baile	1	2	3	<input type="checkbox"/>
i) Tocar un instrumento musical	1	2	3	<input type="checkbox"/>
j) Cantar en un coro	1	2	3	<input type="checkbox"/>
k) Otras aficiones artísticas	1	2	3	<input type="checkbox"/>

OTRAS PRÁCTICAS RELACIONADAS CON EL OCIO Y LA CULTURA

2 ¿ Cuántas veces en el último año... (LISTA...)

	UNA	MAS DE UNA	NINGUNA	
a) Fue a un Centro Cultural	1	2	3	<input type="checkbox"/>
b) Asistió a una conferencia o mesa redonda	1	2	3	<input type="checkbox"/>
c) Visitó un Zoo o un Parque con animales	1	2	3	<input type="checkbox"/>
d) Visitó un Jardín Botánico	1	2	3	<input type="checkbox"/>
e) Visitó un Parque Temático	1	2	3	<input type="checkbox"/>
f) Visitó un Parque Acuático	1	2	3	<input type="checkbox"/>
g) Visitó un Parque de Atracciones	1	2	3	<input type="checkbox"/>
h) Fue al circo	1	2	3	<input type="checkbox"/>
i) Visitó una feria	1	2	3	<input type="checkbox"/>
j) Fue a espectáculos deportivos	1	2	3	<input type="checkbox"/>
k) Fue a los toros.	1	2	3	<input type="checkbox"/>

CURSOS DE FORMACIÓN COMPLEMENTARIA

3. Señale por favor si en los últimos 12 meses ha estado matriculado en alguno de los cursos de formación complementaria de la LISTA DE MATERIAS (fuera del colegio, instituto, Universidad) 1. SI 2. NO

SOLO SI HA ESTADO MATRICULADO

4. En relación a los cursos de formación complementaria en los que ha estado matriculado en los últimos 12 meses, señale por favor la materia del curso, el número total de cursos realizados y el total de horas de los mismos

MATERIA DEL CURSO	NÚMERO DE CURSOS REALIZADOS	TOTAL HORAS DE CURSOS REALIZADOS
a) Formación artística (música, teatro, danza, audiovisual, diseño, artesanía)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Lenguas extranjeras	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Informática	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) Deportes	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) Gestión, administración, marketing	<input type="text"/>	<input type="text"/>
f) Preparación de oposiciones	<input type="text"/>	<input type="text"/>
g) Otros	<input type="text"/>	<input type="text"/>

5. De todos ellos, en relación al último curso de formación complementaria realizado (con mayor número de horas) señale por favor

a) ¿ Cual era su materia según (LISTA...)?

b) ¿ Se trataba de un curso.....

- 1 Con presencia en el sitio en el que se impartía
- 2 A distancia con asistencia por ordenador
- 3 A distancia sin asistencia por ordenador

c) ¿ Cual fue el motivo principal por el que lo realizó:

- 1 Preparación para el empleo actual
- 2 Preparación para un futuro empleo
- 3 Por razones personales/sociales

d) ¿Cuánto duró?

- 1 Menos de un mes
- 2 De 1 a 6 meses
- 3 Mas de 6 meses

e) ¿Terminó ese curso, lo dejó o está aún realizándolo?

- 1 Lo terminó
- 2 No pudo terminarlo o decidió no hacerlo
- 3 Está haciéndolo todavía

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2006-2007

XIV. MÓDULO DE SALUD

ESTADO FÍSICO GENERAL

1 En relación a su estado físico, ¿cómo es su salud en general?

- | | |
|-------------|---|
| 1 Muy buena | 1 |
| 2 Buena | 2 |
| 3 Aceptable | 3 |
| 4 Mala | 4 |
| 5 Muy mala | 5 |

2 ¿Tiene alguna enfermedad crónica o problema de salud de larga duración?

- | | |
|------|---|
| 1 Si | 1 |
| 2 No | 2 |

3 Durante al menos en los últimos seis meses, ¿ha estado limitado en las actividades de la vida debido a un problema de salud? ...

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1 Si, severamente limitado | 1 |
| 2 Si, limitado pero no severamente | 2 |
| 3 No | 3 |

DATOS DEL AGENTE ENTREVISTADOR

CODIGO AGENTE

NOMBRE AGENTE

FECHA ENTREVISTA
 Die Mes Año

FIRMA AGENTE

PERIODO A QUE CORRESPONDE LA ENCUESTA (TRIMESTRE Y AÑO)

CUESTIONARIO
ENCUESTA HáBITOS Y PRÁCTICAS
CULTURALES 2010-2011

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

III. INTERÉS EN ACTIVIDADES CULTURALES

1. ¿Cómo calificaría su interés en las siguientes actividades culturales?
(Desde 0 (NINGUN INTERÉS) hasta 10 (MÁXIMO INTERÉS))
- | | | | |
|--|-------|-------|----------------------|
| a) Lectura en general | | | <input type="text"/> |
| a1) Leer libros (por trabajo o estudios) | | | <input type="text"/> |
| a2) Leer libros por otras razones (ni trabajo ni estudios) | | | <input type="text"/> |
| a3) Leer periódicos | | | <input type="text"/> |
| a4) Leer revistas | | | <input type="text"/> |
| b) Asistir o acceder por Internet a bibliotecas | | | <input type="text"/> |
| c) Archivos | | | <input type="text"/> |
| d) Museos | | | <input type="text"/> |
| e) Exposiciones | | | <input type="text"/> |
| f) Galerías de arte | | | <input type="text"/> |
| g) Monumentos | | | <input type="text"/> |
| h) Yacimientos arqueológicos | | | <input type="text"/> |
| i) Cine | | | <input type="text"/> |
| j) Teatro | | | <input type="text"/> |
| k) Ópera | | | <input type="text"/> |
| l) Zarzuela | | | <input type="text"/> |
| m) Ballet o danza | | | <input type="text"/> |
| n) Música en general | | | <input type="text"/> |
| n1) Conciertos de música clásica | | | <input type="text"/> |
| n2) Conciertos de música actual | | | <input type="text"/> |
| n3) Escuchar música | | | <input type="text"/> |

IV. MONUMENTOS, YACIMIENTOS, MUSEOS, ARCHIVOS

1. ¿Cuándo fue la última vez que...?
- | | En el último trimestre
(De.. a ..) | En el último año
(De.. a ..) | Hace más de un año
(De.. a ..) | Nunca o casi nunca | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|--------------------|----------------------|
| a) Visitó un monumento | 1 | 2 | 3 | 4 | <input type="text"/> |
| b) Visitó un yacimiento arqueológico | 1 | 2 | 3 | 4 | <input type="text"/> |
| c) Visitó un museo | 1 | 2 | 3 | 4 | <input type="text"/> |
| d) Visitó una exposición | 1 | 2 | 3 | 4 | <input type="text"/> |
| e) Visitó una galería de arte | 1 | 2 | 3 | 4 | <input type="text"/> |
| f) Fue a un archivo | 1 | 2 | 3 | 4 | <input type="text"/> |

SÓLO SI FUE EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces visitó o fue a ... en el último trimestre?
(De.. a ..)
- | | | |
|-------------------------------|-------|----------------------|
| a) Un monumento | | <input type="text"/> |
| b) Un yacimiento arqueológico | | <input type="text"/> |
| c) Un museo | | <input type="text"/> |
| d) Una exposición | | <input type="text"/> |
| e) Una galería de arte | | <input type="text"/> |
| f) Un archivo | | <input type="text"/> |

SÓLO SI FUERON EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que visitó un ... ¿podría decirme
- a) ¿Que día de la semana era?
- | | Lunes a viernes | Fin de semana o festivo | |
|-------------------------|-----------------|-------------------------|----------------------|
| Monumento | 1 | 2 | <input type="text"/> |
| Yacimiento arqueológico | 1 | 2 | <input type="text"/> |
| Museo | 1 | 2 | <input type="text"/> |
| Exposición | 1 | 2 | <input type="text"/> |
| Galería de arte | 1 | 2 | <input type="text"/> |
| Archivo | 1 | 2 | <input type="text"/> |
- b) ¿Cual fue el motivo de su visita? ¿ por motivos relacionados con su profesión o estudios o por ocio o entretenimiento?
- | | Por profesión o estudios | Por ocio o entretenimiento | |
|-------------------------|--------------------------|----------------------------|----------------------|
| Monumento | 1 | 2 | <input type="text"/> |
| Yacimiento arqueológico | 1 | 2 | <input type="text"/> |
| Museo | 1 | 2 | <input type="text"/> |
| Exposición | 1 | 2 | <input type="text"/> |
| Galería de arte | 1 | 2 | <input type="text"/> |
| Archivo | 1 | 2 | <input type="text"/> |

SÓLO SI VISITARON UN MUSEO EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que visitó un museo ¿podría decirme...
- a) ¿ Donde estaba ubicado?
- 1 En su ciudad
 - 2 En su Comunidad Autónoma pero no en su ciudad
 - 3 En España pero no en su Comunidad Autónoma
 - 4 En la Unión Europea pero no en España
 - 5 Fuera de la Unión Europea
- b) ¿Qué tipo de museo era (LISTA)...?
- 1 Museo de arte (Bellas artes, Artes decorativas, Arte contemporáneo)
 - 2 Museo de arqueología e historia
 - 3 Museo de historia natural y ciencias naturales
 - 4 Museo de ciencia y tecnología
 - 5 Museo de etnografía y antropología
 - 6 Museo especializado (todos los aspectos de un solo tema)
 - 7 Museo regional (ilustran una región más que un tema particular)
 - 8 Museo general (colecciones mixtas, de todo un poco)
 - 9 Otros museos
- c) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con la visita?
(De 0 (NINGUNA) a 10 (MÁXIMA))
- d) ¿ Que tipo de entrada utilizó?
- | | |
|--------------------|-------------------------------|
| 1 Entrada gratuita | 3 Entrada con algún descuento |
| 2 Abono | 4 Entrada a su precio normal |
- SÓLO SI LA RESPUESTA A IV.4.d ES DISTINTA DE 1**
- e) ¿ Como adquirió su entrada?
- | | |
|----------------|---------------|
| 1 Por teléfono | 3 En taquilla |
| 2 Por Internet | 4 Otros |

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

V. LECTURA Y BIBLIOTECAS

LIBROS

1. ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios? ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, etc.?
- | | Por profesión o estudios | Por otros motivos |
|---------------------------------------|--------------------------|-------------------|
| | [] ₁ | [] ₂ |
| 1 En el último mes (De.. a ...) | 1 | 1 |
| 2 En el último trimestre (De.. a ...) | 2 | 2 |
| 3 En el último año (De.. a ...) | 3 | 3 |
| 4 Hace más de un año (De.. a ...) | 4 | 4 |
| 5 Nunca o casi nunca | 5 | 5 |

SÓLO SI LEYÓ EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántos libros leyó por motivos profesionales o por estudios en el último trimestre? ¿Y por ocio o entretenimiento?
- | | Por profesión o estudios | Por otros motivos |
|------------------------------|--------------------------|-------------------|
| a) Libros en formato papel | [] ₁ | [] ₂ |
| b) Libros en formato digital | [] ₁ | [] ₂ |
3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar a la lectura en un día laboral? ¿Y en un festivo?
- | | Por profesión o estudios | | Por otros motivos | |
|-------------------------------|--------------------------|------------------|-------------------|------------------|
| | HORAS | MINUTOS | HORAS | MINUTOS |
| a) De lunes a viernes | [] ₁ | [] ₂ | [] ₃ | [] ₄ |
| b) En fin de semana o festivo | [] ₁ | [] ₂ | [] ₃ | [] ₄ |

SÓLO SI LEYÓ EN EL ÚLTIMO AÑO

4. ¿Podría señalar el/los formatos de libro que suele leer?
- | | Por profesión o estudios | Por otros motivos |
|---|--------------------------|-------------------|
| a) En formato papel | [] ₁ | [] ₂ |
| b) En formato digital | [] ₁ | [] ₂ |
| c) Directamente de Internet | [] ₁ | [] ₂ |
| d) En un lector de libros digitales (ebook) | [] ₁ | [] ₂ |

SÓLO SI LEYÓ EN EL ÚLTIMO AÑO POR OCIO O ENTRETENIMIENTO

5. ¿Cuándo lee libros por ocio o entretenimiento con mayor frecuencia?
- a) ¿De lunes a viernes o en fines de semana y festivos? []₁
- 1 Lunes a viernes, salvo festivos
2 Fin de semana o festivos
3 Indiferente
- b) ¿En vacaciones o en periodos laborales? []₁
- 1 Vacaciones
2 Periodos laborales
3 Indiferente
6. ¿Dónde suele leer libros por ocio o entretenimiento con mayor frecuencia? []₁
- 1 En casa 4 En bibliotecas
2 En el trabajo 5 Otros
3 En el transporte

A TODOS

7. ¿Ha comprado libros en el último trimestre?
- | | Por profesión o estudios | Por otros motivos |
|-----------------------|--------------------------|-------------------|
| a) En formato papel | [] ₁ | [] ₂ |
| b) En formato digital | [] ₁ | [] ₂ |

SÓLO SI COMPRÓ LIBROS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

8. ¿Cuántos libros ha comprado en el último trimestre para usted, para su familia o para regalar?
- | | Por profesión o estudios | Por otros motivos |
|--------------------|--------------------------|-------------------|
| a) Para usted | [] ₁ | [] ₂ |
| b) Para su familia | [] ₁ | [] ₂ |
| c) Para regalar | [] ₁ | [] ₂ |

SÓLO SI OBTUVO LIBROS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

9. ¿De qué manera obtuvo o adquirió los libros relacionados con su profesión o estudios en el último trimestre (LISTA) ¿Y los libros relacionados con su ocio y tiempo libre? (Señale el número de cada tipo)
- | | Por profesión o estudios | Por otros motivos |
|---|--------------------------|-------------------|
| a) Los compró en un establecimiento | [] ₁ | [] ₂ |
| b) Los compró en un kiosco de prensa | [] ₁ | [] ₂ |
| c) Los compró por correo, teléfono o está suscrito | [] ₁ | [] ₂ |
| d) Los compró por Internet | [] ₁ | [] ₂ |
| e) Los descargó pagando de Internet | [] ₁ | [] ₂ |
| f) Los descargó gratuitamente de Internet | [] ₁ | [] ₂ |
| g) Eran una fotocopia de un libro completo | [] ₁ | [] ₂ |
| h) Eran una fotocopia de parte de un libro | [] ₁ | [] ₂ |
| i) Eran un préstamo de una biblioteca o de un amigo | [] ₁ | [] ₂ |
| j) Eran un regalo | [] ₁ | [] ₂ |

SÓLO SI HA RESPONDIDO f), g) o h) EN PREGUNTA V.9

10. ¿Cuál era la materia de los libros que obtuvo en el último trimestre descargando gratuitamente de Internet o que eran fotocopias?
- | | Descargas gratuitas de Internet | Fotocopias Libros completos | Parte de libros |
|---------------------------|---------------------------------|-----------------------------|------------------|
| a) Infantil y juvenil | [] ₁ | [] ₂ | [] ₃ |
| b) Libros de texto | [] ₁ | [] ₂ | [] ₃ |
| c) Científicos y técnicos | [] ₁ | [] ₂ | [] ₃ |
| d) Creación literaria | [] ₁ | [] ₂ | [] ₃ |
| e) Otros | [] ₁ | [] ₂ | [] ₃ |

11. ¿Por qué motivos prefirió utilizar una descarga gratuita de Internet o una fotocopia de libros?

	Descargas gratuitas de Internet	Fotocopias
1 Comodidad	[] ₁	[] ₂
2 Rapidez, inmediatez	[] ₁	[] ₂
3 Ahorro económico	[] ₁	[] ₂
4 Solo necesitaba una parte	[] ₁	[] ₂
5 No lo encuentro en establecimientos comerciales	[] ₁	[] ₂

SÓLO SI HA RESPONDIDO f) EN PREGUNTA V.9

12. ¿De qué tipo de Web los obtuvo?
- | | |
|--|------------------|
| a) Web pública (Ministerio, Institución) | [] ₁ |
| b) Otras Webs | [] ₁ |

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

V. LECTURA Y BIBLIOTECAS

SÓLO SI HA RESPONDIDO a) EN LA PREGUNTA V.9

13. ¿Qué tipo de establecimiento era?

- 1 Un establecimiento especializado 1
- 2 Otros (gran almacén, etc.) 1

SÓLO SI LEYO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE POR MOTIVOS DISTINTOS A SU PROFESIÓN O ESTUDIOS

14. ¿De que tema eran los libros que leyó en el último trimestre (LISTA)?

Creación literaria

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|
| 1 Infantil, juvenil | <input type="checkbox"/> | 6 Novela | <input type="checkbox"/> |
| 2 Cómics e historietas | <input type="checkbox"/> | 60. Clásica | <input type="checkbox"/> |
| 3 Biografías o memorias | <input type="checkbox"/> | 61. Contemporánea: | <input type="checkbox"/> |
| 4 Teatro | <input type="checkbox"/> | 61.0 Histórica | <input type="checkbox"/> |
| 5 Poesía | <input type="checkbox"/> | 61.1 Aventuras | <input type="checkbox"/> |
| | | 61.2 Costumbrista | <input type="checkbox"/> |
| | | 61.3 Sentimental / amor | <input type="checkbox"/> |
| | | 61.4 Negra y policiaca | <input type="checkbox"/> |
| | | 61.5 Ciencia Ficción | <input type="checkbox"/> |
| | | 61.6 Otros. | <input type="checkbox"/> |

Divulgación, información y libros no profesionales

- | | |
|--|--------------------------|
| 7 Enciclopedias y diccionarios enciclopédicos | <input type="checkbox"/> |
| 8 Historia | <input type="checkbox"/> |
| 9 Filosofía, psicología | <input type="checkbox"/> |
| 10 Religión, teología | <input type="checkbox"/> |
| 11 Política y economía | <input type="checkbox"/> |
| 12 Ciencias sociales y humanidades | <input type="checkbox"/> |
| 13 Ciencias médicas y naturales | <input type="checkbox"/> |
| 14 Ciencias físicas, químicas, matemáticas e informática | <input type="checkbox"/> |
| 15 Deportes y juegos | <input type="checkbox"/> |
| 16 Artes plásticas y gráficas, fotografía | <input type="checkbox"/> |
| 17 Cine, música, teatro | <input type="checkbox"/> |
| 18 Otros | <input type="checkbox"/> |

PRENSA Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS

15. ¿Con que frecuencia lee prensa diaria de información general, de pago de la que se reparte gratuita o directamente de Internet? ¿Y deportiva? Y revistas culturales, de teatro, música, cine, ...? ¿Y otras revistas?

	Prensa de información general	Prensa deportiva	Revistas culturales	Otras revistas
1 Diariamente (Todos o casi todos los días)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
2 Solo los fines de semana o festivo	2	2	2	2
3 Al menos una vez por semana	3	3	3	3
4 Al menos una vez al mes	4	4	4	4
5 Al menos una vez al trimestre	5	5	5	5
6 Al menos una vez al año	6	6	6	6
7 Nunca o casi nunca	7	7	7	7

SÓLO SI LEEN PRENSA O REVISTAS AL MENOS UNA VEZ AL MES

16. ¿De que forma obtuvo o adquirió la prensa o revistas que han leído en el último mes? ¿Era en formato papel o en Internet?

	Prensa de información general	Prensa deportiva	Revistas culturales	Otras revistas
a) En papel, gratuita	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
b) En papel, con precio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
c) En Internet, gratuita	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
d) En Internet, con precio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

SÓLO SI LEE PRENSA DIARIA DE INFORMACIÓN GENERAL AL MENOS UNA VEZ AL MES

17. De las siguientes secciones de prensa diaria ¿cuáles suele leer?

- | | | | |
|--------------------------|----------------------------|-----------------------------------|----------------------------|
| a) Cultura | <input type="checkbox"/> 1 | e) Crítica de teatro | <input type="checkbox"/> 1 |
| b) Ciencia y tecnología | <input type="checkbox"/> 1 | f) Crítica de música | <input type="checkbox"/> 1 |
| c) Crítica de cine | <input type="checkbox"/> 1 | g) Crítica de arte y exposiciones | <input type="checkbox"/> 1 |
| d) Crítica de televisión | <input type="checkbox"/> 1 | h) Ninguna de las anteriores | <input type="checkbox"/> 1 |

TODOS

18. En el último mes...

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) Ha consultado alguna enciclopedia	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
b) Ha leído Blogs, bitácoras, etc.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
c) ¿Ha utilizado otras formas de lectura no recogidas anteriormente? En este caso señale cual	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

BIBLIOTECAS

19. ¿Cuándo fue la última vez que fue a una biblioteca o accedió por Internet a ella?

	En el último trimestre (De.. a ...)	En el último año (De.. a ...)	Hace mas de un año (De.. a ...)	Nunca o casi nunca
a) Fue	1	2	3	4 <input type="checkbox"/> 1
b) Accedió por Internet	1	2	3	4 <input type="checkbox"/> 1

SÓLO SI FUE A LA BIBLIOTECA O ACCEDIO POR INTERNET EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

20. ¿Cuántas veces fue o accedió por Internet en el último trimestre?

- a) Fue 1
- b) Accedió por Internet 1

SÓLO SI FUE A LA BIBLIOTECA EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

21. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

- a) ¿Qué día de la semana era? 1
- 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿Llevo sus propios libros para leer o estudiar? 1

- 1 Si, llevé sus propios libros
- 2 Si, llevé sus propios libros, aunque también utilizó los de la biblioteca
- 3 No llevé sus propios libros

c) ¿Cuales son los dos motivos principales por los que va a la biblioteca? (LISTA)

- | | | |
|---|----------------------------|----------------------------|
| 1 Para estudiar habitualmente | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2 Para estudiar cuando tiene exámenes | | |
| 3 Para buscar información | | |
| 4 Para leer allí libros de la biblioteca | | |
| 5 Para tomar en préstamo libros, videos, CD, DVD, ... | | |
| 6 Para encontrarse con sus compañeros | | |
| 7 Para leer allí revistas y/o periodicos | | |
| 8 Para usar Internet | | |
| 9 Para asistir a alguna actividad programada | | |
| 10 Para acompañar a otras personas (niños, mayores, etc.) | | |

22. ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción la última vez que fue a la biblioteca?

(De 0 (NINGUNA) a 10 (MÁXIMA)) 1

A TODOS

23. ¿Cuales son los dos motivos principales por los que no va más a la biblioteca? (LISTA)

- | | | |
|--|----------------------------|----------------------------|
| 1 Desconocimiento de que existan en la zona | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 |
| 2 Desconozco su funcionamiento (horarios, precio, etc) | | |
| 3 No hay en mi zona, están lejos | | |
| 4 Tienen pocas prestaciones | | |
| 5 Son incómodas (ruidosas, poca luz, etc.) | | |
| 6 No tengo tiempo | | |
| 7 No tengo interés | | |
| 8 Prefiero acceder a ella a través de Internet | | |

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

VI. BALLET O DANZA, ÓPERA, ZARZUELA Y TEATRO

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue al ...?

	En el último trimestre (De... a ...)	En el último año (De... a ...)	Hace más de un año (De... a ...)	Nunca o casi nunca
a) Ballet o danza	1	2	3	4
b) Ópera	1	2	3	4
c) Zarzuela	1	2	3	4
d) Teatro (Incluye teatro musical)	1	2	3	4

SÓLO SI ASISTIÓ EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue al ... en el último trimestre?

	Ballet Danza	Ópera	Zarzuela	Teatro
a) En el último trimestre (De... a ...)	1	2	3	4

SÓLO SI ASISTIÓ A BALLET O DANZA EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

- a) ¿Qué día de la semana era? 1
 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? 1
 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
 Instalaciones dedicadas a ese fin:
 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
 3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Se trataba de un espectáculo de ballet clásico, baile español o flamenco, danza contemporánea, danza folklórica o étnica? 1
 1 Ballet clásico 3 Danza contemporánea
 2 Baile español o flamenco 4 Danza folklórica o étnica
 5 Otro
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MÁXIMA)) 1
- e) ¿Que tipo de entrada utilizó? 1
 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
 2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SÓLO SI LA RESPUESTA A VI.3.e ES DISTINTA DE 1

- f) ¿Como adquirió su entrada? 1
 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SÓLO SI ASISTIÓ A LA ÓPERA EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

- a) ¿Qué día de la semana era? 1
 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? 1
 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
 Instalaciones dedicadas a ese fin:
 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
 3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MÁXIMA)) 1
- d) ¿Que tipo de entrada utilizó? 1
 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
 2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SÓLO SI LA RESPUESTA A VI.4.d ES DISTINTA DE 1

- e) ¿Como adquirió su entrada? 1
 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SÓLO SI ASISTIÓ A LA ZARZUELA EN EL ÚLTIMO AÑO

5. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

- a) ¿Qué día de la semana era? 1
 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? 1
 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
 Instalaciones dedicadas a ese fin:
 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
 3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MÁXIMA)) 1
- d) ¿Que tipo de entrada utilizó? 1
 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
 2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SÓLO SI LA RESPUESTA A VI.5.d ES DISTINTA DE 1

- e) ¿Como adquirió su entrada? 1
 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SÓLO SI ASISTIÓ AL TEATRO EN EL ÚLTIMO AÑO

6. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

- a) ¿Qué día de la semana era? 1
 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? 1
 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
 Instalaciones dedicadas a ese fin:
 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
 3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Se trataba de un teatro de vanguardia, actual, clásico, musical, infantil o de otro tipo? 1
 1 De vanguardia 3 Clásico 5 Infantil
 2 Actual 4 Musical 6 Otros
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MÁXIMA)) 1
- e) ¿Que tipo de entrada utilizó? 1
 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
 2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SÓLO SI LA RESPUESTA A VI.6.e ES DISTINTA DE 1

- f) ¿Como adquirió su entrada? 1
 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

A TODOS

7. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya o no vaya más al?

