

**LA PARTICIPACIÓN CULTURAL.
RELACIONES ENTRE LA SOCIEDAD
ARAGONESA Y LA CULTURA**

GRÁFICOS DEL TRABAJO DE CAMPO.

ARAGÓN. 2009

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Análisis de la demanda y elaboración de tipos culturales en la sociedad aragonesa

Gráfico 1. Gasto anual por persona en actividades relacionadas con el ocio y la cultura. Aragón. 2009

Gráfico 2. Gasto anual por persona en actividades de ocio y cultura según género y edad. Aragón. 2009

Gráfico 3. Gasto anual por persona en actividades de ocio y cultura según clase social. Aragón. 2009

Gráfico 4. Gasto anual por persona en actividades de ocio y cultura. Aragón y provincias. 2009

Gráfico 5. Gasto anual por persona en actividades de ocio y cultura según hábitat. Aragón. 2009

Gráfico 6. Equipamiento cultural del hogar. Aragón. 2009

Gráfico 7. Equipamiento cultural del hogar. Aragón y provincias. 2009

Gráfico 8. Actividades de ocio dentro de casa. Aragón. 2009

Gráfico 9. Actividades de ocio fuera de casa. Aragón. 2009

Gráfico 10. Segmentos de población según hábitos de uso del tiempo libre. Aragón. 2009

Gráfico 11. Visionado de televisión. Aragón. 2009

Gráfico 12. Tipo de programas que se suelen ver en TV. Aragón. 2009

Gráfico 13. Hábito y frecuencia de escucha de radio. Aragón. 2009

Gráfico 14. Tipo de programas que suele escuchar en la radio. Aragón. 2009

Gráfico 15. Géneros musicales que se escuchan. Aragón. 2009

Gráfico 16. Número medio de CD o temas musicales adquiridos en el último trimestre y modo de adquisición. Aragón. 2009

Gráfico 17. Número medio de CD o temas grabados o descargados gratuitamente en el último trimestre y modo de adquisición. Aragón. 2009

Gráfico 18. Número medio de vídeos adquiridos en el último trimestre y modo de adquisición. Aragón. 2009

Gráfico 19. Frecuencia de lectura de la población aragonesa por ocio. Aragón. 2009

Gráfico 20. Compra de libros en el último trimestre por ocio. Aragón. 2009

Gráfico 21. Frecuencia de asistencia a actividades culturales. Aragón. 2009

Gráfico 22. Asistencia a actividades culturales en el último trimestre. Aragón. 2009

Gráfico 23. Número de veces que se ha asistido a cada actividad cultural en el último trimestre. Aragón. 2009

Gráfico 24. Día de la semana que asistió la última vez a una actividad cultural. Aragón. 2009

Gráfico 25. Con quién asistió la última vez a una actividad cultural. Aragón. 2009

Gráfico 26. Lugar o modo de adquisición de las entradas la última vez. Aragón. 2009

Gráfico 27. Dónde tuvo lugar la actividad cultural la última vez. Aragón. 2009

Gráfico 28. Grado de satisfacción con la actividad cultural a la que asistió la última vez. Aragón. 2009

Gráfico 29. Consumo multidisciplinar. Espectáculos diferentes a los que se ha acudido en el último año. Aragón. 2009

Gráfico 30. Consumo multidisciplinar de actividades culturales según segmentos de población (I). Aragón. 2009

Gráfico 31. Consumo multidisciplinar de actividades culturales según segmentos de población (II). Aragón. 2009

Gráfico 32. Caracterización de los grupos. Tamaño de los segmentos. Aragón. 2009

Gráfico 33. Prácticas culturales activas realizadas en el último trimestre. Aragón. 2009

Gráfico 34. Pertenencia a alguna asociación cultural por género, edad y clase social. Aragón. 2009

Gráfico 35. Número medio de veces que se ha asistido a otras actividades culturales en el último año. Aragón. 2009

Gráfico 36. Media de horas que se usa el ordenador a la semana. Comparativa por trabajo o estudios vs. ocio o tiempo libre. Aragón. 2009

Gráfico 37. Actividades realizadas en el ordenador en su tiempo libre o de ocio. Aragón. 2009

Gráfico 38. Media de horas que se conecta a Internet a la semana. Comparativa por trabajo o estudios vs. ocio o tiempo libre. Aragón. 2009

Gráfico 39. Actividades que se suelen realizar en Internet. Aragón. 2009

Diagnóstico de la democratización cultural y barreras a la participación cultural en Aragón

Gráfico 40. Tiempo de ocio disponible. Aragón. 2009

Gráfico 41. Tiempo de ocio disponible en casa y fuera de casa. Aragón. 2009

Gráfico 42. Percepciones sobre la lectura. Aragón. 2009

Gráfico 43. Hasta qué punto se encuentra informado de la oferta cultural de su región. Aragón y provincias. 2009

Gráfico 44. Valoración media de los museos visitados en el último año. Aragón. 2009

Gráfico 45. Preferencia por las distintas actividades culturales disponibles en su localidad o localidades próximas. Aragón. 2009

Gráfico 46. Valoración media de la oferta cultural y de ocio en la región por género y edad. Aragón. 2009

Gráfico 47. Valoración a nivel concreto de la oferta de ocio y cultura de la región. Aragón. 2009

Gráfico 48. Valoración de la oferta cultural dirigida a la población de 65 y más años. Aragón. 2009

Gráfico 49. Conocimiento de iniciativas de las instituciones públicas para facilitar un mayor acceso a la cultura. Aragón. 2009

Gráfico 50. Propuestas necesarias para un mayor y mejor acceso a la cultura. Aragón. 2009

La sociedad aragonesa y la valoración de la Exposición Internacional del Agua de Zaragoza 2008

Gráfico 51. Asistencia a la Exposición Internacional del Agua Zaragoza 2008. Aragón. 2009

Gráfico 52. Valoración a nivel concreto de la Expo del Agua Zaragoza 2008. Aragón. 2009

Gráfico 53. Repercusiones de la Expo en la imagen de Aragón en España y a nivel internacional. Aragón. 2009

Gráfico 54. La Expo y la mejora en el desarrollo económico de la Comunidad. Aragón. 2009

Gráfico 55. La Expo y la mejora en el desarrollo económico de la Comunidad. Opiniones a favor. Aragón. 2009

Zaragoza 2016: Capitalidad Cultural

Gráfico 56. Nivel de adecuación de la candidatura de Zaragoza como capital cultural 2016. Aragón. 2009

Gráfico 57. Opiniones sobre la candidatura Zaragoza 2016 como capital europea de la cultura. Aragón. 2009

Gráfico 58. Preferencias sobre las actividades culturales que les gustaría encontrarse en Zaragoza 2016. Aragón. 2009

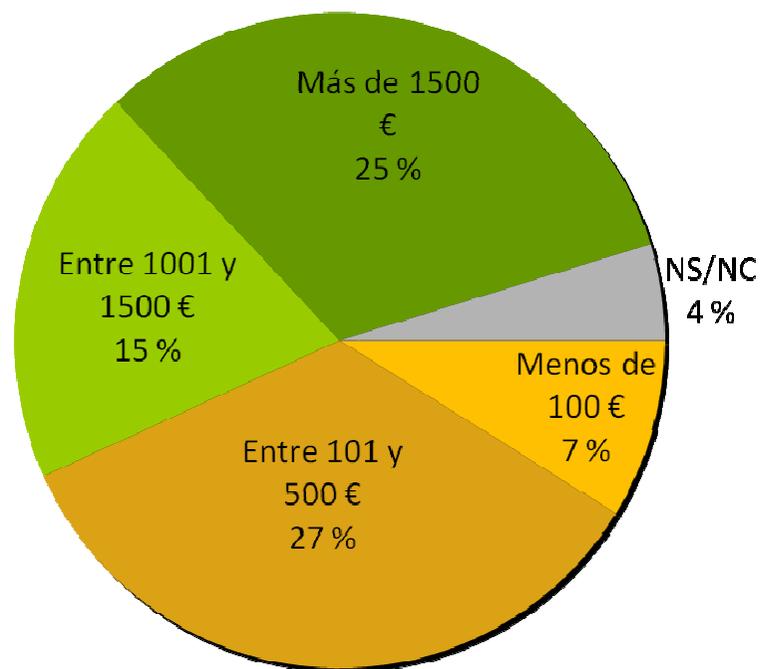
Gráfico 59. Intención de asistencia a las actividades de la capitalidad cultural Zaragoza 2016. Aragón. 2009

Gráfico 60. Conocimiento de las líneas argumentales de la capitalidad cultural Zaragoza 2016. Aragón. 2009

Gráfico 61. Valoración global de la situación de la cultura. Aragón y provincias. 2009

Análisis de la demanda y elaboración de tipos culturales en la sociedad aragonesa

Gráfico 1. Gasto anual por persona en actividades relacionadas con el ocio y la cultura. Aragón. 2009



Media anual por
persona
1.105,9 euros

BASE: Total muestra (1424)

Unidad: porcentaje

Gráfico 2. Gasto anual por persona en actividades de ocio y cultura según género y edad. Aragón. 2009

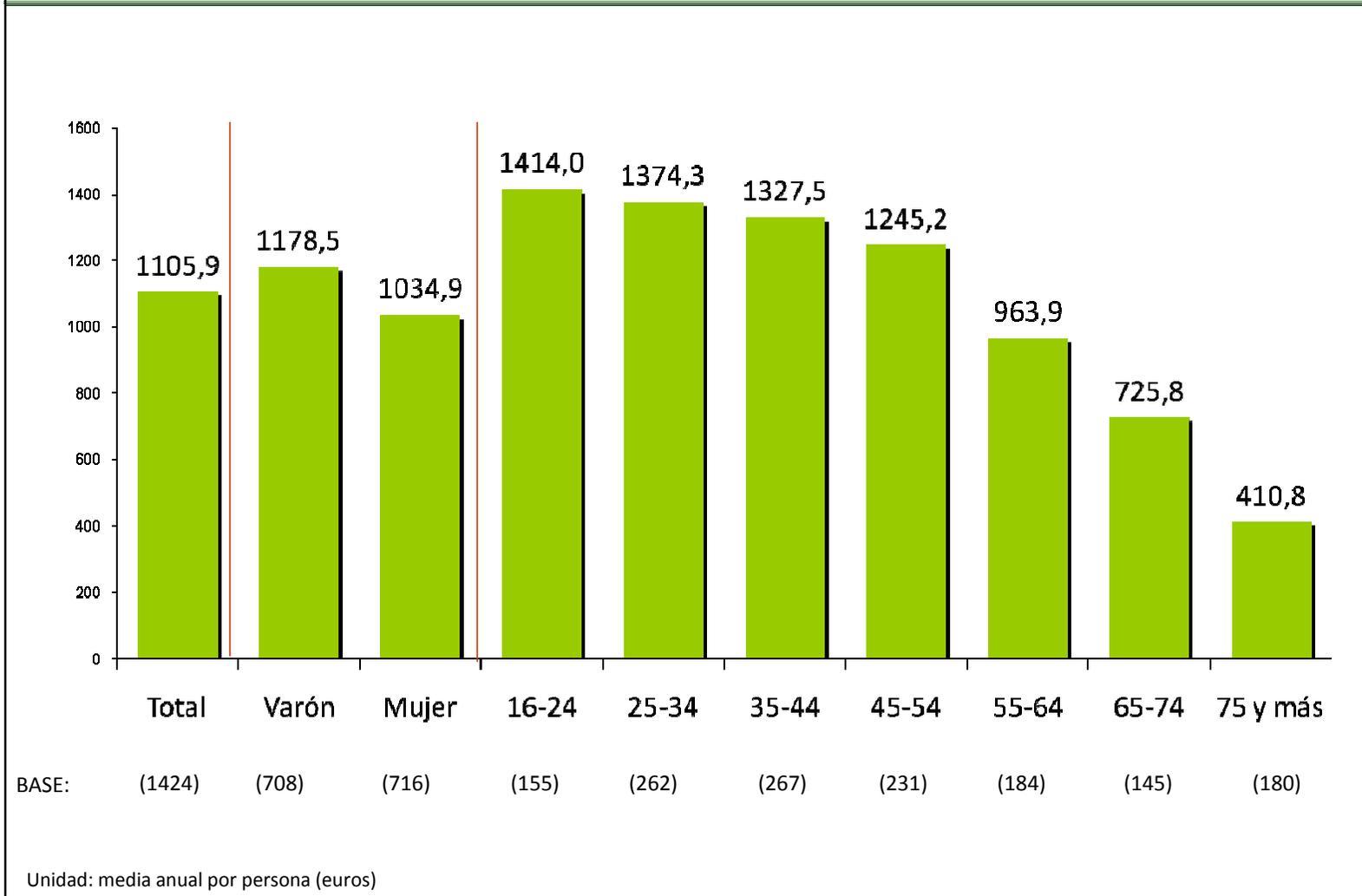


Gráfico 3. Gasto anual por persona en actividades de ocio y cultura según clase social. Aragón. 2009

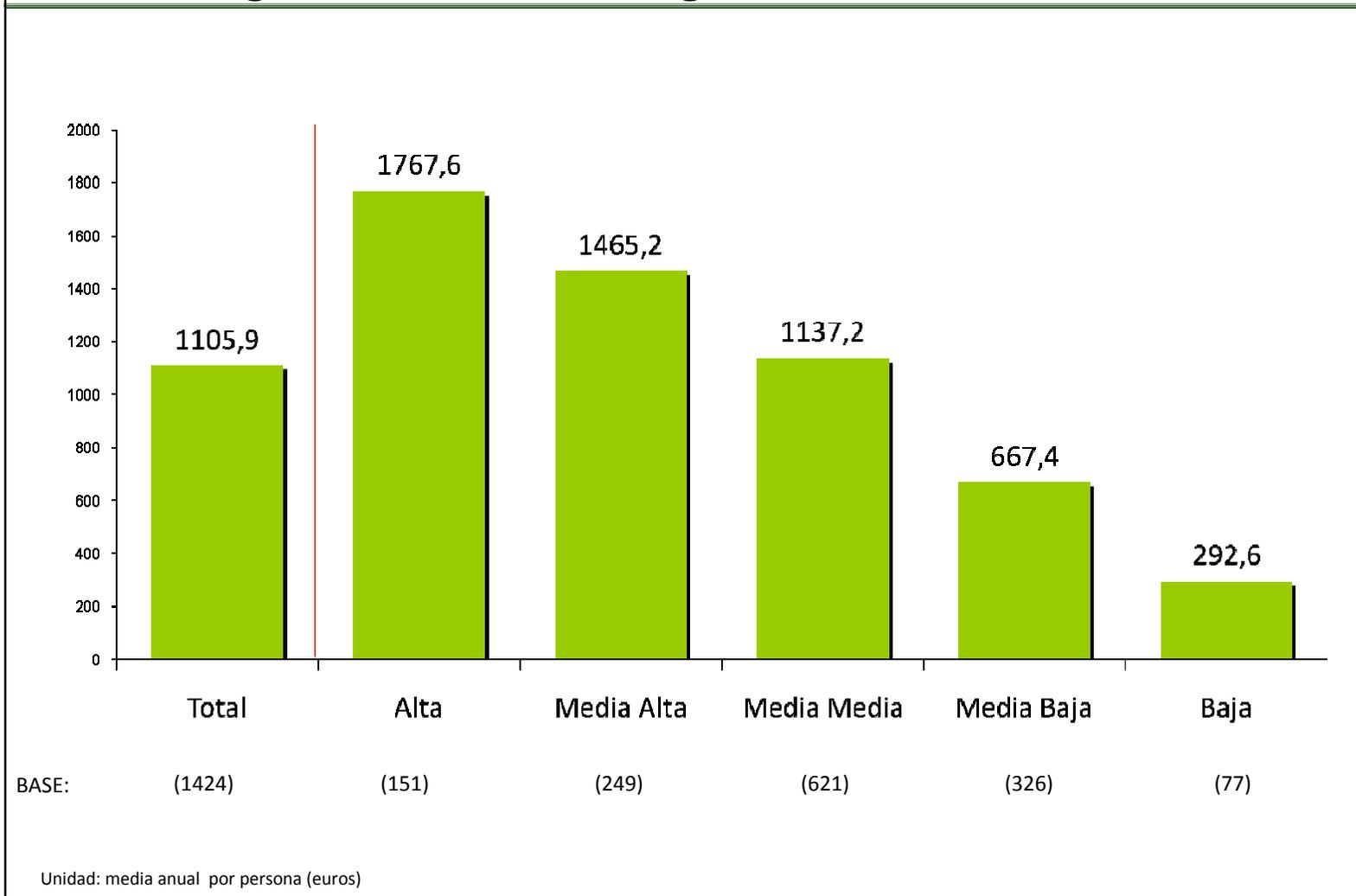


Gráfico 4. Gasto anual por persona en actividades de ocio y cultura. Aragón y provincias. 2009

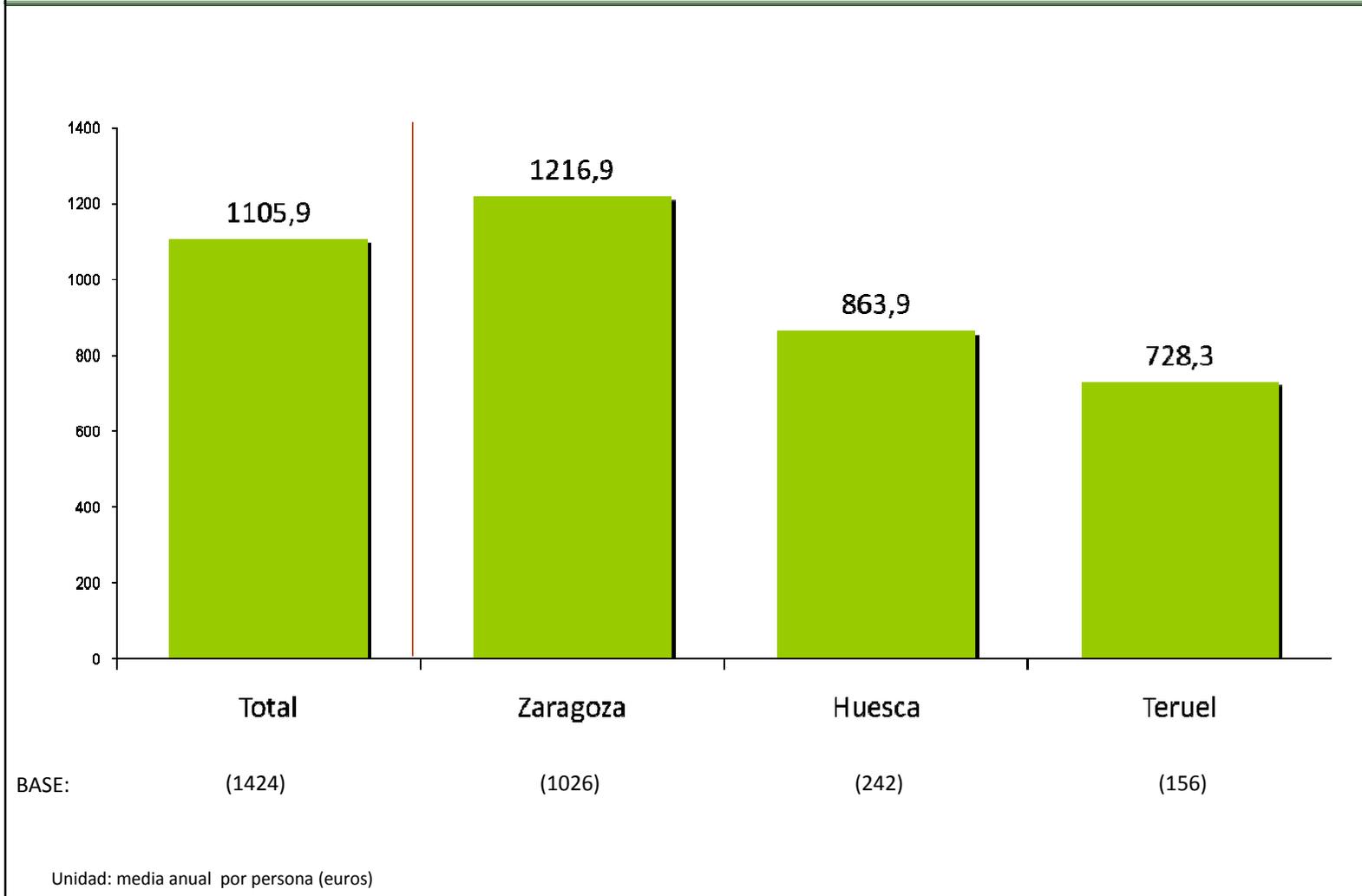


Gráfico 5. Gasto anual por persona en actividades de ocio y cultura según hábitat. Aragón. 2009

