

**FUENTES
ESTADÍSTICAS Y DE
DATOS
NACIONALES E
INTERNACIONALES**

LIBRO BLANCO
DE LA
CREACIÓN,
FORMACIÓN Y
DESARROLLO DE
PÚBLICOS DE LA
CULTURA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

1. FUENTES ESTADÍSTICAS CULTURALES EN ESPAÑA

1.1 Fuentes públicas

1.1.1 Administración del Estado

- Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura y Deporte
- Estadística de Bibliotecas del Instituto Nacional de Estadística

1.1.2 Comunidades Autónomas

Cataluña

- Dades Culturals
- Anuario Estadístico de Cataluña

País Vasco-Euskadi

- Encuesta de hábitos, prácticas y consumo cultural en Euskal Herria
- Informe sobre Consumo Cultural Juvenil en el País Vasco

Andalucía

- Anuario Estadístico de Andalucía
- HABICU 2010 Encuesta de consumo y hábitos culturales en Andalucía

1.2 Fuentes privadas

- Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales
- CHIVATOS: Mapa Estadístico sobre la evolución semanal de las artes escénicas y musicales en España
- Anuario de la Música en Vivo
- Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España
- Estudio General de Medios

2. FUENTES ESTADÍSTICAS CULTURALES EN EUROPA

- Culture Statics
- Special Eurobarometer 399: Cultural access and participation
- Barómetro Europeo del Libro Electrónico

INTRODUCCIÓN

En España encontramos la mayoría de estudios y estadísticas oficiales sobre el público de las artes y la cultura en las estadísticas culturales recogidas por el Ministerio de Cultura y Deporte en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística (INE) y con las Comunidades Autónomas. También desde algunas Comunidades Autónomas y administraciones locales se obtienen fuentes propias para conformar una imagen sobre el público de las artes y la cultura que opera en sus respectivas geografías.

Si bien es cierto que, principalmente desde finales de los 90, se han dado grandes pasos en la recopilación, sistematización y puesta a disposición de datos sobre prácticas y hábitos de consumo cultural, también lo es que hubo un “pico” de interés a finales de la primera década de los dos mil (2007-2012) por parte de las instituciones públicas nacionales, regionales y locales en torno al tema de los estudios de público, que parece haber remitido en los últimos años.

Algunos ejemplos de esta tendencia son los valiosos trabajos generados desde el Observatorio Vasco de la Cultura (en 2010 sobre datos de 2007-2008) o del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (también 2010), cuyo contenido y metodología de investigación son sólidos, pero que no han tenido la continuidad necesaria para poder hablar de un corpus estadístico sostenido para estos trabajos.

En otros casos, sin embargo, estas fuentes y estadísticas de carácter oficial se han mantenido, o incluso fortalecido, en el tiempo, permitiendo conformar una imagen de los hábitos y prácticas culturales consistente para periodos más largos a nivel regional, nacional e internacional (caso del Eurostat, cuyas dimensiones para el análisis y variables están armonizadas entre los países que facilitan sus datos con la idea de poder precisamente comparar y aprender de los datos en un marco común de trabajo).

Por parte de la iniciativa privada ha habido en España una aportación dispar a las fuentes sobre estudios de público. Dependiendo del sector de la cultura que abordemos, son organizaciones privadas las encargadas de proveer los principales datos del público a nivel nacional y regional. El caso más destacado es probablemente el de las Artes Escénicas y Musicales, con la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE), que sirve de fuente primaria desde 1999 para muchos de los estudios sectoriales y estadísticas sobre número de funciones, entradas vendidas y recaudación que se manejan de manera oficial.

A continuación, presentamos una relación de las principales fuentes públicas y privadas para el conocimiento de los públicos de la cultura ordenadas según el ámbito territorial que contemplan, nacional y europeo.

1. FUENTES ESTADÍSTICAS CULTURALES EN ESPAÑA

1.1 FUENTES PÚBLICAS

1.1.1 Administración Estatal

Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura y Deporte

En el Ministerio de Cultura y Deporte es donde se promueve y encuentra el mayor número de estudios y estadísticas culturales oficiales a través del apartado de [Estadísticas Culturales](#) de su sitio web. Desde ahí se puede acceder a los siguientes estudios y estadísticas, a través de los siguientes apartados:

- [Anuario de Estadísticas Culturales](#)
- [CULTURAbase. Base de datos de estadísticas culturales](#)
- [Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales](#)
- [Cuenta Satélite de la Cultura en España](#)
- [Estadística de Museos y Colecciones Museográficas](#)
- [Principales estadísticas](#)
- [Enlaces de interés](#)

Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura y Deporte

A través de este portal, se puede acceder al [Anuario de Estadísticas Culturales](#), cuya elaboración recoge desde 2005 una selección de los resultados estadísticos más relevantes del ámbito cultural cada año, realizada a partir de las múltiples fuentes estadísticas disponibles. El interés de este trabajo es facilitar una **herramienta útil para un conocimiento objetivo de la situación de la cultura en España y de su evolución**.