	Ballet /Danza	Opera	Zarzuela	Teatro
1 El precio, es caro	1	1	1	1
2 Es difícil conseguir entradas	2	2	2	2
3 Hay poca oferta	3	3	3	3
4 Hay poca información	4	4	4	4
5 Prefiero oírlo por radio/ verlo en TV, vídeo, Internet	5	5	5	5
6 Me resulta difícil salir de casa (Cuidado de niños, mayores, etc.)	6	6	6	6
7 Me resulta difícil de entender	7	7	7	7
8 No tengo tiempo	8	8	8	8
9 No tengo interés	9	9	9	9
10 Por no tener con quién ir	10	10	10	10
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 7
	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 8

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

VII. CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA Y ACTUAL

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue a un concierto de música clásica?
¿Y de música actual?

	En el último trimestre (De.. a ...)	En el último año (De.. a ...)	Hace más de un año (De.. a ...)	Nunca o casi nunca	
a) Música clásica	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
b) Música actual	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>

SÓLO SI ASISTIÓ A UN CONCIERTO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue a un concierto de música clásica en el último trimestre?
¿Y de música actual?

	En el último trimestre (De.. a ...)	
a) Música clásica	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
b) Música actual	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>

A TODOS

3. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no asista más a conciertos de música clásica? ¿Y a conciertos de música actual?

	Conciertos de Música clásica	Conciertos de Música actual
1 El precio, es caro	1	1
2 Es difícil conseguir entradas	2	2
3 Hay poca oferta	3	3
4 Hay poca información	4	4
5 Prefiero oírlo por radio/verlo en televisión, video, Internet	5	5
6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.)	6	6
7 Me resulta difícil de entender	7	7
8 No tengo tiempo	8	8
9 No tengo interés	9	9
10 Por no tener con quién ir	10	10

1 2 3 4

SÓLO SI ASISTIÓ A CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

- a) ¿Qué día de la semana era?
- 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo?
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
- 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Se trataba de un concierto de
- 1 Orquesta sinfónica 4 Recital lírico
2 Grupo de cámara 5 Solista
3 Coro o grupo vocal 6 Otros
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el concierto que escuchó?
(De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

- e) ¿Que tipo de entrada utilizó?
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SÓLO SI LA RESPUESTA A VII.4.e ES DISTINTA DE 1

- f) ¿Como adquirió su entrada?
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SÓLO SI ASISTIÓ A CONCIERTOS DE MÚSICA ACTUAL EN EL ÚLTIMO AÑO

5. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

- a) ¿Qué día de la semana era?
- 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo?
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
- 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Se trataba de un concierto de..(LISTA)
- 1 Canciones infantiles
2 Canción de autor (Serrat)
3 Canción melódica (Julió Iglesias)
4 Flamenco
5 Nuevo flamenco
6 Otro folklore español:celta, regional
7 Pop / Rock español
8 Pop / Rock latino
9 Pop / Rock extranjero
10 Blues, Soul
11 Jazz
12 World music; folk; étnica
13 Reggae
14 Rap, Hip hop
15 Electrónica, tecno
16 Hard rock, metal, punk
17 Dancehouse
18 Otro tipo

- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el concierto que escuchó?(De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

- e) ¿Que tipo de entrada utilizó?
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SÓLO SI LA RESPUESTA A VII.5.e ES DISTINTA DE 1

- f) ¿Como adquirió su entrada?
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

VIII. CINE Y VÍDEO

CINE

IMPORTANTE: NO SE TRATA DE LA ÚLTIMA VEZ QUE VIO UNA PELÍCULA SINO DE LA ÚLTIMA VEZ QUE FUE AL CINE A VER UNA PELÍCULA

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue al cine?

- 1 En el último trimestre (De.. a ...)
- 2 En el último año (De.. a ...)
- 3 Hace más de un año (De.. a ...)
- 4 Nunca o casi nunca

SÓLO SI FUE AL CINE EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue al cine en el último trimestre?
 a) En el último trimestre (De.. a ...)

SÓLO SI FUE AL CINE EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que fue al cine ¿podría decirme....
 a) ¿Qué día de la semana era?

- 1 Lunes a viernes
- 2 Fin de semana o festivo

b) ¿En que tipo de recinto estaba ubicado el CINE?

- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
 Instalaciones dedicadas a ese fin:
- 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
- 3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)

c) ¿De qué tipo de película se trataba (LISTA..)

- | | | | |
|--------------------|-----------|--------------------|-----------|
| 1 Dibujos animados | 4 Comedia | 7 Aventuras | 10 Terror |
| 2 Infantil | 5 Drama | 8 Suspense | 11 Otros |
| 3 Ciencia ficción | 6 Acción | 9 Clásico, antiguo | |

d) Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyeron al elegir la película

- | | |
|-----------------|---|
| 1 Los actores | 5 La opinión de sus hijos |
| 2 El director | 6 La opinión de otros familiares y amigos |
| 3 El tema | 7 Las críticas |
| 4 La publicidad | |

e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con la película que vio? (de 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

f) ¿Que tipo de entrada utilizó?

- 1 Entrada gratuita
- 2 Abono
- 3 Entrada con algún descuento
- 4 Entrada a su precio normal

SOLO SI LA RESPUESTA A VIII.3.f ES DISTINTA DE 1

g) ¿Como adquirió su entrada?

- 1 Por teléfono
- 2 Por Internet
- 3 En taquilla
- 4 Otros

A TODOS

4. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya más al cine?

- | | |
|---|--|
| 1 El precio, es caro | 6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.) |
| 2 Es difícil conseguir entradas | 7 Me resulta difícil de entender |
| 3 Hay poca oferta | 8 No tengo tiempo |
| 4 Hay poca información | 9 No tengo interés |
| 5 Prefiero verlo en televisión, video, Internet | 10 Por no tener con quién ir |

5. Si piensa en los estrenos de películas que ha visto en los últimos meses en cine ¿ Como valoraría en una escala de 0 a 10.....

- | | | | |
|--------------------|----------------------|----------------------------|----------------------|
| a) El cine español | <input type="text"/> | c) El cine norteamericano | <input type="text"/> |
| b) El cine europeo | <input type="text"/> | d) El cine latinoamericano | <input type="text"/> |
| | | e) El cine asiático | <input type="text"/> |

6. En el último año, si excluimos las películas ¿ha ido a una sala de cine para ver otro tipo de espectáculos grabados o transmitidos en directo

- a) Un concierto
- b) Otros espectáculos escénicos (ópera, etc.)
- c) Un espectáculo deportivo
- d) Otro tipo de espectáculos

VÍDEO

7. ¿Con que frecuencia suele usted ver vídeo VHS, DVD o en otros formatos?

- 1 Diariamente (Todos o casi todos los días)
- 2 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez al mes
- 4 Al menos una vez al trimestre
- 5 Al menos una vez al año
- 6 Nunca o casi nunca

SÓLO SI SUELE VER VIDEOS (Si ha respondido 1a 5 en pregunta VIII.7)

8. ¿Qué medios utiliza para verlo?

- | | En equipos NO conectados a un ordenador | En el ordenador o en equipos conectados a él |
|---|---|--|
| a) Cintas VHS | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| b) CD, DVD o Blue Ray | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| c) Otros soportes digitales (ficheros) | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| d) Directamente en Internet | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| e) Alquilando a través de canales digitales | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

SOLO SI VE VIDEOS AL MENOS UNA VEZ A LA SEMANA

9. ¿Cuánto tiempo dedicó en total la semana pasada a ver videos?

HORAS MINUTOS

A TODOS

10. ¿Cuándo fue la última vez que obtuvo o adquirió (compra, alquiler o grabación) videos VHS, DVD o en cualquier otro formato? (Con contenido No virgenes)

- IMPORTANTE: LA COMPRA INCLUYE COMPRA A TRAVES DE INTERNET LA GRABACION INCLUYE DESDE OTRO CD, DVD, RADIO, TV, PC, O DESCARGAS GRATUITAS DE INTERNET**
- | | COMPRO | ALQUILO | GRABO O DESCARGO GRATUITAMENTE |
|--------------------------|----------------------|----------------------|--------------------------------|
| 1 En el último trimestre | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 2 En el último año | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 3 Hace más de un año | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 4 Nunca o casi nunca | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

VIII. CINE Y VÍDEO

SÓLO SI OBTUVO VÍDEOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

11. ¿Cuántos videos VHS, DVD o en otro formato compró, alquiló o grabó en el último trimestre?

COMPRÓ	ALQUILÓ	GRABÓ O DESCARGÓ GRATUIT.
_____1	_____2	_____3

12. ¿De que formato eran los videos que obtuvo o adquirió (compra, alquiler o grabación) en el último trimestre?

	COMPRÓ	ALQUILÓ	GRABÓ O DESCARGÓ GRATUIT.
a) VHS	_____1	_____2	_____3
b) CD, DVD, Blue Ray	_____1	_____2	_____3
c) Otros soportes digitales (ficheros)	_____1	_____2	_____3

13. ¿De que manera obtuvo o adquirió videos (de cualquier formato) en el último trimestre ? (Señale el número de cada tipo) (LISTA)

a) Los compró en un establecimiento	_____1
b) Los compró en un kiosco de prensa	_____1
c) Eran videos con marca, comprados en un mercadillo o puesto ambulante	_____1
d) Eran videos sin marca, comprados en un mercadillo o puesto ambulante	_____1
e) Los compró por correo o venta telefónica	_____1
f) Los compró por Internet	_____1
g) Los descargó pagando de Internet	_____1
h) Los descargó gratuitamente de Internet	_____1
i) Los grabó desde la TV..	_____1
j) Los copió de un amigo o familiar	_____1
k) Eran un regalo	_____1

SÓLO SI HA RESPONDIDO d) EN PREGUNTA VIII.13

14. ¿Por qué motivos prefirió realizar compras de videos sin marca en mercadillos o puestos ambulantes?

a) Comodidad	_____1
b) Rapidez, inmediatez	_____1
c) Ahorro económico	_____1
d) Horarios	_____1
e) No los encontré en un establecimiento comercial	_____1

SÓLO SI HA RESPONDIDO h) ó j) EN PREGUNTA VIII.13

15. ¿Por qué motivos prefirió realizar descargas gratuitas de Internet o utilizar copias?

	Descargas gratuitas de Internet	Copias
a) Comodidad	_____1	_____2
b) Rapidez, inmediatez	_____1	_____2
c) Ahorro económico	_____1	_____2
d) Horarios	_____1	_____2
e) No los encontré en un establecimiento comercial	_____1	_____2
f) Verlo antes de efectuar la compra	_____1	_____2

SOLO SI HA RESPONDIDO a) EN LA PREGUNTA VIII.13

16. ¿Qué tipo de establecimiento era?

1 Un establecimiento especializado	_____1
2 Otros (gran almacén, etc.)	_____1

SÓLO SI HA RESPONDIDO h) EN PREGUNTA VIII.13

17. ¿Qué programas suele utilizar en sus descargas de videos de Internet?

1 Programas de intercambio de ficheros (P2P)	_____1	3 Servicios de descarga directa de servidores (rapidshare, maqaulpod, etc.)	_____3
2 Programas de mensajería instantánea (messenger,....)	_____2		

18. En relación a la última descarga gratuita de videos podría decirme si

1 Tuvo que registrarse como usuario	_____1	3 Vio publicidad mientras realizaba la descarga	_____3
2 Tuvo que cumplimentar un cuestionario	_____2	4 Vio publicidad mientras veía el video	_____4
5 Comprobó- o las conocía de anteriores ocasiones- las referencias a condiciones de uso de la propiedad intelectual	_____5		

SÓLO SI OBTUVO VÍDEOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

19. ¿De que tipo eran los videos que obtuvo o adquirió en el último trimestre?

	COMPRÓ	ALQUILÓ	GRABÓ O DESCARGÓ GRATUIT.	VIO
1) Documental	_____1	_____2	_____3	_____4
2) Cursos (idiomas, etc)	_____1	_____2	_____3	_____4
3) Deportes	_____1	_____2	_____3	_____4
4) Películas	_____1	_____2	_____3	_____4
5) Video musical	_____1	_____2	_____3	_____4
6) Otros tipos	_____1	_____2	_____3	_____4

SÓLO SI OBTUVO VÍDEOS DE PELÍCULAS O las VIO en el último trimestre

20. ¿De que género y nacionalidad son los videos de películas que suele comprar, alquilar, grabar o descargar? ¿Y los que suele ver?

	COMPRÓ	ALQUILÓ	GRABÓ O DESCARGO GRATUIT.	VIO
a) GENERO				
1) Dibujos animados	_____1	_____12	_____23	_____34
2) Infantil	_____2	_____13	_____24	_____35
3) Ciencia ficción	_____3	_____14	_____25	_____36
4) Comedia	_____4	_____15	_____26	_____37
5) Drama	_____5	_____16	_____27	_____38
6) Acción	_____6	_____17	_____28	_____39
7) Aventuras	_____7	_____18	_____29	_____40
8) Suspense	_____8	_____19	_____30	_____41
9) Terror	_____9	_____20	_____31	_____42
10) Clásico, antiguo	_____10	_____21	_____32	_____43
11) Otros géneros	_____11	_____22	_____33	_____44
b) NACIONALIDAD				
1) Española	_____1	_____6	_____11	_____16
2) Otras europeas	_____2	_____7	_____12	_____17
3) Norteamericana	_____3	_____8	_____13	_____18
4) Latinoamericano	_____4	_____9	_____14	_____19
5) Otras	_____5	_____10	_____15	_____20

A TODOS

21. Si piensa en las películas que ha visto en los últimos meses en video ¿ Como valoraría en una escala de 0 a 10.....

a) El cine español	_____1	c) El cine norteamericano	_____1
b) El cine europeo	_____1	d) El cine latinoamericano	_____1
		e) El cine asiatico	_____1

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

IX. MÚSICA

1. ¿Con qué frecuencia suele usted escuchar música de radio, CD o casetes o de otros soportes? 1

- 1 Diariamente (Todos o casi todos los días)
- 2 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez al mes
- 4 Al menos una vez al trimestre
- 5 Al menos una vez al año
- 6 Nunca o casi nunca

SÓLO SI SUELE ESCUCHAR MÚSICA
(Si ha respondido 1 a 5 en pregunta IX.1)

2. ¿Que medios o soportes suele utilizar para escuchar música?

MEDIOS	En equipos NO conectados a un ordenador	En el ordenador o en equipos conectados a él
a) La radio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
b) El móvil	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
c) La televisión	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
d) El ordenador		<input type="checkbox"/> 2
e) Equipos de música portátiles (Diskman, MP3, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
f) Otros equipos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
SOPORTES		
g) Casete o disco de vinilo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
h) CD, DVD o Blue Ray	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
i) Otros formatos digitales (ficheros)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
j) Directamente en Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

3. ¿Dónde suele escuchar música?

a) En casa	<input type="checkbox"/> 1	d) En el transporte público	<input type="checkbox"/> 1
b) En el trabajo	<input type="checkbox"/> 1	e) En otro lugar	<input type="checkbox"/> 1
c) En el coche	<input type="checkbox"/> 1		

SÓLO SI ESCUCHA MÚSICA AL MENOS UNA VEZ A LA SEMANA

4. ¿Cuanto tiempo suele dedicar a escuchar música?

	HORAS	MINUTOS
a) De lunes a viernes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
b) En fin de semana o festivo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

A TODOS

5. ¿Cuándo fue la última vez que obtuvo o adquirió (compró, grabó o descargó gratuitamente música?

IMPORTANTE:

LA COMPRA INCLUYE COMPRA A TRAVÉS DE INTERNET
LA GRABACION INCLUYE DESDE OTRO CD,RADIO,TV,PC,
O DESCARGAS GRATUITAS DE INTERNET

	COMPRÓ	GRABÓ O DESCARGÓ GRATUITAMENTE
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
a) En el último trimestre	1	1
b) En el último año	2	2
c) Hace más de un año	3	3
d) Nunca o casi nunca	4	4

SÓLO SI OBTUVO MÚSICA EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

6. ¿Cuántos CD, DVD de música o casetes o temas musicales compró, grabó o descargó en el último trimestre?

	COMPRÓ	GRABÓ O DESCARGÓ GRATUITAMENTE
a) CD, DVD o casetes	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
b) Temas musicales	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

7. ¿De que manera obtuvo o adquirió música grabada (cualquier formato) en el último trimestre? (señale el número de cada tipo) (LISTA)

	CD, DVD o casetes	Temas musicales
a) La compró en un establecimiento	<input type="checkbox"/> 1	
b) La compró en un kiosco de prensa	<input type="checkbox"/> 1	
c) Eran CD, DVD, casetes, etc. CON marca comprados en mercadillo o puesto ambulante	<input type="checkbox"/> 1	
d) Eran CD, DVD, casetes, etc. SIN marca comprados en mercadillo o puesto ambulante	<input type="checkbox"/> 1	
e) La compró por correo o venta telefónica	<input type="checkbox"/> 1	
f) La compró por Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
g) La descargó pagando de Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
h) La descargó gratuitamente de Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
i) La grabó desde la radio o TV.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
j) La copió de un amigo o familiar	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
k) Era un regalo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

SÓLO SI HA RESPONDIDO d) EN LA PREGUNTA IX.7

8. ¿Por qué motivos prefirió realizar compras de CD, DVD de música o casetes sin marca en mercadillos o puestos ambulantes?

a) Comodidad	<input type="checkbox"/> 1
b) Rapidez, inmediatez	<input type="checkbox"/> 1
c) Ahorro económico	<input type="checkbox"/> 1
d) Solo quería un tema musical	<input type="checkbox"/> 1
e) Quería escuchar la canción antes de comprarla	<input type="checkbox"/> 1
f) Horarios	<input type="checkbox"/> 1
g) No lo encuentro en establecimientos comerciales	<input type="checkbox"/> 1

SÓLO SI HA RESPONDIDO h) ó j) EN LA PREGUNTA IX.7

9. ¿Por qué motivos prefirió realizar descargas gratuitas de Internet o utilizar copias?

	Descargas gratuitas de Internet	Copias
a) Comodidad	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
b) Rapidez, inmediatez	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
c) Ahorro económico	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
d) Solo quería un tema musical	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
e) Quería escuchar la canción antes de comprarla	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
f) Horarios	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
g) No lo encuentro en establecimientos comerciales	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

SÓLO SI HA RESPONDIDO h) EN LA PREGUNTA IX.7

10. ¿Qué programas suele utilizar en sus descargas música de Internet?

1 Programas de intercambio de ficheros (P2P)	<input type="checkbox"/> 1
2 Programas de mensajería instantánea (Messenger, etc.)	<input type="checkbox"/> 1
3 Servicios de descarga directa de servidores (RapidShare, Megaupload, etc.)	<input type="checkbox"/> 1

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

IX. MÚSICA

11. En relación a la última descarga gratuita de música podría decirme si

- 1 Tuvo que registrarse como usuario 1
- 2 Tuvo que cumplimentar un cuestionario 1
- 3 Vió publicidad mientras realizaba la descarga 1
- 4 Comprobó- o las conocía de anteriores ocasiones- las referencias a condiciones de uso de la propiedad intelectual 1

SÓLO SI HA RESPONDIDO a) EN LA PREGUNTA IX.7

12. ¿Qué tipo de establecimiento era?

- 1 Un establecimiento especializado 1
- 2 Otros (gran almacén, etc.) 1

A TODOS

13. ¿De que temas era la música que ha comprado, grabado o escuchado en el último trimestre?

LISTA	COMPRA	GRABA O DESCARGA GRATUIT	ESCUCHA
a) Canciones infantiles	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
b) Canción de autor	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
c) Canción melódica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
d) Flamenco	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
e) Nuevo flamenco	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
f) Otro folklore español: celta, regional	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
g) Pop / Rock español	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
h) Pop / Rock latino	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
i) Pop / Rock extranjero	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
j) Blues, Soul	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
k) Jazz	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
l) World musica folk, étnica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
m) Reggae	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
n) Rap, Hip hop	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
o) Electrónica, tecno	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
p) Hard rock, metal, punk	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
q) Dance / house	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
r) Música clásica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
s) Lírica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
t) Ópera	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
u) Zarzuela	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3
v) Otro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3

14. ¿Por qué motivos no compra más cassetes, DVD o CD de música con marca?

- 1 Graba la música que quiere de amigos 1
- 2 Baja música de Internet 1
- 3 Los CD, DVD, Blue Ray son caros 1
- 4 No está al día de las novedades 1
- 5 La música no le interesa demasiado 1
- 6 No tiene tiempo para escuchar música 1
- 7 La música que quiere oír la oye por radio o televisión 1
- 8 La música que quiere oír la oye en Internet 1
- 9 Otras 1

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

X. TELEVISIÓN

1. ¿Suele ver televisión? 1
- 1 Si 2 No

SÓLO SI SUELE VER LA TELEVISIÓN

2. ¿Con que frecuencia suele usted ver la televisión? 1
- 1 Diariamente (Todos o casi todos los días)
- 2 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez al mes
- 4 Con menos frecuencia

3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar al día a ver la televisión?
- | | HORAS | MINUTOS |
|---------------------------------------|---|---|
| a) De lunes a viernes, salvo festivos | ... <input type="text"/> <input type="text"/> | ... <input type="text"/> <input type="text"/> |
| b) En fin de semana o festivo | ... <input type="text"/> <input type="text"/> | ... <input type="text"/> <input type="text"/> |

4. ¿Ha visto la televisión en el último mes directamente en Internet?
1. Si 2. No ... 1

5. ¿Qué tipo de programas suele ver?
- a) Programas infantiles ... 1
 - b) Noticias e información ... 1
 - c) Series ... 1
 - d) Películas, largometrajes ... 1
 - e) Teatro ... 1
 - f) Otros espectáculos de artes escénicas (ópera, ballet, etc.) ... 1
 - g) Conciertos de música clásica ... 1
 - h) Conciertos de música actual ... 1
 - i) Otros programas musicales ... 1
 - j) Programas relacionados con la lectura ... 1
 - k) Documentales y programas culturales ... 1
 - l) Concursos culturales ... 1
 - m) Otros concursos ... 1
 - n) Deportes ... 1
 - o) Programas religiosos ... 1
 - p) Debates, tertulias ... 1
 - q) Programas de telecompra ... 1
 - r) Programas con entrevistas, actuaciones, etc. ... 1
 - s) Otro tipo de programas de entretenimiento ... 1

6. ¿Que medios suele utilizar para ver la televisión?
- a) La televisión ... 1
 - b) El ordenador ... 1
 - c) El móvil ... 1
 - d) Otros equipos ... 1

XI. RADIO

1. ¿Suele escuchar la radio? 1
- 1 Si 2 No

SÓLO SI SUELE ESCUCHAR LA RADIO

2. ¿Con que frecuencia suele usted escuchar la radio? 1
- 1 Diariamente (Todos o casi todos los días)
- 2 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez al mes
- 4 Con menos frecuencia

3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar al día a escuchar la radio?
- | | HORAS | MINUTOS |
|---------------------------------------|---|---|
| a) De lunes a viernes, salvo festivos | ... <input type="text"/> <input type="text"/> | ... <input type="text"/> <input type="text"/> |
| b) En fin de semana o festivo | ... <input type="text"/> <input type="text"/> | ... <input type="text"/> <input type="text"/> |

4. ¿Ha escuchado la radio en el último mes directamente en Internet?
1. Si 2. No ... 1

5. ¿Qué tipo de programas suele oír?
- a) Programas infantiles ... 1
 - b) Noticias e información ... 1
 - c) Series, radionovelas ... 1
 - d) Conciertos de música clásica ... 1
 - e) Conciertos de música actual ... 1
 - f) Otros programas musicales ... 1
 - g) Programas relacionados con la lectura ... 1
 - h) Documentales y programas culturales ... 1
 - i) Concursos ... 1
 - j) Deportes ... 1
 - k) Programas religiosos ... 1
 - l) Tertulias ... 1
 - m) Programas con entrevistas, actuaciones, etc. ... 1
 - n) Otro tipo de programas de entretenimiento ... 1

6. ¿Que medios suele utilizar para escuchar la radio?
- a) La radio ... 1
 - b) El ordenador ... 1
 - c) La televisión ... 1
 - d) El móvil ... 1
 - e) Otros equipos de música ... 1

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

XIII. OTRAS PRÁCTICAS RELACIONADAS CON EL OCIO Y LA CULTURA

PRÁCTICAS CULTURALES ACTIVAS

1. En relación con las actividades artísticas de la LISTA ¿ Podría decirme si en el último año ha practicado (como AFICIÓN no como profesión) alguna de ellas ?