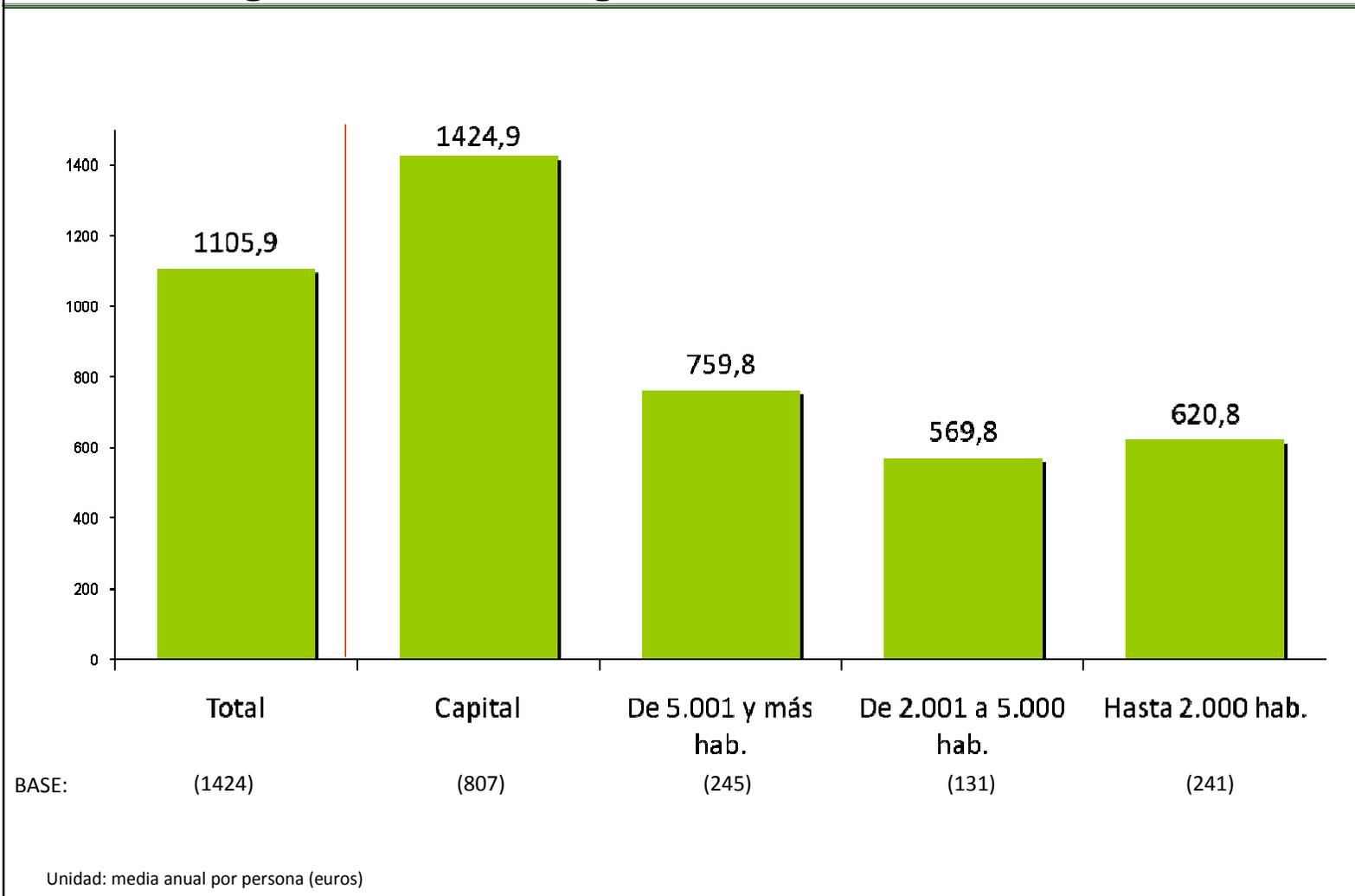


Gráfico 6. Equipamiento cultural del hogar. Aragón. 2009

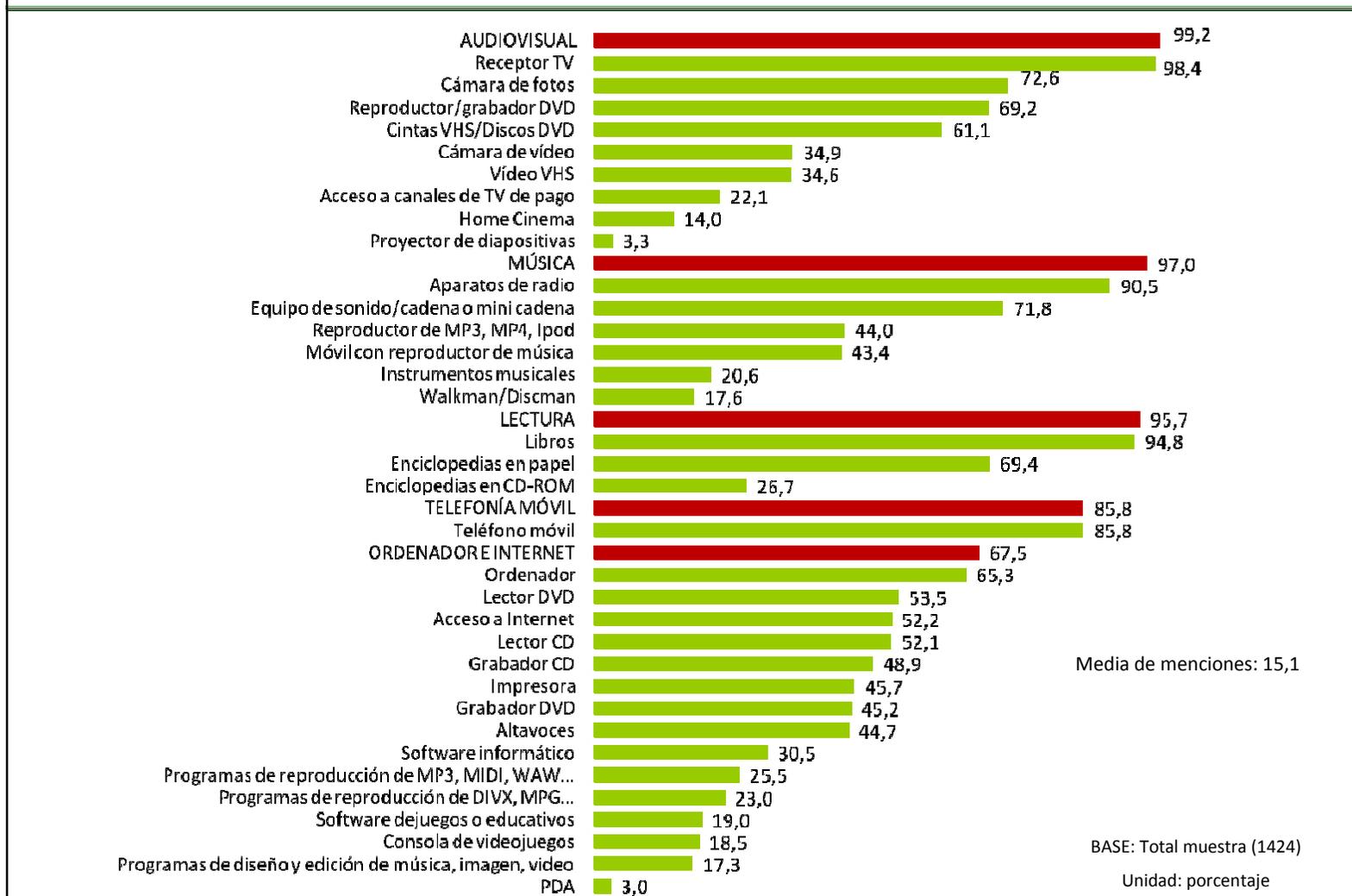


Gráfico 7. Equipamiento cultural del hogar. Aragón y provincias.2009

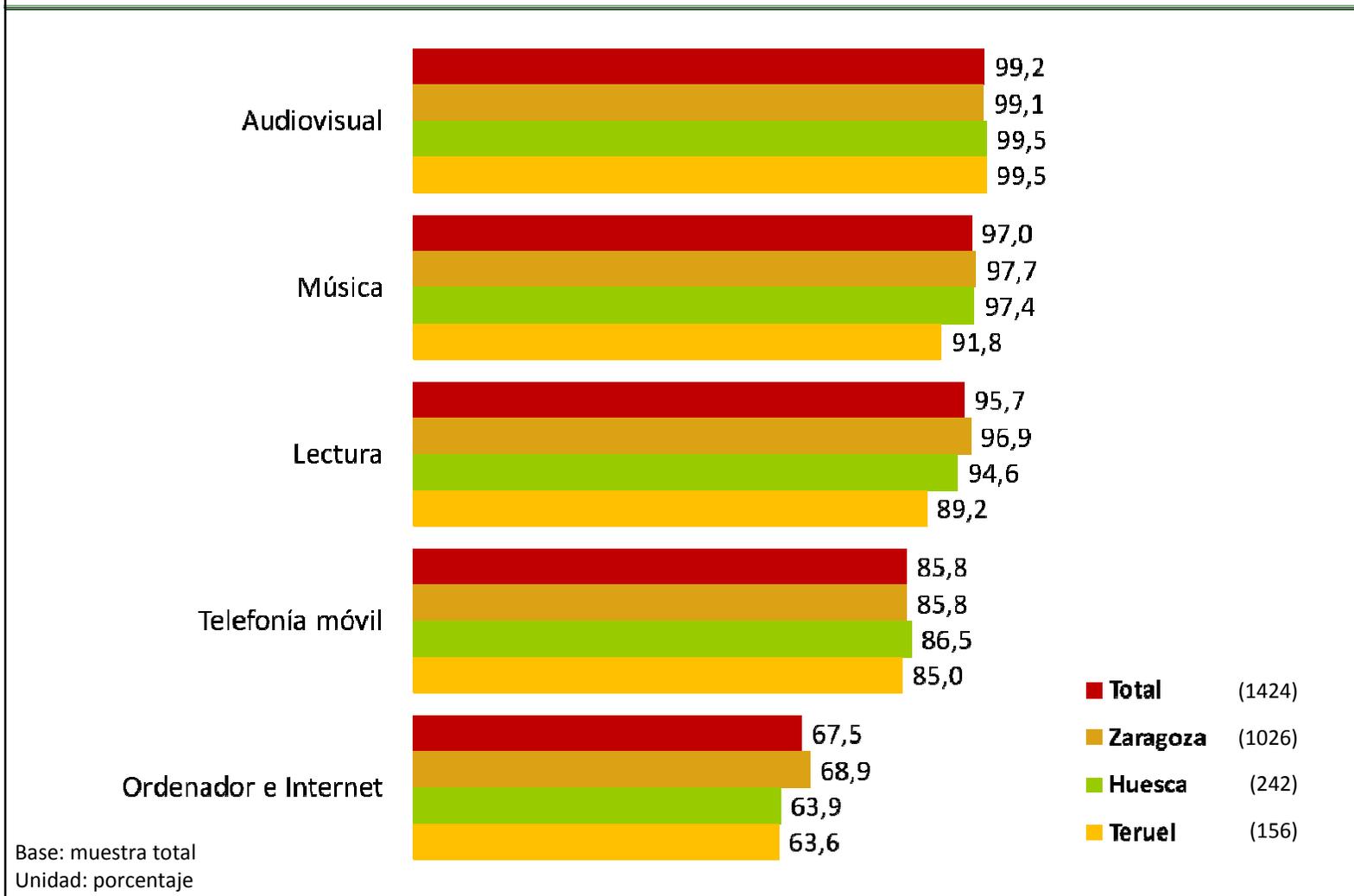


Gráfico 8. Actividades de ocio dentro de casa. Aragón. 2009

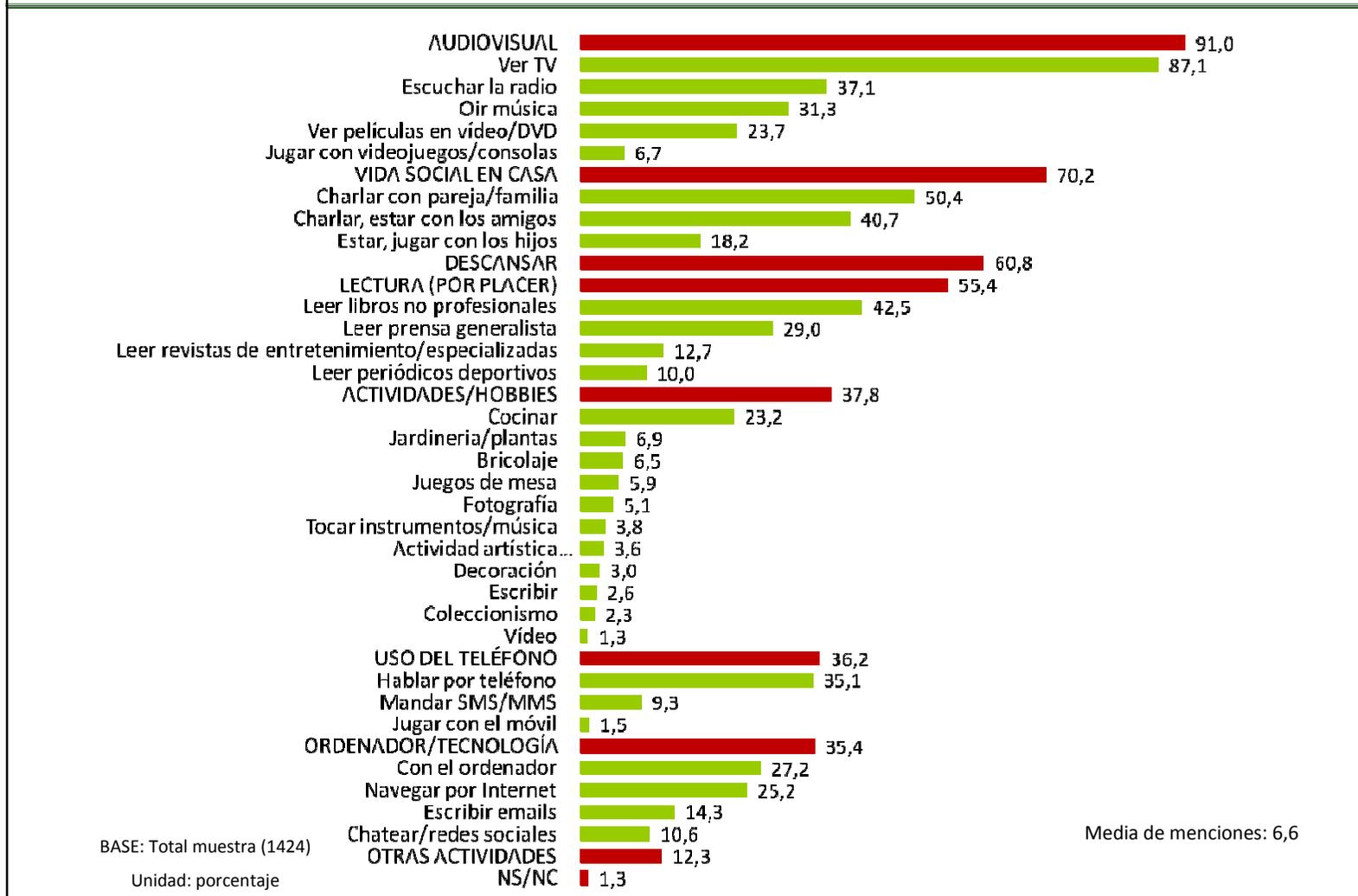


Gráfico 9. Actividades de ocio fuera de casa. Aragón. 2009

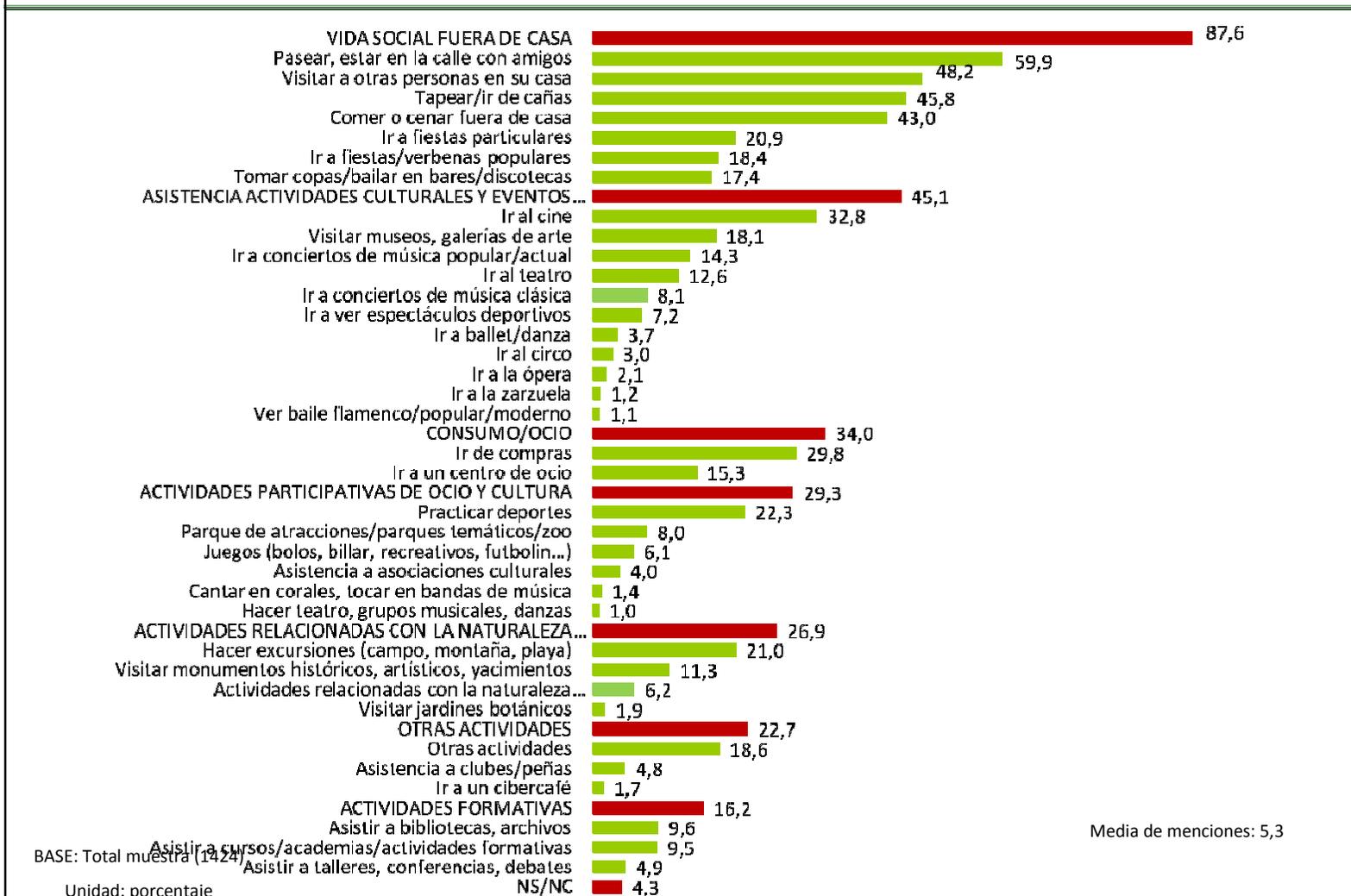


Gráfico 10. Segmentos de población según hábitos de uso del tiempo libre. Aragón. 2009

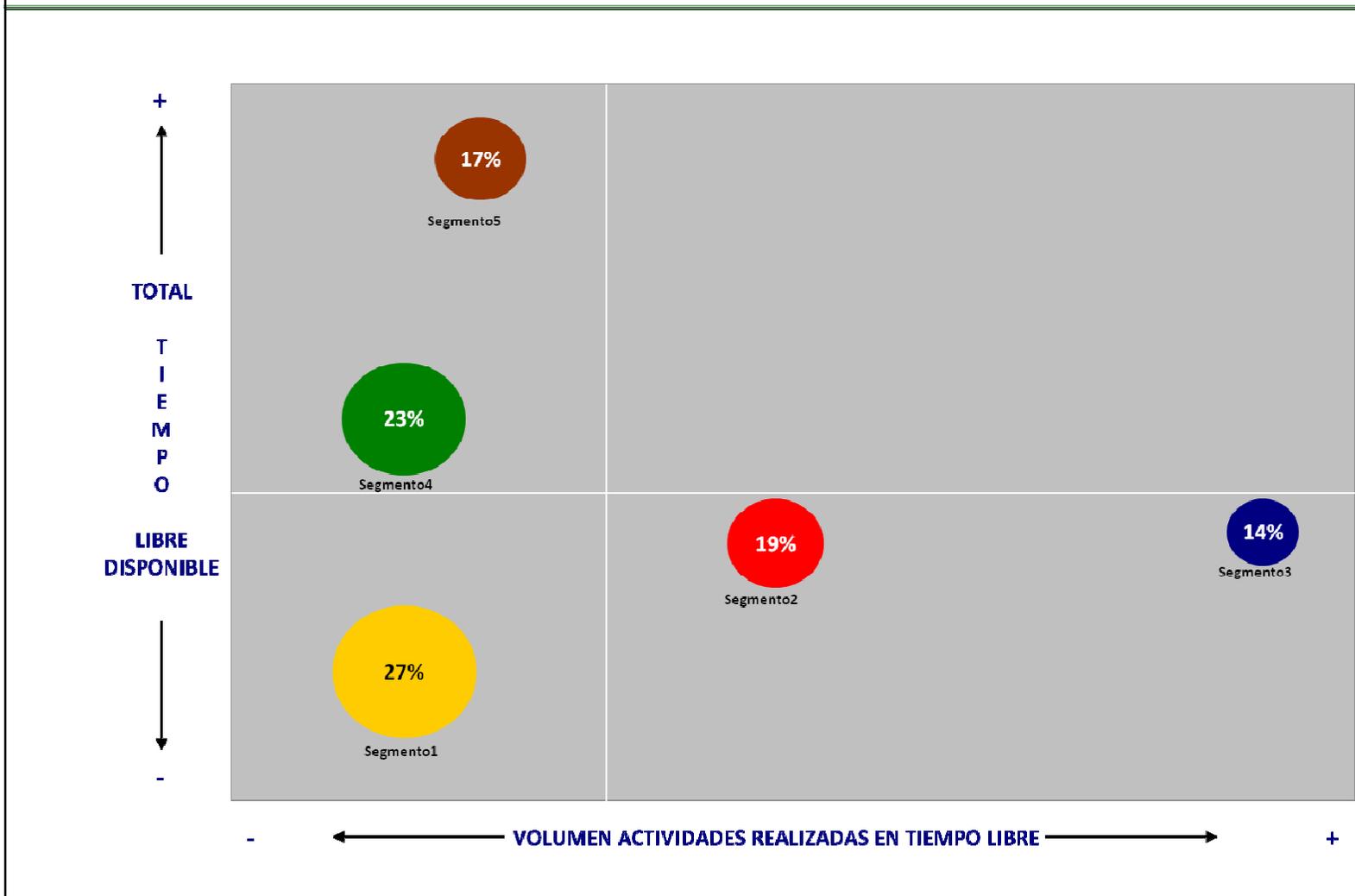
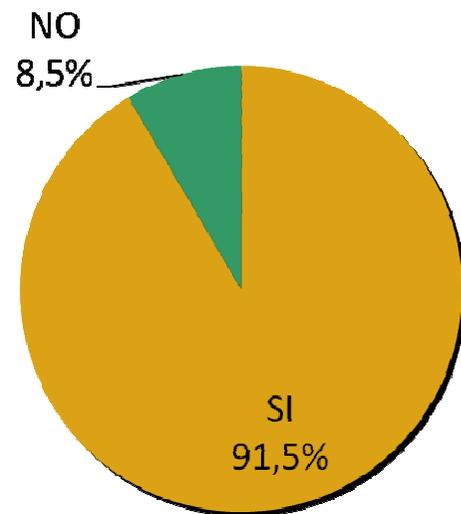


Gráfico 11. Visionado de televisión. Aragón. 2009

¿Suele ver TV?



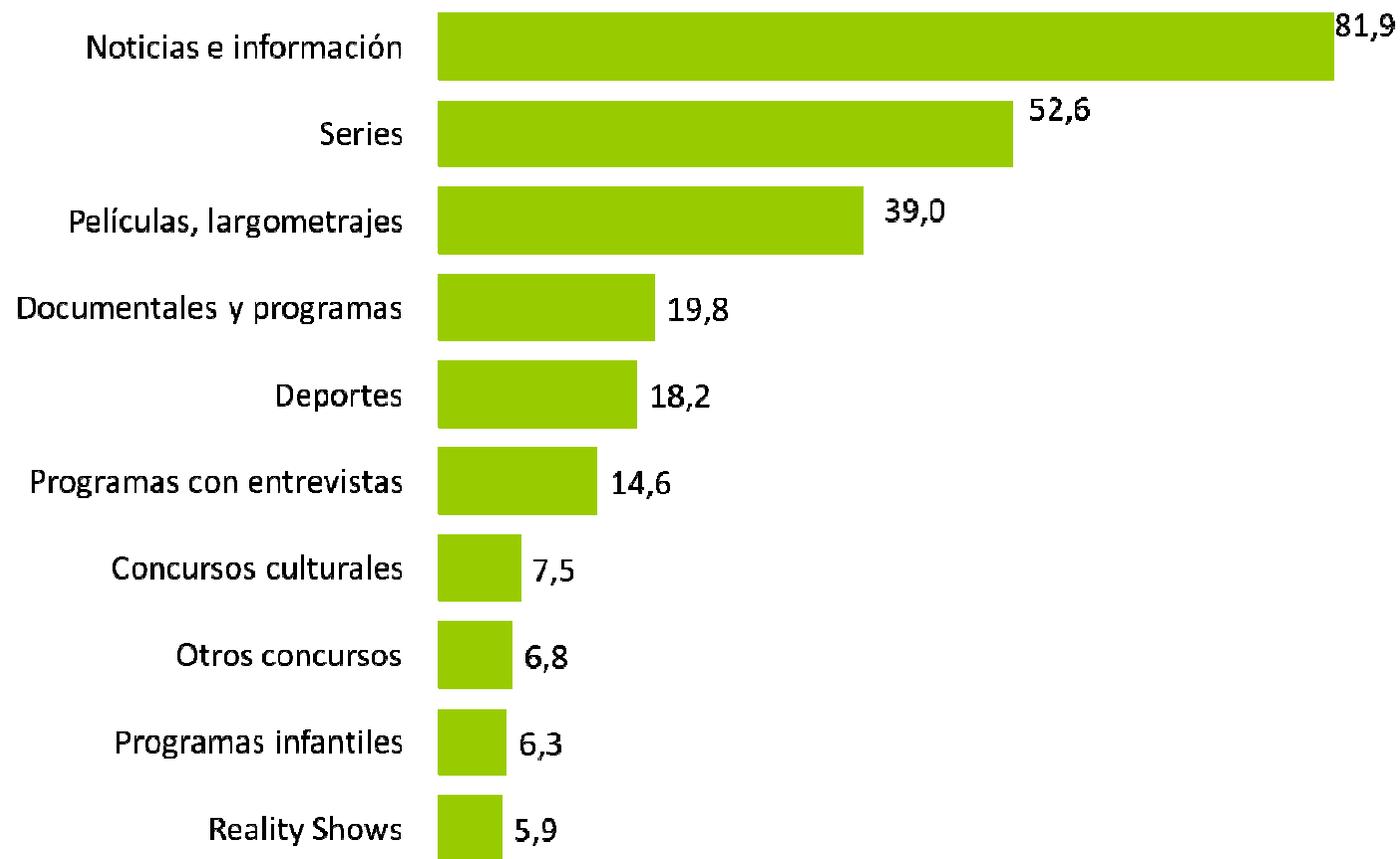
Base: Total (1424)
Unidad: porcentaje

¿Cuánto tiempo suele dedicar al día a ver TV?