Por lo que respecta a las fuentes de información, el Anuario se concentra en obtener indicadores procedentes de operaciones estadísticas incluidas en el Plan Estadístico Nacional, incorporando información de más de una veintena de fuentes de estas características. Excepcionalmente, cuando la novedad o el carácter inédito de la información así lo ha aconsejado se ha manejado información de otras fuentes.

Por lo que se refiere a la estructura del anuario, se ofrece en primer lugar una panorámica global a través de un breve comentario junto a una serie de gráficos en los que se refleja la información más destacada correspondiente a cada capítulo. Junto a ello se incorpora un cuadro resumen con información sintética. El núcleo central de la publicación está compuesto por un conjunto de capítulos distribuidos en tres bloques, según se trate de información transversal, de carácter sectorial o de síntesis.

Entre la información transversal recogida, se dedica el apartado 9 a los hábitos y prácticas culturales con los principales resultados del año.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Principales resultados Anuario de Estadísticas Culturales 2019](#)

Propuesta de recomendaciones

Sería interesante poder recoger en el Anuario alguna relación entre la cantidad de la oferta cultural promovida en un determinado periodo o región y las cifras correspondientes sobre las prácticas y hábitos de consumo cultural, por cuanto la aparición o desaparición de una nueva biblioteca o un teatro en una comunidad, el incremento del número de conciertos o espectáculos presentados en un circuito regional, la extinción de un festival que era el principal motor de una comarca rural durante 6 meses al año o la disminución de la oferta formativa artística o del número de compañías pueden incidir de manera interesante en la lectura de los datos de demanda.

A este respecto, el Anuario de las Artes Escénicas, Músicas y Audiovisuales de la SGAE, también recogido en esta recopilación de fuentes, sí contempla esta relación entre número de funciones o conciertos y número de espectadores (e ingresos generados), que permite una mejor contextualización de las cifras de asistencia y participación globales y por comunidades autónomas.

También resultaría útil a la hora de cruzar los datos del anuario nacional con los de los anuarios de prácticas culturales de las comunidades autónomas el converger en las metodologías de obtención de la muestra. En este sentido, ejemplos como que el universo de la muestra de la encuesta es de personas a partir de 15 años en las estadísticas nacionales y de 14 en las de Cataluña. También, sería deseable una uniformidad metodológica en la recogida de datos. En este sentido, el Anuario de prácticas culturales de Cataluña pasó de encuestas presenciales en su totalidad hasta el 2015 a una metodología de recogida de datos multicanal a partir de 2016, donde las presenciales se reducen a menos de un 3%, con cerca de un 60% de las respuestas obtenidas por internet y un 38% por teléfono.

Esto puede provocar cambios en las respuestas obtenidas y sería interesante que existiese consistencia en las metodologías aplicadas al universo de la muestra y a la sistema de recogida de los datos.

CULTURABase

[CULTURABase](#) es una base de datos con series estadísticas culturales, accesible por internet, que **incluye la mayor parte de la información estadística, numérica y metodológica, que el Ministerio produce**, sistematiza o difunde en el sector cultural. Se trata de un sistema de almacenamiento y difusión de estadísticas culturales análogo al utilizado en la actualidad por el Instituto Nacional de Estadística.

CULTURABase responde a los siguientes objetivos:

- Disponer de una base de datos con estadísticas culturales accesible por internet.

- Establecer un sistema de publicación digital a medida, sin limitación en la cantidad de datos a ofrecer y sin renunciar a los componentes más típicos de las tablas estructuradas de una publicación estadística.
- Incorporar ficheros en un formato tratable común que incluyan información numérica y metadatos asociados con el objetivo de documentar claramente la información numérica.
- Proporcionar un canal de difusión de datos de utilidad estadística complementario a otros formatos que permite el acceso a series históricas de información estadística cultural.
- Utilizar formatos homogéneos con otros productores de estadísticas oficiales.
- Ofrecer más información, más rápida y con mayor calidad en datos y metadatos.
- Facilitar una herramienta útil, rápida y económica para la disponibilidad de series estadísticas.