1. SI 2. NO

- a) Escribir (poesía, cuentos, etc.) 1
- b) Pintar o dibujar 1
- c) Otras artes plásticas (cerámica, papel, restauración, etc.) 1
- d) Hacer fotografía 1
- e) Hacer vídeo 1
- f) Diseño de páginas Web 1
- g) Otras audiovisuales 1
- h) Hacer Teatro 1
- i) Danza, ballet, baile 1
- j) Tocar un instrumento musical 1
- k) Cantar en un coro 1
- l) Otras vinculadas a la música 1
- m) Otras actividades artísticas 1

OTRAS PRÁCTICAS RELACIONADAS CON EL OCIO Y LA CULTURA

2. En el último año, ¿Podría decirme si

1. SI 2. NO

- a) Fue al circo 1
- b) Fue a algún espectáculo de artes escénicas no mencionado anteriormente 1
- Señale cual L
- c) Fue a un Centro Cultural 1
- d) Asistió a una conferencia o mesa redonda 1
- e) Visitó un Zoo o un Parque con animales 1
- f) Visitó un Jardín Botánico 1
- g) Visitó un Parque Temático 1
- h) Visitó un Parque Acuático 1
- i) Visitó un Parque de Atracciones 1
- j) Visitó una feria 1
- k) Fue a espectáculos deportivos 1
- l) Fue a los toros. 1

FORMACIÓN CULTURAL

3. Señale por favor si en el último año ha estado matriculado en alguno de los cursos de formación complementaria de la LISTA DE MATERIAS (fuera del colegio, instituto, Universidad)

1. SI 2. NO 1

Solo si la respuesta es afirmativa

4. En relación a los cursos de formación complementaria en los que ha estado matriculado en el último año, señale por favor la materia del curso/s el total de horas de los cursos realizados

MATERIA DEL CURSO	Realizó al menos un curso	En caso afirmativo
	(1, SI, 2 NO)	Número de HORAS
a) Curso o taller de escritura	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
b) Pintura o dibujo	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
c) Otras artes plásticas (cerámica, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
d) Fotografía no profesional	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
e) Otras audiovisuales	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
f) Teatro	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
g) Danza, baile	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
h) Otras artes escénicas	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
i) Tocar un instrumento musical	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
j) Otra formación musical (canto, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
k) Diseño	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2
l) Otras materias vinculadas a la cultura	<input type="checkbox"/> 1	_____ 2

5. En relación al último de los cursos de formación complementaria en los que ha estado matriculado en el último año ¿Se trata de un curso.....

- 1 Con presencia en el sitio en el que se impartía 1
- 2 A distancia con asistencia por ordenador 2
- 3 A distancia sin asistencia por ordenador 3

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2010-2011

MÓDULO NIÑOS. SÓLO SI TIENE MENORES DE 10 A 14 AÑOS VIVIENDO EN SU HOGAR (I.O.C MAYOR DE CERO)

	Identificador	Identificador	Identificador
1. Respecto a cada uno de los niños de 10 a 14 años que viven en su hogar ¿podría decirme su nombre, sexo y su edad?	1. Niño <input type="text"/> 1 2. Niña <input type="text"/> 2 Edad <input type="text"/>	1. Niño <input type="text"/> 1 2. Niña <input type="text"/> 2 Edad <input type="text"/>	1. Niño <input type="text"/> 1 2. Niña <input type="text"/> 2 Edad <input type="text"/>
2. ¿Ha realizado alguno de ellos alguna de las siguientes actividades en el último año con el colegio o con su familia o amigos?	Con el colegio Solos, con su familia o amigos	Con el colegio Solos, con su familia o amigos	Con el colegio Solos, con su familia o amigos

1. SI 2. NO 3. NO SABE NO CONTESTA

a) Visitar un monumento	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
b) Visitar un museo	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
c) Visitar una exposición	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
d) Asistir a un concierto de música clásica	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
e) Asistir a un concierto de música actual	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
f) Asistir al teatro	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
g) Asistir a un ballet	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
h) Asistir a la zarzuela	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
i) Asistir a la ópera	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
j) Asistir al circo	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
k) Asistir al cine	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2
l) Utilizar el ordenador	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2

1. SI 2. NO 3. NO SABE NO CONTESTA

3 ¿Ha realizado alguna de las siguientes actividades en el último año?		
a) Acceder a Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
b) Acceder a Internet por ocio (para escuchar música, jugar videojuegos, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
c) Utiliza el móvil para escuchar música, jugar con videojuegos, etc.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
d) Escribir (poesía, cuentos, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
e) Pintar o dibujar	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
f) Otras artes plásticas (cerámica, papel, etc.)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
g) Hacer Teatro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
h) Danza, ballet, baile	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
i) Tocar un instrumento musical	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
j) Cantar en un coro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
k) Escuchar música	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
l) Leer un libro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
m) Leer una revista	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
n) Consultar una enciclopedia	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
o) Ir a una biblioteca	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
p) Acceder a una biblioteca por Internet	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
q) Ver videos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
r) Hacer fotografía o vídeo	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1
s) Jugar con videojuegos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 1

CUESTIONARIO
ENCUESTA HáBITOS Y PRÁCTICAS
CULTURALES 2014-2015



ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014- 2015

BORRADOR V-003

PERIODO TRIMESTRAL:

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA PERSONA SELECCIONADA

PROVINCIA MUNICIPIO DISTRITO SECCION CODSEC

ESTRATO N PER GRUPO IDENTIFICADOR

HORA INICIO DE LA ENTREVISTA : TITULAR/ RESERVA

HORA FINALIZACION DE LA ENTREVISTA :

NOMBRE

DIRECCION POSTAL COMPLETA

..... CÓDIGO POSTAL

TELEFONO

CARACTERÍSTICAS Y FINALIDAD DE LA ENCUESTA

La Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2014- 2015 es una investigación por muestreo de carácter oficial dirigida a las personas de 15 años en adelante residentes en España

Su finalidad es evaluar los hábitos y prácticas culturales de los españoles.

LEGISLACION

Secreto estadístico

Serán objeto de protección y quedarán amparados por el secreto estadístico los datos personales que obtengan los servicios estadísticos tanto directamente de los informantes como a través de fuentes administrativas (Art. 13.1. de la Ley de la Función Estadística Pública de 9 Mayo de 1989 (LFEP)). Todo el personal estadístico tendrá la obligación de preservar el secreto estadístico (Art. 17.1 de la LFEP)

Obligación de facilitar los datos

Esta encuesta es de cumplimiento obligatorio al tratarse de una encuesta para fines estatales incluida en el Plan Estadístico Nacional 2013-2016, aprobado por Real Decreto 1658/2012.

Las Leyes 4/1990 y 13/1996 establecen la obligación de facilitar los datos que se soliciten para la elaboración de esta estadística

Todas las personas que suministren datos deben contestar de una forma veraz, exacta, completa y dentro del plazo (Art. 10.2 de la LFEP)

INSTRUCCIONES AL AGENTE ENTREVISTADOR

Las instrucciones completas para el agente entrevistador figuran en el manual del agente. Se destacan aquí los siguientes aspectos:

Las encuestas se realizarán de forma personal

En las preguntas que recogen períodos de tiempo solapados, el entrevistador no seguirá preguntando una vez que encuentre la primera respuesta positiva. Por ejemplo en IV.1.a. si responde afirmativamente a " En el último trimestre", pasará a IV.1.b.

La referencia en algunas preguntas a la palabra "LISTA" indica que el entrevistador enseñará una lista impresa con las posibles respuestas a la pregunta

El entrevistador debe cumplimentar, siempre que proceda, todos los campos que figuren con identificador de grebeación: no sombreado
En los casos en los que este identificador esté sombreado, sólo deberá poner un círculo en la respuesta o respuestas correctas.

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

I. DATOS PERSONALES

1. SEXO 1 Hombre 2 Mujer

2. NACIONALIDAD

 1. Española 2. Española y otra 3. Extranjera

3. AÑO DE NACIMIENTO

4. NIVEL DE ESTUDIOS
(Señale por favor los estudios finalizados o título de mayor nivel)

.....

1 Fue menos de 9 años a la escuela (incluye personas que no saben leer ni escribir o no han asistido a la escuela)

2 Fue a la escuela 9 o más años pero no finalizó con el título de ESO, EGB o de Bachiller Elemental (incluye Certificado de Escolaridad)

3 Título de ESO, EGB o Bachiller Elemental o Certificado de Estudios Primarios (anterior a la L.G.E. 1970)

4 Título de Bachiller, BUP, Bachiller Superior, COU, PREU

5 Título de Ciclo Formativo de Grado Medio, FP I, Oficialía Industrial o equivalente

6 Título de Ciclo Formativo de Grado Superior, FP II, Maestría Industrial o equivalente

7 Titulaciones de Grado Universitario (4 años), Diplomatura, Arquitectura e Ingeniería Técnica o 3 cursos aprobados de Licenciatura

8 Titulaciones de Grado Universitario largo (5 años), de Master universitario, Licenciatura, Arquitectura, Ingeniería o Doctorado

5. SITUACION LABORAL

1 Trabajando

2 Parado

3 Jubilado o retirado del trabajo / pensionista

4 Incapacitado permanente

5 Estudiante (que no trabaja)

6 Dedicado a las labores de su hogar 7 Otros

SOLO SI ESTA TRABAJANDO (Si ha respondido 1 en pregunta I.5)

6. SITUACION PROFESIONAL

1 Por cuenta propia 2 Por cuenta ajena

A TODOS

7. SITUACION PERSONAL

1 Soltero sin hijos en casa de sus padres

2 Soltero independiente, divorciado, separado o viudo sin hijos a su cargo

3 Soltero, divorciado, separado o viudo con hijos a su cargo

4 Casado o en pareja sin hijos

5 Casado o en pareja con algún hijo menor de 18 años (aunque además tenga otros hijos)

6 Casado o en pareja con hijos de 18 o más años en casa

7 Casado o en pareja con hijos de 18 o más años que no viven en casa

8 Otros

8. En relación a su estado físico, ¿cómo es su salud en general?

1 Buena o muy buena 2 Aceptable 3 Mala o muy mala

9. ¿Tiene alguna enfermedad crónica o problema de salud de larga duración?

1 Si 2 No

10. NUMERO DE PERSONAS EN EL HOGAR (Incluido el entrevistado)

a) Mayores de 18 años c) De 10 a 14 años

b) De 15 a 18 años d) De menos de 10 años

II. EQUIPAMIENTOS CULTURALES

Señale por favor si dispone de alguno(s) de los siguientes equipamientos en su hogar y, si se solicita, estime el número

1. LECTURA En formato papel En formato digital

 SI Número SI Número

a) Libros

b) Enciclopedias

c) Lectores de libro digital (e-reader, tablet) d) Otros dispositivos móviles con lector de libro digital (smartphone,...)

2. MUSICA

a) Equipos de sonido en los que puede escuchar música de

Radio CD, DVD o Blu Ray

Discos de vinilo Otros archivos de música digital (MP3 y otros)

b) Reproductor de música digital (MP3, Ipod y otros)

c) Móvil con reproductor de música

d) Soportes de sonido (CD, discos)

Discos de vinilo Número

CD, DVD o Blu Ray Número

Otros soportes de música digital Número

e) Instrumentos musicales Número

3. AUDIOVISUALES

a) Equipos en los que puede ver la televisión

Televisión Otros equipos

b) Equipos en los que puede ver videos

Video DVD, Blu Ray Reproductor de video digital

Otros equipos

c) Equipos en los que puede hacer fotografías o videos

Cámara de fotos Cámara de fotos y video

Cámara de video Móvil con reproductor de video

d) Soportes de video (CD, DVD, etc.)

CD, DVD o Blue Ray de video Número

Otros archivos de video digital (MP4 y otros) Número

4. ORDENADOR, TABLETS E INTERNET

a) Ordenador Número

Lector de CD, DVD o Blu Ray

Grabador de CD, DVD o Blu Ray

Disco extraíble o disco duro externo multimedia

b) Software de juegos Software educativo

Programas de reproducción de audio o video (MP3, MP4, AVI, etc.)

c) Tablet o similar

d) Acceso a Internet

Banda ancha (ADSL, fibra óptica, similares)

Internet móvil de banda ancha (GSM, 3G, 4G, etc.)

e) PDA (Personal Digital Assistant) y similares

f) Console de video juegos, PSP, Wii, etc.

g) Móvil con acceso a Internet

III. INTERÉS EN ACTIVIDADES CULTURALES

1. ¿Cómo calificaría su interés en las siguientes actividades culturales?
(Desde 0 (NINGUN INTERÉS) hasta 10 (MÁXIMO INTERÉS))

- | | | | | | | |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| a) Lectura en general | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| a1) Leer libros (por trabajo o estudios) | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| a2) Leer libros por otras razones (ni trabajo ni estudios) | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| a3) Leer periódicos | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| a4) Leer revistas | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| b) Asistir o acceder por Internet a bibliotecas | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| c) Archivos | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| d) Museos | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| e) Exposiciones (Fuera de un museo) | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| f) Galerías de arte | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| g) Monumentos | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| h) Yacimientos arqueológicos | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| i) Cine | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| j) Escénicas en general | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| j1) Teatro | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| j2) Ópera | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| j3) Zarzuela | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| j4) Ballet o danza | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| j5) Circo | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| k) Música en general | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| k1) Conciertos de música clásica | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| k2) Conciertos de música actual | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| k3) Escuchar música | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |
| l) Toros | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ | _____ |

IV. MONUMENTOS, YACIMIENTOS, MUSEOS, ARCHIVOS

1. ¿Cuándo fue la última vez que...?

	En el último trimestre (De... a...)	En el último año (De... a...)	Hace más de un año (De... a...)	Nunca o casi nunca	
a) Visitó un monumento	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
b) Visitó un yacimiento arqueológico	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
c) Visitó un museo	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
d) Visitó una exposición (Fuera de un museo)	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
e) Visitó una galería de arte	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>
f) Fue a un archivo	1	2	3	4	<input type="checkbox"/>

SÓLO SI FUE EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces visitó o fue a ... en el último trimestre?
(De... a...)

- | | | | |
|---------------------------------------|-------|-------|-------|
| a) Un monumento | _____ | _____ | _____ |
| b) Un yacimiento arqueológico | _____ | _____ | _____ |
| c) Un museo | _____ | _____ | _____ |
| d) Una exposición (Fuera de un museo) | _____ | _____ | _____ |
| e) Una galería de arte | _____ | _____ | _____ |
| f) Un archivo | _____ | _____ | _____ |

SÓLO SI FUERON EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que visitó un ... ¿podría decirme el motivo de su visita? ¿Que día de la semana era? ¿Eran vacaciones o periodo laboral?

	1. Profesión o estudios 2. Ocio o entretenimiento	1. Lunes a viernes 2. Fin de semana o festivo	1. Vacaciones 2. Periodos laborales
a) Monumento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Yacimiento arq.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Museo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Exposición (Fuera de un museo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Galería de arte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Archivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SÓLO SI VISITARON UN MUSEO EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que visitó un museo ¿podría decirme...

- a) ¿Dónde estaba ubicado? _____
- 1 En su ciudad
 - 2 En su Comunidad Autónoma pero no en su ciudad
 - 3 En España pero no en su Comunidad Autónoma
 - 4 En la Unión Europea pero no en España
 - 5 Fuera de la Unión Europea
- b) ¿Qué tipo de museo era (LISTA)...? _____
- 1 Museo de arte (Bellas artes, Artes decorativas, Arte contemporáneo)
 - 2 Museo de arqueología e historia
 - 3 Museo de historia natural y ciencias naturales
 - 4 Museo de ciencia y tecnología
 - 5 Museo de etnografía y antropología
 - 6 Museo especializado (todos los aspectos de un solo tema)
 - 7 Museo general (colecciones mixtas, más de una categoría)
 - 8 Otros museos
- c) ¿Acudió solo o en compañía? _____
- 1 Solo
 - 2 Con mis hijos u otros niños
 - 3 Con otros familiares o amigos
 - 4 Grupo escolar
 - 5 Otros grupos organizados
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con la visita?
(De 0 (NINGUNA) a 10 (MÁXIMA)) _____
- e) ¿Que tipo de entrada utilizó? _____
- 1 Entrada gratuita
 - 2 Abono
 - 3 Entrada con algún descuento
 - 4 Entrada a su precio normal
 - 5 Jornada de puertas abiertas

SI LA RESPUESTA A IV.4.e es 2, 3 o 4

- f) ¿Cómo adquirió su entrada? _____
- 1 Por teléfono
 - 2 Por Internet
 - 3 En taquilla
 - 4 Otros

g) ¿Podría decirme las actividades que suele realizar al visitar un museo?

- 1 Visitar la colección permanente o temporal del museo _____
 - 2 Otras actividades en el museo _____
- a) Actividades educativas _____
- b) Cursos, talleres, seminarios, jornadas _____
- c) Conferencias y proyecciones audiovisuales _____
- d) Conciertos y otras actividades escénicas _____

A TODOS

5. ¿Ha realizado en el último año alguna visita virtual a un museo a través de Internet? _____
6. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya más a los museos? _____
- 1 El precio
 - 2 Es difícil conseguir entradas
 - 3 No hay en mi zona, están lejos
 - 4 Hay poca información
 - 5 Prefiero visitas virtuales
 - 6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.)
 - 7 Me resulta difícil de entender
 - 8 No tengo tiempo
 - 9 No tengo interés
 - 10 Por no tener con quién ir
7. En relación al mercado del arte, en el último año...
- a) ¿Ha asistido a subastas o ferias de arte? _____
- b) ¿Ha realizado alguna compra de obras de arte? _____
- c) ¿Se considera coleccionista de obras de arte? _____

V. LECTURA Y BIBLIOTECAS

LIBROS

1. ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios? ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, etc.?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
	<input type="text"/>	<input type="text"/>
1 En el último mes (De... a ...)	1	1
2 En el último trimestre (De... a ...)	2	2
3 En el último año (De... a ...)	3	3
4 Hace más de un año (De... a ...)	4	4
5 Nunca o casi nunca	5	5

SÓLO SI LEYÓ EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántos libros leyó por motivos profesionales o por estudios en el último trimestre? ¿Y por otros motivos: ocio o entretenimiento?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) Libros en formato papel	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Libros en formato digital	<input type="text"/>	<input type="text"/>

3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar a la lectura en un día laboral? ¿Y en fin de semana o festivo?

	Por profesión o estudios		Por otros motivos	
	HORAS	MINUTOS	HORAS	MINUTOS
a) De lunes a viernes	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) En fin de semana o festivo	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SÓLO SI LEYÓ EN EL ÚLTIMO AÑO

4. ¿Podría señalar el/los formatos de libro que suele leer?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) En formato papel	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) En formato digital	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Directamente de Internet	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) En un lector de libros digitales (e-reader o tableta)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) A través de otros soportes móviles (smartphone, etc.)	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SÓLO SI LEYÓ EN EL ÚLTIMO AÑO POR OCIO O ENTRETENIMIENTO

5. ¿Cuándo lee libros por ocio o entretenimiento con mayor frecuencia?

a) ¿De lunes a viernes o en fines de semana y festivos?	<input type="text"/>
1 Lunes a viernes, salvo festivos	3 Indiferente
2 Fin de semana o festivos	

b) ¿En vacaciones o en periodos laborales?	<input type="text"/>
1 Vacaciones	3 Indiferente
2 Periodos laborales	

6. ¿Dónde suele leer libros por ocio o entretenimiento con mayor frecuencia?

<input type="text"/>	<input type="text"/>
1 En casa	5 Otros
2 En el trabajo	
3 En el transporte	

A TODOS

7. ¿Ha comprado libros en el último trimestre?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) En formato papel	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) En formato digital	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SÓLO SI COMPRÓ LIBROS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

8. ¿Cuántos libros (impresos o electrónicos) ha comprado en el último trimestre para usted, para su familia o para regalar?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) Para usted	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Para su familia	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Para regalar	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SÓLO SI OBTUVO LIBROS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

9. ¿De qué manera obtuvo o adquirió los libros relacionados con su profesión o estudios en el último trimestre (LISTA)? ¿Y los libros relacionados con su ocio y tiempo libre? (Señale el número de cada tipo)

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) Los compró en un establecimiento	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Los compró en un kiosco de prensa	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Los compró por correo, teléfono o está suscrito	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) Los compró por Internet (soporte físico, libro impreso)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) Los descargó pagando de Internet	<input type="text"/>	<input type="text"/>
f) Los descargó gratuitamente de Internet	<input type="text"/>	<input type="text"/>
g) Eran una fotocopia (o copia escaneada)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
g1) De un libro completo	<input type="text"/>	<input type="text"/>
g2) De parte de un libro	<input type="text"/>	<input type="text"/>
h) Eran una copia (de un ebook) de un amigo o familiar	<input type="text"/>	<input type="text"/>
i) Eran un préstamo de una biblioteca	<input type="text"/>	<input type="text"/>
j) Eran un préstamo de un amigo	<input type="text"/>	<input type="text"/>
k) Eran un regalo	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SÓLO SI HA RESPONDIDO f) o g) EN PREGUNTA V.9

10. ¿Cuál era la materia de los libros que obtuvo en el último trimestre descargando gratuitamente de Internet o que eran fotocopias o copias escaneadas?

	Descargas gratuitas de Internet	Fotocopias (o escaneada) Libros completos	Parte de libros
a) Infantil y juvenil	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Libros de texto	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Científicos y técnicos	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) Creación literaria	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) Otros	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

11. ¿Por qué motivos prefirió utilizar una descarga gratuita de Internet o una fotocopia o copia escaneada de libros?

	Descargas gratuitas de Internet	Fotocopias (o escaneada)
1 Comodidad	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2 Rapidez, inmediatez	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3 Ahorro económico	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4 Solo necesitaba una parte	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5 No lo encuentro en establecimientos comerciales	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SÓLO SI HA RESPONDIDO f) EN PREGUNTA V.9

12. ¿De qué tipo de Web los obtuvo?

a) Web pública (Ministerio, Institución)	<input type="text"/>
b) Otras Webs	<input type="text"/>
1 Webs de enlaces	<input type="text"/>
2 Webs de descargas masivas	<input type="text"/>
3 Webs P2P	<input type="text"/>
4 Webs de streaming (acceso a la obra sin descarga)	<input type="text"/>
5 Webs de acceso a obras de libre acceso (licencias libres, etc.)	<input type="text"/>

V. LECTURA Y BIBLIOTECAS

SÓLO SI HA RESPONDIDO a) EN LA PREGUNTA V.9

13. ¿Qué tipo de establecimiento era?
- 1 Un establecimiento especializado ₁
- 2 Otros (gran almacén, etc.) ₁

SÓLO SI LEYO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE POR MOTIVOS DISTINTOS A SU PROFESIÓN O ESTUDIOS

14. ¿De que tema eran los libros que leyó en el último trimestre (LISTA)?

Creación literaria	Formato papel	Formato digital	Formato papel	Formato digital
1 Infantil, juvenil	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		
2 Cómics e historietas	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		
3 Biografías o memorias	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		
4 Teatro	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		
5 Poesía	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂		
6 Novela			<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
60 Clásica			<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
61 Contemporánea:				
61.0 Histórica			<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
61.1 Aventuras			<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
61.2 Costumbrista			<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
61.3 Sentimental / amor			<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
61.4 Negra y policíaca			<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
61.5 Ciencia Ficción			<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
61.6 Otros.			<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂

Divulgación, información y libros no profesionales

	Formato papel	Formato digital
7 Enciclopedias y diccionarios enciclopédicos	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
8 Historia	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
9 Filosofía, psicología	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
10 Religión, teología	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
11 Política y economía	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
12 Ciencias sociales y humanidades	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
13 Ciencias médicas y naturales	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
14 Ciencias físicas, químicas, matemáticas e informática	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
15 Deportes y juegos	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
16 Artes plásticas y gráficas, fotografía	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
17 Cine, música, teatro	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
18 Toros	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂
19 Otros	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂

PRENSA Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS

15. ¿Con que frecuencia lee prensa diaria de información general, de pago de la que se reparte gratuita o directamente de Internet? ¿Y deportiva? Y revistas culturales, de teatro, música, cine, ...? Y otras revistas?