Base: Ven TV (1303)
Unidad: minutos diarios

Gráfico 12. Tipo de programas que se suelen ver en TV. Aragón. 2009



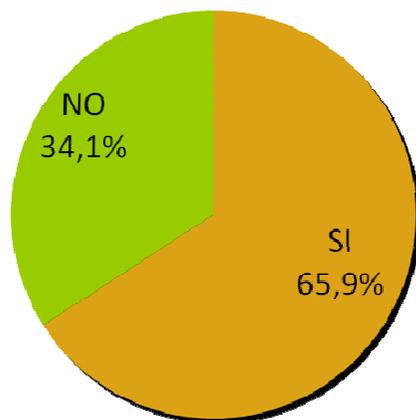
Base: Ven TV (1303)

Unidad: porcentaje

Sólo se muestran las 10 primeras menciones

Gráfico 13. Hábito y frecuencia de escucha de radio. Aragón. 2009

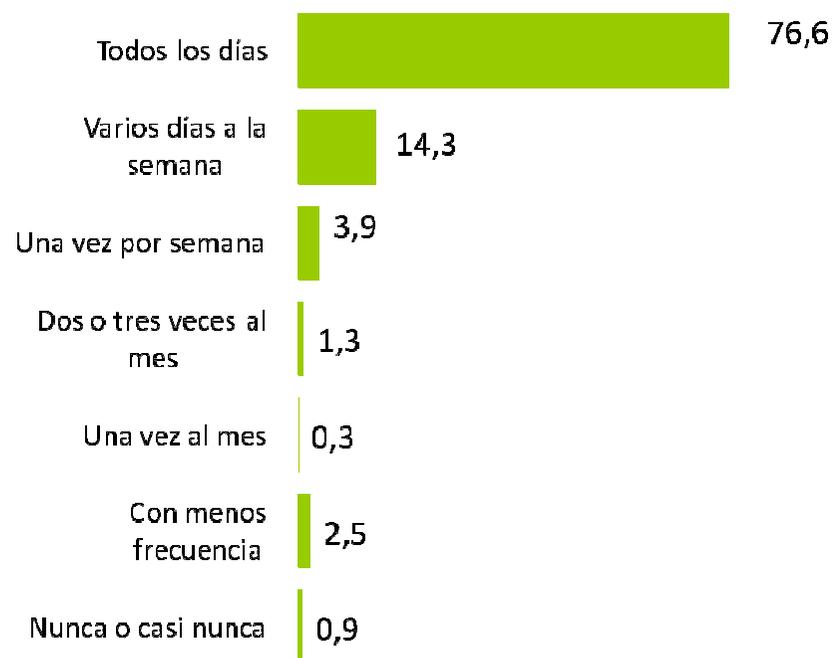
¿Suele escuchar la radio?



Base: Total (1424)

Unidad: porcentaje

¿Con qué frecuencia?



Base: Escuchan la radio (939)

Unidad: porcentaje

Gráfico 14. Tipo de programas que suele escuchar en la radio. Aragón. 2009



Gráfico 15. Géneros musicales que se escuchan. Aragón. 2009

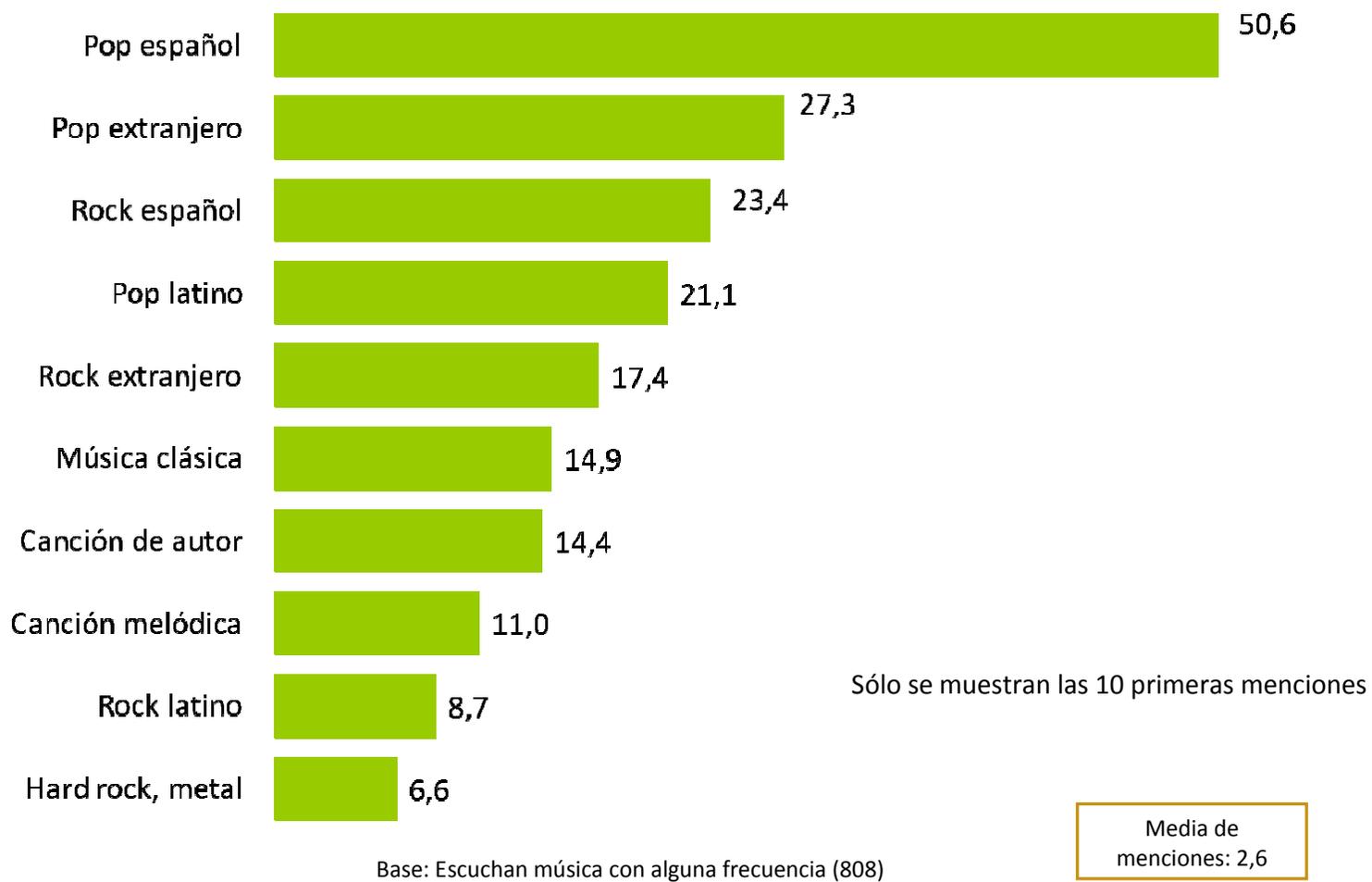


Gráfico 16. Número medio de CD o temas musicales adquiridos en el último trimestre y modo de adquisición. Aragón. 2009

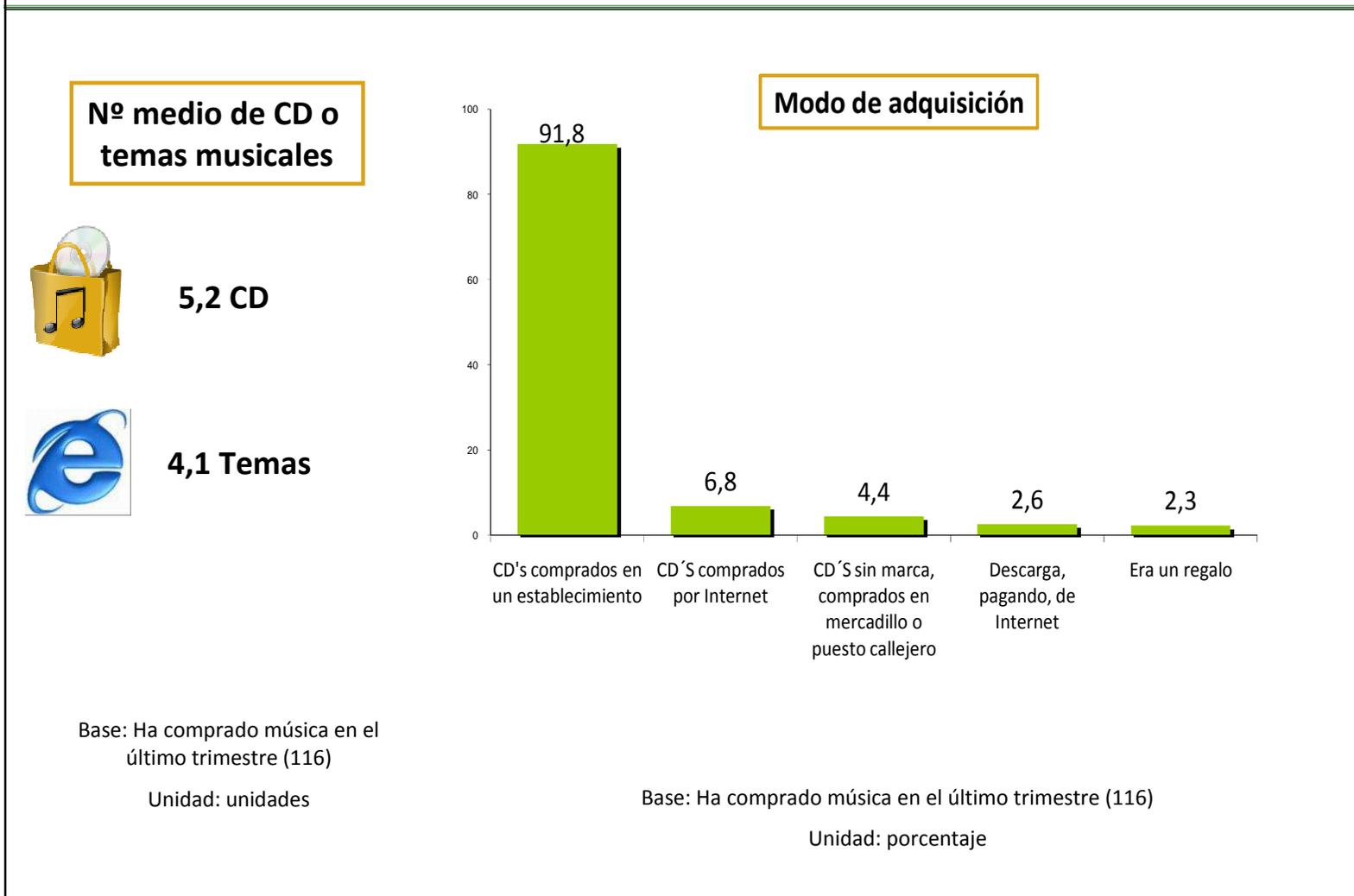


Gráfico 17. Número medio de CD o temas grabados o descargados gratuitamente en el último trimestre y modo de adquisición. Aragón. 2009

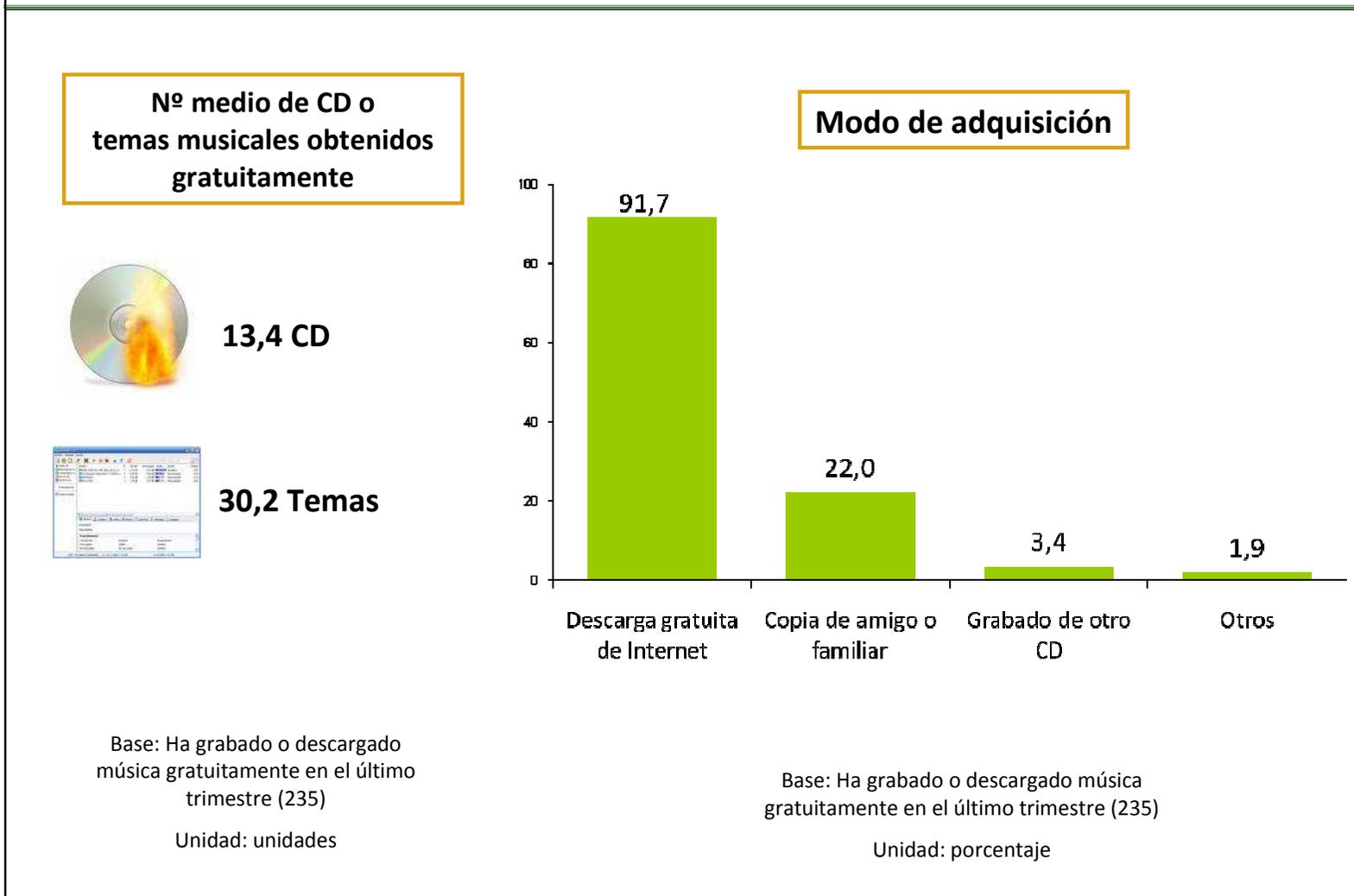
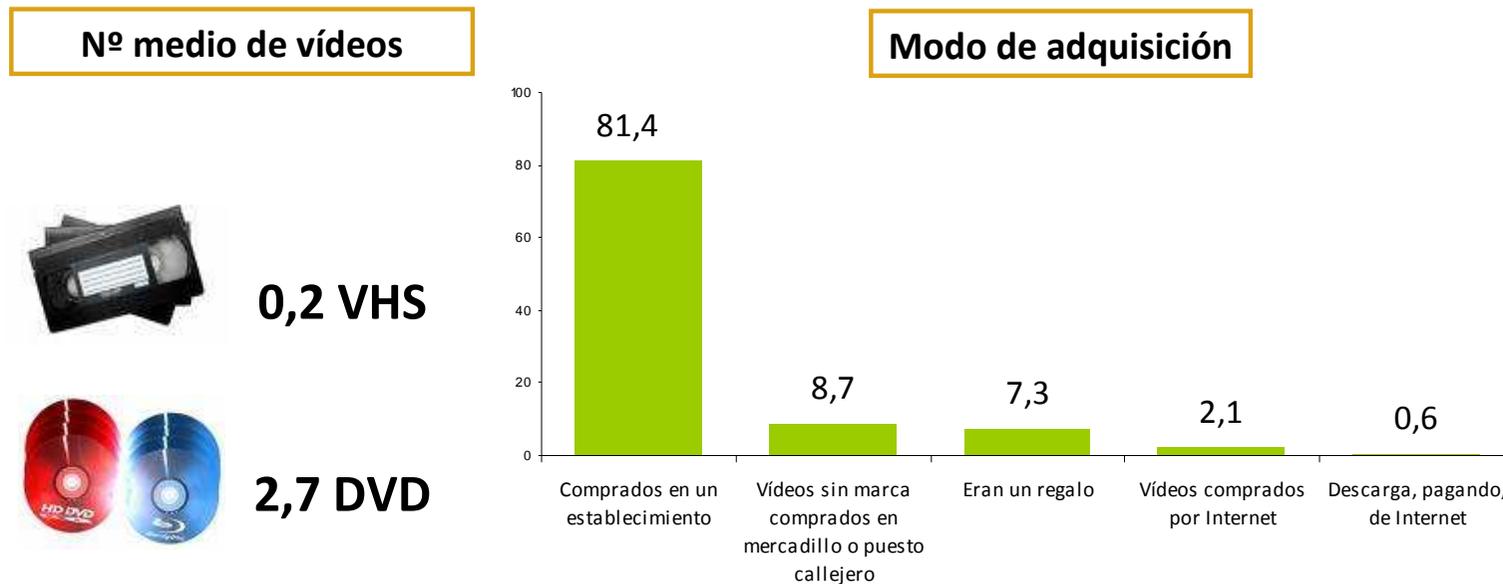


Gráfico 18. Número medio de vídeos adquiridos en el último trimestre y modo de adquisición. Aragón. 2009



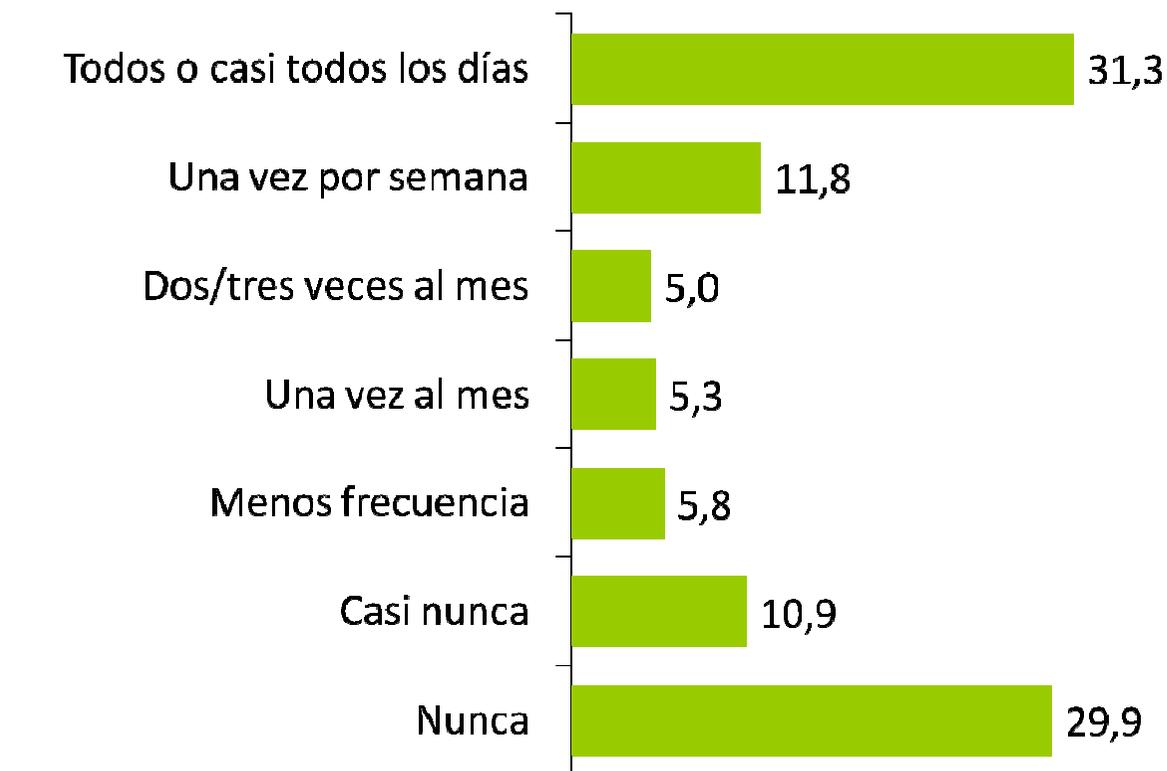
Base: Han comprado vídeos en el último trimestre (65)

Unidad: unidades

Base: Han comprado vídeos en el último trimestre (65)

Unidad: porcentaje

Gráfico 19. Frecuencia de lectura de la población aragonesa por ocio. Aragón. 2009



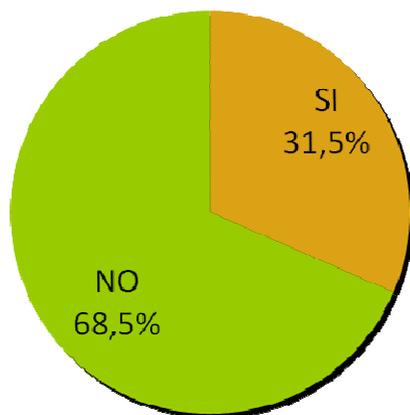
Base: Total (1424)

Unidad: porcentaje

Gráfico 20. Compra de libros en el último trimestre por ocio.

Aragón. 2009

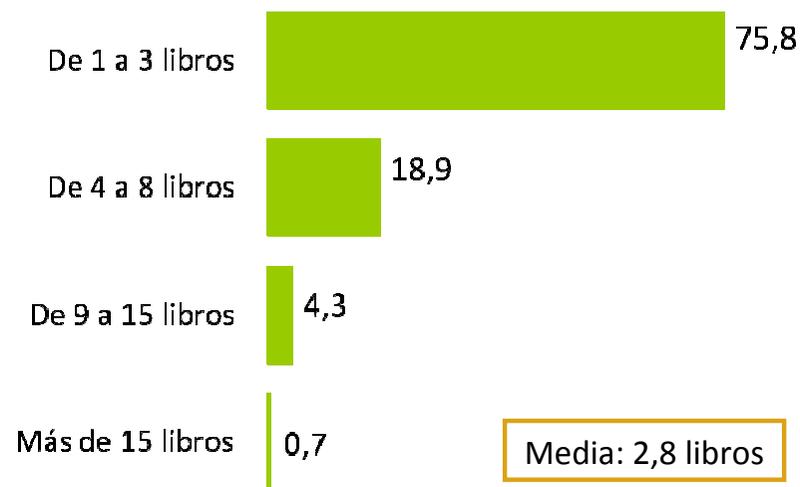
¿Ha comprado algún libro en los últimos tres meses?



Base: Total (1424)

Unidad: porcentaje

¿Cuántos libros ha comprado?