CULTURABase se estructura en diversos bloques temáticos:

- Magnitudes transversales. Se incluyen resultados de operaciones estadísticas que afectan a diferentes sectores culturales.
- Magnitudes sectoriales. Se incluyen resultados de carácter más específico referidos a sectores culturales concretos.
- Estadística de síntesis. Se recogen los resultados de la Cuenta Satélite de la Cultura.
- Magnitudes internacionales. Desde 2016 incorpora un nuevo apartado dedicado a magnitudes internacionales, con información procedente de explotaciones estadísticas realizadas por EUROSTAT, que esta institución comenzó a difundir a finales de 2015.

Propuestas de recomendaciones

Apreciando enormemente el camino realizado en la digitalización de las fuentes y su acceso que supone CULTURABase, existen otros modelos que persiguen unos fines similares a los expuestos por CULTURABase y que van algunos pasos más en el campo específico de los públicos y audiencias, de modo que podrían estudiarse en un futuro.

En el ámbito anglosajón la encargada de facilitar estos servicios en Reino Unido es [The Audience Agency](#), una agencia sin ánimo de lucro independiente, que incorpora una plataforma online de datos referidos a los públicos y audiencias de las actividades culturales y artísticas del país muy completa. Para que esto sea posible se consensuan y establecen previamente unos perfiles “tipo” de público dividiendo toda la población del Reino Unido en 10 segmentos en función de sus actitudes hacia las artes [Audience Spectrum](#).

Se ofrece además un servicio llamado [Audience Finder](#) (el buscador de audiencias) donde cualquier interesado y, particularmente, las compañías, promotores, distribuidoras, representantes y artistas, pueden acceder y acceder a un mapeo básico de sus públicos potenciales a lo largo del país. Incorpora también una plataforma desde donde poder comparar resultados y entender dónde estás en el ecosistema cultural en términos de público presente y potencial.

[Encuesta de hábitos y prácticas culturales](#)

La [Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España](#) es una operación estadística elaborada por el Ministerio de Cultura y Deporte, perteneciente al Plan Estadístico Nacional del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Dirigida a personas de 15 años en adelante, su finalidad principal es obtener indicadores relativos a los hábitos y prácticas culturales de los españoles. **Incorpora información sobre la forma de adquisición de determinados productos culturales sujetos a derechos de propiedad intelectual.**

El objetivo del proyecto es múltiple. Por una parte evaluar la evolución de los principales indicadores relativos a los hábitos y prácticas culturales de los españoles, y por otra profundizar en otros aspectos relevantes en el ámbito cultural, especialmente en lo que respecta a los consumos culturales.

La última encuesta publicada es actual, 2018-2019, existiendo estadísticas desde 2002-2003. Esta encuesta dota de continuidad al trabajo realizado con las ediciones cuatrienales anteriores.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Encuesta de hábitos y prácticas culturales 2018-2019](#)

Propuestas de recomendaciones

En otros estudios similares, como el realizado por [LaPlaca Cohen](#) en Estados Unidos en 2017, se ha redefinido el propio concepto de prácticas culturales, ampliándolo al incorporar por primera vez en la estadística actividades como las ferias de diseño o los mercadillos al aire libre, festivales gastronómicos, el zoo o el acuario, el *street art* o la visita a parques públicos, llegando, así, a un universo de personas más diverso.

Las actividades más tradicionales como la visita a museos y bibliotecas, la lectura, el consumo de contenidos culturales online o asistencia a conciertos, artes escénicas, circos se estimaban insuficientes ya en 2017. Así lo expresa el propio informe [Culture Track 2017](#) de LaPlaca Cohen.

“Redefinir el significado mismo de cultura supone una gran disrupción que requiere una reevaluación de las experiencias y servicios ofrecidos; una reinterpretación de cuál es y dónde está la competencia hoy; y una re-conceptualización de los espacios culturales del futuro.”

En España, se han ido incorporando a la Encuesta progresivamente nuevas formas de consumir y practicar la cultura, tanto en el plano digital como en el no digital, lo que demuestra que el estudio es orgánico y aspira a conectar con lo que la gente considera hoy día como parte de su vida cultural. Quizás una investigación más profunda en esta dirección podría ser interesante para, por un lado, ser más relevantes y estar más conectados con la realidad, y, por otro, ampliar el espectro de la muestra a personas, grupos y comunidades que realizan actividades y aficiones que hoy no están siendo

consideradas parte del objeto de estudio, como podrían ser las prácticas culturales comunitarias, informales, amateurs, etc.