	Prensa de información general	Prensa deportiva	Revistas culturales	Otras revistas
1 Diariamente (Todos o casi todos los días)	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
2 Solo los fines de semana o festivo	2	2	2	2
3 Al menos una vez por semana	3	3	3	3
4 Al menos una vez al mes	4	4	4	4
5 Al menos una vez al trimestre	5	5	5	5
6 Al menos una vez al año	6	6	6	6
7 Nunca o casi nunca	7	7	7	7

SÓLO SI LEEN PRENSA O REVISTAS AL MENOS UNA VEZ AL MES

16. ¿De que forma obtuvo o adquirió la prensa o revistas que han leído en el último mes? ¿En formato papel o en Internet?

	Prensa de información general	Prensa deportiva	Revistas culturales	Otras revistas
a) En papel, gratuita	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
b) En papel, con precio	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
c) En Internet, gratuita	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄
d) En Internet, con precio	<input type="checkbox"/> ₁	<input type="checkbox"/> ₂	<input type="checkbox"/> ₃	<input type="checkbox"/> ₄

SÓLO SI LEE PRENSA DIARIA DE INFORMACIÓN GENERAL AL MENOS UNA VEZ AL MES

17. De las siguientes secciones de prensa diaria ¿cuales suele leer?

- a) Cultura ₁ f) Crítica de música ₁
- b) Ciencia y tecnología ₁ g) Crítica de arte y exposiciones ₁
- c) Crítica de cine ₁ h) Crítica teatral ₁
- d) Crítica de televisión ₁ i) Ninguna de las anteriores ₁
- e) Crítica de teatro ₁

TODOS

18. En el último mes...
- Por profesión o estudios ₁ Por otros motivos ₁
- a) Ha consultado alguna enciclopedia (impresa o en Internet) ₁ ₂
- b) Ha leído Blogs, bitácoras, etc. ₁ ₂
- c) ¿Ha utilizado otras formas de lectura no recogidas anteriormente? ₁ ₂
En este caso señale cual ₁

BIBLIOTECAS

19. ¿Cuándo fue la última vez que fue a una biblioteca o accedió por Internet a ella?
- | | En el último trimestre (De... a ...) | En el último año (De... a ...) | Hace más de un año (De... a ...) | Nunca o casi nunca |
|-------------------------|--------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|---|
| a) Fue | 1 | 2 | 3 | 4 <input type="checkbox"/> ₁ |
| b) Accedió por Internet | 1 | 2 | 3 | 4 <input type="checkbox"/> ₁ |

SÓLO SI FUE A LA BIBLIOTECA O ACCEDIO POR INTERNET EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

20. ¿Cuántas veces fue o accedió por Internet en el último trimestre?

- a) Fue ₁
- b) Accedió por Internet ₁

21. ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción la última vez que fue o accedió a una biblioteca? (DE 0 (NINGUNA) A 10 (MAXIMA))

- a) Fue ₁
- b) Accedió por Internet ₁

SÓLO SI FUE A LA BIBLIOTECA EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

22. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era? ₁
- 1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 Fin de semana o festivo
- b) ¿Llevo sus propios libros para leer o estudiar? ₁
- 1 Si, llevo sus propios libros 2 Si, llevo sus propios libros y también utilizo los de la biblioteca
- c) ¿Cuales son los dos motivos principales por los que va a la biblioteca? (LISTA) ₁ ₂
- 1 Para estudiar
- 2 Para consultar o leer allí libros de la biblioteca
- 3 Para consultar o leer allí revistas y/o periódicos
- 4 Para consultar o ver allí audiovisuales
- 5 Para tomar en préstamo libros
- 6 Para tomar en préstamo audiovisuales
- 7 Para encontrarse con sus compañeros
- 8 Para usar Internet
- 9 Para asistir a alguna actividad programada
- 10 Para acompañar a otras personas (niños, mayores, etc.)

A TODOS

23. ¿Cuales son los dos motivos principales por los que no va más a la biblioteca? (LISTA)

- 1 Desconocimiento de que existan en la zona ₁ ₂
- 2 Desconozco su funcionamiento (horarios, precio, etc.)
- 3 Horario limitado
- 4 No hay en mi zona, están lejos
- 5 Tienen pocas prestaciones
- 6 Son incómodas (ruidosas, poca luz, etc.)
- 7 No tengo tiempo
- 8 No tengo interés
- 9 Prefiero acceder a ella a través de Internet

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

VI. BALLET O DANZA, ÓPERA, ZARZUELA, TEATRO Y CIRCO

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue al...?

	En el último trimestre (De... a...)	En el último año (De... a...)	Hace más de un año (De... a...)	Nunca o casi nunca
a) Ballet o danza ...	1	2	3	4
b) Ópera ...	1	2	3	4
c) Zarzuela ...	1	2	3	4
d) Teatro ... (Incluye teatro musical)	1	2	3	4
e) Circo ...	1	2	3	4

SOLO SI ASISTIÓ EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue en el último trimestre a...?

Ballet Danza	Ópera	Zarzuela	Teatro	Circo
1	2	3	4	5

SÓLO SI ASISTIÓ A BALLET O DANZA EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...?

- a) ¿Qué día de la semana era? ...
- 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? ...
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Se trataba de un espectáculo de ballet clásico, flamenco o baile español, danza contemporánea, danza folklórica o étnica? ...
- 1 Ballet clásico 3 Danza contemporánea
2 Flamenco, Baile español 4 Danza folklórica o étnica
5 Otro
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- e) ¿Que tipo de entrada utilizó? ...
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SOLO SI LA RESPUESTA A VI.3.e ES DISTINTA DE 1

- f) ¿Como adquirió su entrada? ...
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SÓLO SI ASISTIÓ A LA ÓPERA EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...?

- a) ¿Qué día de la semana era? ...
- 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? ...
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- d) ¿Que tipo de entrada utilizó? ...
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SOLO SI LA RESPUESTA A VI.4.d ES DISTINTA DE 1

- e) ¿Como adquirió su entrada? ...
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SÓLO SI ASISTIÓ A LA ZARZUELA EN EL ÚLTIMO AÑO

5. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...?

- a) ¿Qué día de la semana era? ...
- 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? ...
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- d) ¿Que tipo de entrada utilizó? ...
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SOLO SI LA RESPUESTA A VI.5.d ES DISTINTA DE 1

- e) ¿Como adquirió su entrada? ...
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SÓLO SI ASISTIÓ AL TEATRO EN EL ÚLTIMO AÑO

6. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...?

- a) ¿Qué día de la semana era? ...
- 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? ...
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Se trataba de un teatro de vanguardia, actual, clásico, musical, infantil o de otro tipo? ...
- 1 De vanguardia 3 Clásico 5 Infantil
2 Actual 4 Musical 6 Otros
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- e) ¿Que tipo de entrada utilizó? ...
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SOLO SI LA RESPUESTA A VI.6.e ES DISTINTA DE 1

- f) ¿Como adquirió su entrada? ...
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SÓLO SI ASISTIÓ AL CIRCO EN EL ÚLTIMO AÑO

7. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...?

- a) ¿Qué día de la semana era? ...
- 1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo
- b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? ...
- 1 Instalaciones temporales 2 Instalaciones permanentes
- c) ¿Se trataba de un circo tradicional, contemporáneo o de otro tipo? ...
- 1 Tradicional 2 Contemporáneo 3 De otro tipo
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- e) ¿Que tipo de entrada utilizó? ...
- 1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SOLO SI LA RESPUESTA A VI.7.e ES DISTINTA DE 1

- f) ¿Como adquirió su entrada? ...
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

A TODOS

8. ¿Ha visto en el último año algún espectáculo escénico a través de Internet?

Ballet Danza	Ópera	Zarzuela	Teatro	Circo
<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

9. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya o no vaya más al ...?

	Ballet Danza	Opera	Zarzuela	Teatro	Circo
1 El precio	1	1	1	1	1
2 Es difícil conseguir entradas	2	2	2	2	2
3 Hay poca oferta	3	3	3	3	3
4 Hay poca información	4	4	4	4	4
5 Prefiero oírlo por radio/verlo en TV, video, Internet	5	5	5	5	5
6 Me resulta difícil salir de casa (Cuidado de niños, mayores...)	6	6	6	6	6
7 Me resulta difícil de entender	7	7	7	7	7
8 No tengo tiempo	8	8	8	8	8
9 No tengo interés	9	9	9	9	9
10 Por no tener con quién ir	10	10	10	10	10
	<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	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

VII. CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA Y ACTUAL

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue a un concierto de música clásica? ¿Y de música actual?

	En el último trimestre (De... a ...)	En el último año (De... a ...)	Hace más de un año (De... a ...)	Nunca o casi nunca
a) Música clásica	1	2	3	4 <input type="checkbox"/>
b) Música actual	1	2	3	4 <input type="checkbox"/>

SÓLO SI ASISTIÓ A UN CONCIERTO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue a un concierto de música clásica en el último trimestre? ¿Y de música actual?

a) Música clásica	... <input type="checkbox"/> 1	b) Música actual	... <input type="checkbox"/> 1
-------------------	--------------------------------	------------------	--------------------------------

SÓLO SI ASISTIÓ A CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA EN EL ÚLTIMO AÑO

En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

3.

a) ¿Qué día de la semana era? ... 1

1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo

b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? ... 1

1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)

c) ¿Se trataba de un concierto de ... 1

1 Orquesta sinfónica 4 Recital lírico
2 Grupo de cámara 5 Solista
3 Coro o grupo vocal 6 Otros

d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el concierto que escuchó? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA)) 1

e) ¿Que tipo de entrada utilizó? ... 1

1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SOLO SI LA RESPUESTA A VII.3.e ES DISTINTA DE 1

f) ¿Como adquirió su entrada? ... 1

1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SÓLO SI ASISTIÓ A CONCIERTOS DE MÚSICA ACTUAL EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

a) ¿Qué día de la semana era? ... 1

1 Lunes a viernes 2 Fin de semana o festivo

b) ¿En que tipo de recinto se celebró el espectáculo? ... 1

1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)

c) ¿Se trataba de un concierto de... (LISTA) ... 1

1 Canciones infantiles 10 Blues, Soul
2 Canción de autor (Serrat) 11 Jazz
3 Canción melódica (Julio Iglesias) 12 World music; folk; étnica
4 Flamenco 13 Reggae
5 Nuevo flamenco 14 Rap, Hip hop
6 Otro folklore español/celta, regional 15 Electrónica, techno
7 Pop / Rock español 16 Hard rock, metal, punk
8 Pop / Rock latino 17 Dance/house
9 Pop / Rock extranjero 18 Otro tipo

d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el concierto que escuchó? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA)) ... 1

e) ¿Que tipo de entrada utilizó? ... 1

1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SOLO SI LA RESPUESTA A VII.5.e ES DISTINTA DE 1

f) ¿Como adquirió su entrada? ... 1

1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

A TODOS

5. ¿Ha visto en el último año algún concierto a través de Internet?

a) Música clásica	... <input type="checkbox"/> 1	b) Música actual	... <input type="checkbox"/> 1
-------------------	--------------------------------	------------------	--------------------------------

6. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no asista más a conciertos de música clásica? ¿Y a conciertos de música actual?

	Conciertos de Música clásica	Conciertos de Música actual
1 El precio	... <input type="checkbox"/> 1	1
2 Es difícil conseguir entradas	... <input type="checkbox"/> 2	2
3 Hay poca oferta	... <input type="checkbox"/> 3	3
4 Hay poca información	... <input type="checkbox"/> 4	4
5 Prefiero oírlo por radio/verlo en televisión, video, Internet	... <input type="checkbox"/> 5	5
6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.)	... <input type="checkbox"/> 6	6
7 Me resulta difícil de entender	... <input type="checkbox"/> 7	7
8 No tengo tiempo	... <input type="checkbox"/> 8	8
9 No tengo interés	... <input type="checkbox"/> 9	9
10 Por no tener con quién ir	... <input type="checkbox"/> 10	10
	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

VIII. CINE Y VÍDEO

CINE

IMPORTANTE: NO SE TRATA DE LA ÚLTIMA VEZ QUE VIO UNA PELÍCULA SINO DE LA ÚLTIMA VEZ QUE FUE AL CINE A VER UNA PELÍCULA

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue al cine?

1 En el último trimestre (De... a ...)

2 En el último año (De... a ...)

3 Hace más de un año (De... a ...)

4 Nunca o casi nunca

SÓLO SI FUE AL CINE EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue al cine en el último trimestre?

a) En el último trimestre (De... a ...)

SÓLO SI FUE AL CINE EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que fue al cine ¿podría decirme...

a) ¿Qué día de la semana era?

1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 Fin de semana o festivo

b) ¿En que tipo de recinto estaba ubicado el CINE?

1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)

c) ¿De qué tipo de película se trataba (LISTA...)

1 Dibujos animados 4 Comedia 7 Aventuras 10 Clásico

2 Infantil 5 Drama 8 Suspense 11 Musical

3 Ciencia ficción 6 Acción 9 Terror 12 Otros

d) ¿Era una película en versión original?

e) Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyeron al elegir la película

1 Los actores 5 La opinión de sus hijos
2 El director 6 La opinión de otros familiares y amigos
3 El tema 7 Las críticas
4 La publicidad

f) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con la película que vio? (de 0 (NINGUNA) a 10 (MÁXIMA))

g) ¿Que tipo de entrada utilizó?

1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento
2 Abono 4 Entrada a su precio normal

SOLO SI LA RESPUESTA A VIII.3.g ES DISTINTA DE 1

h) ¿Cómo adquirió su entrada?

1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

A TODOS

4. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya más al cine?

1 El precio 6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.)
2 Es difícil conseguir entradas 7 Me resulta difícil de entender
3 Hay poca oferta 8 No tengo tiempo
4 Hay poca información 9 No tengo interés
5 Prefiero verlo en televisión, video, Internet 10 Por no tener con quién ir

5. Si piensa en los estrenos de películas que ha visto en los últimos meses en cine ¿ Como valoraría en una escala de 0 a 10.....

a) El cine español
b) El cine europeo
c) El cine norteamericano
d) El cine latinoamericano
e) El cine asiático

6. En el último año, si excluimos las películas ¿ha ido a una sala de cine para ver otro tipo de espectáculos grabados o transmitidos en directo?

a) Un concierto
b) Otros espectáculos escénicos (ópera, etc.)
c) Un espectáculo deportivo
d) Otro tipo de espectáculos

VÍDEO

7. ¿Con que frecuencia suele usted ver video DVD o en otros formatos?

1 Diariamente (Todos o casi todos los días)

2 Al menos una vez por semana

3 Al menos una vez al mes

4 Al menos una vez al trimestre

5 Al menos una vez al año

6 Nunca o casi nunca

SOLO SI SUELE VER VIDEOS (Si ha respondido 1 a 5 en pregunta VIII.7)

8. ¿Qué medios utiliza para verlo?

	En equipos NO conectados a un ordenador	En el ordenador o en equipos conectados a él
a) Soportes físicos (CD, DVD o Blu Ray)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Soportes digitales (ficheros)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Directamente en Internet (Streaming)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) Alquilando a través de canales digitales	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SOLO SI VE VIDEOS AL MENOS UNA VEZ A LA SEMANA

9. ¿Cuánto tiempo dedicó en total la semana pasada a ver videos?

HORAS MINUTOS

A TODOS

10. ¿Cuándo fue la última vez que obtuvo o adquirió (compra, alquiler o grabación) videos DVD o en cualquier otro formato? (Con contenido, No virgenes)

**IMPORTANTE:
LA COMPRA INCLUYE COMPRA A TRAVÉS DE INTERNET
LA GRABACION INCLUYE DESDE OTRO CD,DVD, RADIO,TV,PC,
O DESCARGAS GRATUITAS DE INTERNET**

	COMPRA	ALQUILO	GRABO O DESCARGO GRATUITAMENTE
1 En el último trimestre	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2 En el último año	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3 Hace más de un año	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4 Nunca o casi nunca	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

VIII. CINE Y VÍDEO

SÓLO SI OBTUVO VÍDEOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

11. ¿Cuántos videos DVD o en otro formato compró, alquiló o grabó en el último trimestre?

COMPRO	ALQUILO	GRABO O DESCARGO GRATUIT.
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

12. ¿De que formato eran los videos que obtuvo o adquirió (compra, alquiler o grabación) en el último trimestre?

	COMPRO	ALQUILO	GRABÓ O DESCARGO GRATUITA.
a) Soporte físicos (CD, DVD, Blu Ray)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Soportes digitales (ficheros)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

13. ¿De que manera obtuvo o adquirió videos (de cualquier formato) en el último trimestre? (Señale el número de cada tipo) (LISTA)

a) Los compró en un establecimiento	<input type="text"/>
b) Los compró en un kiosco de prensa	<input type="text"/>
c) Eran videos con marca, comprados en un mercadillo o puesto ambulante	<input type="text"/>
d) Eran videos sin marca, comprados en un mercadillo o puesto ambulante	<input type="text"/>
e) Los compró por correo o venta telefónica	<input type="text"/>
f) Los compró por Internet	<input type="text"/>
g) Los descargó pagando de Internet	<input type="text"/>
h) Los descargó gratuitamente de Internet	<input type="text"/>
i) Los grabó desde la TV..	<input type="text"/>
j) Los copió de un amigo o familiar	<input type="text"/>
k) Eran un préstamo de una biblioteca	<input type="text"/>
l) Eran un regalo	<input type="text"/>

SOLO SI HA RESPONDIDO d) EN PREGUNTA VIII.13

14. ¿Por qué motivos prefirió realizar compras de videos sin marca en mercadillos o puestos ambulantes?

a) Comodidad	<input type="text"/>
b) Rapidez, inmediatez	<input type="text"/>
c) Ahorro económico	<input type="text"/>
d) Horarios	<input type="text"/>
e) No los encontré en un establecimiento comercial	<input type="text"/>

SOLO SI HA RESPONDIDO h) ó j) EN PREGUNTA VIII.13

15. ¿Por qué motivos prefirió realizar descargas gratuitas de Internet o utilizar copias?

	Descargas gratuitas de Internet	Copias
a) Comodidad	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Rapidez, inmediatez	<input type="text"/>	<input type="text"/>
c) Ahorro económico	<input type="text"/>	<input type="text"/>
d) Horarios	<input type="text"/>	<input type="text"/>
e) No los encontré en un establecimiento comercial	<input type="text"/>	<input type="text"/>
f) Verlo antes de efectuar la compra	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SOLO SI HA RESPONDIDO a) EN LA PREGUNTA VIII.13

16. ¿Qué tipo de establecimiento era?

1 Un establecimiento especializado	<input type="text"/>
2 Otros (gran almacén, etc..)	<input type="text"/>

SÓLO SI HA RESPONDIDO h) EN PREGUNTA VIII.13

17. ¿De que tipo de Web los obtuvo?

a) Web pública (Ministerio, Institución)	<input type="text"/>
b) Otras Webs	<input type="text"/>
1 Webs de enlaces	<input type="text"/>
2 Webs de descargas masivas	<input type="text"/>
3 Webs P2P	<input type="text"/>
4 Webs de streaming (acceso a la obra sin descarga)	<input type="text"/>
5 Webs de acceso a obras de libre acceso (licencias libres, etc.)	<input type="text"/>

18. En relación a la última descarga gratuita de videos podría decirme si

1 Tuvo que registrarse como usuario	<input type="text"/>	3 Vio publicidad mientras realizaba la descarga	<input type="text"/>
2 Tuvo que cumplimentar un cuestionario	<input type="text"/>	4 Vio publicidad mientras veía el video	<input type="text"/>
5 Comprobó- o las conoce de anteriores ocasiones- las referencias a condiciones de uso de la propiedad intelectual	<input type="text"/>		

19. ¿Qué programas suele utilizar en sus descargas de videos de Internet?

1 Programas de intercambio de ficheros (P2P)	<input type="text"/>
2 Servicios de descarga directa de servidores (Rapid Share, Mega, etc.)	<input type="text"/>
3 Programas de almacenamiento en nube (Drop box, ...)	<input type="text"/>

SOLO SI OBTUVO VÍDEOS O LOS VIO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

20. ¿De que tipo eran los videos que obtuvo o adquirió en el último trimestre?

	COMPRO	ALQUILO	GRABO O DESCARGO GRATUITA.	VIO
1) Documental	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2) Cursos (idiomas, etc.)	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3) Deportes	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4) Peliculas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5) Video musical	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
6) Otros de contenido cultural	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
7) Otros	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SÓLO SI OBTUVO VÍDEOS DE PELÍCULAS O LAS VIO en el último trimestre

21. ¿De que género y nacionalidad son los videos de películas que suele comprar, alquilar, grabar o descargar? ¿Y los que suele ver?

	COMPRO	ALQUILO	GRABO O DESCARGO GRATUITA.	VIO
a) GÉNERO				
1) Dibujos animados	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2) Infantil	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3) Ciencia ficción	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4) Comedia	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5) Drama	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
6) Acción	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
7) Aventuras	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
8) Suspense	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
9) Terror	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
10) Clásico	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
11) Musical	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
12) Otros géneros	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) NACIONALIDAD				
1) Española	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2) Otras europeas	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
3) Norteamericana	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
4) Latinoamericano	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
5) Otras	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

A TODOS

22. Si piensa en las películas que ha visto en los últimos meses en video ¿ Como valoraría en una escala de 0 a 10....

a) El cine español	<input type="text"/>	c) El cine norteamericano	<input type="text"/>
b) El cine europeo	<input type="text"/>	d) El cine latinoamericano	<input type="text"/>
		e) El cine asiático	<input type="text"/>

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

IX. MÚSICA

1. ¿Con qué frecuencia suele usted escuchar música de radio, CD, o de otros soportes?

- 1 Diariamente (Todos o casi todos los días)
- 2 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez el mes
- 4 Al menos una vez el trimestre
- 5 Al menos una vez el año
- 6 Nunca o casi nunca

SOLO SI SUELE ESCUCHAR MÚSICA
(Si ha respondido 1 a 5 en pregunta IX.1)

2. En relación a los medios, soportes y equipos en los que suele escuchar música, podría decirme...

- a) ¿Que medios o soportes suele utilizar para escuchar música?
- 1 Soportes físicos (CD, DVD o Blu Ray, discos de vinilo, etc.) ...
 - 2 Soportes digitales (ficheros) ...
 - 2.1 Directamente en Internet ...
 - 3 Radio (emisores) ...
 - 3.1 Directamente en Internet ...
- b) ¿Que equipos suele utilizar para escuchar música?
- 1 El móvil ...
 - 2 Equipos de música portátiles (MP3, ipod, etc.) ...
 - 3 Radio ...
 - 4 El ordenador ...
 - 5 Tablet ...
 - 6 La televisión ...
 - 7 Otros equipos ...

c) ¿Suele escuchar música en equipos conectados al ordenador?

3. ¿Dónde suele escuchar música?

- a) En casa
- b) En el trabajo
- c) En el coche
- d) En el transporte público
- e) En otro lugar

SOLO SI ESCUCHA MÚSICA AL MENOS UNA VEZ A LA SEMANA

4. ¿Cuanto tiempo suele dedicar a escuchar música?

- | | HORAS | MINUTOS |
|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a) De lunes a viernes | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) En fin de semana o festivo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

A TODOS

5. ¿Cuándo fue la última vez que obtuvo o adquirió (compró, grabó o descargó gratuitamente música)?

IMPORTANTE:

LA COMPRA INCLUYE COMPRA A TRAVÉS DE INTERNET
LA GRABACION INCLUYE DESDE OTRO CD,RADIO,TV,PC,
O DESCARGAS GRATUITAS DE INTERNET

- | | COMPRÓ | GRABÓ O DESCARGÓ GRATUITAMENTE |
|---------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| a) En el último trimestre | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) En el último año | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Hace más de un año | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Nunca o casi nunca | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SOLO SI OBTUVO MÚSICA EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

6. ¿Cuántos CD, DVD de música o temas musicales compró, grabó o descargó en el último trimestre?

- | | COMPRO | GRABO O DESCARGO GRATUITAMENTE |
|--------------------|--------------------------|--------------------------------|
| a) CD, DVD, etc. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Temas musicales | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

7. ¿De que manera obtuvo o adquirió música grabada (cualquier formato) en el último trimestre? (señale el número de cada tipo) (LISTA)

- | | CD, DVD... | Temas musicales |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a) La compró en un establecimiento | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) La compró en un kiosco de prensa | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Eran CD, DVD etc. CON marca comprados en mercadillo o puesto ambulante | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Eran CD, DVD, etc. SIN marca comprados en mercadillo o puesto ambulante | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) La compró por correo o venta telefónica | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) La compró por Internet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) La descargó pagando de Internet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) La descargó gratuitamente de Internet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i) La grabó desde la radio o TV. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j) La copió de un amigo o familiar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| k) Eran un préstamo de una biblioteca | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| l) Era un regalo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SOLO SI HA RESPONDIDO d) EN LA PREGUNTA IX.7

8. ¿Por qué motivos prefirió realizar compras de CD, DVD de música sin marca en mercadillos o puestos ambulantes?