Base: Ha comprado libros en el último trimestre (448)

Unidad: porcentaje

Gráfico 21. Frecuencia de asistencia a actividades culturales. % de personas que van al menos una vez al año. Aragón. 2009

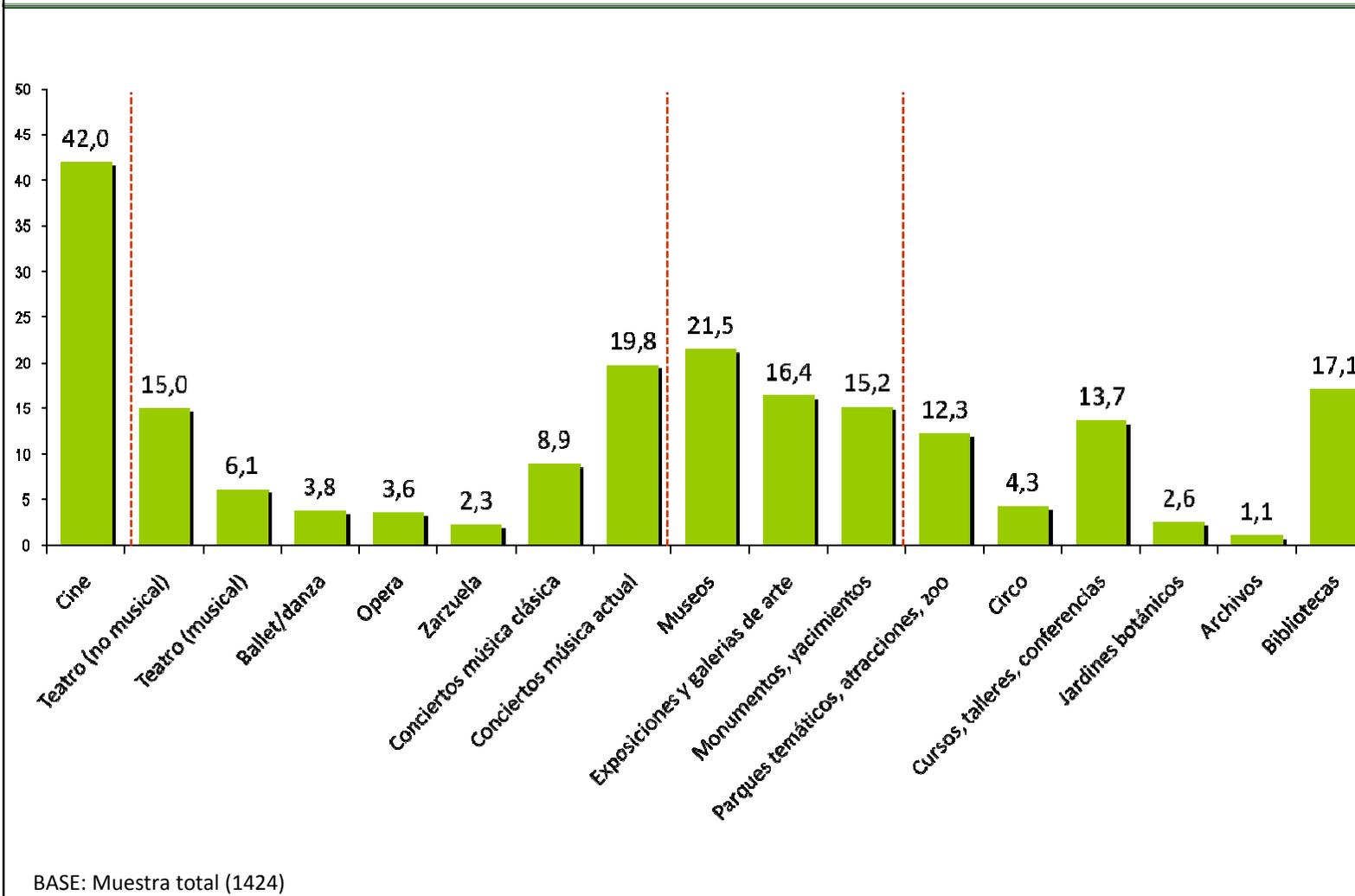


Gráfico 22. Asistencia a actividades culturales en el último trimestre. Aragón. 2009

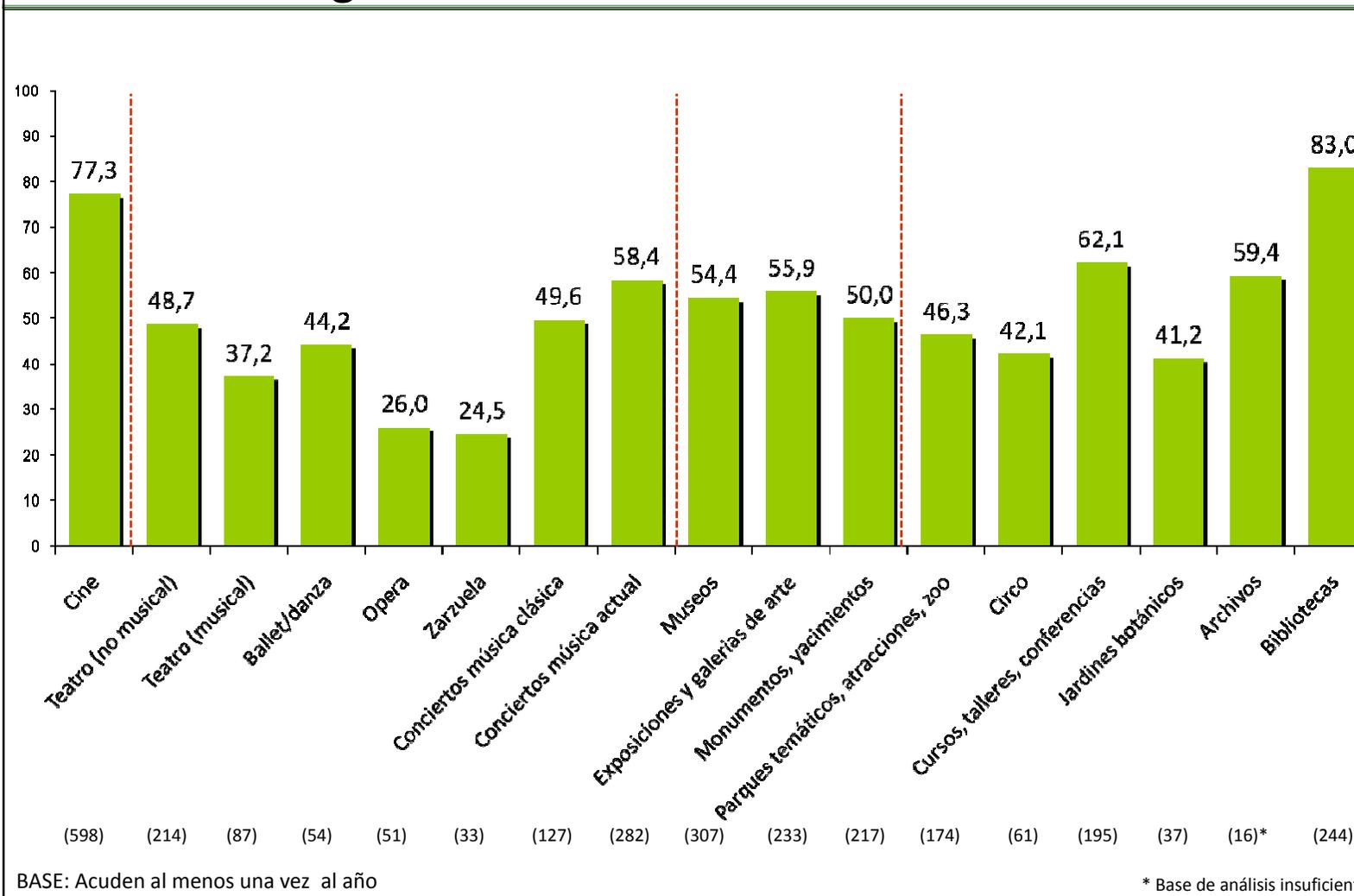


Gráfico 23. Número de veces que se ha asistido a cada actividad cultural en el último trimestre. Aragón. 2009

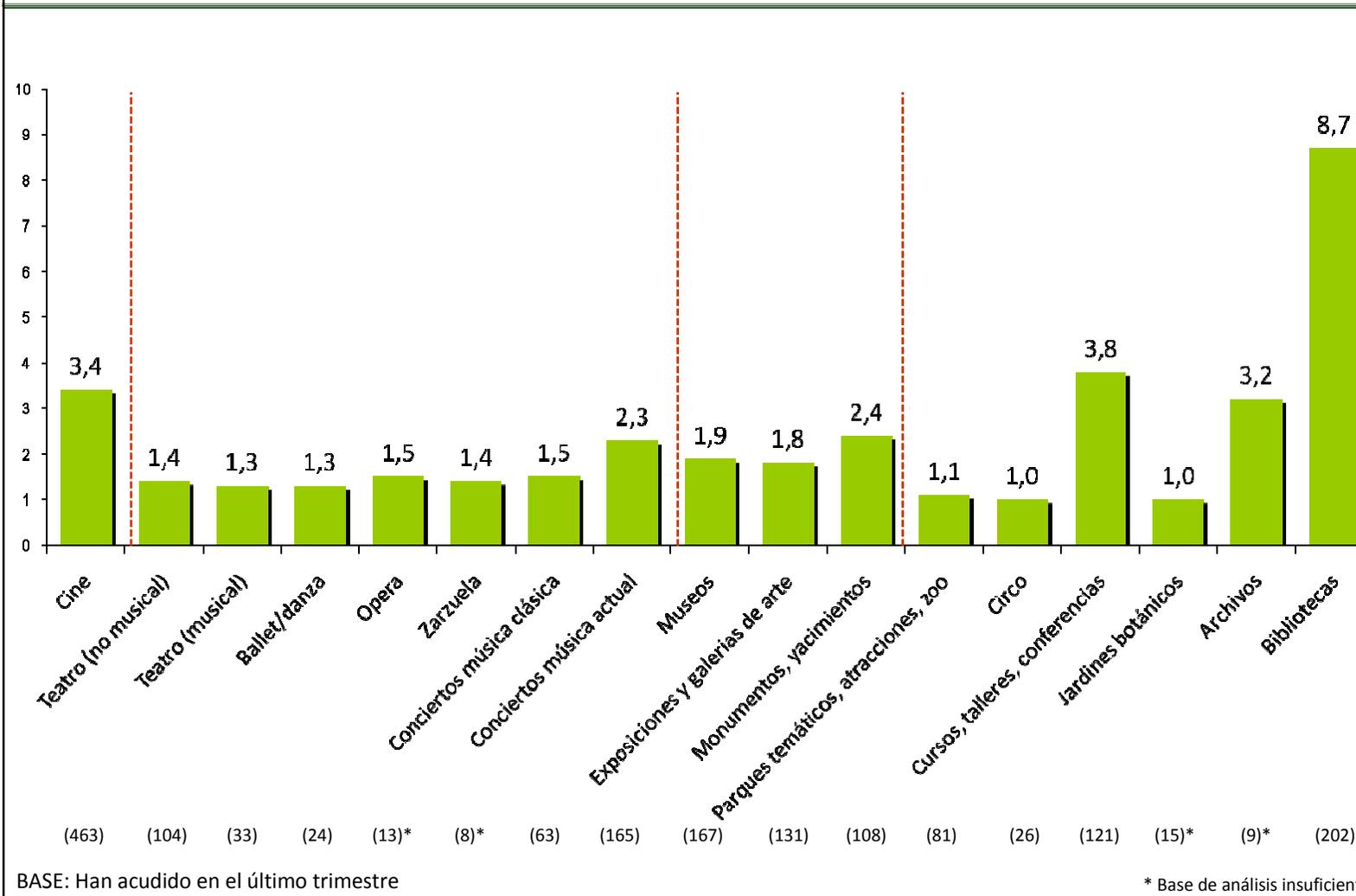


Gráfico 24. Día de la semana que asistió la última vez a una actividad cultural. Aragón. 2009

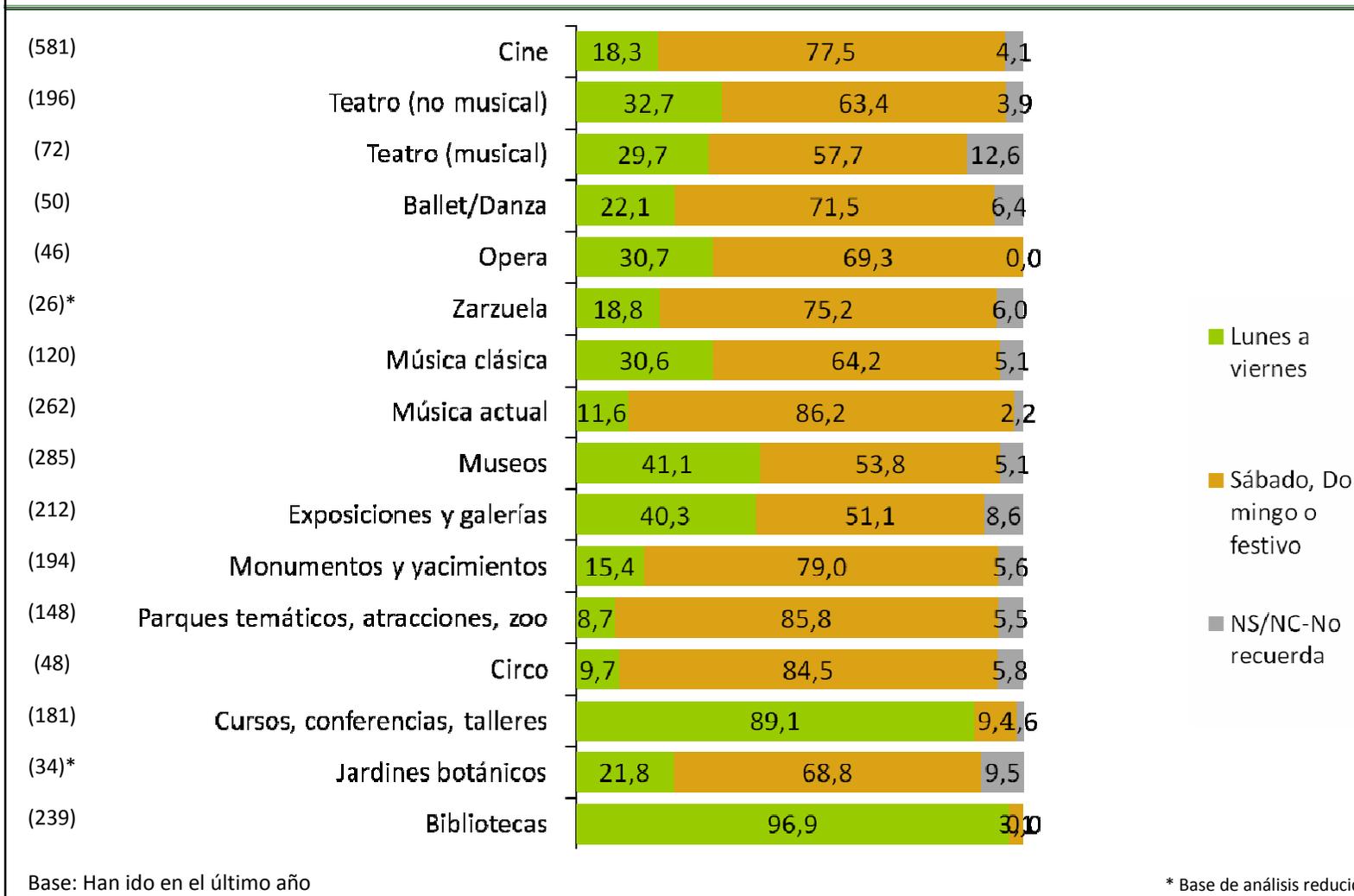


Gráfico 25. Con quién asistió la última vez a una actividad cultural. Aragón. 2009

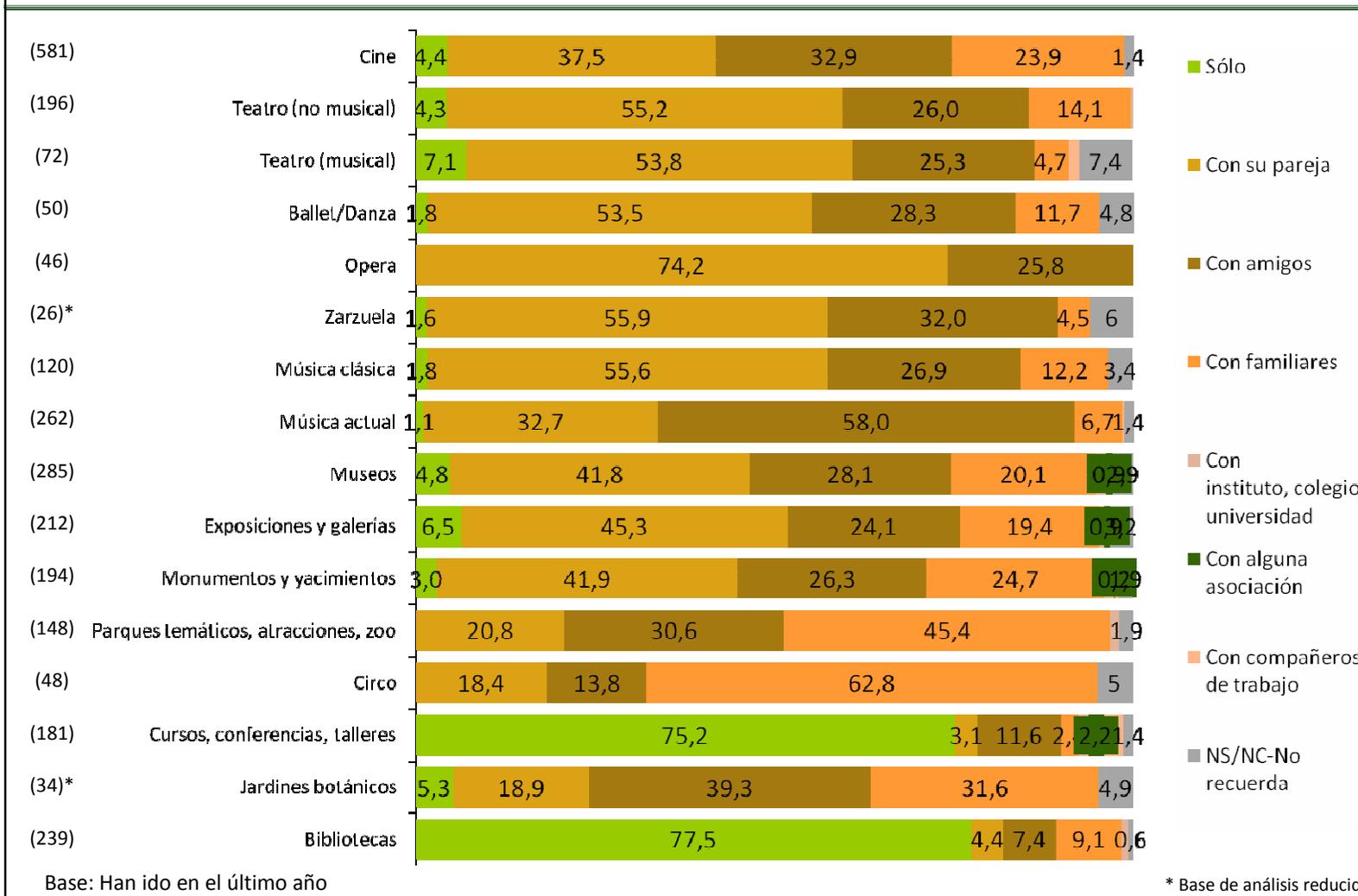


Gráfico 26. Lugar o modo de adquisición de las entradas la última vez. Aragón. 2009

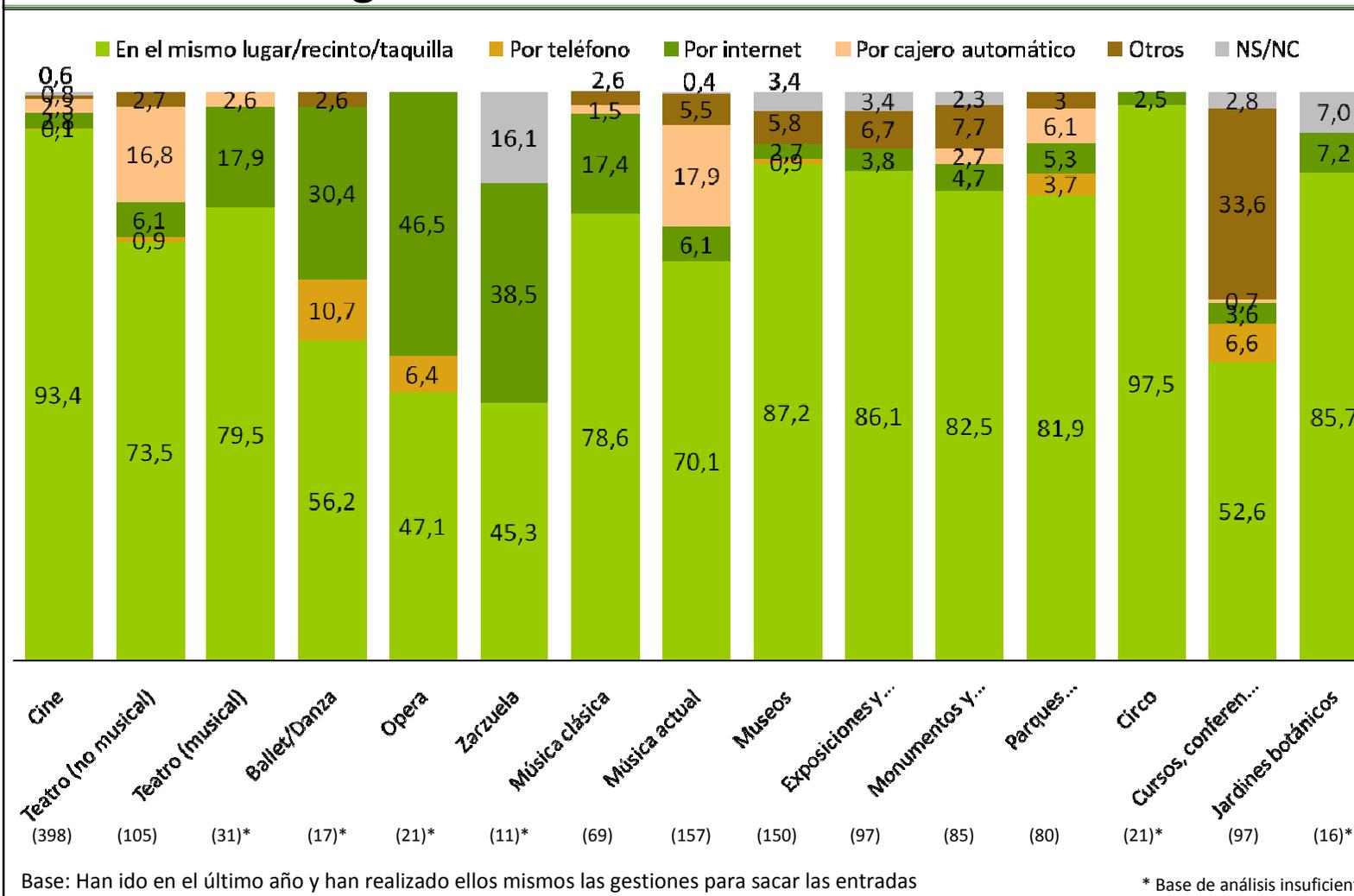


Gráfico 27. Dónde tuvo lugar la actividad cultural la última vez. Aragón. 2009

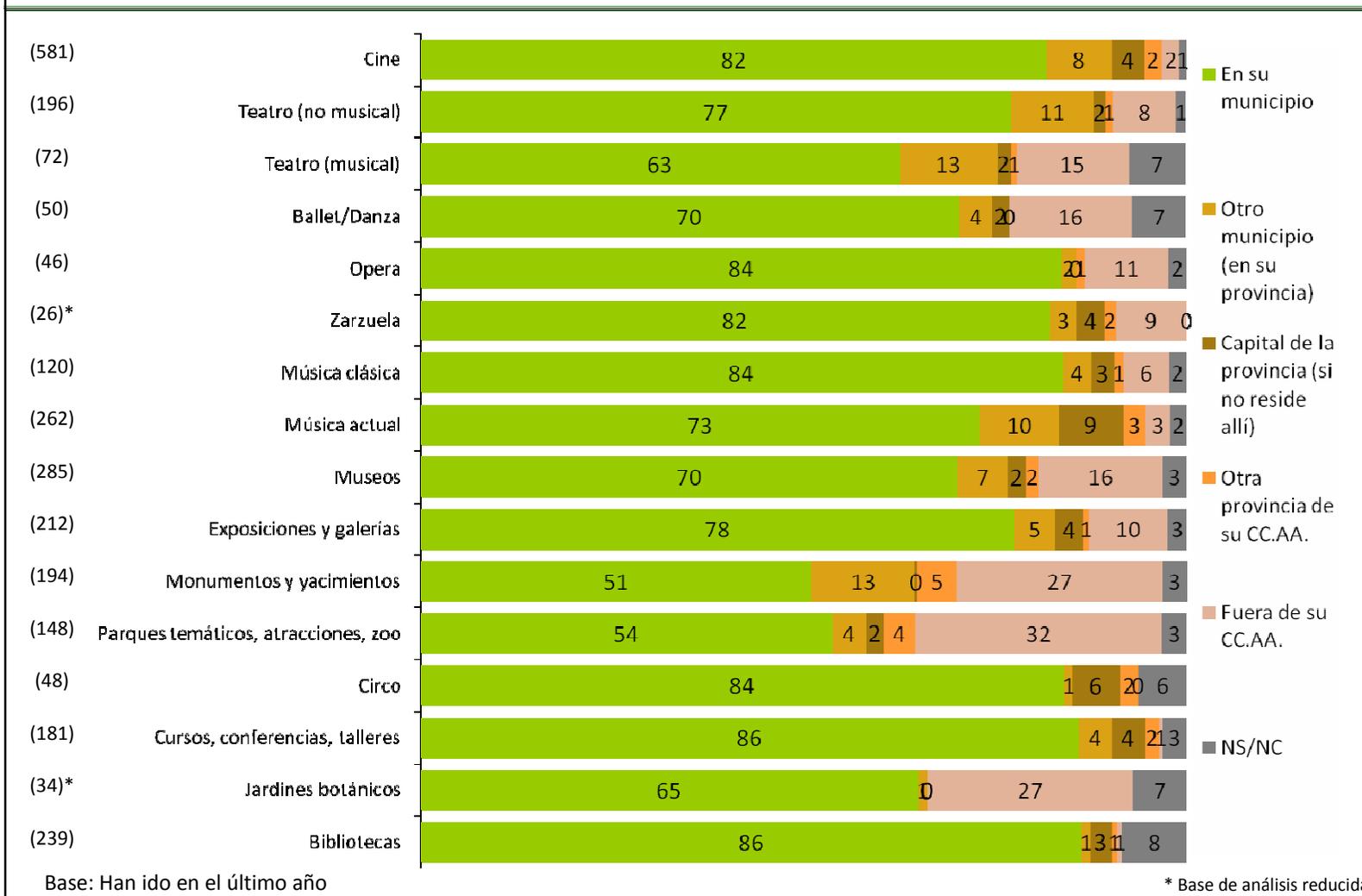
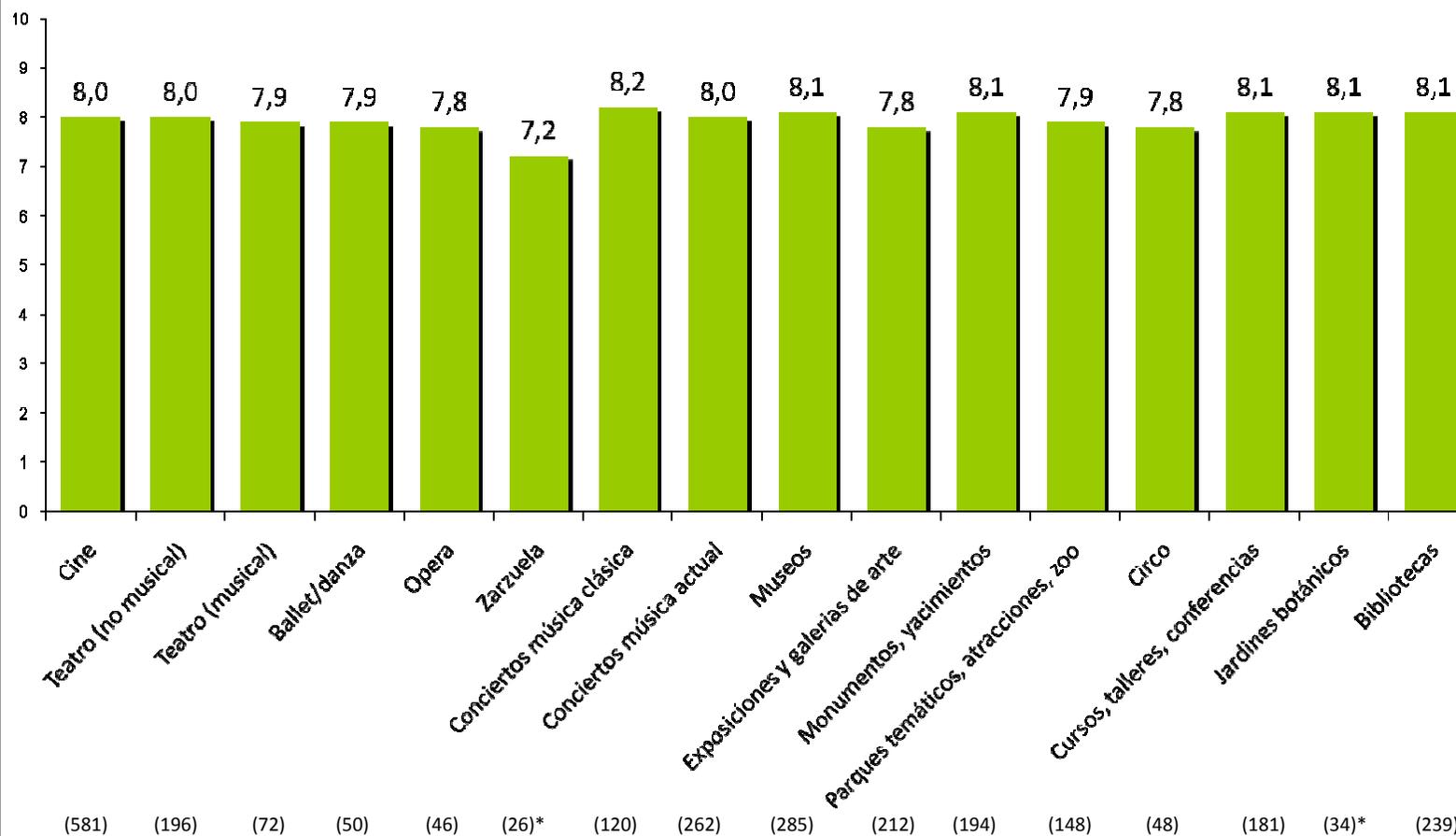