Cuenta Satélite de la Cultura en España. Base 2010.

La [Cuenta Satélite de la Cultura en España](#) consiste en una operación estadística elaborada por el Ministerio de Cultura y Deporte, perteneciente al Plan Estadístico Nacional.

El proyecto continúa y consolida la línea de investigación iniciada en 2006 de analizar **la cultura como** medio de generación de riqueza de la forma más rigurosa posible, evaluando su **aportación directa al PIB español**, para lo que se utiliza como fuente básica la Contabilidad Nacional de España.

Su objetivo es proporcionar un sistema de información económica relacionado con la cultura, diseñado como satélite del sistema principal de Cuentas Nacionales, que permita estimar el impacto de la cultura sobre el conjunto de la economía española. El proyecto cuenta con la colaboración metodológica del Instituto Nacional de Estadística (INE), responsable en España de las Cuentas Nacionales.

El último periodo disponible es el correspondiente a 2017.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Cuenta Satélite de la Cultura en España \(Base 2010\). Avance de resultados 2010-2017](#)

Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

La [Estadística de Museos y Colecciones](#), incluida en el Plan Estadístico Nacional, es elaborada por el Ministerio de Cultura y Deporte con la cooperación de las comunidades y Ciudades Autónomas, de Patrimonio Nacional y del Ministerio de Defensa. Sus resultados se ofrecen clasificados por comunidad autónoma y tipología de museo o colección museográfica.

De periodicidad bienal, su objetivo es proporcionar **indicadores relevantes que permitan profundizar en el conocimiento de este sector cultural**. Incluye aspectos referidos tanto a la oferta museística, características generales, accesibilidad, infraestructuras, equipamientos, fondos museísticos, exposiciones o publicaciones entre otros, y aspectos relativos a la demanda, reflejada especialmente en las **estimaciones de visitantes**.

La última edición publicada a la fecha es la Estadística de Museos y Colecciones Museográficas 2016.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Estadística de Museos y Colecciones Museográficas 2016](#)
- [Museos y Colecciones Museográficas. Síntesis de Resultados 2016](#)⁹[Enlace](#)

Propuestas de recomendaciones

Las estadísticas que arroja el portal en su apartado “visitantes” recogen variables generales, relativas a número de visitas estimadas según procedencia, tipo de entrada y visita en grupo. Quizás una correlación con la *oferta* disponible (nº de exposiciones, actividades, etc.) por museo, tipo de museo o comunidad autónoma contribuiría a contextualizar los números de asistencia. Una mayor profundización sobre el perfil sociodemográfico, los estilos de vida y las actitudes hacia los museos y colecciones museográficas sería un paso adelante en la mejor comprensión de las cifras globales de asistencia.

También sería deseable sustituir el término “visitantes” por “visitas” para expresar con mayor rigor la información que se recoge en las estadísticas. En este sentido, un mismo visitante que acude 6 veces a un museo en un periodo determinado aparecería en las estadísticas como 6 “visitantes”, cuando se trata de la misma persona que ha realizado 6 “visitas”.

Bibliotecas Públicas en Cifras

Estadística elaborada por la Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria del Ministerio de Cultura y Deporte, en cooperación con los responsables de la promoción y prestación del servicio de biblioteca pública en las Comunidades Autónomas, que **ofrece información relativa a las bibliotecas de carácter estatal, autonómico, provincial y municipal**, incluyendo puntos de servicio fijos y móviles.

En relación con los **datos de público**, cobran especial interés los indicadores relativos a número de visitas, usuarios inscritos, préstamos a usuarios o actividades culturales, así como los indicadores de rendimiento referidos a uso y servicios de las bibliotecas.

Este proyecto se inicia en el año 2007, dando lugar a una serie de publicaciones electrónicas que van de los años 2007 al 2010, a los que se suman los datos del periodo comprendido entre 2013 y 2017 que se muestran a través de tablas online.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Bibliotecas Públicas en Cifras](#)

Estadística de Bibliotecas del Instituto Nacional de Estadística

El Instituto Nacional de Estadística (INE) realiza una serie de operaciones estadísticas que elabora directamente de forma periódica y otras que realiza sin periodicidad establecida. Entre las primeras, se encuentran algunas recogidas en su apartado de [Educación y Cultura](#), destacando la [Estadística de bibliotecas](#), realizada por el INE con carácter bienal desde 1986.