- a) Comodidad
- b) Rapidez, inmediatez
- c) Ahorro económico
- d) Solo quería un tema musical
- e) Quería escuchar la canción antes de comprarla
- f) Horarios
- g) No lo encuentro en establecimientos comerciales

SOLO SI HA RESPONDIDO h) ó j) EN LA PREGUNTA IX.7

9. ¿Por qué motivos prefirió realizar descargas gratuitas de Internet o utilizar copias?

- | | Descargas gratuitas de Internet | Copias |
|--|---------------------------------|--------------------------|
| a) Comodidad | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Rapidez, inmediatez | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Ahorro económico | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Solo quería un tema musical | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Quería escuchar la canción antes de comprarla | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Horarios | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) No lo encuentro en establecimientos comerciales | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SOLO SI HA RESPONDIDO h) EN LA PREGUNTA IX.7

10. ¿De que tipo de Web los obtuvo?

- a) Web pública (Ministerio, Institución)
- b) Otras Webs
- 1 Webs de enlaces
- 2 Webs de descargas masivas
- 3 Webs P2P
- 4 Webs de streaming (acceso a la obra sin descarga)
- 5 Webs de acceso a obras de libre acceso (licencias libres, etc)

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

IX. MÚSICA GRABADA

11. ¿Qué programas suele utilizar en sus descargas gratuitas de música de Internet?

- 1 Programas de intercambio de ficheros (P2P)
- 2 Servicios de descarga directa de servidores (Rapid Share, Mega, etc.)
- 3 Programas de almacenamiento en nube (Drop box, ...)

12. En relación a la última descarga gratuita de música podría decirme si

- 1 Tuvo que registrarse como usuario
- 2 Tuvo que cumplimentar un cuestionario
- 3 Vio publicidad mientras realizaba la descarga
- 4 Comprobó- o les conocía de anteriores ocasiones- las referencias a condiciones de uso de la propiedad intelectual

SOLO SI HA RESPONDIDO a) EN LA PREGUNTA IX.7

13. ¿Qué tipo de establecimiento era?

- 1 Un establecimiento especializado
- 2 Otros (gran almacén, etc.)

A TODOS

14. ¿De qué temas era la música que ha comprado, grabado o escuchado en el último trimestre? (LISTA)

	COMPRA	GRABA O DESCARGA GRATUITAMENTE	ESCUCHA
a) Canciones infantiles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Canción de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Canción melódica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Flamenco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Nuevo flamenco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Otro folklore español: celta, regional	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Pop / Rock español	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Pop / Rock latino	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Pop / Rock extranjero	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Blues, Soul	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Jazz	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) World música folk, étnica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Reqqee	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Rap, Hip hop	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Electrónica, techno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
p) Hard rock, metal, punk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
q) Dance / house	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
r) Música clásica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
s) Lírica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
t) Opera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
u) Zarzuela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
v) Otro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. ¿Por qué motivos no compra más DVD o CD de música con marca?

- 1 Graba la música que quiere de amigos
- 2 Bebe música de Internet
- 3 Los CD, DVD, Blu Ray son caros
- 4 No está el día de las novedades
- 5 La música no le interesa demasiado
- 6 No tiene tiempo para escuchar música
- 7 La música que quiere oír la oye por radio o televisión
- 8 La música que quiere oír la oye en Internet
- 9 Otras

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

X. TELEVISIÓN

1. ¿Suele ver televisión? 1
- 1 Si 2 No

SÓLO SI SUELE VER LA TELEVISION

2. ¿Con que frecuencia suele usted ver la televisión? 1

- 1 Diariamente (Todos o casi todos los días)
- 2 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez al mes
- 4 Con menos frecuencia

3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar al día a ver la televisión?

HORAS MINUTOS

- a) De lunes a viernes, salvo festivos
- b) En fin de semana o festivo

4. ¿Ha visto la televisión en el último mes directamente en Internet?
1. Si 2. No 1

5. ¿Qué tipo de programas suele ver?

- a) Programas infantiles 1
- b) Noticias e información 1
- c) Series 1
- d) Películas, largometrajes 1
- e) Teatro 1
- f) Otros espectáculos de artes escénicas (ópera, ballet, etc.) 1
- g) Conciertos de música clásica 1
- h) Conciertos de música actual 1
- i) Otros programas musicales 1
- j) Programas relacionados con la lectura 1
- k) Programas de asuntos taurinos 1
- l) Documentales y programas culturales 1
- m) Concursos culturales 1
- n) Otros concursos 1
- o) Deportes 1
- p) Programas religiosos 1
- q) Debates, tertulias 1
- r) Programas de telecompra 1
- s) Programas con entrevistas, actuaciones, etc. 1
- t) Otro tipo de programas de entretenimiento 1

A TODOS

6. ¿Que medios suele utilizar para ver la televisión?

- a) La televisión 1
- b) El ordenador 1
- c) El móvil 1
- d) Otros equipos 1

XI. RADIO

1. ¿Suele escuchar la radio? 1
- 1 Si 2 No

SÓLO SI SUELE ESCUCHAR LA RADIO

2. ¿Con que frecuencia suele usted escuchar la radio? 1

- 1 Diariamente (Todos o casi todos los días)
- 2 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez al mes
- 4 Con menos frecuencia

3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar al día a escuchar la radio?

HORAS MINUTOS

- a) De lunes a viernes, salvo festivos
- b) En fin de semana o festivo

4. ¿Ha escuchado la radio en el último mes directamente en Internet?
1. Si 2. No 1

5. ¿Qué tipo de programas suele oír?

- a) Programas infantiles 1
- b) Noticias e información 1
- c) Series, radionovelas 1
- d) Conciertos de música clásica 1
- e) Conciertos de música actual 1
- f) Otros programas musicales 1
- g) Programas relacionados con la lectura 1
- h) Programas de asuntos taurinos 1
- i) Documentales y programas culturales 1
- j) Concursos 1
- k) Deportes 1
- l) Programas religiosos 1
- m) Tertulias 1
- n) Programas con entrevistas, actuaciones, etc. 1
- o) Otro tipo de programas de entretenimiento 1

A TODOS

6. ¿Que medios suele utilizar para escuchar la radio?

- a) La radio 1
- b) El ordenador 1
- c) La televisión 1
- d) El móvil 1
- e) Otros equipos de música 1

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

XII. ORDENADOR, TABLET E INTERNET

1. ¿Con que frecuencia suele usar el ordenador por trabajo o estudios o por otros motivos (ocio, entretenimiento, etc.)?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
1 Diariamente	4 Al menos una vez al trimestre	<input type="checkbox"/>
2 Al menos una vez por semana	5 Al menos una vez al año	<input type="checkbox"/>
3 Al menos una vez al mes	6 Nunca o casi nunca	<input type="checkbox"/>

SOLO SI USA ORDENADOR AL MENOS UNA VEZ AL MES

2. ¿Cuánto tiempo utilizó su ordenador la semana pasada por trabajo, estudios o por otras razones?

	HORAS	MINUTOS
a) Por trabajo o estudios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Por otros motivos (ocio, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A TODOS

3. ¿Ha comprado un ordenador en el último año?

	SI	NO
a) Por trabajo o estudios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Por otros motivos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. ¿Con que frecuencia suele usar la Tablet por trabajo o estudios o por otros motivos (ocio, entretenimiento, etc.)?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
1 Diariamente	4 Al menos una vez al trimestre	<input type="checkbox"/>
2 Al menos una vez por semana	5 Al menos una vez al año	<input type="checkbox"/>
3 Al menos una vez al mes	6 Nunca o casi nunca	<input type="checkbox"/>

5. ¿Con que frecuencia suele utilizar videojuegos?

1 Diariamente	4 Al menos una vez al trimestre	<input type="checkbox"/>
2 Al menos una vez por semana	5 Al menos una vez al año	<input type="checkbox"/>
3 Al menos una vez al mes	6 Nunca o casi nunca	<input type="checkbox"/>

SOLO SI HA UTILIZADO VIDEOJUEGOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

6. ¿De que tipo eran?

1. Infantiles	<input type="checkbox"/>	4. Musicales	<input type="checkbox"/>
2. Acción o aventura	<input type="checkbox"/>	5. Deportes	<input type="checkbox"/>
3. Estrategia	<input type="checkbox"/>	6. Otros	<input type="checkbox"/>

7. ¿Qué tipo de soporte utiliza para jugar con videojuegos?

1. Consola	<input type="checkbox"/>	3. Tablet	<input type="checkbox"/>
2. Ordenador	<input type="checkbox"/>	4. Teléfono móvil	<input type="checkbox"/>

A TODOS

8. De que manera obtuvo o adquirió software para el PC o la consola de videojuegos en el último año? (LISTA)

	Software de videojuegos	Otro software
1 Venía con el PC o consola y conservo copia de los originales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 Venía con el PC o consola y NO conservo copia de los originales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Lo compré separadamente al PC o consola y conservo copia de los originales (con marca)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 Lo compré separadamente al PC o consola y NO conservo copia de los originales (sin marca)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 Lo compré por Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 Lo descargué pagando de Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 Lo descargué gratuitamente de Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
a) Programas de libre acceso (Software libre, en prueba, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Otro tipo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 Era una copia de un amigo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 Fue un regalo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10) Venía con un aparato que compré distinto del PC o de la consola (cámara de fotos, impresora, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11) Era software alquilado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12) Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SOLO SI HA RESPONDIDO 7) EN LA PREGUNTA XII.8

9. ¿De que tipo de Web los obtuvo?

a) Web pública (Ministerio, Institución)	<input type="checkbox"/>
b) Otras Webs	<input type="checkbox"/>
1 Webs de enlaces	<input type="checkbox"/>
2 Webs de descargas masivas	<input type="checkbox"/>
3 Webs P2P	<input type="checkbox"/>
4 Webs de streaming (acceso a la obra sin descarga)	<input type="checkbox"/>
5 Webs de acceso a obras de libre acceso (licencias libres, etc.)	<input type="checkbox"/>

A TODOS

10. ¿Con que frecuencia se conecta a Internet por trabajo o estudios o por otros motivos (ocio, entretenimiento, etc.)?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
1 Diariamente	4 Al menos una vez al trimestre	<input type="checkbox"/>
2 Al menos una vez por semana	5 Al menos una vez al año	<input type="checkbox"/>
3 Al menos una vez al mes	6 Nunca o casi nunca	<input type="checkbox"/>

SOLO SI USA INTERNET AL MENOS UNA VEZ AL MES

11. ¿Cuánto tiempo suele estar conectado a Internet en una semana por trabajo, estudios o por otras razones?

	HORAS	MINUTOS
a) Por trabajo o estudios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Por otros motivos (ocio, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A TODOS

12. Cuando se conecta a INTERNET ¿Que tipo de actividades suele realizar? (LISTA)

1 Buscar o visitar Webs por motivos profesionales	<input type="checkbox"/>
2 Buscar o visitar Webs por motivos académicos	<input type="checkbox"/>
3 Buscar o visitar Webs para divertirse, entretenerse o informarse	<input type="checkbox"/>
* 4 Comprar o descargar software	<input type="checkbox"/>
* 5 Comprar o descargar programas de videojuegos	<input type="checkbox"/>
6 Usar videojuegos directamente en Internet	<input type="checkbox"/>
7 Leer directamente de Internet libros, prensa, revistas, blogs..	<input type="checkbox"/>
* 8 Comprar o descargar libros, prensa, revistas.	<input type="checkbox"/>
9 Buscar información sobre turismo	<input type="checkbox"/>
10 Buscar información sobre museos, bibliotecas, archivos, etc..	<input type="checkbox"/>
11 Realizar visitas virtuales a museos, exposiciones y monumentos	<input type="checkbox"/>
12 Comprar o reservar entradas para actividades culturales (cines, conciertos, teatros, exposiciones, museos, toros,..)	<input type="checkbox"/>
13 Buscar información sobre música, cine y espectáculos	<input type="checkbox"/>
14 Ver espectáculos escénicos directamente de Internet (conciertos, teatro, danza, toros, etc.)	<input type="checkbox"/>
15 Escuchar música directamente de Internet	<input type="checkbox"/>
* 16 Comprar o descargar música	<input type="checkbox"/>
17 Ver películas directamente en Internet	<input type="checkbox"/>
* 18 Comprar o descargar películas	<input type="checkbox"/>
19 Colgar contenidos (música, videos) para ser compartidos	<input type="checkbox"/>
20 Escuchar radio	<input type="checkbox"/>
21 Ver televisión	<input type="checkbox"/>
22 Participar en foros culturales (literarios, de cine, torinos, blog, etc.)	<input type="checkbox"/>
23 Participar en chats, redes sociales..	<input type="checkbox"/>
24 Usar mensajería instantánea(Messenger, Whatsapp, Line...)	<input type="checkbox"/>
25 Otra actividad	<input type="checkbox"/>

* SI LA RESPUESTA ESTA MARCADA CON * SIGA LAS INSTRUCCIONES DEL MANUAL Y REPITA LAS PREGUNTAS QUE PROCEDAN

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

XIII. OTRAS PRÁCTICAS RELACIONADAS CON EL OCIO Y LA CULTURA

PRÁCTICAS CULTURALES ACTIVAS

1. En relación con las actividades artísticas de la LISTA ¿ Podría decirme si en el último año ha practicado (como AFICION no como profesión) alguna de ellas ?
1. SI 2. NO
- a) Escribir (poesía, cuentos, etc.)
 - b) Pintar o dibujar
 - c) Obras artes plásticas (cerámica, papel, etc.)
 - d) Hacer fotografía
 - e) Hacer video
 - f) Diseño de páginas Web
 - g) Obras audiovisuales
 - h) Hacer Teatro
 - i) Danza, ballet, baile
 - i1) Flamenco, baile español
 - j) Tocar un instrumento musical
 - k) Cantar en un coro
 - l) Obras vinculadas a la música
 - m) Otras actividades artísticas

OTRAS PRÁCTICAS RELACIONADAS CON EL OCIO Y LA CULTURA

2. En el último año, ¿Podría decirme si
1. SI 2. NO
- a) Fue a algún espectáculo de artes escénicas no mencionado anteriormente
 - Señale cual
 - b) Fue a un Centro Cultural
 - c) Asistió a una conferencia o mesa redonda
 - d) Visitó un Zoo o un Parque con animales
 - e) Visitó un Jardín Botánico
 - f) Visitó un Parque Temático
 - g) Visitó un Parque Acuático
 - h) Visitó un Parque de Atracciones
 - i) Visitó una feria
 - j) Fue a espectáculos deportivos
3. ¿Participa o apoya usted de alguna forma actividades culturales (artes, letras, música o actividades audiovisuales) ?
- a) Sí, mediante el trabajo como voluntario
 - b) Sí, mediante donaciones para fines culturales concretos
 - c) Perteneciendo a asociaciones culturales, círculos de amigos de instituciones culturales, clubs de amigos de museos, de lectura, etc.
1. Con cuotas 2. Sin cuotas

FORMACIÓN CULTURAL

4. Señale por favor si en el último año ha estado matriculado en alguno de los cursos de formación complementaria de la LISTA DE MATERIAS (fuera del colegio, instituto, Universidad)
1. SI 2. NO

SOLO SI LA RESPUESTA ES AFIRMATIVA

5. Señale por favor la materia del curso/s y el total de horas realizadas

MATERIA DEL CURSO	Realizó al menos un curso (1, SI, 2 NO)	En caso afirmativo Número de HORAS
a) Curso o taller de escritura	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
b) Pintura o dibujo	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
c) Otras artes plásticas (cerámica, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
d) Fotografía no profesional	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
e) Otras audiovisuales	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
f) Teatro	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
g) Danza, baile	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
h) Otras artes escénicas	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
i) Tocar un instrumento musical	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
j) Otra formación musical (canto, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
k) Diseño	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
l) Otras materias vinculadas a la cultura	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>

6. En relación al último de los cursos de formación complementaria en los que ha estado matriculado en el último año ¿Se trata de un curso.....

- 1 Con presencia en el sitio en el que se impartía
- 2 A distancia con asistencia por ordenador
- 3 A distancia sin asistencia por ordenador

PRÁCTICA DEPORTIVA

7. ¿Suele practicar deporte? 1 Si 2 No

SOLO SI LA RESPUESTA ES AFIRMATIVA

8. ¿Con que frecuencia suele practicar deporte?
- 1 Diariamente 3 Al menos una vez al mes
- 2 Al menos una vez por semana 4 Con menos frecuencia

ESPECTÁCULOS O FESTEJOS TAURINOS

9. ¿Podría decirme si en el último año asistió a... 1 Si 2. No
- a) Una corrida de toros, de novillos o rejones
 - b) Otro tipo de espectáculo o festejo taurino

SOLO SI HA RESPONDIDO AFIRMATIVAMENTE A 9.a

10. En relación a la última vez que asistió
- a) Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MÁXIMA))
 - b) ¿ Que tipo de entrada utilizó?

1 Entrada gratuita 3 Entrada con algún descuento 5 Otras

2 Abono 4 Entrada a su precio normal

 - c) Si la entrada no fue gratuita ¿Cómo adquirió su entrada?

1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

A TODOS

11. ¿Ha visto en el último año algún espectáculo o festejo taurino en TV o Internet? 1.Si 2. No TV Int
12. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya o no vaya mas a este tipo de festejos?
- 1 El precio
 - 2 Es difícil conseguir entradas
 - 3 Falta de oferta en la zona
 - 4 Hay poca información
 - 5 Prefiero verlo en TV/ Internet, oído en la radio
 - 6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.)
 - 7 Me resulta difícil de entender
 - 8 No tengo tiempo
 - 9 No tengo interés
 - 10 Por no tener con quien ir

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

MÓDULO NIÑOS. SÓLO SI TIENE MENORES DE 10 A 14 AÑOS VIVIENDO EN SU HOGAR (LI0.C MAYOR DE CERO)

	Identificador	...	Identificador	...	Identificador	...
1. Respeto a cada uno de los niños de 10 a 14 años que viven en su hogar ¿podría decirme su nombre, sexo y su edad?	1. Niño 2. Niña	<input type="text"/>	1. Niño 2. Niña	<input type="text"/>	1. Niño 2. Niña	<input type="text"/>
	Edad	<input type="text"/>	Edad	<input type="text"/>	Edad	<input type="text"/>
2. ¿Ha realizado alguno de ellos alguna de las siguientes actividades en el último año con el colegio o con su familia o amigos?	Con el colegio	Solos, con su familia o amigos	Con el colegio	Solos, con su familia o amigos	Con el colegio	Solos, con su familia o amigos
			1. SI	2. NO	3. NO SABE NO CONTESTA	
a) Visitar un monumento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Visitar un museo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Visitar una exposición	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Asistir a un concierto de música clásica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Asistir a un concierto de música actual	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Asistir al teatro	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Asistir a un ballet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Asistir a la zarzuela	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Asistir a la ópera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Asistir al circo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Asistir al cine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Utilizar el ordenador	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. ¿Ha realizado alguna de las siguientes actividades en el último año?			1. SI	2. NO	3. NO SABE NO CONTESTA	
a) Acceder a Internet	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
b) Acceder a Internet por ocio (para escuchar música, jugar videojuegos, etc.)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
c) Utiliza el móvil para escuchar música, jugar con videojuegos, etc.	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
d) Escribir (poesía, cuentos, etc.)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
e) Pintar o dibujar	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
f) Otras artes plásticas (cerámica, papel, etc.)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
g) Hacer Teatro	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
h) Danza, ballet, baile	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
i) Tocar un instrumento musical	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
j) Cantar en un coro	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
k) Escuchar música	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
l) Leer un libro	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
m) Leer una revista	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
n) Consultar una enciclopedia	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
o) Ir a una biblioteca	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
p) Acceder a una biblioteca por Internet	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
q) Ver videos	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
r) Hacer fotografía o video	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
s) Jugar con videojuegos	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2014-2015

ANEXO: INGRESOS MENSUALES MEDIOS DEL CONJUNTO DE MIEMBROS DEL HOGAR

1. Dígame en qué intervalo, de los que le leeré a continuación, se encuentran los ingresos mensuales netos del conjunto de miembros de su hogar:

(Deberá contabilizar la suma de los ingresos regulares medios procedentes de todas las fuentes, percibidos por todos los miembros del hogar como promedio de los últimos 12 meses, deduciendo los impuestos y las cotizaciones sociales. No olvide promediar los peques extraordinarios y otros ingresos extraordinarios percibidos regularmente. Se tendrán en cuenta los ingresos de todos los miembros del hogar, aporten o no estos ingresos en su totalidad o en parte para sufragar los gastos del hogar

En el cómputo del importe de estos ingresos mensuales se deberá tener en cuenta que:

- * Para los ingresos de **trabajo por cuenta ajena**, debe sumar el importe mensual, el promedio de los ingresos regulares que no tengan periodicidad mensual (peques extraordinarios y otros ingresos extraordinarios que se perciben regularmente)
- * Para los ingresos de **trabajo por cuenta propia**, debe descontar del importe de los ingresos mensuales los gastos deducibles, retenciones a cuenta o pagos fraccionados.
- * Si hay **varios hogares en la vivienda**, sólo deben considerarse los ingresos de los miembros del hogar al que pertenece la persona de referencia)

1. Menos de 1.000 euros
 2. De 1.000 a 1.499 euros
 3. De 1.500 a 1.999 euros
 4. De 2.000 a 2.999 euros
 5. De 3.000 euros en adelante
 9. NO SABENO CONTESTA

OBSERVACIONES DEL AGENTE ENTREVISTADOR

CODIGO AGENTE

FECHA ENTREVISTA

Día

Mes

Año

FIRMA AGENTE

NOMBRE AGENTE

CUESTIONARIO
ENCUESTA HÁBITOS Y PRÁCTICAS
CULTURALES 2018-2019



ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018 - 2019

BORRADOR V-04

PERIODO TRIMESTRAL:

DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA PERSONA SELECCIONADA

PROVINCIA MUNICIPIO DISTRITO SECCION CODSEC

ESTRATO N PER GRUPO IDENTIFICADOR

HORA INICIO DE LA ENTREVISTA :

TITULAR/ RESERVA

HORA FINALIZACIÓN DE LA ENTREVISTA :

NOMBRE

DIRECCIÓN POSTAL COMPLETA

..... CÓDIGO POSTAL

TELEFONO

CARACTERÍSTICAS Y FINALIDAD DE LA ENCUESTA

La Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2018- 2019 es una investigación por muestreo de carácter oficial dirigida a las personas de 15 años en adelante residentes en España

Su finalidad es evaluar los hábitos y prácticas culturales de las personas residentes en España

LEGISLACIÓN

Secreto estadístico

Serán objeto de protección y quedarán amparados por el secreto estadístico los datos personales que obtengan los servicios estadísticos tanto directamente de informantes como de fuentes administrativas (Art. 13.1. de la Ley de la Función Estadística Pública de 9 Mayo de 1989 (LFEP))

Todo el personal estadístico tendrá la obligación de preservar el secreto estadístico (Art. 17.1 de la LFEP)

Obligación de facilitar los datos

Esta encuesta es de cumplimentación obligatoria al tratarse de una encuesta para fines estatales incluida en el Plan Estadístico Nacional 2017-2020 aprobado por Real Decreto 410/2016

Las Leyes 4/1990 y 13/1996 establecen la obligación de facilitar los datos que se soliciten para la elaboración de esta estadística

Todas las personas que suministren datos deben contestar de una forma veraz, exacta, completa y dentro del plazo (Art. 10.2 de la LFEP)

INSTRUCCIONES AL AGENTE ENTREVISTADOR

Las instrucciones completas para el agente entrevistador figuran en el manual del agente. Se destacan aquí los siguientes aspectos:

Las encuestas se realizarán de forma personal

En las preguntas que recogen periodos de tiempo solapados, el entrevistador no seguirá preguntando una vez que encuentre la primera respuesta positiva. Por ejemplo en IV.1.a. si responde afirmativamente a "En el último trimestre", pasará a IV.1.b.

La referencia en algunas preguntas a la palabra "LISTA" indica que el entrevistador enseñará una lista impresa con las posibles respuestas a la pregunta

El entrevistador debe cumplimentar, siempre que proceda, todos los campos que figuren con identificador de grabación. En los casos en los que este identificador esté sombreado, sólo deberá poner un círculo en la respuesta o respuestas correctas.