Gráfico 28. Grado de satisfacción con la actividad cultural a la que asistió la última vez. Aragón. 2009

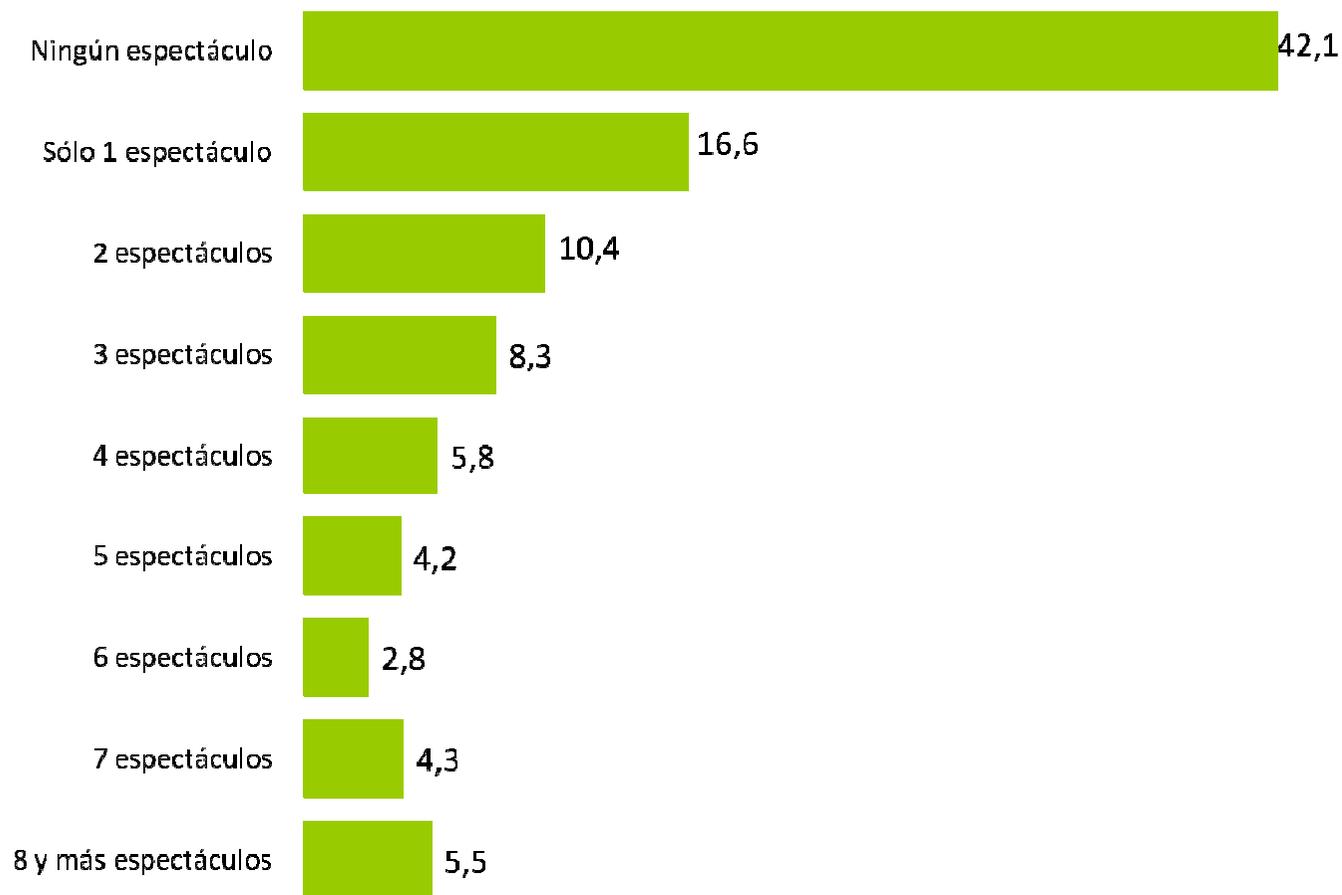
Valoración media en una escala de 0 a 10



BASE: Han ido en el último año

* Base de análisis insuficiente

Gráfico 29. Consumo multidisciplinar. Espectáculos diferentes a los que se ha acudido en el último año. Aragón. 2009



Base: Muestra total (1424)

Gráfico 30. Consumo multidisciplinar de actividades culturales según segmentos de población (I). Aragón. 2009

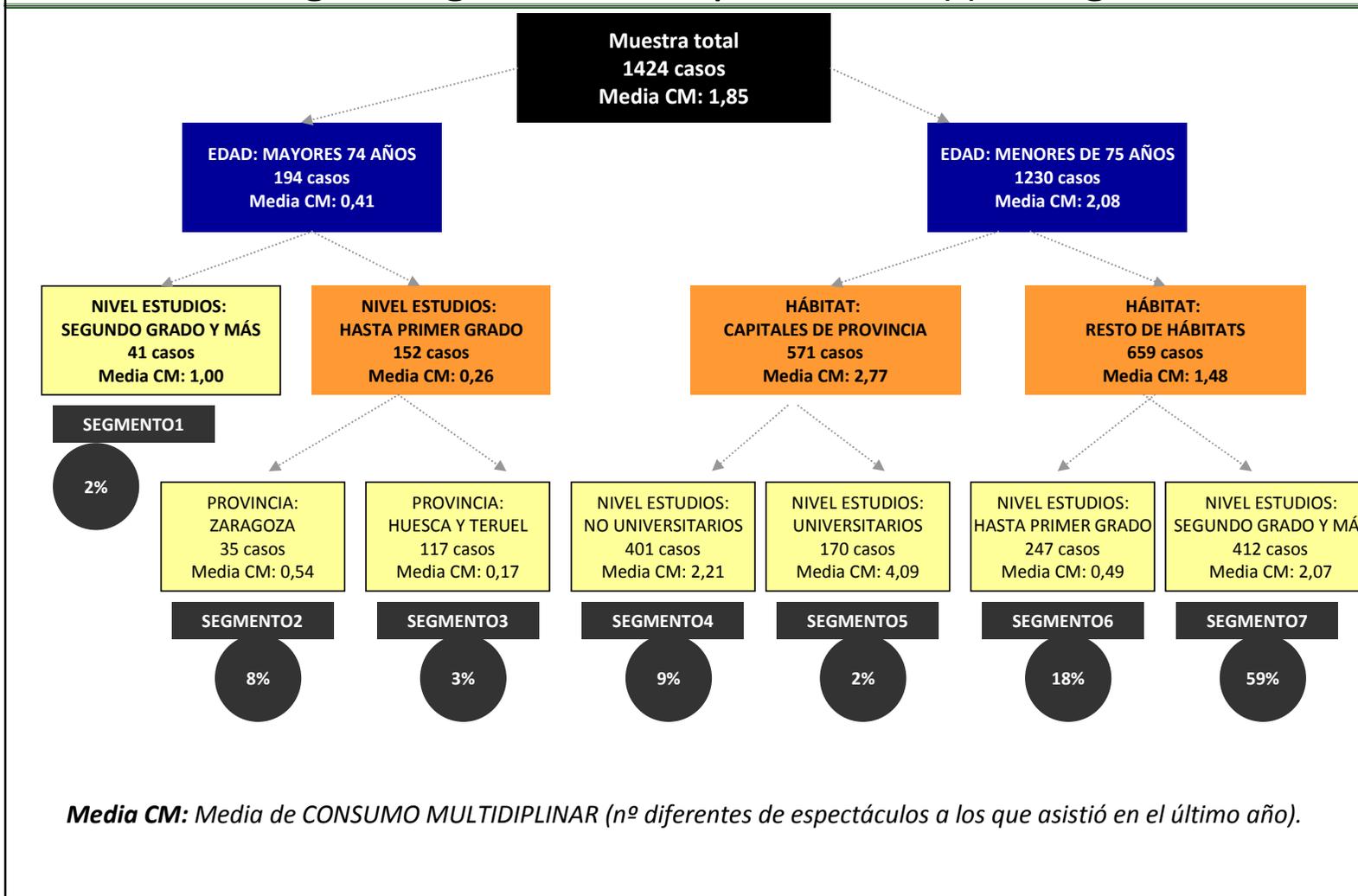


Gráfico 31. Consumo multidisciplinar de actividades culturales según segmentos de población (II). Aragón. 2009

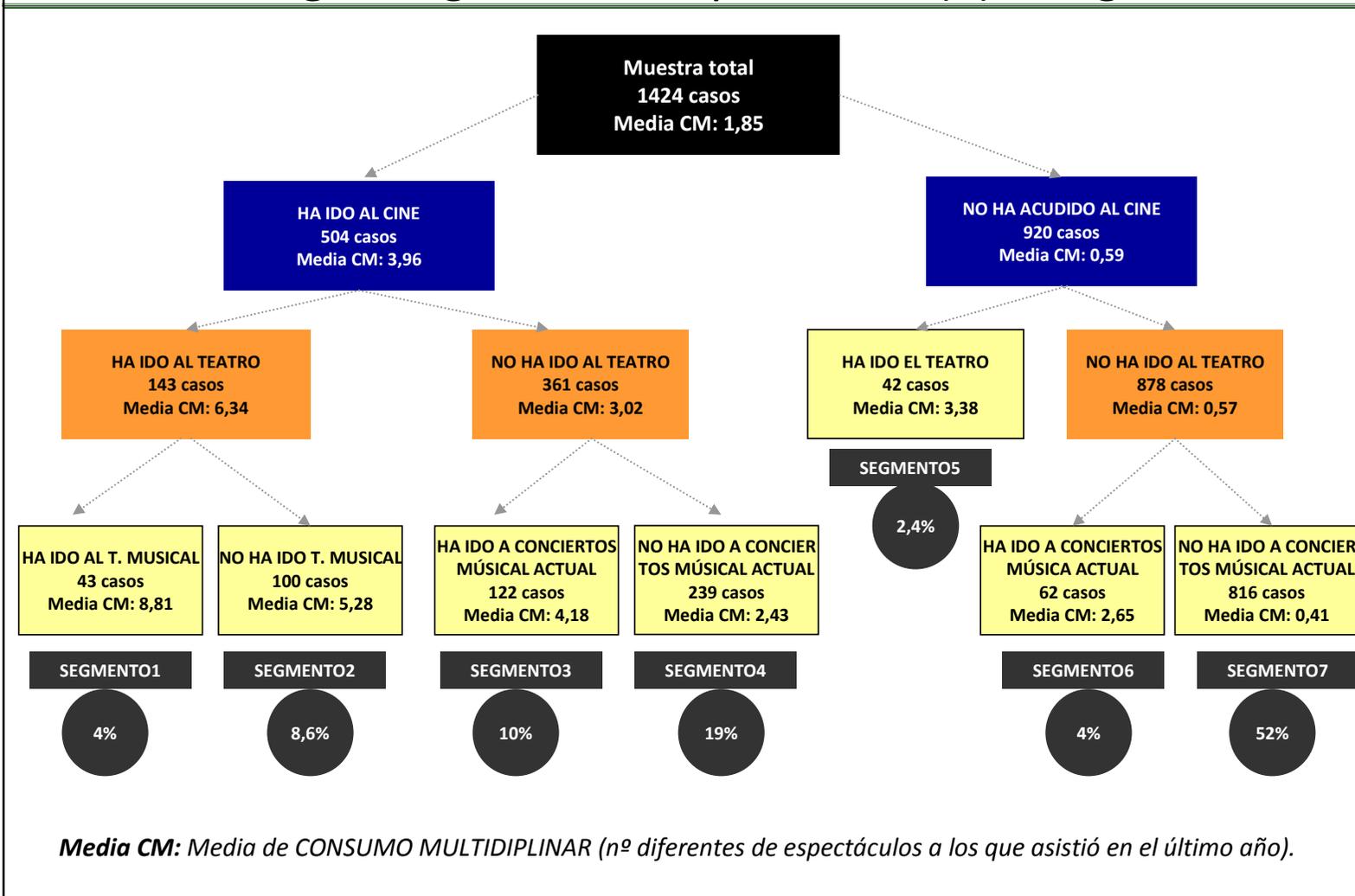


Gráfico 32. Caracterización de los grupos. Tamaño de los segmentos. Aragón. 2009

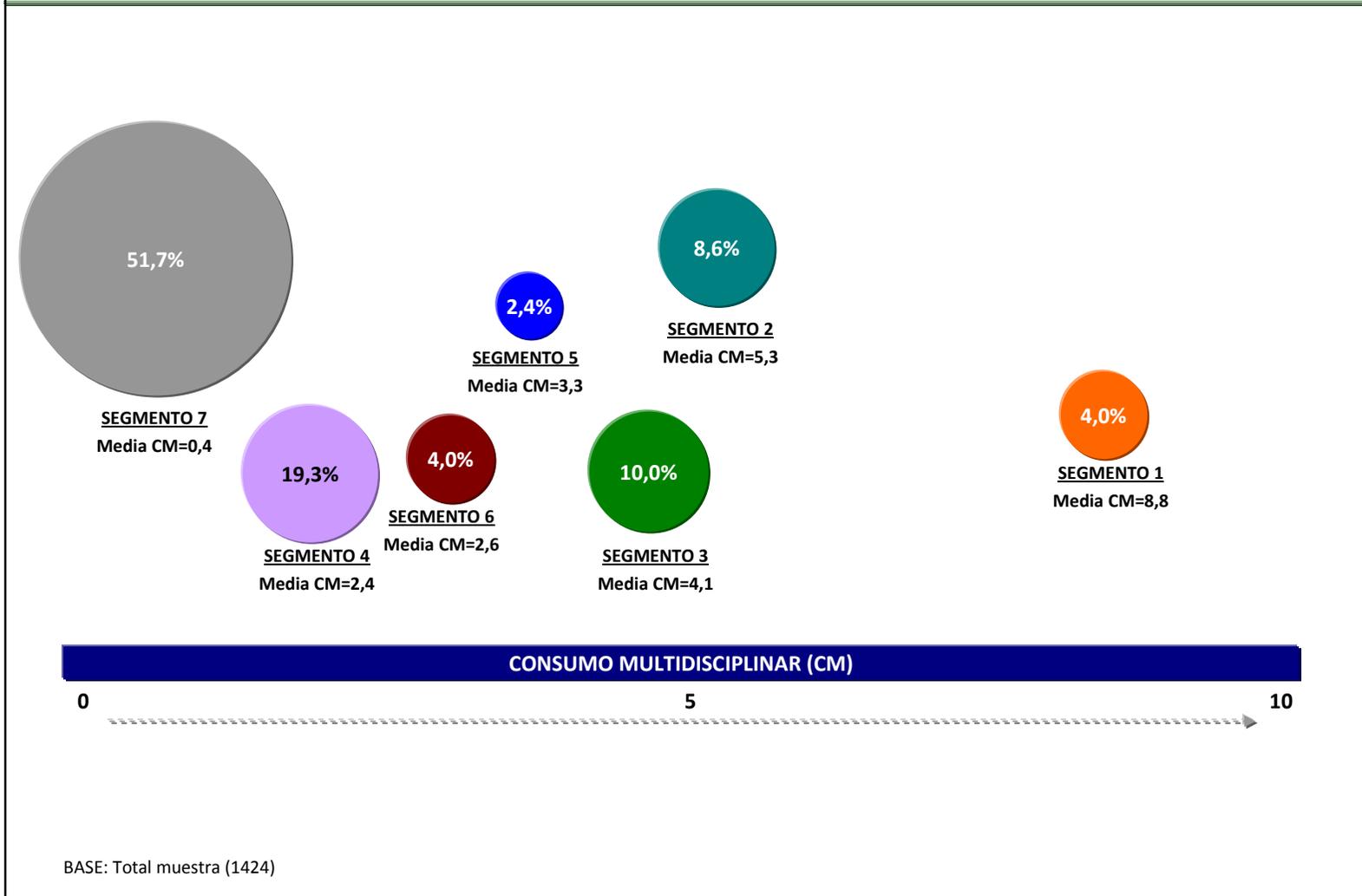
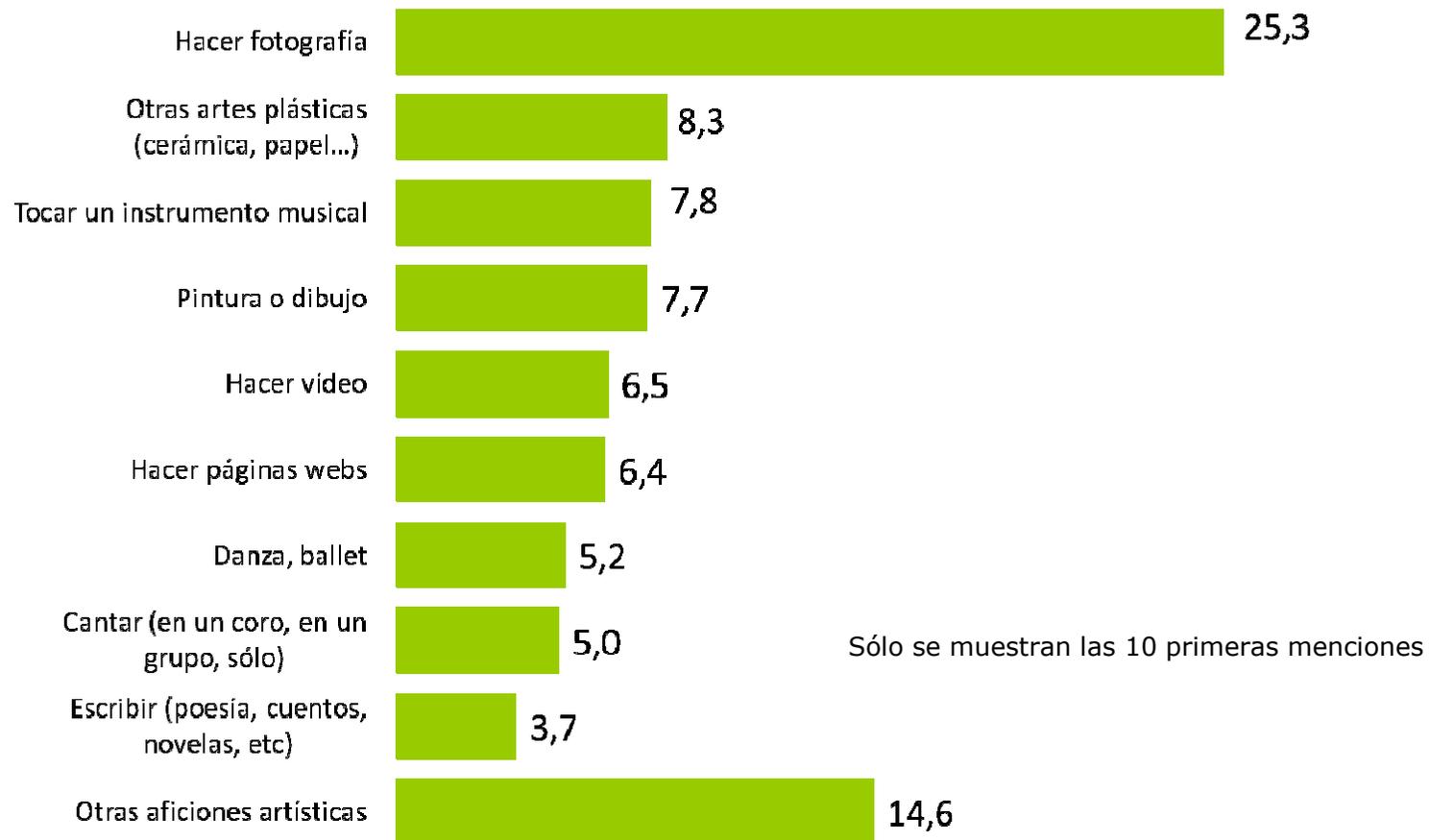


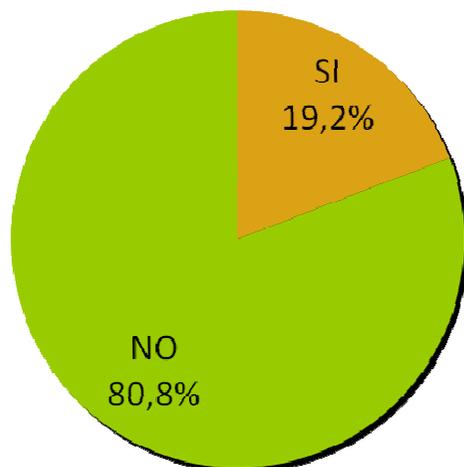
Gráfico 33. Prácticas culturales activas realizadas en el último trimestre. Aragón. 2009



Base: Ha realizado alguna práctica cultural activa como afición en los últimos tres meses (286)

Unidad: porcentaje

Gráfico 34. Pertenencia a alguna asociación cultural por género, edad y clase social. Aragón. 2009



Base: Total (1424)
 Unidad: porcentaje

		SI	NO
TOTAL	(1424)	19,2	80,8
Varón	(708)	20,5	79,5
Mujer	(716)	18,0	82,0
16-24	(155)	15,4	84,6
25-34	(262)	15,6	84,4
35-44	(267)	20,9	79,1
45-54	(231)	26,4	73,6
55-64	(184)	26,3	83,7
65-74	(145)	22,2	77,8
75 y más	(180)	16,5	83,5
Clase Alta	(151)	22,2	77,8
Clase Media-Alta	(249)	20,1	79,9
Clase Media-Media	(621)	18,4	81,6
Clase Media-Baja	(326)	18,3	81,7
Clase Baja	(77)	20,6	79,4
Zaragoza	(1026)	17,4	82,6
Huesca	(242)	22,2	77,8
Teruel	(156)	26,7	73,3