La estadística proporciona **información tanto de la actividad como de las características estructurales de las bibliotecas**. Para facilitar la comparabilidad internacional se realiza mediante la cumplimentación de los cuestionarios de organismos internacionales (UNESCO, Eurostat, IFLA).

La investigación se extiende a todas las bibliotecas existentes en España, con la excepción de las bibliotecas escolares y de las privadas, cuya utilización no está permitida al público ni siquiera en condiciones especiales.

Los últimos datos, publicados en 2019, corresponden a 2018

Documentos o enlaces relacionados:

- [Estadística de Bibliotecas 2018](#)

Propuestas de recomendaciones

En este sentido, cabe destacar que se ha hecho un esfuerzo por unificar criterios con otras organizaciones a nivel internacional, lo cual aporta una medida comparativa más amplia. En cualquier caso, el papel de las bibliotecas está cambiando de manera vertiginosa a nivel global, habiéndose convertido en muchos casos en los espacios de convivencia y encuentro comunitarios más relevantes para barrios y localidades rurales. Cada día hacen un uso más diverso y abierto de sus instalaciones, colecciones, servicios y programas, y es posible que haya que plantearse una reformulación de las variables y definiciones a tener en cuenta en futuros estudios.

1.1.2 Comunidades Autónomas

CATALUÑA - CATALUNYA

Dades Culturals (Datos culturales)

[Dades Culturals](#) es la ventana a numerosos contenidos en materias de cultura y creación que el Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya pone a libre disposición del ciudadano.

Se trata de documentación en forma de **anuarios, informes, estadísticas, trabajos técnicos, apuntes de actualidad o metodologías** que elabora el Departamento para analizar la realidad cultural de Cataluña. El objetivo es convertirse en un canal de información de primer orden en el ámbito cultural y en la difusión de análisis sectoriales y de estadísticas. Dades Culturals busca ser un espacio de consulta ágil y útil tanto para centros de estudios, observatorios, profesionales y estudiantes, así como para el público en general interesado en la cultura.

Entre estos datos, se encuentran las [Estadísticas Culturales de Cataluña](#), una selección de datos estadísticos sobre cultura en la región. Presenta los datos actualizados para el último año disponible, con actualizaciones continuas. Entre los sectores considerados para el análisis (un total de 16) se encuentra el de “Prácticas Culturales”.

El último año disponible del Anuario es 2019.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Estadístiques Culturals de Catalunya 2019](#)

Anuario Estadístico de Cataluña

Recoge la información básica de las principales estadísticas oficiales producidas por los organismos del Instituto de Estadística de Cataluña (Idescat) y la información más relevante producida por otros organismos oficiales y por la Administración Estatal sobre Cataluña.

El Anuario, cuya última publicación corresponde a 2019, contiene más de 10.000 tablas estadísticas actualizadas a medida que los datos están disponibles. Los datos son de carácter anual y están clasificados en 25 temas, de acuerdo con la organización temática de la web del Idescat.

Entre las materias tratadas (producción editorial, medios de comunicación, equipamientos culturales, etc.) **se encuentra un epígrafe de “Prácticas Culturales”**, que analiza este aspecto:

- Por grupos de edad y sexo
- Por niveles de estudio
- Actividades de tiempo libre. Por grupos de edad y sexo
- Actividades de tiempo libre. Por niveles de estudio

Documentos o enlaces relacionados:

- [Prácticas Culturales en el Anuario Estadístico de Cataluña](#)

Propuestas de recomendaciones

Es importante realizar un seguimiento sobre cómo afecta a la diversidad y alcance de la muestra el cambio de metodología multicanal de recogida de datos (internet, teléfono, presencial) implementado a partir de 2016 (hasta entonces 100% presencial).

Desde el punto de vista metodológico, convendría destacar que en el caso catalán el universo de usuarios para realizar la encuesta comienza a los 14 años y no a los 15 como ocurre en el caso de las estadísticas sobre hábitos y consumo cultural del Ministerio de Cultura y Deporte.

PAÍS VASCO – EUSKADI

Encuesta de hábitos, prácticas y consumo cultural en Euskal Herria

La operación estadística *Encuesta de los hábitos, prácticas y consumo en cultura*, cuya última publicación se produce en 2010 sobre datos de 2007-08, nace como una colaboración entre el Instituto Vasco de Estadística (Eustat) y el Observatorio Vasco de la Cultura con la aspiración de proporcionar información anual sobre la actividad y los usos culturales, los comportamientos sociales y los elementos transversales y particulares que componen el espacio sociocultural de Euskadi, con **especial atención al consumo de cultura vasca**.