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

I. DATOS PERSONALES

1. SEXO 1 Hombre 2 Mujer
2. NACIONALIDAD
- 1 Española 2 Española y otra 3 Extranjera
3. AÑO DE NACIMIENTO
4. NIVEL DE ESTUDIOS
(Señale por favor los estudios finalizados o título de mayor nivel)
-L
- 1 Fue menos de 5 años a la escuela (incluye no sabe leer y/o escribir)
- 2 Educación primaria completa o fue a la escuela al menos 5 años
- 3 ESO, EGB y Bachiller Elemental (con título o cursado, al menos, 3º, 8º o 4º, respectivamente); Certificados de Estudios Primarios y de Escolaridad; Certificado de Profesionalidad niveles 1 y 2; y similares
- 4 Bachiller, BUP, COU, Bachiller Superior, PREU y similares
- 5 Ciclos Formativos de Grado Medio, FPI, Gr. Medio Profesional de Música y Danza, FP básica, y similares; EO Idiomas- Nivel Avanzado
- 6 Certificados de profesionalidad de nivel 3. Título propio universitario de menos de dos años que requiere el bachillerato; y similares
- 7 Ciclos Formativos de Grado Superior, FP II y equivalentes; título propio universitario de 2 o más años que requiere el bachillerato
- 8 Grado hasta 240 ECTS, Diplomatura, Arquitectura e Ingeniería Técnica y equivalentes; postgrado universitario (de menos de 1 año)
- 9 Grado de más de 240 ECTS, Licenciatura, Arquitectura, Ingeniería, Máster Universitario, especialidad en Ciencias de la Salud y equivalentes
- 10 Doctorado universitario
5. SITUACIÓN LABORAL
- 1 Trabajando
2 Parado
3 Jubilado o retirado del trabajo / pensionista
4 Incapacitado permanente
5 Estudiante (que no trabaje)
6 Dedicado a las labores de su hogar 7 Otros
- SÓLO SI ESTÁ TRABAJANDO (Si ha respondido 1 en pregunta I.5)
6. SITUACIÓN PROFESIONAL
- 1 Por cuenta propia 2 Por cuenta ajena
- A TODOS
7. SITUACIÓN PERSONAL
- 1 Soltero sin hijos en casa de sus padres
2 Soltero independiente, divorciado, separado o viudo sin hijos a su cargo
3 Soltero, divorciado, separado o viudo con hijos a su cargo
4 Casado o en pareja sin hijos
5 Casado o en pareja con algún hijo menor de 18 años (aunque además tenga otros hijos)
6 Casado o en pareja con hijos de 18 o más años en casa
7 Casado o en pareja con hijos de 18 o más años que no viven en casa
8 Otros
8. En los últimos doce meses, ¿día que su estado de salud ha sido...?
- 1 Muy Bueno 2 Bueno 3 Regular 4 Malo 5 Muy malo
9. ¿Tiene alguna enfermedad o problema de salud crónicos o de larga duración?
- 1 Sí 2 No
10. Durante al menos los últimos 6 meses ¿en qué medida se ha visto limitado debido a un problema de salud para realizar las actividades que la gente habitualmente hace?
- 1 Gravemente limitado 2 Limitado pero no gravemente 3 Nada limitado
11. NUMERO DE PERSONAS EN EL HOGAR (Incluido el entrevistado)
- a) Mayores de 18 años c) De 10 a 14 años
- b) De 15 a 18 años d) De menos de 10 años

II. EQUIPAMIENTOS CULTURALES

Señale por favor si dispone de alguno/s de los siguientes equipamientos en su hogar y, si se solicita, estime el número

1. LECTURA
- | | En formato papel
SI | Número | En formato digital
SI | Número |
|--|--------------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|
| a) Libros | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| b) Enciclopedias | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| c) Lectores de libro digital (ereader) | | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| d) Otros dispositivos móviles con lector de libro digital (Smartphone, Tablet, etc.) | | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
2. MUSICA
- | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|----------------------|
| a) Soportes de sonido en formato físico | | SI | Número |
| Discos de vinilo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| CD, DVD o Blu Ray | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| b) Soportes de sonido en formato digital (Archivos digitales de música MP3 y otros...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| c) Equipos de sonido en los que pueden escuchar música de... | | | |
| Radio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| CD, DVD o Blu Ray | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Discos de vinilo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Archivos digitales de música (MP3,WAV...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| ¿Dispone alguno de estos equipos de conexión a Internet? | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| d) Móvil con reproductor de música | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| e) Otros dispositivos (PC, Tablet) con reproductor de música | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| f) Instrumentos musicales | | SI | Número |
| | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
3. CONTENIDOS AUDIOVISUALES (Videos de películas, series y otros)
- | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|----------------------|
| a) Soportes de video en formato físico | | SI | Número |
| CD, DVD o Blu Ray | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| b) Soportes de video en formato digital (Archivos digitales de video MP4 y otros...) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| c) Equipos de video en los que pueden ver | | SI | Número |
| Video DVD o Blu Ray | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Soportes de video en formato digital | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| ¿Dispone alguno de estos equipos de conexión a Internet? | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| d) Móvil con reproductor de video | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| e) Smart tv | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| f) Otros dispositivos (PC, Tablet) con reproductor de video | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
4. TELEVISION
- | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|----------------------|
| Equipos en los que puede ver la televisión | | SI | Conexión Internet |
| a) Equipos específicos. Televisión | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| b) Equipos no específicos. Otros dispositivos (PC, Tablet, móvil) para ver televisión | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
5. FOTOGRAFIA
- | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|----------------------|
| a) Equipos específicos para fotografía o videos | | | |
| Cámara de fotos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Cámara de fotos y video | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Cámara de video | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| ¿Dispone alguno de estos equipos de conexión a Internet? | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| b) Móvil con cámara de foto y video | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| c) Otros dispositivos (PC, Tablet) con cámara de foto y video | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
6. ORDENADOR, TABLETS E INTERNET
- | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|----------------------|
| a) Ordenador | | SI | Número |
| Tablet | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| c) Lector de CD, DVD o Blu Ray | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| d) Grabador de CD, DVD o Blu Ray | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| e) Disco extraíble, disco duro externo multimedia o similar (Dispositivos de almacenamiento en red, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| f) Almacenamiento de ficheros en la nube | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| g) Consola de videojuegos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| h) Software de juegos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Software educativo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Programas de reproducción de audio o video (MP3, MP4, AVI, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| i) Acceso a Internet | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Banda ancha (ADSL, fibra óptica, similares) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| Internet móvil de banda ancha (GSM, 3G, 4G, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| j) Móvil con acceso a Internet | | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
7. SUSCRIPCIONES A PLATAFORMAS DIGITALES
- | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|----------------------|
| a) A plataformas digitales de contenidos musicales (video, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| b) A plataformas digitales de películas o series (Netflix, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| c) A plataformas digitales de canales de televisión (Movistar, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| d) A plataformas digitales de libros | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| e) A plataformas digitales de videojuegos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

III. INTERÉS EN ACTIVIDADES CULTURALES

1. ¿Cómo calificaría su interés en las siguientes actividades culturales?
(Desde 0 (NINGUN INTERÉS) hasta 10 (MAXIMO INTERÉS))

a) Lectura en general
a1) Leer libros (por trabajo o estudios)
a2) Leer libros por otras razones (ni trabajo ni estudios)
a3) Leer periódicos
a4) Leer revistas
b) Asistir o acceder por Internet a bibliotecas
c) Archivos
d) Museos
e) Exposiciones (Fuera de un museo)
f) Galerías de arte
g) Monumentos
h) Yacimientos arqueológicos
i) Cine y contenidos audiovisuales
i1) Cine
i2) Contenidos audiovisuales (películas, series, etc.)
j) Escénicas en general
j1) Teatro
j2) Opera
j3) Zarzuela
j4) Ballet o danza
j5) Circo
k) Música en general
k1) Conciertos de música clásica
k2) Conciertos de música actual
k3) Escuchar música
l) Toros

IV. MONUMENTOS, YACIMIENTOS, MUSEOS, ARCHIVOS

1. ¿Cuándo fue la última vez que...?

	En el último trimestre (De... a ...)	En el último año (De... a ...)	Hace más de un año (De... a ...)	Nunca o casi nunca
a) Visitó un monumento	1	2	3	4 <input type="checkbox"/>
b) Visitó un yacimiento arqueológico	1	2	3	4 <input type="checkbox"/>
c) Visitó un museo	1	2	3	4 <input type="checkbox"/>
d) Visitó una exposición (Fuera de un museo)	1	2	3	4 <input type="checkbox"/>
e) Visitó una galería de arte	1	2	3	4 <input type="checkbox"/>
f) Fue a un archivo	1	2	3	4 <input type="checkbox"/>

SOLO SI FUE EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces visitó o fue a... en el último trimestre?

	(De... a ...)
a) Un monumento	<input type="checkbox"/>
b) Un yacimiento arqueológico	<input type="checkbox"/>
c) Un museo	<input type="checkbox"/>
d) Una exposición (Fuera de un museo)	<input type="checkbox"/>
e) Una galería de arte	<input type="checkbox"/>
f) Un archivo	<input type="checkbox"/>

SOLO SI FUERON EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que visitó un... ¿podría decirme el motivo de su visita? ¿Qué día de la semana era? ¿Eran vacaciones o periodo laboral?

	1 Profesión o estudios	1 Lunes a jueves	1 Vacaciones
	2 Ocio o entretenimiento	2 Viernes	2 Periodos laborales
		3 Fin de semana o festivo	
a) Monumento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Yacimiento eq.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Museo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Exposición (Fuera de un museo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Galería de arte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Archivo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SÓLO SI VISITARON UN MUSEO EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que visitó un museo ¿podría decirme...

a) ¿Dónde estaba ubicado?

- 1 En su ciudad
- 2 En su Comunidad Autónoma pero no en su ciudad
- 3 En España pero no en su Comunidad Autónoma
- 4 En la Unión Europea pero no en España
- 5 Fuera de la Unión Europea

b) ¿Qué tipo de museo era (LISTA)...?

- 1 Museo de arte (Bellas artes, Artes decorativas, Arte contemporáneo)
- 2 Museo de arqueología e historia
- 3 Museo de historia natural y ciencias naturales
- 4 Museo de ciencia y tecnología
- 5 Museo de etnografía y antropología
- 6 Museo especializado (todos los aspectos de un solo tema)
- 7 Museo general (colecciones mixtas, más de una categoría)
- 8 Otros museos

c) ¿Audió solo o en compañía?

- 1 Solo
- 2 Con mis hijos u otros niños
- 3 Con otros familiares o amigos
- 4 Grupo escolar
- 5 Otros grupos organizados

d) ¿Qué tipo de entrada utilizó?

- 1 Entrada gratuita
- 2 Abono (Tarjetas, abonos turísticos, etc.)
- 3 Entrada con algún descuento
- 4 Entrada a su precio normal
- 5 Jornada de puertas abiertas, noche de los museos, etc.
- 6 Entrada adquirida por reventa

SI LA RESPUESTA A IV.4.d es 2, 3, 4 o 6

e) ¿Cómo adquirió su entrada?

- 1 Por teléfono
- 2 Por Internet
- 3 En taquilla
- 4 Otros

f) ¿Podría decirme las actividades que suele realizar al visitar un museo?

- 1 Visitar la colección permanente o temporal del museo
- 2 Otras actividades en el museo

a) Actividades educativas

b) Cursos, talleres, seminarios, jornadas

c) Conferencias y proyecciones audiovisuales

d) Conciertos y otras actividades escénicas

A TODOS

5. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya más a un museo?

1 El precio	7 Me resulta difícil de entender
2 Es difícil conseguir entradas	8 No tengo tiempo
3 No hay en mi zona, están lejos	9 No tengo interés
4 Hay poca información	10 Por no tener con quien ir
5 Prefiero visitas virtuales	11 Por problemas de accesibilidad física al recinto
6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.)	

6. ¿Ha realizado en el último año alguna visita virtual a través de Internet a...

Monumento <input type="checkbox"/>	Yacimiento <input type="checkbox"/>	Museo <input type="checkbox"/>	Exposición <input type="checkbox"/>	Galería <input type="checkbox"/>	Archivo <input type="checkbox"/>
------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

A TODOS (en cada caso si ha visitado en el último año)

7. ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con la última visita presencial a... (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))

Monumento <input type="checkbox"/>	Yacimiento <input type="checkbox"/>	Museo <input type="checkbox"/>	Exposición <input type="checkbox"/>	Galería <input type="checkbox"/>	Archivo <input type="checkbox"/>
------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

8. En relación al mercado del arte, en el último año...

a) ¿Ha asistido a subastas o ferias de arte?

b) ¿Ha realizado alguna compra de obras de arte?

c) ¿Se considera coleccionista de obras de arte?

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

V. LECTURA Y BIBLIOTECAS

LIBROS

1. ¿Cuándo fue la última vez que leyó un libro por motivos profesionales o por sus estudios? ¿Y por otros motivos: ocio, entretenimiento, etc.?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
1 En la última semana (De... a ...)	1	1
2 En el último mes (De... a ...)	2	2
3 En el último trimestre (De... a ...)	3	3
4 En el último año (De... a ...)	4	4
5 Hace más de un año (De... a ...)	5	5
6 Nunca o casi nunca	6	6

SÓLO SI LEYÓ EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántos libros leyó por motivos profesionales o por estudios en el último trimestre? ¿Y por otros motivos: ocio o entretenimiento?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) Libros en formato papel	1	2
b) Libros en formato digital	1	2

3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar a la lectura en un día laboral?

	Por profesión o estudios		Por otros motivos	
	HORAS	MINUTOS	HORAS	MINUTOS
a) De lunes a viernes	1	2	3	4
b) En fin de semana o festivo	1	2	3	4

SÓLO SI LEYÓ EN EL ÚLTIMO AÑO

4. ¿Podría señalar el/los formatos de libro que suele leer?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) En formato papel	1	2
b) En formato digital	1	2
c) Directamente de Internet	1	2
d) En un lector de libros digitales (ereader)	1	2
e) A través de otros soportes móviles (Tablet, Smartphone, etc.)	1	2
f) A través de plataformas digitales (Suscripción)	1	2

SÓLO SI LEYÓ EN EL ÚLTIMO AÑO POR OCIO O ENTRETENIMIENTO

5. ¿Cuándo lee libros por ocio o entretenimiento con mayor frecuencia?

a) ¿De lunes a viernes o en fines de semana y festivos?	1
1 Lunes a viernes, salvo festivos	
2 Fin de semana o festivos	3 Indiferente
b) ¿En vacaciones o en periodos laborales?	1
1 Vacaciones	
2 Periodos laborales	3 Indiferente

6. ¿Dónde suele leer libros por ocio o entretenimiento?

a) En casa	1	d) En bibliotecas	1
b) En el trabajo	1	e) Otros	1
c) En el transporte	1		

7. ¿Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyeron al elegir el último libro?

1 El autor	4 La opinión directa de familiares o amigos
2 El tema	5 Opiniones en redes sociales
3 La publicidad	6 Las críticas profesionales
	7 Premios recibidos

A TODOS

8. ¿Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no los lea o no los lea más?

1 El precio de los libros	5 Me resulta difícil de entender
2 No tengo acceso a libros, bibliotecas	6 No tengo tiempo
3 No hay librerías en mi zona, están lejos	7 No tengo interés
4 Problemas de salud (de vista)	8 No me gusta leer

9. ¿Ha comprado libros en el último trimestre o en el último año?

	1 En el último trimestre	2 En el último año	3 No	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) En formato papel	1	2	3	1	2
b) En formato digital	1	2	3	1	2

SÓLO SI COMPRO LIBROS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

10. ¿Cuántos libros (impresos o electrónicos) ha comprado en el último trimestre para usted, para su familia o para regalar?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
a) Para usted	1	2
b) Para su familia	1	2
c) Para regalar	1	2

SÓLO SI OBTUVO LIBROS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

11. ¿De qué manera obtuvo o adquirió los libros relacionados con su profesión o estudios en el último trimestre (LISTA)? ¿Y los libros relacionados con su ocio y tiempo libre? (Marque la modalidad y señale el número)

	SI	Profesión o estud. (Número)	Otros (Número)
a) Los compró en un establecimiento	1	2	3
b) Los compró en un kiosco de prensa	1	2	3
c) Los compró por correo, teléfono	1	2	3
d) Los compró por Internet	1	2	3
d1) Con marca o licencia de autor	1	2	3
d2) Sin marca o licencia de autor	1	2	3
e) Los descargó pagando de Internet	1	2	3
e1) Con marca o licencia de autor	1	2	3
e2) Sin marca o licencia de autor	1	2	3
f) Los descargó gratuitamente de Internet	1	2	3
f1) Con marca o licencia de autor	1	2	3
f2) Sin marca o licencia de autor	1	2	3
g) Eran una fotocopia (o copia escaneada)	1	2	3
g1) De un libro completo	1	2	3
g2) De parte de un libro	1	2	3
h) Eran una copia de un amigo o familiar	1	2	3
i) Eran un préstamo de una biblioteca	1	2	3
j) Eran un préstamo de un amigo	1	2	3
k) Eran un regalo	1	2	3
l) Por suscripción a plataformas digitales	1		
l1) Con marca o licencia de autor	1		
l2) Sin marca o licencia de autor	1		
m) Otras webs de streaming	1		
m1) Con marca o licencia de autor	1		
m2) Sin marca o licencia de autor	1		

SÓLO SI HA RESPONDIDO d2), e2), f), g), i2) o m2) EN PREGUNTA V.11

12. ¿Cuál era la materia de los libros que obtuvo en el último trimestre mediante....

	Descargas gratuitas de Internet	Fotocopias de libros	Compra, descarga o acceso sin marca o licencia de autor
a) Infantil y juvenil	(Si f) 1	(Si g) 2	(Si d2, e2, f2, i2, m2) 3
b) Libros de texto	1	2	3
c) Científicos y técnicos	1	2	3
d) Creación literaria	1	2	3
e) Otros	1	2	3

13. ¿Por qué motivos prefirió utilizar....

	Descargas gratuitas de Internet	Fotocopias de libros	Compra, descarga o acceso sin marca o licencia de autor
a) Comodidad	(Si f) 1	(Si g) 2	3
b) Rapidez, inmediatez	1	2	3
c) Ahorro económico	1	2	3
d) Solo necesitaba una parte	1	2	3
e) No lo encuentro en establecimientos comerciales	1	2	3

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

V. LECTURA Y BIBLIOTECAS

SOLO SI HA RESPONDIDO f2), d2), e2), i2) o m2) EN PREGUNTA V.11
 14. ¿De qué tipo de Web los obtuvo?

- a) Web pública (Ministerio, Institución) 1
 b) Otras Webs 1
 b1) Webs de enlaces 1
 b2) Webs de descargas masivas 1
 b3) Webs P2P 1
 b4) Webs de streaming (acceso a la obra sin descarga) 1
 b5) Webs de acceso a obras de libre acceso (licencias libres, etc.) 1

SOLO SI HA RESPONDIDO a) EN LA PREGUNTA V.11

15. ¿Qué tipo de establecimiento era?
 a) Un establecimiento especializado (librerías, cadenas de librerías) 1
 b) Otros (gran almacén, etc.) 1

SOLO SI LEYO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE POR MOTIVOS DISTINTOS A SU PROFESIÓN O ESTUDIOS

16. ¿De qué tema eran los libros que leyó en el último trimestre (LISTA)?

Creación literaria	Formato papel	Formato digital	Formato papel	Formato digital
1 Infantil, juvenil	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
2 Cómics e historietas	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
3 Biografías o memorias	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
4 Teatro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
5 Poesía	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
6 Novela	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
60 Clásica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
61 Contemporánea:				
61.0 Histórica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
61.1 Aventuras	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
61.2 Costumbrista	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
61.3 Sentimental / amor	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
61.4 Negra y policíaca	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
61.5 Ciencia Ficción	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
61.6 Otros	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

Divulgación, información y libros no profesionales

	Formato papel	Formato digital
7 Enciclopedias y diccionarios enciclopédicos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
8 Historia	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
9 Filosofía, psicología	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
10 Religión, teología	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
11 Política y economía	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
12 Ciencias sociales y humanidades	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
13 Ciencias médicas y naturales	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
14 Ciencias físicas, químicas, matemáticas e informática	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
15 Deportes y juegos	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
16 Artes plásticas y gráficas, fotografía	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
17 Cine, música, teatro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
18 Toros	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2
19 Otros	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2

PRENSA Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS

17. ¿Con qué frecuencia lee prensa diaria de información general, de pago de la que se reparte gratuita o directamente de Internet? ¿Y deportiva? ¿Y revistas culturales, de teatro, música, cine, ...? ¿Y otras revistas?

	Prensa de información general	Prensa deportiva	Revistas culturales	Otras revistas
1 Diariamente (Todos o casi todos los días)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
2 Solo los fines de semana o festivo	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3 Al menos una vez por semana	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6
4 Al menos una vez al mes	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7
5 Al menos una vez al bimestre	<input type="checkbox"/> 5	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8
6 Al menos una vez al año	<input type="checkbox"/> 6	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9
7 Nunca o casi nunca	<input type="checkbox"/> 7	<input type="checkbox"/> 8	<input type="checkbox"/> 9	<input type="checkbox"/> 10

SOLO SI LEEN PRENSA O REVISTAS AL MENOS UNA VEZ AL MES

18. ¿De qué forma obtuvo o adquirió la prensa o revistas que han leído en el último mes? ¿Era en formato papel o en Internet?

	Prensa de información general	Prensa deportiva	Revistas culturales	Otras revistas
a) En papel, gratuita	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
b) En papel, con precio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
c) En Internet, gratuita	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
d) En Internet, con precio	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

SOLO SI LEE PRENSA DIARIA DE INFORMACIÓN GENERAL AL MENOS UNA VEZ AL MES

19. De las siguientes secciones de prensa diaria ¿cuáles suele leer?

- a) Cultura 1 f) Crítica de música 1
 b) Ciencia y tecnología 1 g) Crítica de arte y exposiciones 1
 c) Crítica de cine 1 h) Crítica teatral 1
 d) Crítica de televisión 1 i) Ninguna de las anteriores 1
 e) Crítica de teatro 1

TODOS

20. En el último mes... Por profesión o estudios Por otros motivos

- a) Ha consultado alguna enciclopedia (impresa o en Internet) 1 2
 b) Ha leído Blogs, etc. 1 2
 c) ¿Ha utilizado otras formas de lectura no recogidas anteriormente? En este caso señale cual 1 2

BIBLIOTECAS

21. ¿Cuándo fue la última vez que fue a una biblioteca o accedió por Internet a ella?

	En el último trimestre (De.. a ..)	En el último año (De.. a ..)	Hace más de un año (De.. a ...)	Nunca o casi nunca
a) Fue	1	2	3	4 <input type="checkbox"/> 1
b) Accedió por Internet	1	2	3	4 <input type="checkbox"/> 1

SOLO SI FUE A LA BIBLIOTECA O ACCEDIO POR INTERNET EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

22. ¿Ha utilizado servicio de préstamo online de libros digitales en el último trimestre? 1

23. ¿Cuántas veces fue o accedió por Internet en el último trimestre?

- a) Fue 1 b) Accedió por Internet 1

24. ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción de la última vez que fue o accedió a una biblioteca? (DE 0 (NINGUNA) A 10 (MAXIMA))

- a) Fue 1 b) Accedió por Internet 1

SOLO SI FUE A LA BIBLIOTECA EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

25. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era? 1
 1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 Fin de semana o festivo
 b) ¿Llevó sus propios libros para leer o estudiar? 1
 1 Sí, llevó sus propios libros 2 Si, llevó sus propios libros y también utilizó los de la biblioteca
 3 No llevó sus propios libros
 c) ¿Cuáles son los dos motivos principales por los que va a la biblioteca? (LISTA) 1 2
 1 Para estudiar
 2 Para consultar o leer allí libros de la biblioteca
 3 Para consultar o leer allí revistas y/o periódicos
 4 Para consultar o ver o escuchar allí audiovisuales
 5 Para tomar en préstamo libros o devolverlos
 6 Para tomar en préstamo libros electrónicos
 7 Para tomar en préstamo audiovisuales o devolverlos
 8 Para encontrarse con sus compañeros
 9 Para usar Internet
 10 Para asistir a alguna actividad programada (cursos, clubs de lectura, etc.)
 11 Para acompañar a otras personas (niños, mayores, etc.)

A TODOS

26. ¿Cuáles son los dos motivos principales por los que no va más a la biblioteca? (LISTA)

- 1 Desconocimiento de que existan en la zona 1 2
 2 Desconozco su funcionamiento (horarios, precio, etc.)
 3 Horario limitado 1 8 No tengo interés
 4 No hay en mi zona, están lejos 1 9 Prefiero acceder por Internet
 5 Tienen pocas prestaciones 1 10 No encuentro lo que me interesa
 6 Son incómodas (ruidosas, poca luz, etc.) 1 11 Por problemas de accesibilidad física al recinto
 7 No tengo tiempo

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

VI. BALLET O DANZA, ÓPERA, ZARZUELA, TEATRO Y CIRCO

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue al...?

	En el último trimestre (De... a...)	En el último año (De... a...)	Hace más de un año (De... a...)	Nunca o casi nunca
a) Ballet o danza	1	2	3	4
b) Ópera	1	2	3	4
c) Zarzuela	1	2	3	4
d) Teatro (Incluye teatro musical)	1	2	3	4
e) Circo	1	2	3	4

SOLO SI ASISTIÓ EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue en el último trimestre a...?