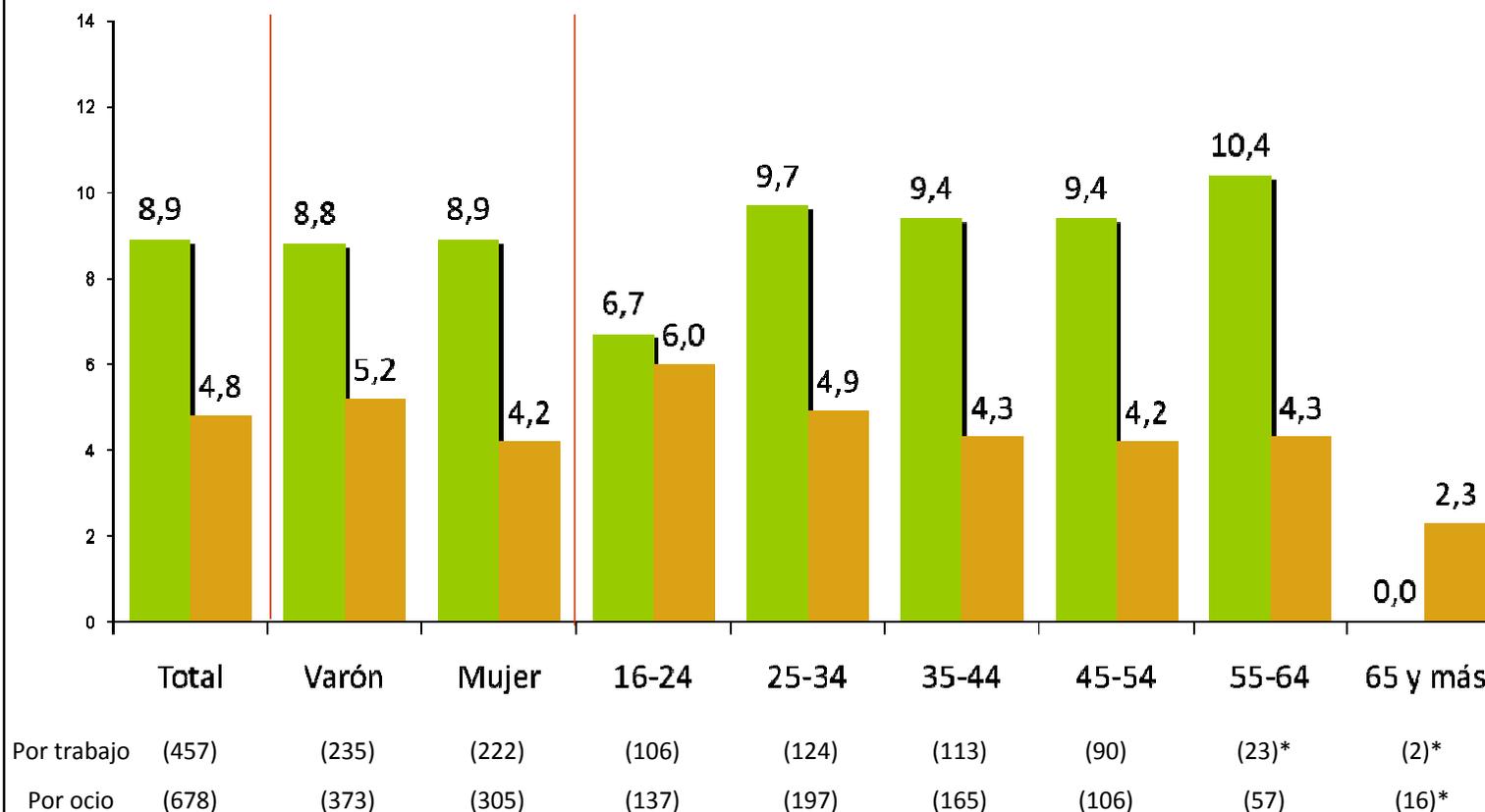
Base: Total

Gráfico 35. Número medio de veces que se ha asistido a otras actividades culturales en el último año. Aragón. 2009



Gráfico 36. Media de horas que se usa el ordenador a la semana.
 Comparativa por trabajo o estudios vs. ocio o tiempo libre. Aragón. 2009

Media de horas a la semana



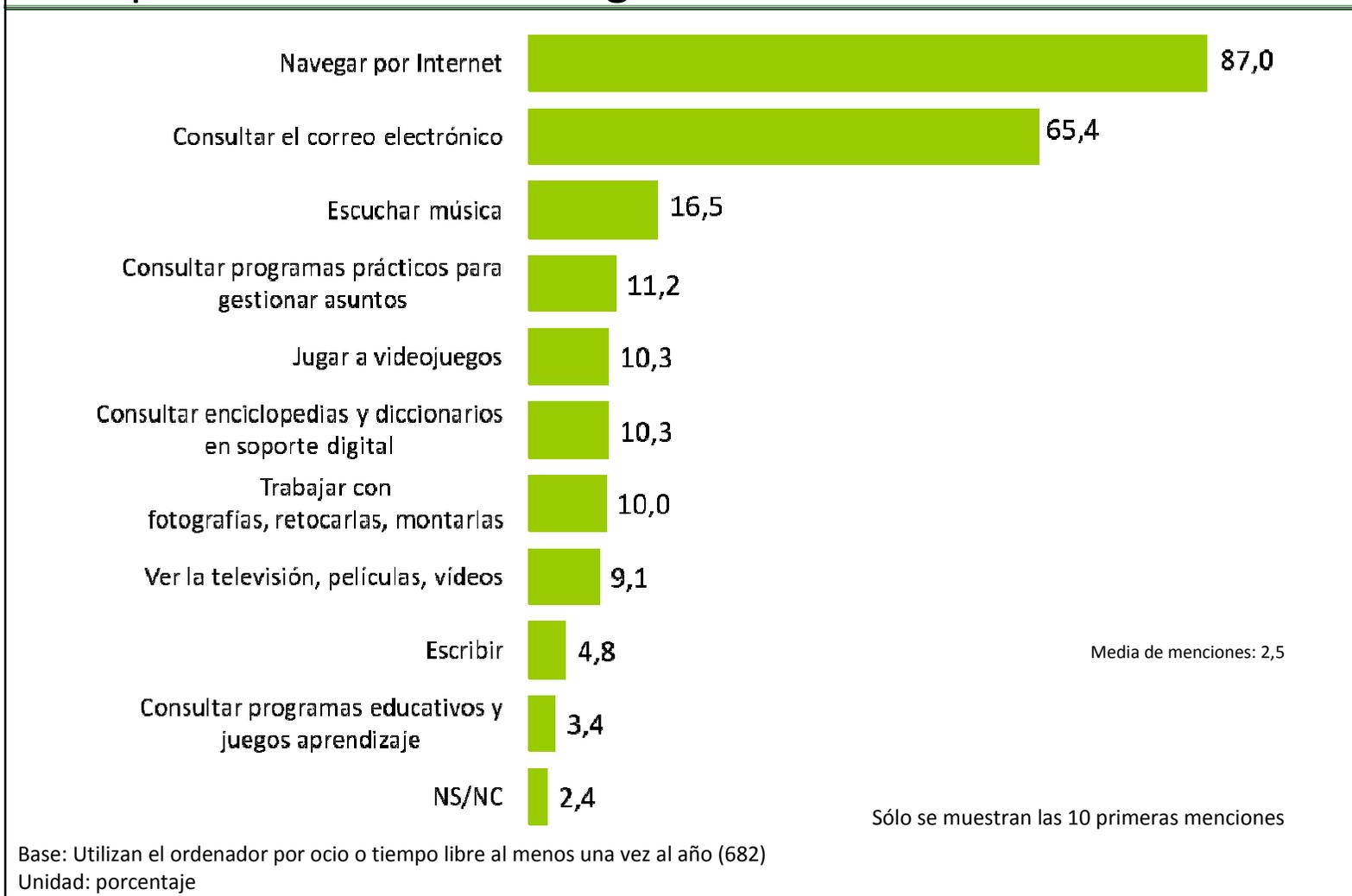
Por trabajo	(457)	(235)	(222)	(106)	(124)	(113)	(90)	(23)*	(2)*
Por ocio	(678)	(373)	(305)	(137)	(197)	(165)	(106)	(57)	(16)*

Base: Personas que usan el ordenador al menos una vez al mes

Unidad: media de horas a la semana

*Insuficiente base de análisis

Gráfico 37. Actividades realizadas en el ordenador en su tiempo libre o de ocio. Aragón. 2009



**Gráfico 38. Media de horas que se conecta a Internet a la semana.
 Comparativa por trabajo o estudios vs. ocio o tiempo libre. Aragón. 2009**

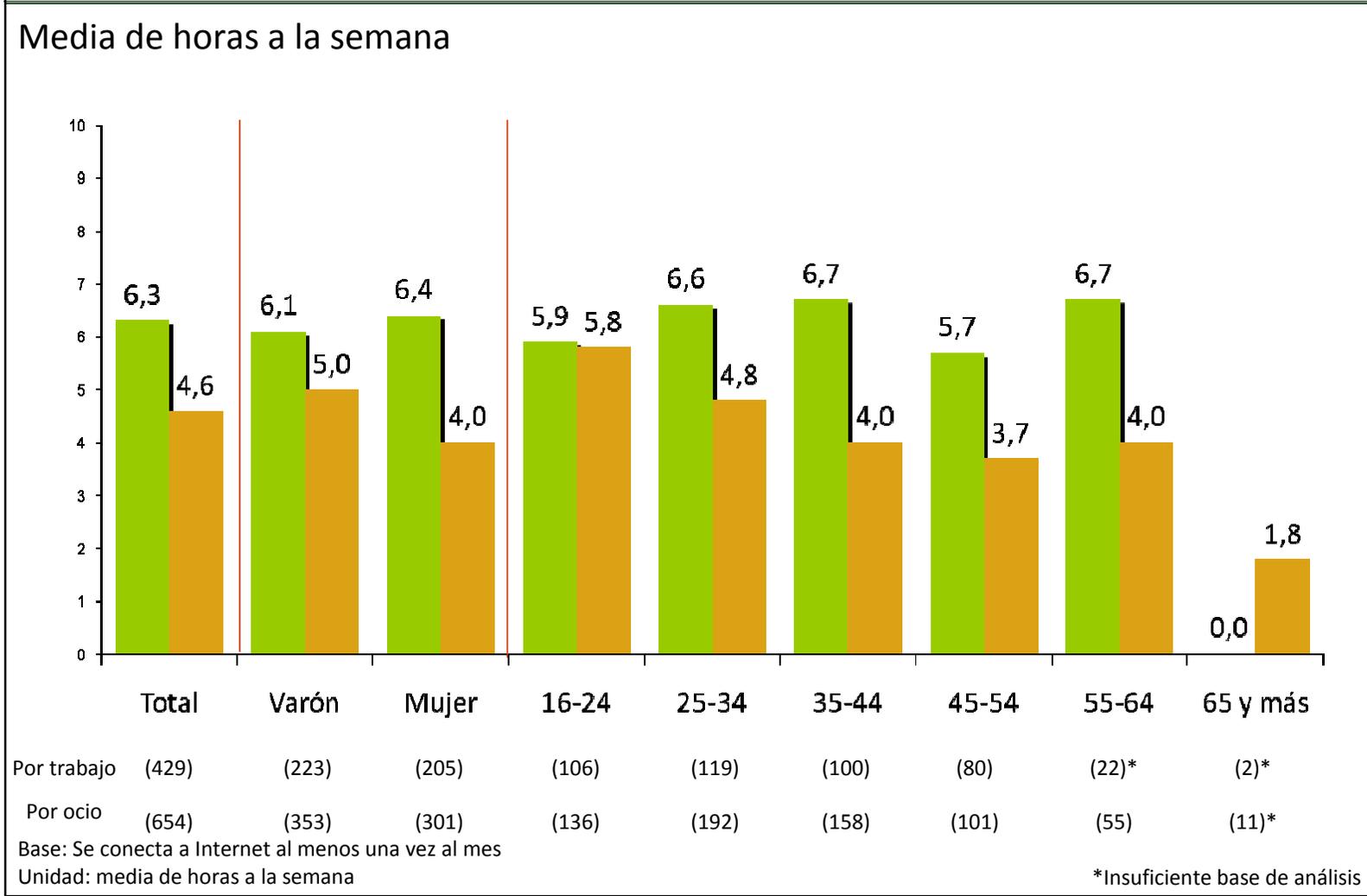


Gráfico 39. Actividades que se suelen realizar en Internet. Aragón. 2009



Base: Se conecta a Internet con alguna frecuencia (733)

Unidad: porcentaje

Sólo se muestran las respuestas con un porcentaje de mención superior al 7%

Diagnóstico de la democratización cultural y barreras a la participación cultural en Aragón

Gráfico 40. Tiempo de ocio disponible. Aragón. 2009

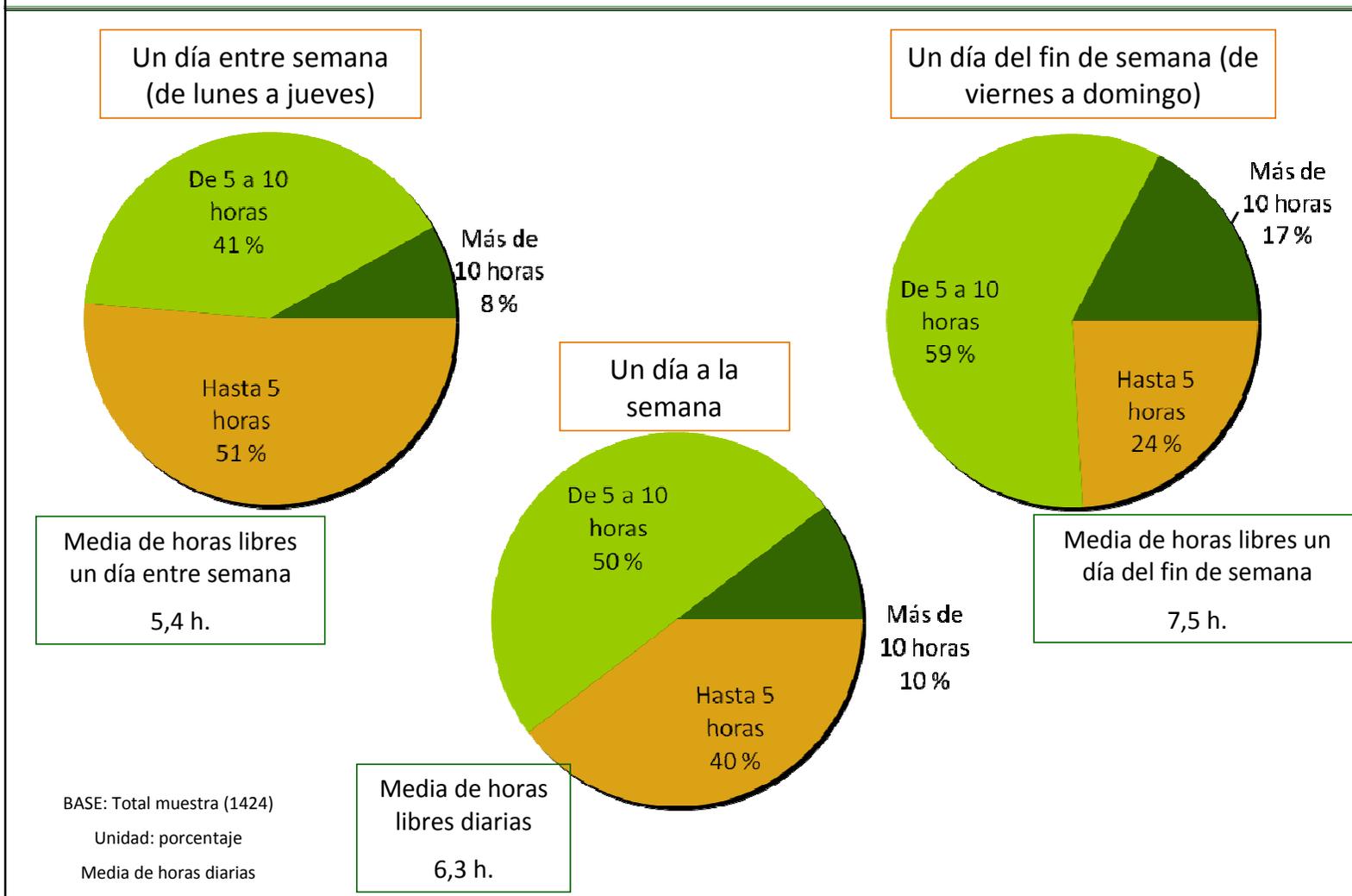


Gráfico 41. Tiempo de ocio disponible en casa y fuera de casa. Aragón. 2009

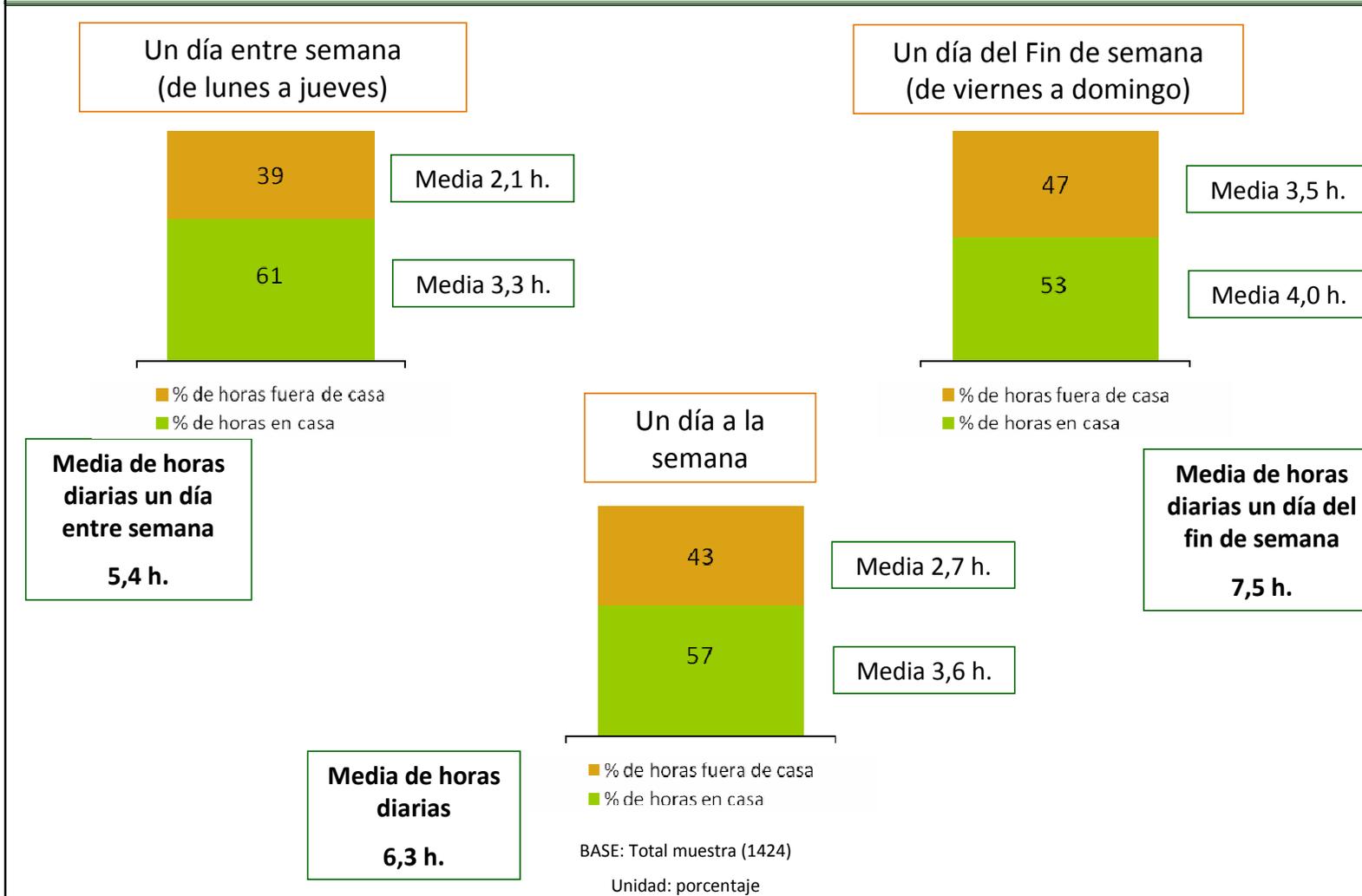
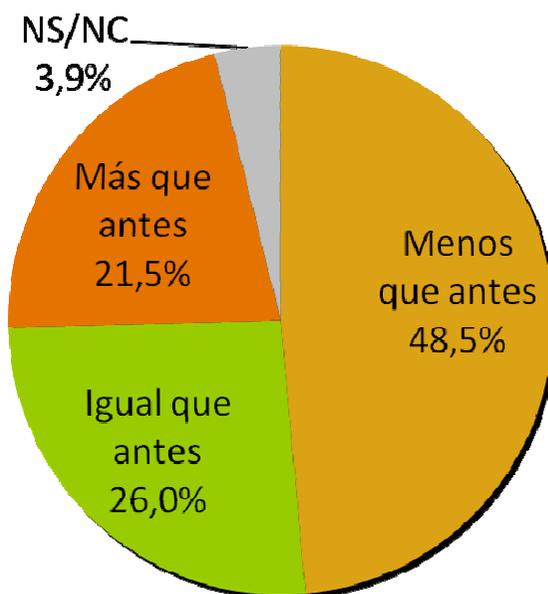


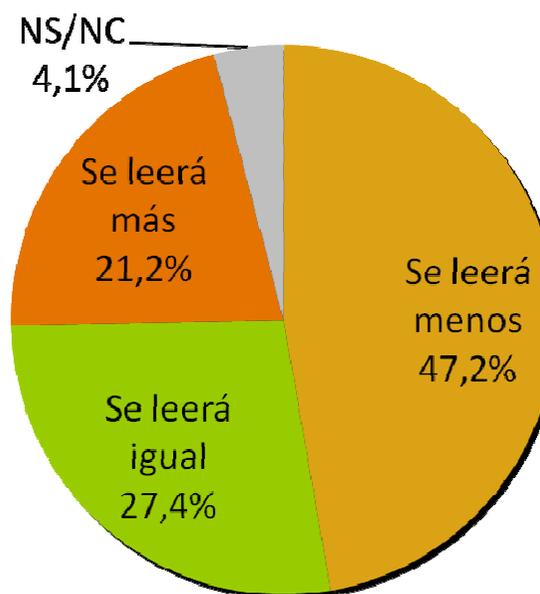
Gráfico 42. Percepciones sobre la lectura. Aragón. 2009

¿Tiene ud. la percepción que ahora se lee igual que antes, más que antes o menos que antes?



Base: Total (1424)
Unidad: porcentaje

Y en un futuro, ¿cree que leerá igual, más que antes o menos que antes?