Aunque existen tablas estadísticas publicadas hasta 2012, los datos más actualizados recogidos en sus informes y tablas son de 2007-2008.

En el capítulo 2. de la última encuesta realizada en 2007-08 se abordan de manera específica los principales resultados referidos a los hábitos, prácticas y consumo cultural en Euskal Herria, presentando la siguiente estructura en el análisis:

- Interés por las actividades culturales
- Los hábitos culturales de la población
- Características de las prácticas y del consumo cultural
- Las prácticas en euskera y el consumo de productos vascos
- El uso de internet en relación con la cultura
- La realización de otras prácticas culturales amateurs.
- Comparación con Europa

Documentos o enlaces relacionados:

- [Estadística de hábitos, prácticas y consumo en cultura Euskal Herria 2007-2008](#)

Propuestas de recomendaciones

Aunque no se realiza un estudio similar desde hace más de una década en el País Vasco, sí resulta de interés la manera en que se estructuró en su día el informe, que incluía ya entonces el uso de internet y la relación de otras prácticas culturales amateurs como parte del universo de la muestra.

Asimismo, resulta de interés el análisis de los factores y condicionantes que influyen en la población para no participar en mayor medida en prácticas culturales, introduciendo variables relativas a los no públicos.

Retomar este trabajo algo más de 10 años después con una actualización de contenidos, y una armonización de las variables y definiciones metodológicas con el resto de fuentes nacionales y autonómicas, sería una muy buena aportación a la comprensión del panorama de los públicos en el País Vasco y a nivel nacional. Una coordinación entre las instituciones que definen los estándares de las investigaciones a todos los niveles sería deseable para extraer el máximo valor a cada esfuerzo realizado en esta dirección.

Informe sobre Consumo Cultural Juvenil en el País Vasco

Por parte del Observatorio Vasco de la Cultura se ha publicado algún informe oficial sobre conocimiento de los públicos de la cultura, particularmente el joven, en un informe de 2012 *Consumo cultural Juvenil*, analizando en primer lugar los hábitos y consumo cultural juvenil y en segundo y tercer lugar los modelos de promoción del consumo cultural juvenil y la promoción del consumo cultural juvenil en la Comunidad Autónoma Vasca, presentando finalmente unas conclusiones y recomendaciones.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Informe sobre Consumo Cultural Juvenil en Euskadi del Observatorio Vasco de Cultura \(2012\)](#)

ANDALUCÍA

Anuario Estadístico de Andalucía

El Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA) publica el Anuario Estadístico de Andalucía, la obra de información estadística general de la región, incluyendo **dos epígrafes dedicados a “Cultura” y “Usos del tiempo”**. La última edición publicada del Anuario en 2019 recoge los datos del 2018, haciendo referencia a diferentes estadísticas de los públicos de la cultura.

El epígrafe “Cultura” incluye estadísticas sobre usuarios en bibliotecas, museos públicos y centros de la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía por provincia y género. El apartado “Usos del tiempo” complementa esta información con estadísticas de públicos en salas de cine y hábitos de consumo de televisión, radio, prensa y espectáculos taurinos.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Anuario Estadístico de Andalucía](#)

HABICU 2010 Encuesta de consumo y hábitos culturales en Andalucía

Aunque tiene cerca de una década, hacemos mención al estudio titulado *Consumo y hábitos culturales de los andaluces* (en adelante HABICU), desarrollado por la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía y el Instituto de Estudios Sociales Avanzados (IESA) utilizando como técnica de investigación una encuesta presencial realizada en el mes de julio de 2010 a una muestra de 2.400 personas, representativa de la población de Andalucía. En el análisis de los resultados se ha tenido en cuenta la **opinión general de los andaluces en asuntos relacionados con la cultura y el consumo de bienes culturales**, analizándola en función de variables como la edad, el sexo, el nivel de estudios, el hábitat de residencia y el nivel de renta de los encuestados.

Documentos o enlaces relacionados:

- [HABICU 2010 Encuesta de consumo y hábitos culturales en Andalucía](#)

Propuestas de recomendaciones

Al igual que planteábamos para el caso vasco y el catalán, una armonización de los criterios de recogida de datos, medición, dimensionamiento y obtención de la muestra a nivel estatal sería deseable para retomar este trabajo que daba continuidad a la línea de encuestas sobre consumo y hábitos culturales, iniciadas a nivel nacional por el Ministerio de Cultura y Deporte en los años 2003-2004 y 2006-2007.