Ballet	Ópera	Zarzuela	Teatro	Circo
Danza				

SOLO SI ASISTIÓ A BALLET O DANZA EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era? 1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 Fin de semana o festivo
- b) ¿En qué tipo de recinto se celebró el espectáculo? 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines Instalaciones dedicadas a ese fin: 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales) 3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Se trataba de un espectáculo de ballet clásico, flamenco o baile español, danza contemporánea, danza folklórica o étnica? 1 Ballet clásico 2 Flamenco, Baile español 3 Danza contemporánea 4 Danza folklórica o étnica 5 Otro
- d) ¿Qué dos motivos de la LISTA influyeron más en la elección? 1 Los artistas 2 El director 3 El autor 4 La música 5 El tema 6 La publicidad 7 La opinión directa de familiares o amigos 8 Opiniones en redes sociales 9 Las críticas profesionales 10 Premios recibidos
- e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- f) ¿Qué tipo de entrada utilizó? 1 Gratuita 2 Abono 3 Con algún descuento 4 A su precio normal 5 Reventa

SOLO SI LA RESPUESTA A VI.3.F ES DISTINTA DE 1

- g) ¿Cómo adquirió su entrada? 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SOLO SI ASISTIÓ A LA ÓPERA EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era? 1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 Fin de semana o festivo
- b) ¿En qué tipo de recinto se celebró el espectáculo? 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines Instalaciones dedicadas a ese fin: 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales) 3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Qué dos motivos de la LISTA influyeron más en la elección? 1 Los artistas 2 El director 3 El autor 4 La música 5 El tema 6 La publicidad 7 La opinión directa de familiares o amigos 8 Opiniones en redes sociales 9 Las críticas profesionales 10 Premios recibidos
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- e) ¿Qué tipo de entrada utilizó? 1 Gratuita 2 Abono 3 Con algún descuento 4 A su precio normal 5 Reventa

SOLO SI LA RESPUESTA A VI.4.E ES DISTINTA DE 1

- f) ¿Cómo adquirió su entrada? 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SOLO SI ASISTIÓ A LA ZARZUELA EN EL ÚLTIMO AÑO

5. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era? 1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 Fin de semana o festivo
- b) ¿En qué tipo de recinto se celebró el espectáculo? 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines Instalaciones dedicadas a ese fin: 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales) 3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Qué dos motivos de la LISTA influyeron más en la elección? 1 Los artistas 2 El director 3 El autor 4 La música 5 El tema 6 La publicidad 7 La opinión directa de familiares o amigos 8 Opiniones en redes sociales 9 Las críticas profesionales 10 Premios recibidos
- d) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- e) ¿Qué tipo de entrada utilizó? 1 Gratuita 2 Abono 3 Con algún descuento 4 A su precio normal 5 Reventa

SOLO SI LA RESPUESTA A VI.5.E ES DISTINTA DE 1

- f) ¿Cómo adquirió su entrada? 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SOLO SI ASISTIÓ AL TEATRO EN EL ÚLTIMO AÑO

6. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era? 1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 Fin de semana o festivo
- b) ¿En qué tipo de recinto se celebró el espectáculo? 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines Instalaciones dedicadas a ese fin: 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales) 3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Se trataba de un teatro de vanguardia, actual, clásico, musical, infantil o de otro tipo? 1 De vanguardia 2 Actual 3 Clásico 4 Musical 5 Infantil 6 Otros
- d) ¿Qué dos motivos de la LISTA influyeron más en la elección? 1 Los artistas 2 El director 3 El autor 4 El tema 5 La publicidad 6 La opinión directa de familiares o amigos 7 Opiniones en redes sociales 8 Las críticas profesionales 9 Premios recibidos
- e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- f) ¿Qué tipo de entrada utilizó? 1 Gratuita 2 Abono 3 Con algún descuento 4 A su precio normal 5 Reventa

SOLO SI LA RESPUESTA A VI.6.F ES DISTINTA DE 1

- g) ¿Cómo adquirió su entrada? 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SOLO SI ASISTIÓ AL CIRCO EN EL ÚLTIMO AÑO

7. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme...

- a) ¿Qué día de la semana era? 1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 Fin de semana o festivo
- b) ¿En qué tipo de recinto se celebró el espectáculo? 1 Instalaciones temporales 2 Instalaciones permanentes
- c) ¿Se trataba de un circo tradicional, contemporáneo o de otro tipo? 1 Tradicional 2 Contemporáneo 3 De otro tipo
- d) ¿Qué dos motivos de la LISTA influyeron más en la elección? 1 Los artistas 2 El director 3 El tema 4 La publicidad 5 La opinión directa de familiares o amigos 6 Opiniones en redes sociales 7 Las críticas profesionales 8 Premios recibidos
- e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- f) ¿Qué tipo de entrada utilizó? 1 Gratuita 2 Abono 3 Con algún descuento 4 A su precio normal 5 Reventa

SOLO SI LA RESPUESTA A VI.7.F ES DISTINTA DE 1

- g) ¿Cómo adquirió su entrada? 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

A TODOS

8. ¿Ha visto en el último año algún espectáculo escénico a través de Internet?

Ballet Danza
 Opera
 Zarzuela
 Teatro
 Circo

9. ¿Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya o no vaya más al?

	Ballet Danza	Opera	Zarzuela	Teatro	Circo
1 El precio	1	1	1	1	1
2 Es difícil conseguir entradas	2	2	2	2	2
3 Hay poca oferta	3	3	3	3	3
4 Hay poca información	4	4	4	4	4
5 Prefiero oírlo por radio/verlo en televisión, video, Internet	5	5	5	5	5
6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.)	6	6	6	6	6
7 Me resulta difícil de entender	7	7	7	7	7
8 No tengo tiempo	8	8	8	8	8
9 No tengo interés	9	9	9	9	9
10 Por no tener con quién ir	10	10	10	10	10
11 Sólo está disponible en reventa	11	11	11	11	11
12 Por problemas de accesibilidad física al recinto	12	12	12	12	12

VII. CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA Y ACTUAL

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue a un concierto de música clásica? ¿Y de música actual?

	En el último trimestre (De... a ...)	En el último año (De... a ...)	Hace más de un año (De... a ...)	Nunca o casi nunca
a) Música clásica	1	2	3	4
b) Música actual	1	2	3	4

SÓLO SI ASISTIÓ A UN CONCIERTO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue a un concierto de música clásica en el último trimestre? ¿Y de música actual?

a) Música clásica b) Música actual

SÓLO SI ASISTIÓ A CONCIERTOS DE MÚSICA CLÁSICA EN EL ÚLTIMO AÑO

En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

3. a) ¿Qué día de la semana era?
- 1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 fin de semana o festivo
- b) ¿En qué tipo de recinto se celebró el espectáculo?
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Se trataba de un concierto de
- 1 Orquesta sinfónica 4 Recital lírico
2 Grupo de cámara 5 Solista
3 Coro o grupo vocal 6 Otros
- d) ¿Qué dos motivos de la LISTA influyeron más en la elección?
- 1 Los artistas 6 La opinión directa de familiares o amigos
2 El director 7 Opiniones en redes sociales
3 El autor (compositor) 8 Las críticas profesionales
4 La publicidad 9 Premios recibidos
5 La música (partitura)
- e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el concierto que escuchó? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- f) ¿Qué tipo de entrada utilizó?
- 1 Gratuita 3 Con algún descuento 5 Reventa
2 Abono 4 A su precio normal
- SOLO SI LA RESPUESTA A VII.3.F ES DISTINTA DE 1
- g) ¿Cómo adquirió su entrada?
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

SÓLO SI ASISTIÓ A CONCIERTOS DE MÚSICA ACTUAL EN EL ÚLTIMO AÑO

4. En relación a la última vez que asistió ¿podría decirme....

- a) ¿Qué día de la semana era?
- 1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 Fin de semana o festivo
- b) ¿En qué tipo de recinto se celebró el espectáculo?
- 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
3 Colegios, centros sociales, etc. (No comerciales)
- c) ¿Se trataba de un concierto de...(LISTA)
- 1 Canciones infantiles 10 Blues, Soul
2 Canción de autor (Serret) 11 Jazz
3 Canción melódica (Julio Iglesias) 12 World music, folk, étnica
4 Flamenco 13 Reggae
5 Nuevo flamenco 14 Rap, Hip hop
6 Otro folklore español: celta, regional 15 Electrónica, techno
7 Pop / Rock español 16 Hard rock, metal, punk
8 Pop / Rock latino 17 Dance/fhouse
9 Pop / Rock extranjero 18 Otro tipo
- d) ¿Qué dos motivos de la LISTA influyeron más en la elección?
- 1 Los artistas 4 La opinión directa de familiares o amigos
2 La música (partitura) 5 Opiniones en redes sociales
3 La publicidad 6 Las críticas profesionales
7 Premios recibidos
- e) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el concierto que escuchó? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
- f) ¿Qué tipo de entrada utilizó?
- 1 Gratuita 3 Con algún descuento 5 Reventa
2 Abono 4 A su precio normal

SOLO SI LA RESPUESTA A VII.4.F ES DISTINTA DE 1

- g) ¿Cómo adquirió su entrada?
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

A TODOS

5. ¿Ha visto en el último año algún concierto a través de Internet?

a) Música clásica b) Música actual

A TODOS

6. ¿Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que o no asista más a conciertos de música clásica o actual?

	Conciertos de Música clásica	Conciertos de Música actual
1 El precio	1	1
2 Es difícil conseguir entradas	2	2
3 Hay poca oferta	3	3
4 Hay poca información	4	4
5 Prefiero oírlo por radio/verlo en televisión, video, Internet	5	5
6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.)	6	6
7 Me resulta difícil de entender	7	7
8 No tengo tiempo	8	8
9 No tengo interés	9	9
10 Por no tener con quién ir	10	10
11 Sólo está disponible en reventa	11	11
12 Por problemas de accesibilidad física al recinto	12	12

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

VIII. MÚSICA GRABADA

1. ¿Con qué frecuencia suele usted escuchar música a través de la radio, CD, o de otros soportes?

- 1 Diariamente (Todos o casi todos los días)
- 2 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez al mes
- 4 Al menos una vez al trimestre
- 5 Al menos una vez al año
- 6 Nunca o casi nunca

SOLO SI ESCUCHA MÚSICA AL MENOS UNA VEZ A LA SEMANA

2. ¿Cuánto tiempo suele dedicar a escuchar música?

	HORAS	MINUTOS
a) De lunes a viernes	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) En fin de semana o festivo	<input type="text"/>	<input type="text"/>

SÓLO SI SUELE ESCUCHAR MÚSICA
(Si ha respondido 1 a 5 en pregunta VIII.1)

3. En relación a los medios, soportes y equipos en los que suele escuchar música, podría decirme...

- a) ¿Qué medios o soportes suele utilizar para escuchar música?
- a1) Soportes físicos (CD, DVD o Blu Ray, discos de vinilo, etc.)
- a2) Soportes digitales
- a3) Directamente en Internet (streaming)
- a4) Descarga digital
- a5) A través de plataformas digitales (Suscripción o alquiler)
- a6) Radio (emisoras)
- a7) Radio directamente en Internet
- b) ¿Qué equipos suele utilizar para escuchar música?
- b1) El móvil
- b2) Equipos de música portátiles (MP3, etc.)
- b3) Radio
- b4) El ordenador
- b5) Tablet
- b6) La televisión
- b7) Otros equipos
- c) ¿Suele escuchar música en equipos conectados al ordenador?
- d) ¿Suele escuchar música en equipos conectados a Internet?
4. ¿Dónde suele escuchar música?
- a) En casa
- b) En el trabajo
- c) En el coche
- d) En el transporte público
- e) En otro lugar

A TODOS

5. ¿Ha comprado música en el último trimestre o en el último año?

	SI		Número (en trimestre)	
	1 En el último trimestre	2 En el último año	Cds	Temas musicales
a) Soporte físicos (CD, DVD, Blu Ray)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
b) Soportes digitales (ficheros)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

6. ¿Ha estado suscrito en el último trimestre a una plataforma digital? (de música)

- a) De pago
- b) Gratuitas

7. ¿De qué manera obtuvo música grabada (cualquier formato) en el último trimestre? (señale el número de cada tipo) (LISTA)

	SI	CD, DVD...	Temas musicales
a) La compré en un establecimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) La compré en un kiosco de prensa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Eran CD, DVD etc. CON marca comprados en mercadillo o puesto ambulante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Eran CD, DVD, etc. SIN marca comprados en mercadillo o puesto ambulante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) La compré por correo o venta telefónica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) La compré por Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f1) Con marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f2) Sin marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) La descargó pagando de Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g1) Con marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g2) Sin marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) La descargó gratuitamente de Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h1) Con marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h2) Sin marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) La grabó desde la radio o TV.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Descargó el sonido de YouTube o redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) La copió de un amigo o familiar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Eran un préstamo de una biblioteca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Era un regalo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Por suscripción a plataformas digitales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n1) Con marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n2) Sin marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Otras webs o plataformas de streaming	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o1) Con marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o2) Sin marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SOLO SI HA RESPONDIDO d) EN LA PREGUNTA VIII.7

8. ¿Por qué motivos prefirió realizar compras de CD, DVD de música sin marca en mercadillos o puestos ambulantes?

- a) Comodidad
- b) Rapidez, inmediatez
- c) Ahora económico
- d) Solo quería un tema musical
- e) Quería escuchar la canción antes de comprarla
- f) Horarios
- g) No lo encuentro en establecimientos comerciales

SI HA RESPONDIDO f2), g2), h), k), n2) o2) EN LA PREGUNTA VIII.7

9. ¿Por qué motivos prefirió realizar?

	Descargas gratuitas de Internet (Si h)	Copias (Si k)	Compra, descarga o acceso sin marca o licencia de autor (Si f2, g2, h2, n2, o2)
a) Comodidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Rapidez, inmediatez	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Ahora económico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Solo quería un tema musical	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Quería escuchar la canción antes de comprarla	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Horarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) No lo encuentro en establecimientos comerciales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

VIII. MÚSICA GRABADA

SI HA RESPONDIDO h2), f2), q2), n2) u o2) EN LA PREGUNTA VIII.7

10. ¿De qué tipo de Web los obtuvo?

- a) Web pública (Ministerio, Institución) 1
- b) Obras Webs 1
- b1) Webs de enlaces 1
- b2) Webs de descargas masivas 1
- b3) Webs P2P 1
- b4) Webs de streaming (acceso a la obra sin descarga) 1
- b5) Webs de acceso a obras de libre acceso (licencias libres, etc)

11. ¿Qué programas suele utilizar

- a) Programas de intercambio de ficheros (P2P) 1
- b) Servicios de descarga directa de servidores (Rapid Share, Mega, etc.) 1
- c) Programas de almacenamiento en nube (Drop box, ...)

12. ¿Podría decirme si....

- a) Tuvo que registrarse como usuario 1
- b) Vio publicidad mientras realizaba la descarga 1
- c) Escuchó publicidad mezclada con la canción 1
- d) Compró o las conocía de anteriores ocasiones- las referencias a condiciones de uso de la propiedad intelectual 1

SOLO SI HA RESPONDIDO a) EN LA PREGUNTA VIII.7

13. ¿Qué tipo de establecimiento era?

- a) Un establecimiento especializado 1
- b) Obras (gran almacén, etc.) 1

A TODOS

14. ¿De qué temas era la música que ha comprado, o la que ha accedido mediante plataformas digitales, descargas gratuitas o que ha escuchado en el último trimestre? (LISTA)

	COMPRÓ	SUSCRIPCIÓN A PLATAFORMAS DIGITALES	DESCARGO GRATUITAMENTE	ESCUCHÓ
a) Canciones infantiles	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
b) Canción de autor	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
c) Canción melódica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
d) Flamenco	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
e) Nuevo flamenco	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
f) Otro folklore español: celta, regional	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
g) Pop / Rock español	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
h) Pop / Rock latino	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
i) Pop / Rock extranjero	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
j) Blues, Soul	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
k) Jazz	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
l) World música folk, étnica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
m) Reggae	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
n) Rap, Hip hop	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
o) Electrónica, tecno	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
p) Hard rock, metal, punk	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
q) Dance / house	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
r) Música clásica	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
s) Ópera	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
t) Zarzuela	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4
u) Otro	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4

15. ¿Por qué motivos no compra más música con marca?

- a) Greba la música que quiere de amigos 1
- b) Baja música de Internet 1
- c) Los CD, DVD, Blu Ray son caros 1
- d) No está al día de las novedades 1
- e) La música no le interesa demasiado 1
- f) No tiene tiempo para escuchar música 1
- g) La música que quiere oír la oye por radio o televisión 1
- h) La música que quiere oír la oye en Internet 1
- i) La obtiene por suscripción a plataformas digitales 1
- j) Por motivos económicos 1
- k) Por no encontrarlo en establecimientos comerciales 1
- l) Obras 1

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

IX. CINE Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES (VIDEOS DE PELÍCULAS, SERIES, OTROS)

CINE EN SALA

IMPORTANTE: NO SE TRATA DE LA ÚLTIMA VEZ QUE VIO UNA PELÍCULA SINO DE LA ÚLTIMA VEZ QUE FUE AL CINE A VER UNA PELÍCULA

1. ¿Cuándo fue la última vez que fue al cine?
- 1 En el último trimestre (De... a ...)
 - 2 En el último año (De... a ...)
 - 3 Hace más de un año (De... a ...)
 - 4 Nunca o casi nunca

SÓLO SI FUE AL CINE EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

2. ¿Cuántas veces fue al cine en el último trimestre? (De... a ...)

SÓLO SI FUE AL CINE EN EL ÚLTIMO AÑO

3. En relación a la última vez que fue al cine ¿podría decirme....
- a) ¿Qué día de la semana era?
 - 1 Lunes a jueves 2 Viernes 3 Fin de semana o festivo - b) ¿En qué tipo de recinto estaba ubicado el CINE?
 - 1 Instalaciones temporales o dedicadas a otros fines
Instalaciones dedicadas a ese fin:
 - 2 Teatro, cines, auditorios, etc. (Comerciales)
 - 3 Colegios, centros sociales, etc.(No comerciales) - c) ¿De qué tipo de película se trataba (LISTA..)
 - 1 Dibujos animados 4 Comedia 7 Aventuras 10 Clásico
 - 2 Infantil 5 Drama 8 Suspense 11 Musical
 - 3 Ciencia ficción 6 Acción 9 Terror 12 Otros - d) ¿Era una película en versión original?
 - 1 Castellano 3 Otras lenguas
 - 2 Otras lenguas cooficiales 4 No, era doblada - e) ¿Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyeron al elegir la película?
 - 1 Los actores 5 La opinión de sus hijos 9 Premios recibidos
 - 2 El director 6 La opinión directa de otros familiares o amigos
 - 3 El tema 7 Opiniones en redes sociales
 - 4 La publicidad 8 Las críticas profesionales - f) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con la película que vio? (De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
 - g) ¿Qué tipo de entrada utilizó?
 - 1 Gratuita 3 Con algún descuento 5 Reventa
 - 2 Abono 4 A su precio normal
- SÓLO SI LA RESPUESTA A IX.3.g ES DISTINTA DE 1**
- h) ¿Cómo adquirió su entrada?
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

A TODOS

4. ¿Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya más al cine?
- 1 El precio 7 Me resulta difícil de entender
 - 2 Es difícil conseguir entradas 8 No tengo tiempo
 - 3 Hay poca oferta 9 No tengo interés
 - 4 Hay poca información 10 Por no tener con quién ir
 - 5 Prefiero verlo en televisión, 11 Por problemas de
 - 6 Me resulta difícil salir de casa accesibilidad física el recinto
 - (cuidado de niños, mayores, etc.)
5. Si piensa en los estrenos de películas que ha visto en los últimos meses en cine ¿ Como valoraría en una escala de 0 a 10.....
- a) El cine español
 - b) El cine europeo
 - c) El cine norteamericano
 - d) El cine latinoamericano
 - e) El cine asiático
6. En el último año, si excluimos las películas ¿ha ido a una sala de cine para ver otro tipo de espectáculos grabados o transmitidos en directo?
- a) Un concierto
 - b) Otros espectáculos escénicos (ópera, etc..)
 - c) Un espectáculo deportivo
 - d) Otro tipo de espectáculos

AUDIOVISUALES (VIDEOS DE PELÍCULAS, SERIES, OTROS)

IMPORTANTE: SE TRATA DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES (PELICULAS, SERIES Y OTROS EN CUALQUIER FORMATO O MEDIO)

7. ¿Con qué frecuencia suele usted ver contenidos audiovisuales? (video DVD y otros formatos de películas, series y otros)
- | | Películas | Series | Otros |
|---------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| 1 Diariamente | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 2 Al menos una vez por semana | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 3 Al menos una vez al mes | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 4 Al menos una vez al trimestre | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 5 Al menos una vez al año | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| 6 Nunca o casi nunca | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

SOLO SI VE CONTENIDOS AUDIOVISUALES (VIDEOS) AL MENOS UNA VEZ A LA SEMANA

8. ¿Cuánto tiempo dedicó en total la semana pasada a ver videos? **HORAS MINUTOS**
-

SI HA RESPONDIDO 1 a 5 en pregunta IX.7)

9. En relación a los medios, soportes y equipos en los que suele ver videos de películas, series, y otros...
- a) ¿Qué medios utiliza para verlos?
 - a1) Soportes físicos (CD, DVD o Blu Ray)
 - a2) Soportes digitales
 - a3) Directamente en Internet (Streaming)
 - a4) Descarga digital
 - a5) A través de plataformas digitales (Suscripción o alquiler) - b) ¿Qué equipos suele utilizar para verlos?
 - b1) El móvil
 - b2) El ordenador
 - b3) Tablet
 - b4) La televisión
 - b5) Otros equipos - c) ¿Suele ver videos en equipos conectados al ordenador?
 - d) ¿Suele ver videos en equipos conectados a Internet?
 - e) ¿Dónde suele ver videos?
 - e1) En casa
 - e2) En el trabajo
 - e3) En el coche
 - e4) En el transporte público
 - e5) En otro lugar

A TODOS

10. ¿Ha comprado videos de películas, series y otros contenidos en el último trimestre o en el último año?
- 1 En el último trimestre 2 En el último año 3 No
- | | Películas | Series | Otros |
|---------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| a) Soporte físicos (CD, DVD, Blu Ray) | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| b) Soportes digitales (ficheros) | <input type="text"/> | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
- Señale por favor el número total videos de películas, series otros que ha comprado en el último trimestre
- Número**
- c) Soporte físicos (CD, DVD, Blu Ray)
 - d) Soportes digitales (ficheros)
11. ¿Ha estado suscrito en el último trimestre a una plataforma digital de videos de películas, series y otros?
- ¿Ha alquilado videos en el último trimestre por medios NO digitales?
- a) De pago
 - b) Gratuitas
 - c) Ha alquilado videos por medios NO digitales

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

IX. CINE Y CONTENIDOS AUDIOVISUALES (VIDEOS DE PELÍCULAS, SERIES, OTROS)

SOLO SI OBTUVO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

12. ¿De qué manera obtuvo videos (de cualquier formato) en el último trimestre? (Señale el número de cada tipo) (LISTA)

a) Los compró en un establecimiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Los compró en un kiosco de prensa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Eran videos con marca, comprados en un mercadillo o puesto ambulante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Eran videos sin marca, comprados en un mercadillo o puesto ambulante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Los compró por correo o venta telefónica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Los compró por Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f1) Con marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f2) Sin marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Los descargó pagando de Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g1) Con marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g2) Sin marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Los descargó gratuitamente de Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h1) Con marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h2) Sin marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Los rebó desde la TV..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Los descargó de YouTube o redes sociales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Los copió de un amigo o familiar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Eran un préstamo de una biblioteca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
m) Eran un regalo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n) Por suscripción a plataformas digitales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n1) Con marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
n2) Sin marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o) Otras webs de streaming	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o1) Con marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
o2) Sin marca o licencia de autor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SOLO SI HA RESPONDIDO d) EN PREGUNTA IX.12

13. ¿Por qué motivos prefirió realizar compras de videos sin marca en mercadillos o puestos ambulantes?

a) Comodidad	<input type="checkbox"/>
b) Rapidez, inmediatez	<input type="checkbox"/>
c) Ahorro económico	<input type="checkbox"/>
d) Horarios	<input type="checkbox"/>
e) No los encontré en un establecimiento comercial	<input type="checkbox"/>

SI HA RESPONDIDO f2), g2), h), k), n2), u o2) EN PREGUNTA IX.12

14. ¿Por qué motivos prefirió realizar.....?