Base: Total (1424)
Unidad: porcentaje

Gráfico 43. Hasta qué punto se encuentra informado de la oferta cultural de su región. Aragón y provincias. 2009

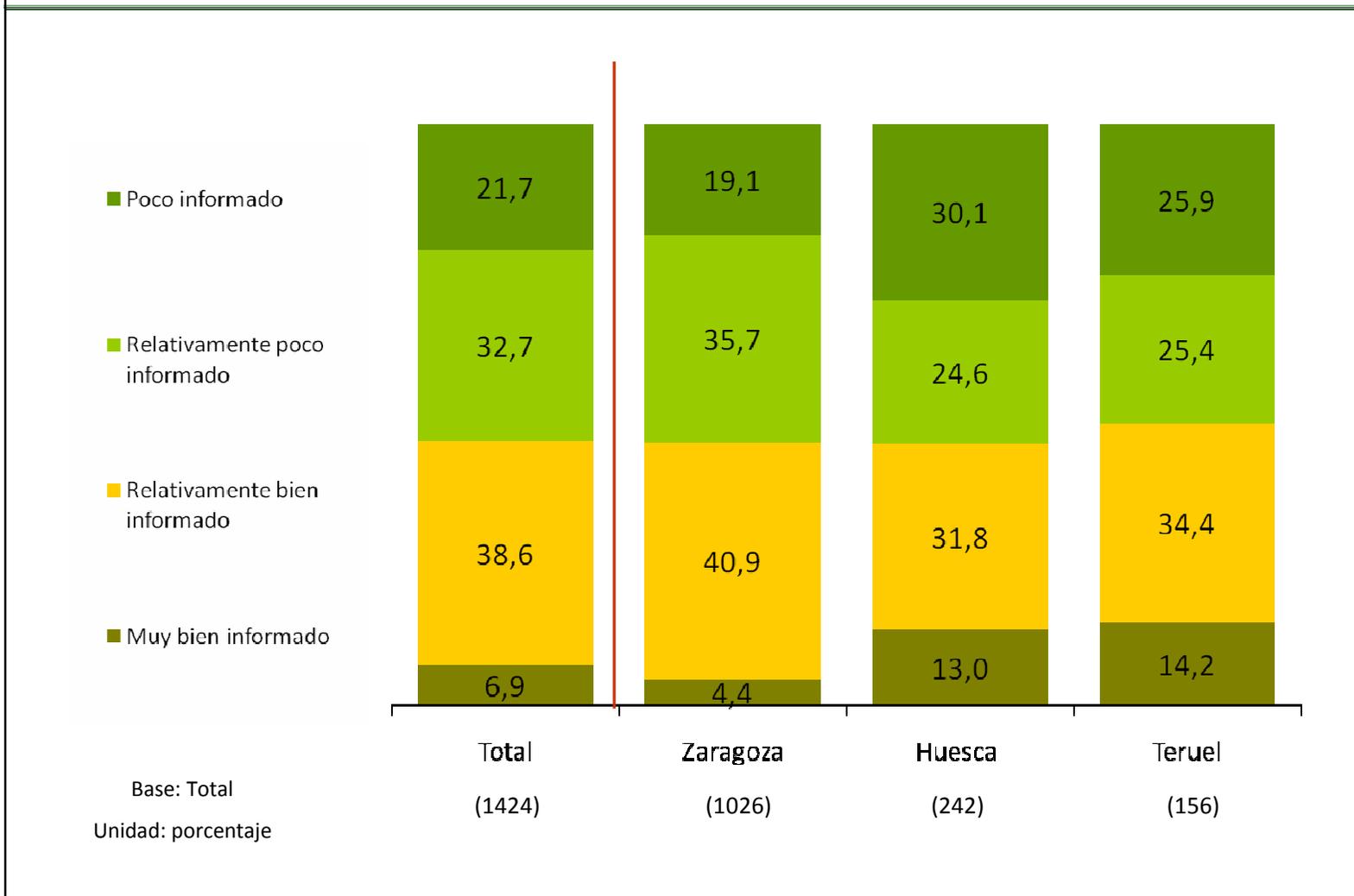
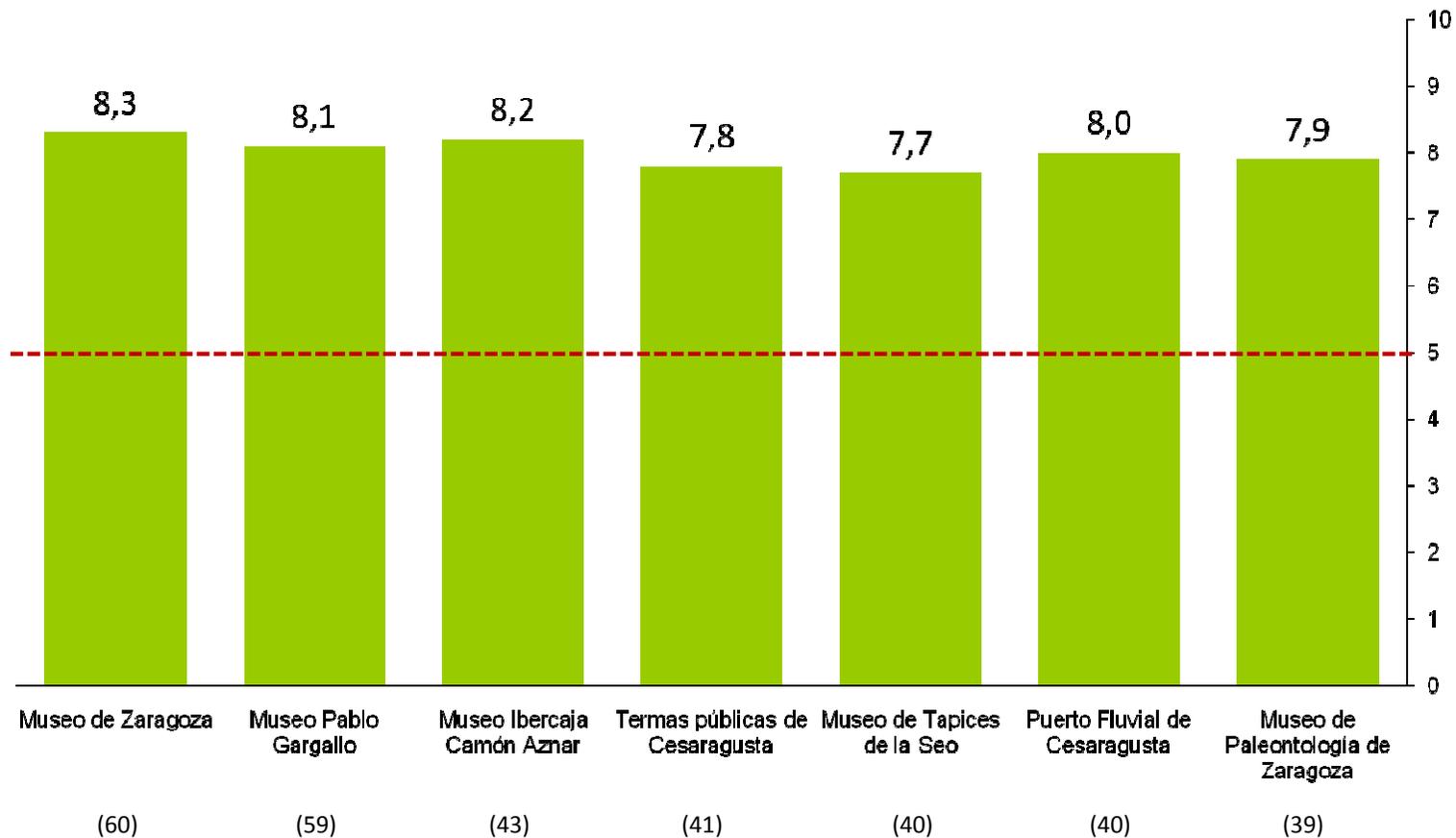


Gráfico 44. Valoración media de los museos visitados en el último año. Aragón. 2009

Valoración media en una escala de 0 a 10



Base: han visitado cada museo

Sólo se muestran aquellos museos que tienen base de análisis suficiente

Gráfico 45. Preferencia por las distintas actividades culturales disponibles en su localidad o localidades próximas. Aragón. 2009

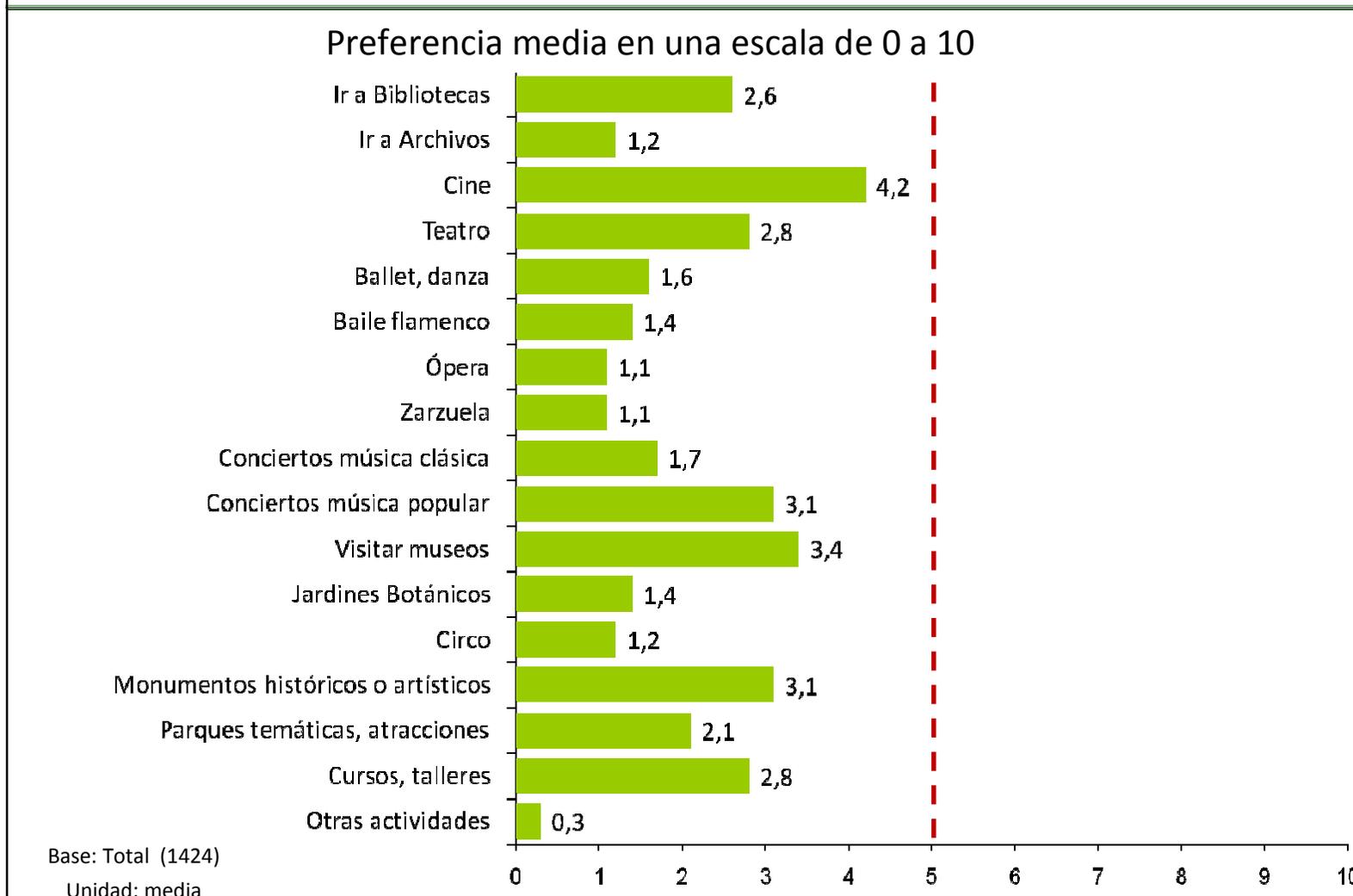
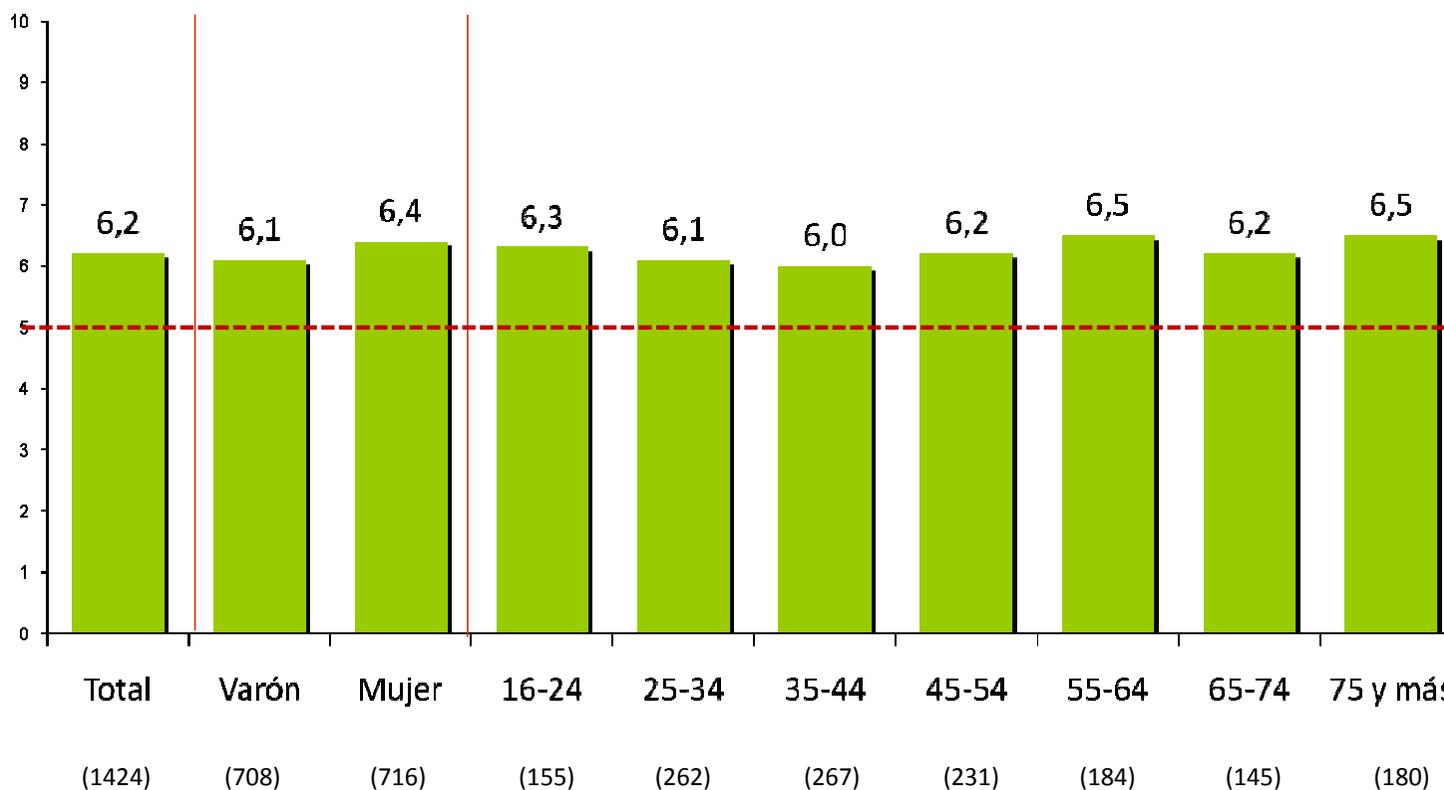


Gráfico 46. Valoración media de la oferta cultural y de ocio en la región por género y edad. Aragón. 2009

Valoración media en escala de 0 a 10



BASE: Total

Gráfico 47. Valoración a nivel concreto de la oferta de ocio y cultura de la región. Aragón. 2009

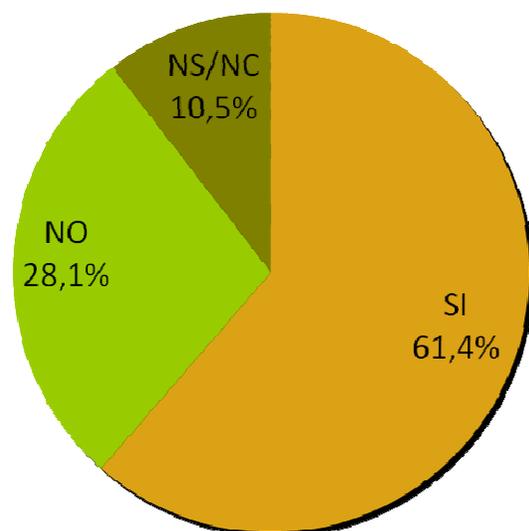
% de bastante de acuerdo y totalmente de acuerdo con la afirmación



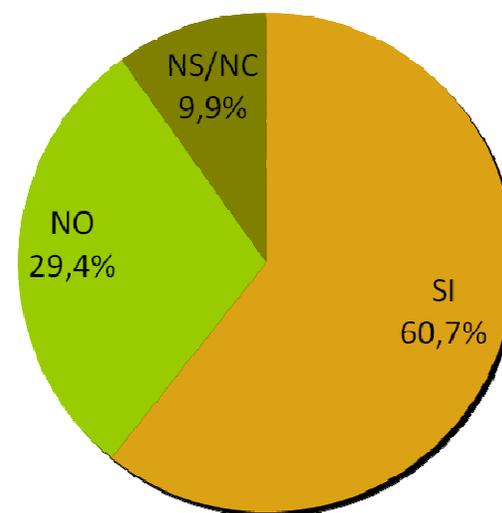
Base: Total (1424)
Unidad: porcentaje

Gráfico 48. Valoración de la oferta cultural dirigida a la población de 65 y más años. Aragón. 2009

¿Es adecuada la oferta cultural dirigida a mayores de 65 años?



¿Se tienen en cuenta los gustos y preferencias de los mayores de 65 años en la programación?

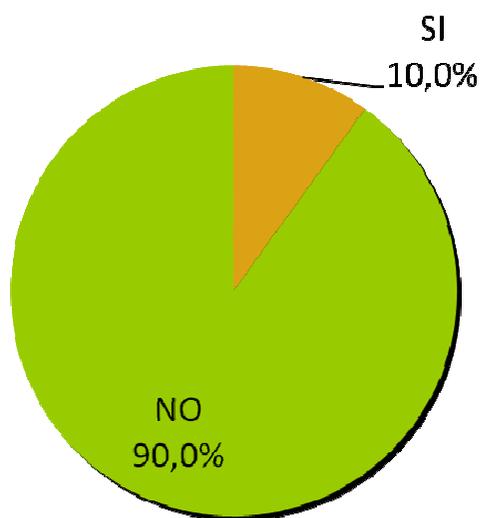


Base: Población 65 y más años (325)

Unidad: porcentaje

Gráfico 49. Conocimiento de iniciativas de las instituciones públicas para facilitar un mayor acceso a la cultura. Aragón. 2009

¿Conoce si las instituciones de su localidad o comunidad están desarrollando iniciativas para facilitar un mayor acceso de la población a la cultura?



Base: Total (1424)
 Unidad: porcentaje

¿Qué tipo de iniciativas?

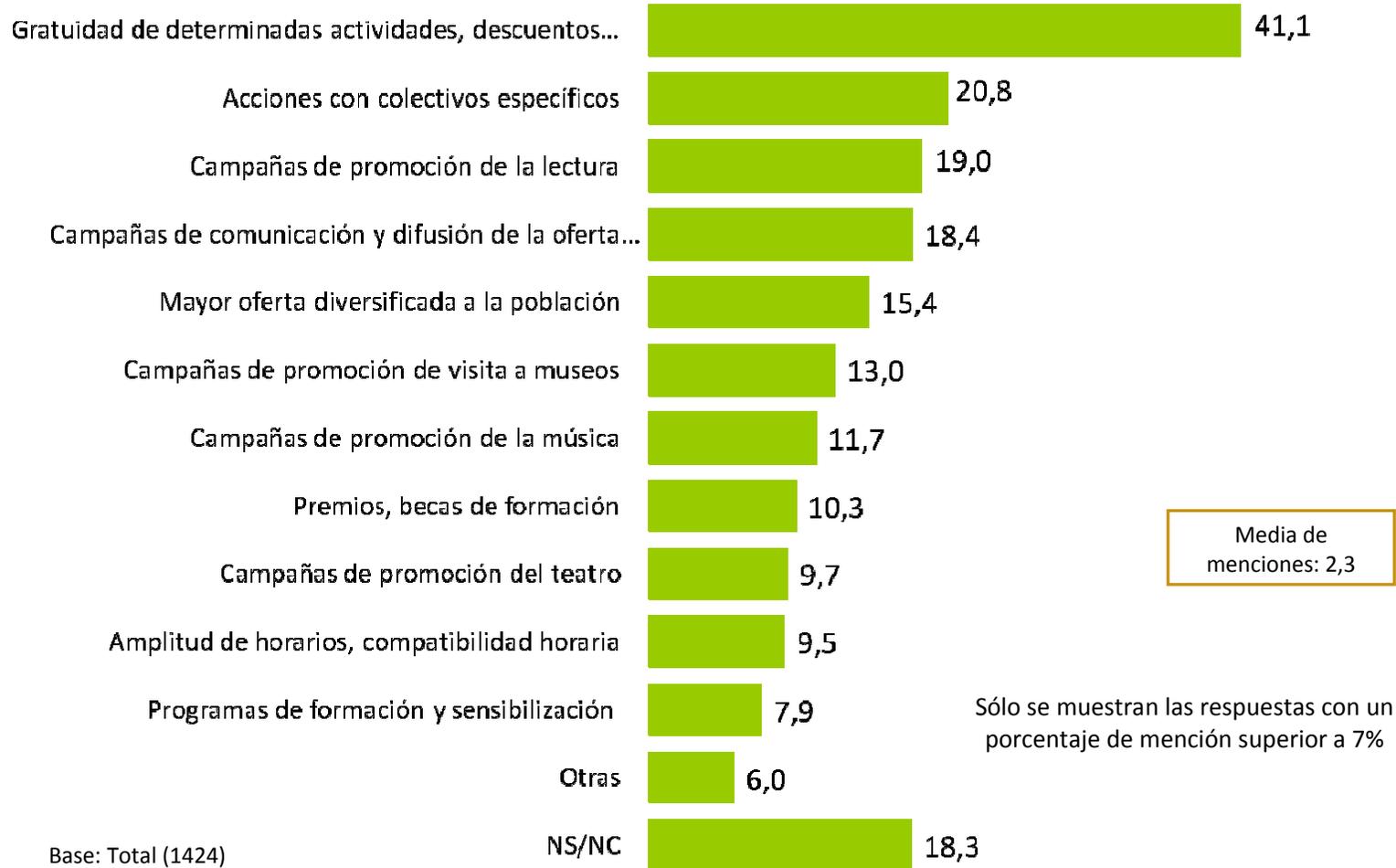


Sólo se muestran las respuestas con un porcentaje de mención superior a 4%

Base: Conocen iniciativas (143)

Unidad: porcentaje

Gráfico 50. Propuestas necesarias para un mayor y mejor acceso a la cultura. Aragón. 2009



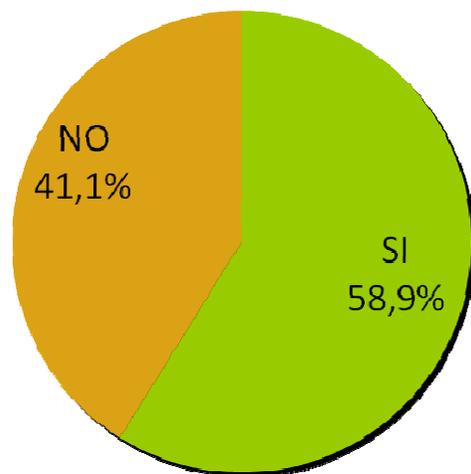
Base: Total (1424)

Unidad: porcentaje

La sociedad aragonesa y la valoración de la Exposición Internacional del Agua de Zaragoza 2008

Gráfico 51. Asistencia a la Exposición Internacional del Agua Zaragoza 2008. Aragón. 2009

¿Ha asistido a la Exposición?



Base: Total (1424)
Unidad: porcentaje

¿Cuántas veces?