1.2 FUENTES PRIVADAS

Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales

El Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales alcanza en su última publicación de 2019 su decimonovena edición. Persigue facilitar el conocimiento, la investigación y la gestión a todos aquellos agentes, de naturaleza diversa, que operan en el ámbito de la cultura, tanto en el sector privado, con o sin ánimo comercial, como en el sector público, poniendo a su disposición un **conjunto de información rigurosa y actualizada acerca de la evolución de las artes** escénicas (teatro, danza y lírica), la música clásica en vivo, la música grabada, el cine, el vídeo, la televisión y la radio, así como las nuevas tecnologías relacionadas con la cultura y el ocio.

Una parte importante de los datos que se incluyen en el Anuario SGAE 2019 se obtiene de un meticuloso proceso de registro de las actividades culturales que tuvo lugar en 2018. En los capítulos dedicados a las artes escénicas, la música clásica, la música popular o el cine, la mayor parte de los datos mostrados procede del análisis de los eventos celebrados en el conjunto de España y registrados por la SGAE, sometiendo después esa información a procesos de revisión, corrección y contraste con otras fuentes disponibles, además de la puesta en marcha de mecanismos complementarios de recogida de información. Todos esos datos se complementan con los procedentes de otras fuentes, proporcionando así un conjunto de información exhaustiva y organizada.

Este estudio, promovido desde la Fundación de la Sociedad General de Autores y Editores–SGAE, una de las entidades de gestión colectiva de los derechos de la propiedad intelectual más representativas en España, ha constituido desde sus inicios en 1999 una de las principales herramientas de carácter estadístico que permiten analizar el estado de diferentes ámbitos del sector cultural en España. En concreto, el Anuario SGAE **es la principal fuente estadística sobre datos primarios de asistencia y recaudación en taquilla de las artes en vivo** (teatro, danza, lírica, música en directo), datos que nutren, a su vez, otros estudios e informes oficiales y privados.

Documentos relacionados:

- [Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales](#)
- [Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2019](#)

CHIVATOS: Mapa estadístico sobre la evolución semanal de las artes escénicas y musicales en España

La Federación Estatal de Asociaciones de Empresas de Teatro y Danza (FAETEDA) es la federación que aglutina las asociaciones de las artes escénicas en España. Entre sus principales proyectos se encuentra CHIVATOS: Mapa estadístico sobre la evolución semanal de las artes escénicas y musicales en España.

La herramienta funciona de manera colaborativa. Los recintos y productoras asociadas envían semanalmente la información de sus espectáculos (datos económicos, de

afluencia y ficha artística). FAETEDA recoge y compila esos datos, los introduce en la plataforma y los ordena para su estudio estadístico. Una vez almacenados, los usuarios tienen pleno acceso a ellos por medio de las consultas que realicen y a través de los resúmenes que la herramienta genera.

Una base de datos de la actividad escénica es imprescindible para analizar, evaluar y decidir las estrategias políticas y las acciones que la iniciativa pública y privada aplican en el sector, y para detectar nichos problemáticos a nivel artístico, empresarial y territorial. ChivatOS también constituye una herramienta para fomentar la transparencia y posee un alto componente didáctico para explicar a la sociedad el retorno que generan las artes escénicas y musicales en España.

La muestra de recintos y productoras asociadas alcanza todo el territorio nacional e incluye tanto teatros de titularidad pública como privada. De este modo, no ha dejado de crecer la representatividad de los informes que ofrece la plataforma.

ChivatOS es posible gracias a la colaboración del Ministerio de Cultura y Deporte, el Instituto Nacional de Artes Escénicas y de la Música (INAEM) y la Sociedad General de Autores (SGAE).

Documentos o enlaces relacionados:

- [Mapa estadístico sobre la evolución semanal de las artes escénicas y musicales en España: CHIVATOS](#)
- [Vídeo explicativo Proyecto CHIVATOS](#)

Propuestas de recomendaciones

Este programa CHIVATOS supone un gran salto cualitativo a nivel estatal, tanto para los espacios de titularidad pública como privada. Si bien es cierto que existían sistemas de medición de los ingresos, entradas vendidas y número de funciones en diferentes regiones de España (Sarea en el País Vasco, ADETCA en Cataluña, etc.) es la primera vez que el acceso a estos datos individuales y colectivos se plantea como proyecto para todo el territorio.