	Descargas gratuitas de Internet (Si h)	Copias (Si k)	Compra, descarga o acceso sin marca o licencia de autor (Si f2, g2, h2, n2, o2)
a) Comodidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Rapidez, inmediatez	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Ahorro económico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Horarios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) No los encontré en un establecimiento comercial	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Verlo antes de efectuar la compra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SOLO SI HA RESPONDIDO a) EN LA PREGUNTA IX.12

15. ¿Qué tipo de establecimiento era?

a) Un establecimiento especializado	<input type="checkbox"/>
b) Otros (gran almacén, etc.)	<input type="checkbox"/>

SI HA RESPONDIDO f2), g2), h2), n2) u o2) EN PREGUNTA IX.12

16. ¿De qué tipo de Web los obtuvo?

a) Web pública (Ministerio, Institución)	<input type="checkbox"/>
b) Otras Webs	<input type="checkbox"/>
b1) Webs de enlaces	<input type="checkbox"/>
b2) Webs de descargas masivas	<input type="checkbox"/>
b3) Webs P2P	<input type="checkbox"/>
b4) Webs de streaming (acceso a la obra sin descarga)	<input type="checkbox"/>
b5) Webs de acceso a obras de libre acceso (licencias libres, etc.)	<input type="checkbox"/>

17. ¿Qué programas suele utilizar en sus descargas de videos de Internet?

a) Programas de intercambio de ficheros (P2P)	<input type="checkbox"/>
b) Servicios de descarga directa de servidores (Rapid Share, Mega, etc.)	<input type="checkbox"/>
c) Programas de almacenamiento en nube (Drop box, ...)	<input type="checkbox"/>

18. ¿Podría decirme si...

a) Tuvo que registrarse como usuario	<input type="checkbox"/>
b) Vio publicidad mientras realizaba la descarga	<input type="checkbox"/>
c) Vio publicidad mientras veía el video	<input type="checkbox"/>
d) Comprobó o las conoce de anteriores ocasiones las referencias a condiciones de uso de la propiedad intelectual	<input type="checkbox"/>

SOLO SI OBTUVO VIDEOS O LOS VIO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

19. ¿De que tipo eran los videos que obtuvo o adquirió en el último trimestre?

	COMPRO	SUSCRIPCION A PLATAFORMAS DIGITALES	DESCARGO GRATUITAMENTE	VIO
a) Documental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Cursos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Deportes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Películas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Series	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Video musical	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Teatro y escénicas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Otros culturales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Otros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SOLO SI OBTUVO VIDEOS DE PELICULAS O LAS VIO en el último trimestre

20. ¿De que género y nacionalidad son los videos de películas que suele comprar, a los que ha accedido mediante plataformas digitales descargas gratuitas o que ha visto en el último trimestre? (LISTA)

	COMPRO	SUSCRIPCION A PLATAFORMAS DIGITALES	DESCARGO GRATUITAMENTE	VIO
a) GENERO				
1) Dibujos animados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) Infantil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) Ciencia ficción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) Comedia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) Drama	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) Acción	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) Aventuras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8) Suspense	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9) Terror	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10) Clásico	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11) Musical	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12) Otros géneros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) NACIONALIDAD				
1) Española	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) Otras europeas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) Norteamericana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) Latinoamericano	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) Otras	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A TODOS

21. Si piense en las películas que ha visto en los últimos meses (excluyendo las que ha visto en salas de cine) ¿Cómo valoraría en una escala de 0 a 10.....

a) El cine español	<input type="checkbox"/>	c) El cine norteamericano	<input type="checkbox"/>
b) El cine europeo	<input type="checkbox"/>	d) El cine latinoamericano	<input type="checkbox"/>
e) El cine asiático	<input type="checkbox"/>		

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

X. TELEVISIÓN

1. ¿Suele ver televisión?
- 1 Si 2 No

SÓLO SI SUELE VER LA TELEVISION

2. ¿Con qué frecuencia suele usted ver la televisión?
- 1 Diariamente (Todos o casi todos los días)
- 2 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez al mes
- 4 Con menos frecuencia

3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar al día a ver la televisión?
- | | HORAS | MINUTOS |
|---------------------------------------|-----------------------------|----------------------|
| a) De lunes a viernes, salvo festivos | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| b) En fin de semana o festivo | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

4. ¿Ha visto la televisión en el último mes directamente en Internet?
- 1 Si 2 No

5. ¿Qué tipo de programas suele ver?
- a) Programas infantiles
- b) Noticias e información
- c) Series
- d) Películas, largometrajes
- e) Teatro
- f) Otros espectáculos de artes escénicas (ópera, ballet, etc.)
- g) Conciertos de música clásica
- h) Conciertos de música actual
- i) Otros programas musicales
- j) Programas relacionados con la lectura
- k) Programas de asuntos laurinos
- l) Documentales y programas culturales
- m) Concursos culturales
- n) Otros concursos
- o) Deportes
- p) Programas religiosos
- q) Debates, tertulias
- r) Programas de telecompra
- s) Programas con entrevistas, actuaciones, etc.
- t) Otro tipo de programas de entretenimiento

A TODOS

6. ¿Qué medios suele utilizar para ver la televisión?
- a) La televisión
- b) El ordenador, Tablet
- c) El móvil
- d) Otros equipos

XI. RADIO

1. ¿Suele escuchar la radio?
- 1 Si 2 No

SÓLO SI SUELE ESCUCHAR LA RADIO

2. ¿Con qué frecuencia suele usted escuchar la radio?
- 1 Diariamente (Todos o casi todos los días)
- 2 Al menos una vez por semana
- 3 Al menos una vez al mes
- 4 Con menos frecuencia

3. ¿Cuánto tiempo suele dedicar al día a escuchar la radio?
- | | HORAS | MINUTOS |
|---------------------------------------|-----------------------------|----------------------|
| a) De lunes a viernes, salvo festivos | <input type="text"/> | <input type="text"/> |
| b) En fin de semana o festivo | <input type="text"/> | <input type="text"/> |

4. ¿Ha escuchado la radio en el último mes directamente en Internet?
- 1 Si 2 No

5. ¿Qué tipo de programas suele oír?
- a) Programas infantiles
- b) Noticias e información
- c) Series, radionovelas
- d) Conciertos de música clásica
- e) Conciertos de música actual
- f) Otros programas musicales
- g) Programas relacionados con la lectura
- h) Programas de asuntos laurinos
- i) Documentales y programas culturales
- j) Concursos
- k) Deportes
- l) Programas religiosos
- m) Tertulias
- n) Programas con entrevistas, actuaciones, etc.
- o) Otro tipo de programas de entretenimiento

A TODOS

6. ¿Qué medios suele utilizar para escuchar la radio?
- a) La radio
- b) El ordenador, Tablet
- c) La televisión
- d) El móvil
- e) Otros equipos

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

XII. ORDENADOR, TABLET E INTERNET

1. ¿Con qué frecuencia suele usar el ordenador por trabajo o estudios o por otros motivos (ocio, entretenimiento, etc.)?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
1 Diariamente	4 Al menos una vez al trimestre	5 Al menos una vez al año
2 Al menos una vez por semana	6 Nunca o casi nunca	
3 Al menos una vez al mes		

SOLO SI USA ORDENADOR AL MENOS UNA VEZ AL MES

2. ¿Cuánto tiempo suele utilizar el ordenador en una semana por trabajo, estudios o por otras razones?

	HORAS	MINUTOS
a) Por trabajo o estudios	1	2
b) Por otros motivos (ocio, etc.)	1	2

A TODOS

3. ¿Ha comprado un ordenador en el último año?

	SI	NO
a) Por trabajo o estudios	1	2
b) Por otros motivos (ocio, etc.)	1	2

4. ¿Con qué frecuencia suele usar la Tablet por trabajo o estudios o por otros motivos (ocio, entretenimiento, etc.)?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
1 Diariamente	4 Al menos una vez al trimestre	5 Al menos una vez al año
2 Al menos una vez por semana	6 Nunca o casi nunca	
3 Al menos una vez al mes		

5. ¿Con qué frecuencia suele utilizar videojuegos?

1 Diariamente	4 Al menos una vez al trimestre
2 Al menos una vez por semana	5 Al menos una vez al año
3 Al menos una vez al mes	6 Nunca o casi nunca

SOLO SI HA UTILIZADO VIDEOJUEGOS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

6. ¿De qué tipo eran?

a) Infantiles	1	d) Musicales	1
b) Acción o aventura	1	e) Deportes	1
c) Estrategia	1	f) Otros	1

7. ¿Qué tipo de soporte utiliza para jugar con videojuegos?

a) Consola	1	c) Tablet	1
b) Ordenador	1	d) Teléfono móvil	1
		e) Televisión	1

A TODOS

8. ¿Ha utilizado en el último trimestre una app vinculada a la cultura?

a) Libros	1	d) Espectáculos escénicos o musicales	1
b) Prensa y revista	1	e) Cine	1
c) Museos, monumentos, etc.	1	f) Otras culturales	1

A TODOS

9. ¿De qué manera obtuvo o adquirió software para el PC o la consola de videojuegos en el último año? (LISTA)

	Software de videojuegos	Otro software
a) Venía con el PC o consola y conservo copia de los originales	1	2
b) Venía con el PC o consola y NO conservo copia de los originales	1	2
c) Lo compré separadamente al PC o consola y conservo copia de los originales (con marca)	1	2
d) Lo compré separadamente al PC o consola y NO conservo copia de los originales (sin marca)	1	2
e) Lo compré por Internet	1	2
f) Lo descargué pagando de Internet	1	2
g) Lo descargué gratuitamente de Internet	1	2
g1) Programas de libre acceso (Software libre, en prueba, etc.)	1	2
g2) Otro tipo	1	2
h) Era una copia de un amigo	1	2
i) Fue un regalo	1	2
j) Venía con un aparato que compré distinto del PC o de la consola (cámara de fotos, impresora, etc.)	1	2
k) Era software alquilado	1	2
l) Otros	1	2

SOLO SI HA RESPONDIDO a) EN LA PREGUNTA XII.9

10. ¿De qué tipo de Web los obtuvo?

a) Web pública (Ministerio, Institución)	1
b) Otras Webs	1
b1) Webs de enlaces	1
b2) Webs de descargas masivas	1
b3) Webs P2P	1
b4) Webs de streaming (acceso a la obra sin descarga)	1
b5) Webs de acceso a obras de libre acceso (licencias libres, etc.)	1

A TODOS

11. ¿Con qué frecuencia se conecta a Internet por trabajo o estudios o por otros motivos (ocio, entretenimiento, etc.)?

	Por profesión o estudios	Por otros motivos
1 Diariamente	4 Al menos una vez al trimestre	5 Al menos una vez al año
2 Al menos una vez por semana	6 Nunca o casi nunca	
3 Al menos una vez al mes		

SOLO SI USA INTERNET AL MENOS UNA VEZ AL MES

12. ¿Cuánto tiempo suele estar conectado a Internet en una semana por trabajo, estudios o por otras razones?

	HORAS	MINUTOS
a) Por trabajo o estudios	1	2
b) Por otros motivos (ocio, etc.)	1	2

A TODOS

13. Cuando se conecta a INTERNET ¿Qué tipo de actividades suele realizar? (LISTA)

a) Buscar o visitar Webs por motivos profesionales	1	
b) Buscar o visitar Webs por motivos académicos	1	
c) Buscar o visitar Webs para divertirse, entretenerse o informarse	1	
* d) Comprar o descargar software	1	
* e) Comprar o descargar programas de videojuegos	1	
f) Usar videojuegos directamente en Internet	1	
g) Leer directamente de Internet libros, prensa, revistas, blogs...	1	
* h) Comprar o descargar libros, prensa, revistas.	1	
i) Buscar información sobre turismo	1	
j) Buscar información sobre museos, bibliotecas, archivos, etc.	1	
k) Realizar visitas virtuales a museos, exposiciones y monumentos	1	
l) Comprar o reservar entradas para actividades culturales (cines, conciertos, teatros, exposiciones, museos, foros...)	1	
m) Buscar información sobre libro, música, cine y espectáculos	1	
n) Ver espectáculos escénicos directamente de Internet (conciertos, teatro, danza, foros, etc.)	1	
o) Escuchar música directamente de Internet	1	
* p) Comprar o descargar música	1	
q) Ver películas o series directamente en Internet	1	
* r) Comprar o descargar películas o series	1	
s) Colgar contenidos culturales (música, videos) creados por mí para ser compartidos	1	
t) Interactuar virtualmente mediante foros, mensajes, likes, redes sociales, etc (en temas vinculados a la cultura).	1	
	En redes sociales	Otra Forma
t1) Vinculados a libro	1	2
t2) Vinculados a música	1	2
t3) Vinculados a museos, bibliotecas, monumentos	1	2
t4) Vinculados a espectáculos escénicos o musicales	1	2
t5) Vinculados a cine	1	2
t6) Otros vinculados a cultura	1	2
u) Otra actividad	1	2

* SI LA RESPUESTA ESTA MARCADA CON * SIGA LAS INSTRUCCIONES DEL MANUAL Y REPITA LAS PREGUNTAS QUE PROCEDAN

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

XIII. OTRAS PRÁCTICAS RELACIONADAS CON EL OCIO Y LA CULTURA

PRÁCTICAS CULTURALES ACTIVAS

1. En relación con las actividades artísticas de la LISTA ¿Podría decirme si en el último año ha practicado (como AFICION no como profesión) alguna de ellas ?
- | | 1 SI | 2 NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a) Escribir (poesía, cuentos, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Pintar o dibujar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Otras artes plásticas (cerámica, papel, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Hacer fotografía | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Hacer video | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Diseño de páginas Web | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) Otras audiovisuales | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) Hacer Teatro | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i) Danza, ballet, baile | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i1) Flamenco, baile español | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j) Tocar un instrumento musical | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| k) Cantar en un coro | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| l) Otras vinculadas a la música | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| m) Dispone de blog propio | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| n) Otras actividades artísticas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

OTRAS PRÁCTICAS RELACIONADAS CON OCIO Y CULTURA

2. En el último año, ¿Podría decirme si
- | | 1 SI | 2 NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a) Fue a algún espectáculo de artes escénicas no mencionado anteriormente. Señale cual | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Fue a un Centro Cultural | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c) Asistió a una conferencia o mesa redonda | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| d) Asistió a ferias o festivales vinculados al libro | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| e) Participó en clubs de lectura o escritura o en otras actividades literarias (presentaciones de libros, cuentacuentos, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| f) Visitó un Zoo o un Parque con animales | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| g) Visitó un Jardín Botánico | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| h) Visitó un Parque Temático | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| i) Visitó un Parque Acuático | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| j) Visitó un Parque de Atracciones | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| k) Visitó una feria | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| l) Fue a espectáculos deportivos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| m) Manifestaciones de la cultura tradicional o patrimonio inmaterial (fiestas populares, carnavales, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
3. ¿Participa o apoya usted de alguna forma actividades culturales (artes, libros, música o actividades audiovisuales)?
- | | |
|---|--------------------------|
| a) Sí, mediante el trabajo como voluntario | <input type="checkbox"/> |
| b) Sí, mediante donaciones para fines culturales concretos | <input type="checkbox"/> |
| c) Perteneciendo a asociaciones culturales, círculos de amigos de instituciones culturales, clubs de amigos de museos, de lectura, etc. | <input type="checkbox"/> |
| c1) Con cuotas | <input type="checkbox"/> |
| c2) Sin cuotas | <input type="checkbox"/> |

FORMACIÓN CULTURAL

4. Señale por favor si en el último año ha estado matriculado en alguno de los cursos de formación complementaria de la LISTA DE MATERIAS (fuera del colegio, instituto, Universidad)
- 1 SI 2 NO

SOLO SI LA RESPUESTA ES AFIRMATIVA

5. Señale por favor la materia del curso/s y el total de horas realizadas
- | MATERIA DEL CURSO | Realizó al menos un curso
(1 SI, 2 NO) | En caso afirmativo Número de HORAS |
|---|---|------------------------------------|
| a) Curso o taller de escritura | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| b) Pintura o dibujo | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| c) Otras artes plásticas (cerámica, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| d) Fotografía no profesional | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| e) Otras audiovisuales | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| f) Teatro | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| g) Danza, baile | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| h) Otras artes escénicas | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| i) Tocar un instrumento musical | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| j) Otra formación musical (canto, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| k) Diseño | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| l) Patrimonio cultural (restauración, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |
| m) Otras materias vinculadas a la cultura | <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> |

6. En relación al último de los cursos de formación complementaria en los que ha estado matriculado en el último año ¿Se trata de un curso.....

- | | |
|---|--------------------------|
| a) Con presencia en el sitio en el que se imparte | <input type="checkbox"/> |
| b) A distancia con asistencia por ordenador | <input type="checkbox"/> |
| c) A distancia sin asistencia por ordenador | <input type="checkbox"/> |

PRÁCTICA DEPORTIVA

7. ¿Suele practicar deporte? 1 Si 2 No

SOLO SI LA RESPUESTA ES AFIRMATIVA

8. ¿Con qué frecuencia suele practicar deporte?
- | | |
|-------------------------------|---------------------------|
| 1 Diariamente | 3 Al menos una vez al mes |
| 2 Al menos una vez por semana | 4 Con menos frecuencia |

ESPECTÁCULOS O FESTEJOS TAURINOS

9. ¿Podría decirme si en el último año asistió a....
- | | 1 SI | 2 NO |
|--|--------------------------|--------------------------|
| a) Una corrida de toros, de novillos o rejones | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b) Otro tipo de espectáculo o festejo taurino | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

SOLO SI HA RESPONDIDO AFIRMATIVAMENTE A 9.a

10. En relación a la última vez que asistió
- a) ¿Cómo valoraría su grado de satisfacción con el espectáculo?
(De 0 (NINGUNA) a 10 (MAXIMA))
-
- b) ¿Qué tipo de entrada utilizó?
- | | | |
|------------|-----------------------|-----------|
| 1 Gratuita | 3 Con algún descuento | 5 Reventa |
| 2 Abono | 4 A su precio normal | |
- c) Si la entrada no fue gratuita ¿Cómo adquirió su entrada?
- 1 Por teléfono 2 Por Internet 3 En taquilla 4 Otros

A TODOS

11. ¿Ha visto en el último año algún espectáculo o festejo taurino en TV o Internet? 1 Si 2 No
- TV Int
12. Podría decirme los dos motivos de la LISTA que más influyen en que no vaya o no vaya más a este tipo de festejos?
- | | |
|--|---|
| 1 El precio | 7 Me resulta difícil de entender |
| 2 Es difícil conseguir entradas | 8 No tengo tiempo |
| 3 Falta de oferta en la zona | 9 No tengo interés |
| 4 Hay poca información | 10 Por no tener con quien ir |
| 5 Prefiero verlo en TV/ Internet, oírlo en la radio | 11 Sólo está disponible en reventa |
| 6 Me resulta difícil salir de casa (cuidado de niños, mayores, etc.) | 12 Por problemas de accesibilidad física al recinto |

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

XIV. VINCULACIÓN CON LA PRÁCTICA CULTURAL DE LOS PADRES E IMPLICACIÓN EN LA PRÁCTICA DE LOS HIJOS

1. ¿Podría decirme si sus padres realizaban o realizan alguna práctica cultural? (Al menos uno de ellos)

1 Frecuentemente 2 Ocasionalmente 3 Nunca

- a) Leer por ocio
- b) Ir a museos, monumentos, etc.
- c) Ir a espectáculos escénicos o musicales
- d) Ir al cine
- e) Otras actividades culturales

1
2
3
4
5

2. En su infancia (0 a 14 años), ¿realizaba alguna de estas actividades?

1 Frecuentemente 2 Ocasionalmente 3 Nunca

- a) Leer por ocio
- b) Ir a museos, monumentos, etc.
- c) Ir a espectáculos escénicos o musicales
- d) Ir al cine
- e) Otras actividades culturales

1
2
3
4
5

3. En relación a sus hijos menores de 18 años (Códigos 3 y 5 en I.7), ¿suele realizar con ellos alguna práctica cultural?

1 Frecuentemente 2 Ocasionalmente 3 Nunca

- a) Leer por ocio
- b) Ir a museos, monumentos, etc.
- c) Ir a espectáculos escénicos o musicales
- d) Ir al cine
- e) Otras actividades culturales

1
2
3
4
5

MÓDULO NIÑOS. SÓLO SI TIENE MENORES DE 10 A 14 AÑOS VIVIENDO EN SU HOGAR (SI I.11.C MAYOR DE CERO)

1. Respecto a cada uno de los niños de 10 a 14 años que viven en su hogar ¿podría decirme su nombre, sexo y su edad?

Identificador
 1. Niño
 2. Niña
 Edad

1. Niño
 2. Niña
 Edad

Identificador
 1. Niño
 2. Niña
 Edad

2. ¿Ha realizado alguno de ellos alguna de las siguientes actividades en el último año con el colegio o con su familia o amigos?

Con el colegio Solos, con su familia o amigos

Con el colegio Solos, con su familia o amigos

Con el colegio Solos, con su familia o amigos

1 SI 2 NO 3 NO SABE NO CONTESTA

- a) Visitar un monumento
- b) Visitar un museo
- c) Visitar una exposición
- d) Asistir a un concierto de música clásica
- e) Asistir a un concierto de música actual
- f) Asistir al teatro
- g) Asistir a un ballet o danza
- h) Asistir a la zarzuela
- i) Asistir a la ópera
- j) Asistir al circo
- k) Asistir al cine

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

3. ¿Ha realizado en el último año alguna visita virtual a través de Internet...

1 SI 2 NO 3 NO SABE NO CONTESTA

- a) Monumentos
- b) Museos o exposiciones

1
2
3
4
5

1
2
3
4
5

1
2
3
4
5

1
2
3
4
5

1
2
3
4
5

4. ¿Ha visto en el último año a través de Internet...

- a) Espectáculo escénico
- b) Conciertos

1
2
3
4
5

1
2
3
4
5

1
2
3
4
5

1
2
3
4
5

1
2
3
4
5

5. ¿Ha realizado alguna de las siguientes actividades en el último año?

- a) Utilizar el ordenador/tablet
- b) Acceder a Internet
- b1) Acceder a Internet por ocio (para escuchar música, jugar a videojuegos, etc.)
- c) Utiliza el móvil para escuchar música, jugar
- d) Escribir (poesía, cuentos, etc.)
- e) Pintar o dibujar
- f) Otras artes plásticas (cerámica, papel, etc.)
- g) Hacer Teatro
- h) Danza, ballet, baile
- i) Tocar un instrumento musical
- j) Cantar en un coro
- k) Escuchar música
- l) Leer un libro
- l1) En formato digital
- m) Leer comics
- n) Leer una revista
- o) Consultar una enciclopedia
- p) Ir a una biblioteca
- q) Acceder a una biblioteca por Internet
- r) Ver videos
- s) Hacer fotografía o video
- t) Jugar con videojuegos

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20

ENCUESTA DE HÁBITOS Y PRÁCTICAS CULTURALES 2018-2019

ANEXO: INGRESOS MENSUALES MEDIOS DEL CONJUNTO DE MIEMBROS DEL HOGAR

1. Dígame en qué intervalo, de los que le leeré a continuación, se encuentran los ingresos mensuales netos del conjunto de miembros de su hogar:

(Deberá contabilizar la suma de los ingresos regulares medios procedentes de todas las fuentes, percibidos por todos los miembros del hogar como promedio de los últimos 12 meses, deduciendo los impuestos y las cotizaciones sociales. No olvide promediar las pagas extraordinarias y otros ingresos extraordinarios percibidos regularmente. Se tendrán en cuenta los ingresos de todos los miembros del hogar, aporten o no estos ingresos en su totalidad o en parte para sufragar los gastos del hogar)

En el cómputo del importe de estos ingresos mensuales se deberá tener en cuenta que:

- Para los ingresos de **trabajo por cuenta ajena**, debe sumar el importe mensual, el promedio de los ingresos regulares que no tengan periodicidad mensual (pagas extraordinarias y otros ingresos extraordinarios que se perciban regularmente)
- Para los ingresos de **trabajo por cuenta propia**, debe descontar del importe de los ingresos mensuales los gastos deducibles, retenciones A CUENTA o pagos fraccionados.
- Si hay varios hogares en la vivienda, sólo deben considerarse los ingresos de los miembros del hogar al que pertenece la persona de referencia)

- 1 Menos de 1.000 euros
 2 De 1.000 a 1.499 euros
 3 De 1.500 a 1.999 euros
 4 De 2.000 a 2.999 euros
 5 De 3.000 a 4.999 euros
 6 De 5.000 euros en adelante
 9 NO SABE/NO CONTESTA

DOCUMENTO IDENTIFICATIVO PERSONA ENTREVISTADA

TIPO DOCUMENTO 1 DNI 2 NIE 3 PASAPORTE

NUMERO DOCUMENTO

OBSERVACIONES DEL AGENTE ENTREVISTADOR

CODIGO AGENTE

FECHA ENTREVISTA

Día

Mes

Año

FIRMA AGENTE

NOMBRE AGENTE