Media de veces que ha asistido a la Exposición Internacional del Agua



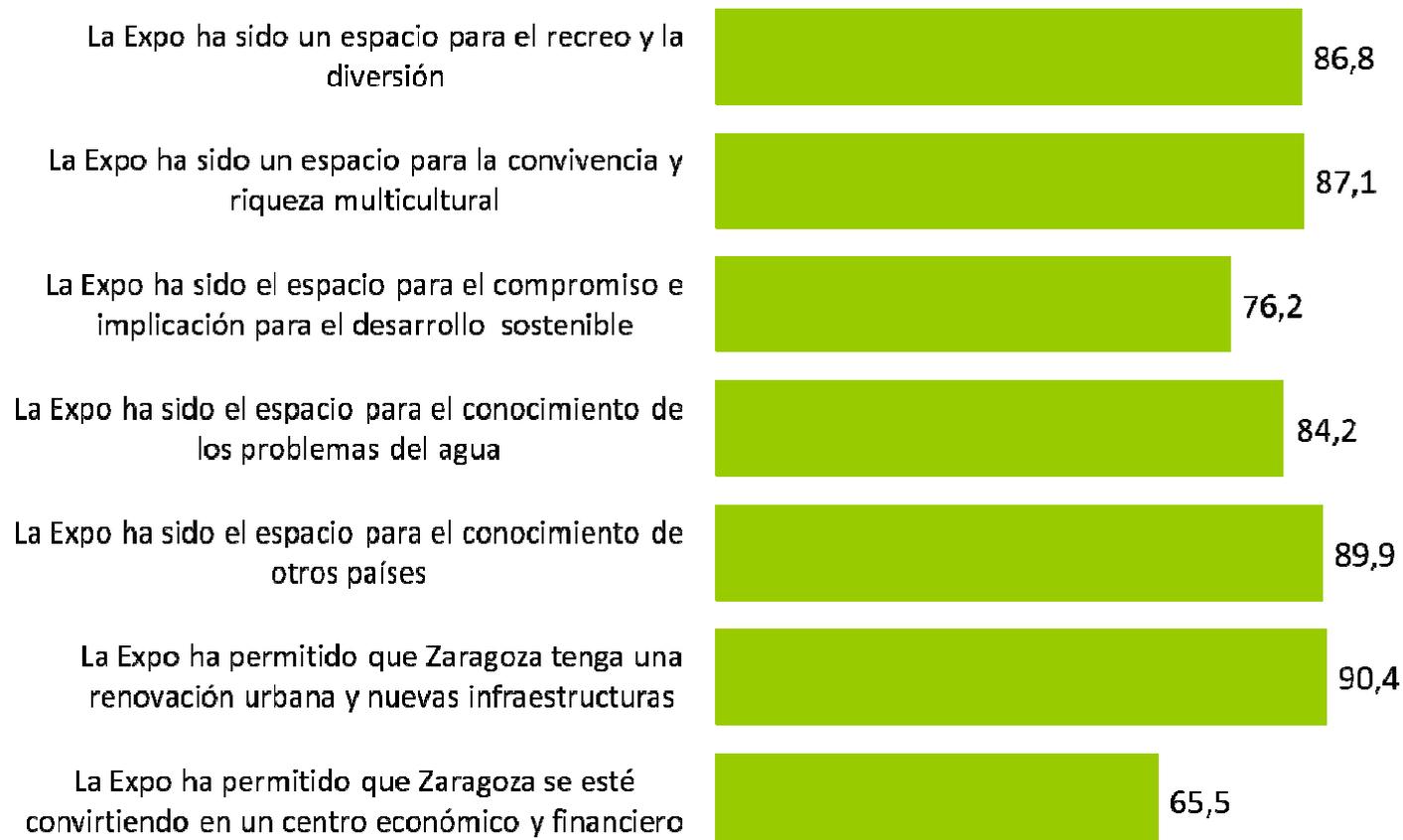
3,7 veces

Base: Han asistido a la Expo (839)
Unidad: media

Gráfico 52. Valoración a nivel concreto de la Expo del Agua Zaragoza 2008. Aragón. 2009



% de bastante de acuerdo y totalmente de acuerdo con la afirmación



Base: Han asistido a la Expo (839)

Unidad: porcentaje

Gráfico 53. Repercusiones de la Expo en la imagen de Aragón en España y a nivel internacional. Aragón. 2009

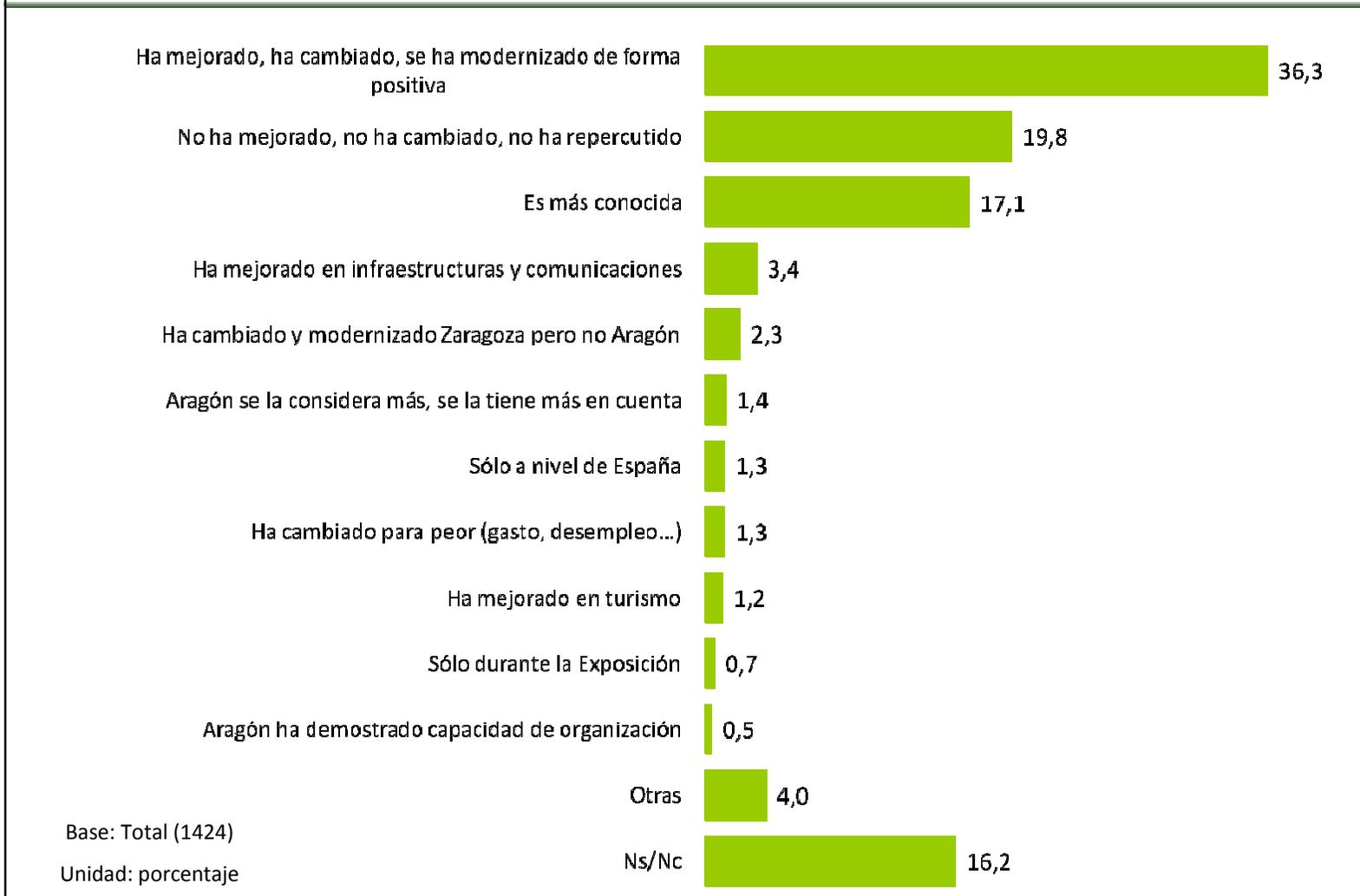
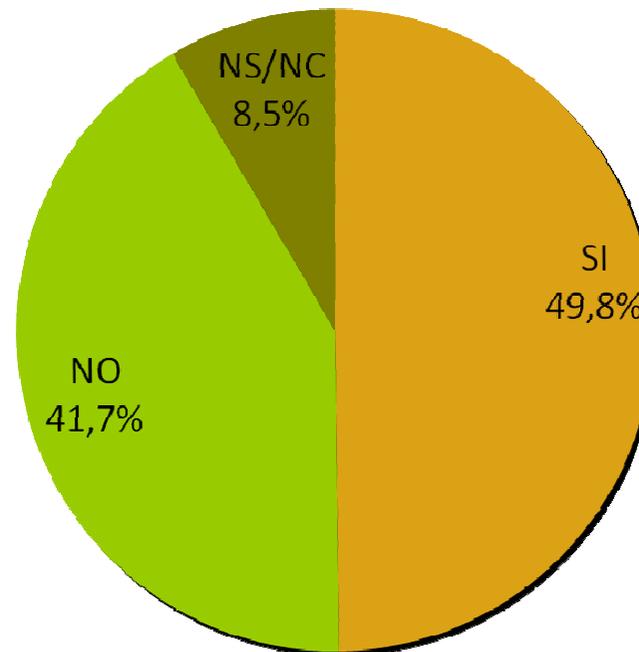


Gráfico 54. La Expo y la mejora en el desarrollo económico de la Comunidad. Aragón. 2009



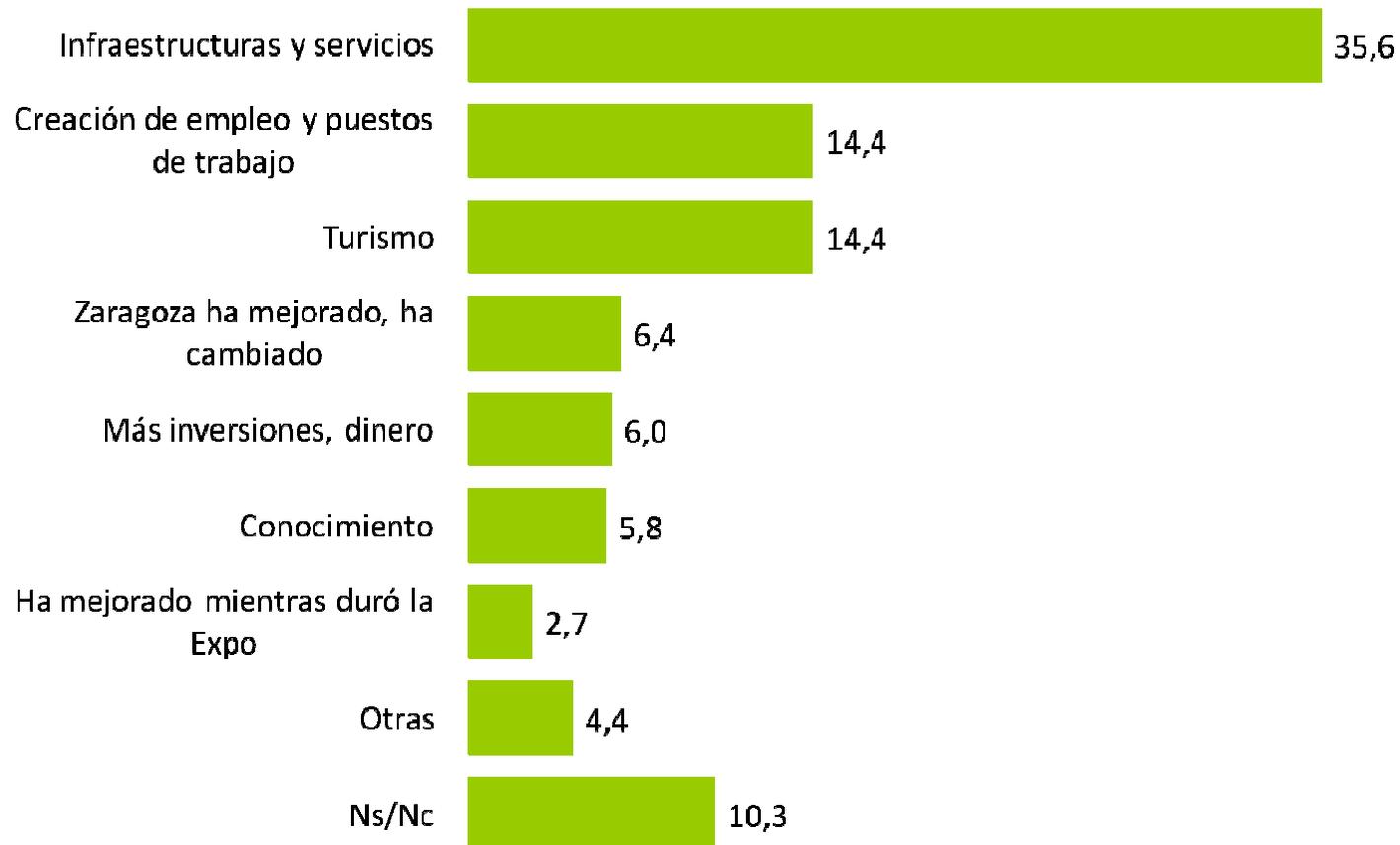
¿Ha supuesto la Expo una mejora en el desarrollo económico de la comunidad?



Base: Total (1424)

Unidad: porcentaje

Gráfico 55. La Expo y la mejora en el desarrollo económico de la Comunidad. Opiniones a favor. Aragón. 2009



Base: Consideran que ha mejorado el desarrollo económico de la comunidad (709)

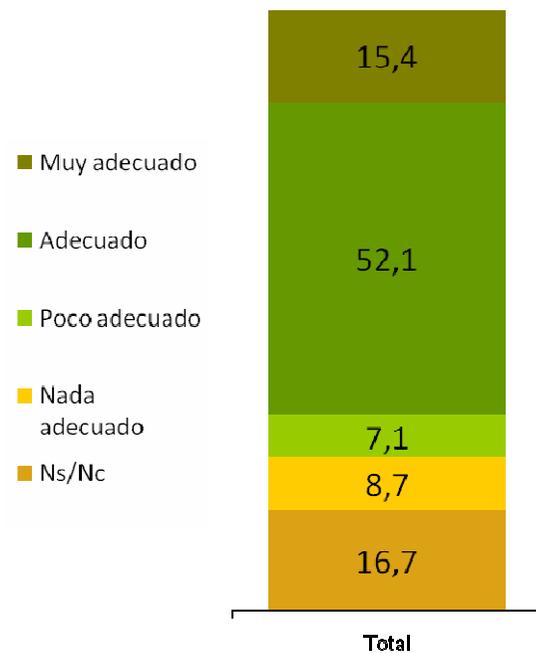
Unidad: porcentaje

Zaragoza 2016: capitalidad cultural

Gráfico 56. Nivel de adecuación de la candidatura de Zaragoza como capital cultural 2016. Aragón. 2009



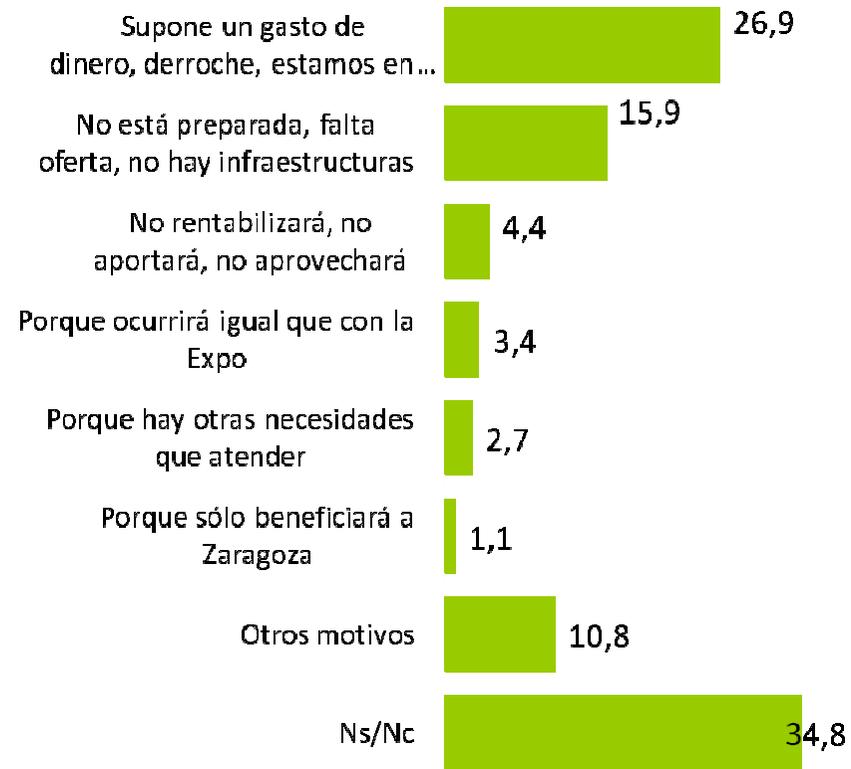
¿Le parece adecuado que se presente como candidata a la capitalidad cultural europea ?



Base: Total (1424)

Unidad: porcentaje

Motivos por los que NO le parece adecuado (poco + nada)



Base: Les parece poco o nada adecuado (225)

Unidad: porcentaje

Gráfico 57. Opiniones sobre la candidatura Zaragoza 2016 como capital europea de la cultura. Aragón. 2009



% de bastante de acuerdo y totalmente de acuerdo con la afirmación



Base: Total (1424)

Unidad: porcentaje

Gráfico 58. Preferencias sobre las actividades culturales que les gustaría encontrarse en Zaragoza 2016. Aragón. 2009

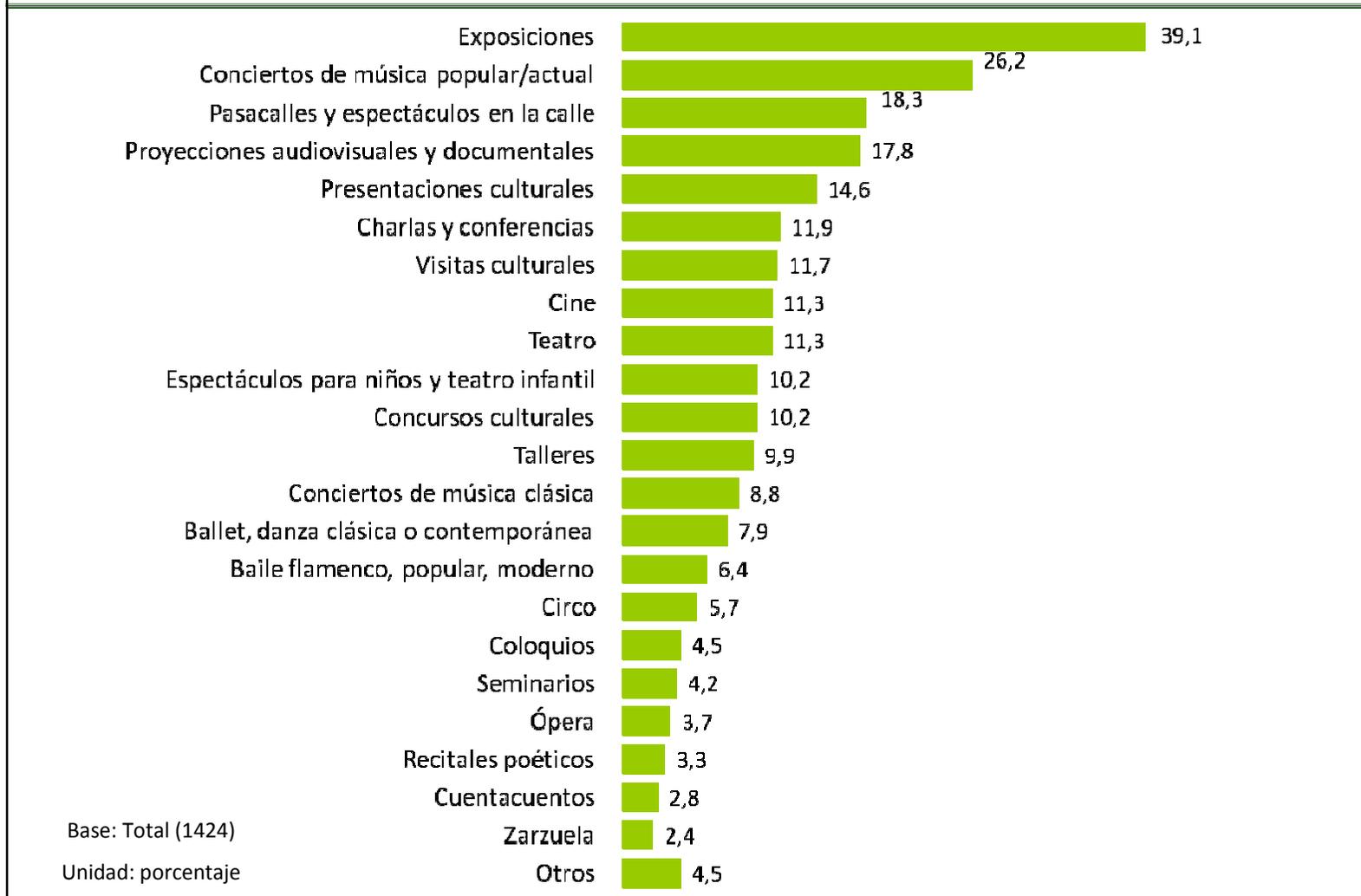


Gráfico 59. Intención de asistencia a las actividades de la capitalidad cultural Zaragoza 2016. Aragón. 2009

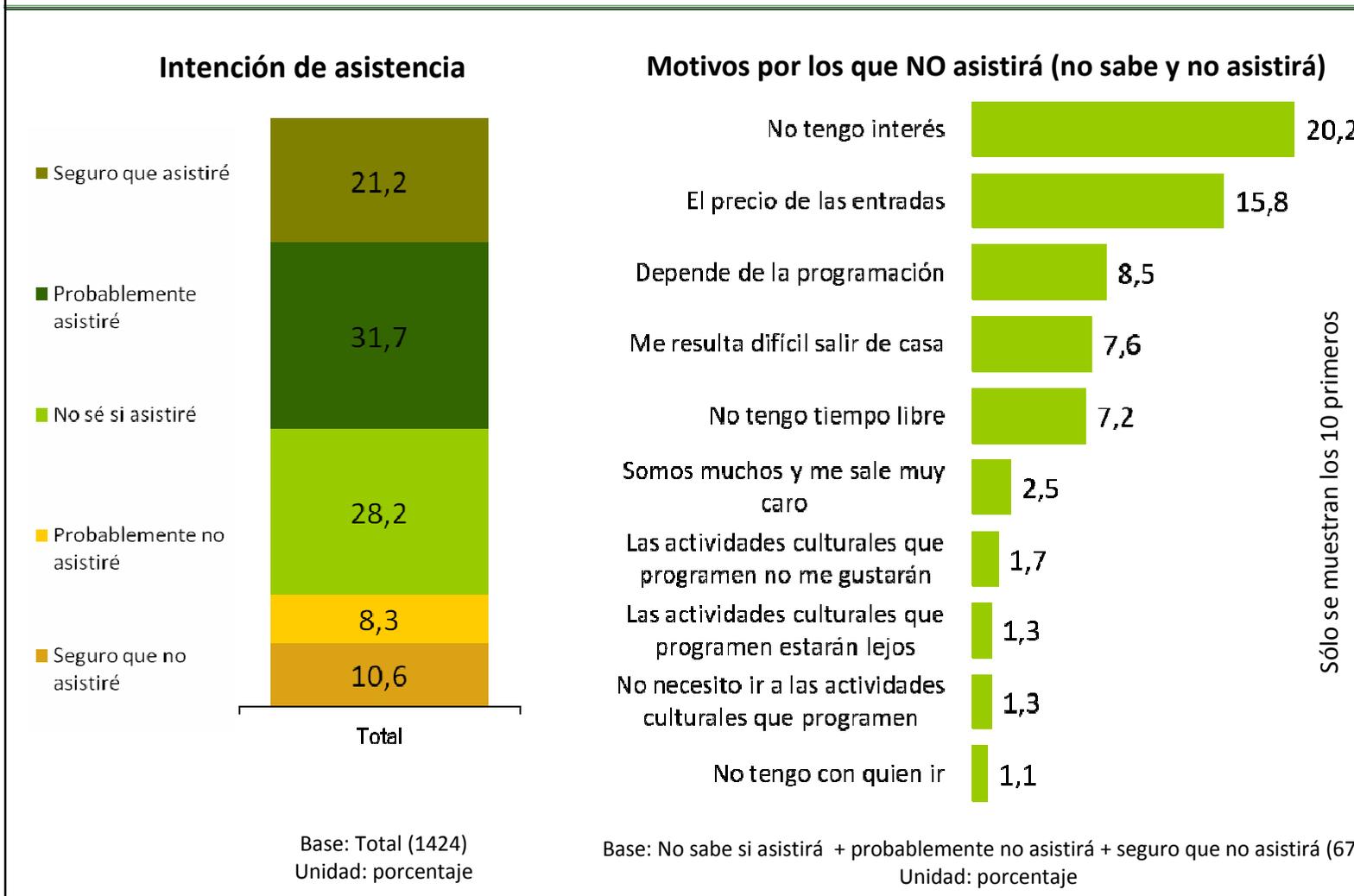
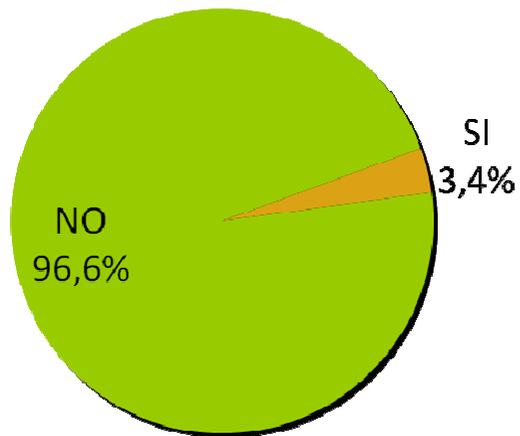


Gráfico 60. Conocimiento de las líneas argumentales de la capitalidad cultural Zaragoza 2016. Aragón. 2009

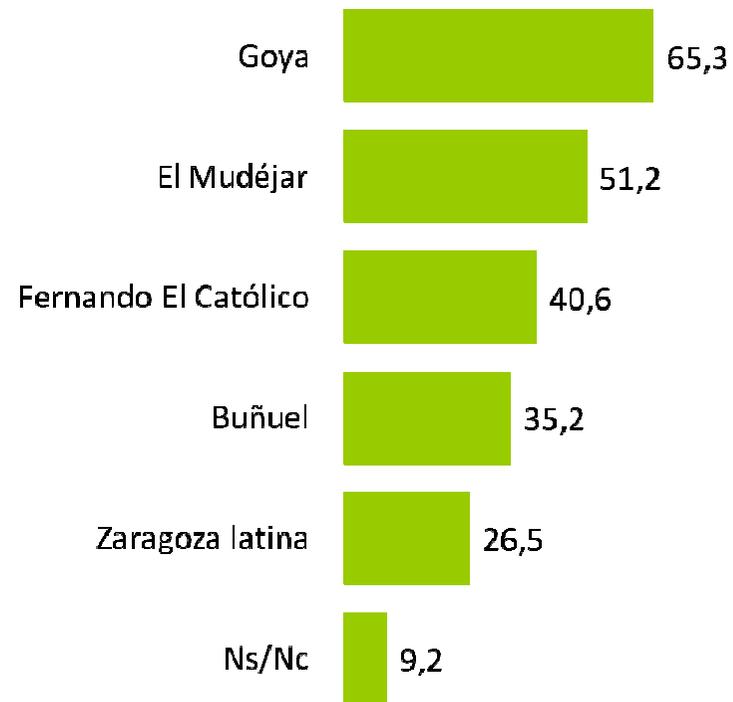


¿Conoce las líneas argumentales?



Base: Total (1424)
Unidad: porcentaje

¿Cuáles serán?



Base: Conocen las líneas argumentales (48)
Unidad: porcentaje

Gráfico 61. Valoración global de la situación de la cultura. Aragón y provincias. 2009