También es cierto que no se busca aquí una caracterización del público ni un análisis de las motivaciones, intereses o impacto de la programación en la audiencia. Pero se abre una puerta como la que no existía antes en el terreno de la inteligencia estadística compartida. Esperamos que el proyecto vaya creciendo progresivamente con la idea de ir incorporando más variables al análisis, tales como el comportamiento del público antes, durante y después del intercambio artístico o los niveles de satisfacción con los aspectos artísticos y no artísticos de la oferta.

Haber categorizados los géneros artísticos con la idea de entender mejor el consumo según el tipo de oferta y haber consensuado algunas definiciones y convenciones sobre lo que se quiere medir y por qué es una de las premisas para que el modelo sea sostenible en el tiempo.

Anuario de la Música en Vivo

La Asociación de Promotores Musicales (APM) es la principal representante de la industria de la música en vivo en España. Sus socios representan al 80% de los promotores privados del país, y son los responsables de las principales giras nacionales e internacionales y festivales que se celebran.

Desde 2001, la APM ha liderado las reivindicaciones del sector y ha dirigido el diálogo con las administraciones. Gracias a la edición del Anuario de la Música en Vivo, la asociación ha analizado la **situación del directo año a año** y ha consolidado su posición como interlocutor de la música en vivo en nuestro país.

Este anuario, que en 2019 cumplió su décima edición, recoge todos los datos referentes a la música en directo en España. Su última edición, refleja, además de los datos anuales del año anterior (2018), toda la información con las giras de los últimos 10 años, así como la **evolución de las cifras de asistencia y facturación del sector** o las principales reivindicaciones de los agentes de la música en vivo.

EN 2019 presentan una versión del informe digital expandida y accesible gratuitamente a través de internet.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Anuario de la música en vivo.](#)

Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España

La Federación de Gremios de Editores de España (FGEE) elabora este estudio estadístico, que entre los años 2000 y 2012 contó con la colaboración directa del Ministerio de Cultura y Deporte, retomando la FGEE esta publicación en el año 2017, cuyos últimos resultados publicados corresponden a 2018.

El objetivo principal es **conocer el comportamiento lector de los españoles en el momento actual** y obtener información **que facilite la formulación y evaluación de políticas y planes de lectura**. De este modo, este estudio ha permitido monitorizar el estado de salud de la lectura y compra de libros en nuestro país, mediante el seguimiento continuo de diversos indicadores como la proporción de lectores frecuentes y ocasionales, el nº de libros comprados y leídos, las horas dedicadas a la lectura, la adopción de nuevos hábitos de lectura digital o la medición de la lectura entre la población infantil.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Hábitos de Lectura y Compra de Libros en España 2018](#)

Estudio General de Medios

El 20 de julio de 1988 el Ministerio del Interior registraba los Estatutos de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), que tiene entre sus objetivos clave la investigación de las **audiencias de los diferentes medios de comunicación** y la distribución de sus informes entre sus asociados.

Cada año realizan el Estudio General de Medios (EGM), un estudio poblacional, en el que no se trata de representar a los lectores, a los oyentes ni a los espectadores, sino que busca una representación adecuada de la población, mediante una muestra a la que se interroga, entre otras cosas, acerca de su comportamiento en relación al consumo de medios. La representación de los lectores, oyentes o espectadores es, por tanto, más una consecuencia que una premisa.

En su modelo actual es un estudio que combina distintas fuentes de información (multimedia-monomedio), aportando al mercado un “dato único” que, al final del proceso, contempla para cada individuo su comportamiento respecto a los distintos medios. La realidad social es multimedia, como lo es también en su mayor parte la realidad publicitaria y esta es la óptica a la que, con distintas soluciones que parten de muy distintos antecedentes, está convergiendo todo el panorama internacional de la medición de audiencias.

El diseño muestral es anual, aunque tal diseño se divide posteriormente en tres partes de igual tamaño y composición; el ciclo muestral sólo se completa en tres oleadas, es decir, en un año de investigación. Es importante tener este hecho en cuenta a la hora de analizar los resultados, puesto que dependiendo del ámbito al que se refieran, puede haber en una ola concreta estratos o segmentos de población y, consecuentemente, audiencia de soportes, sobre todo locales, infra o sobrerrepresentados que solo adquieren su verdadero valor de representación en el resultado anual.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Audiencia general de medios](#)
- [Audiencia de internet](#)

2. FUENTES Y ESTADÍSTICAS CULTURALES EN EUROPA

Culture Statics - Eurostat

Culture Statics comprende un amplio conjunto de datos comparables relacionados con la cultura, relativos a los países de la Unión Europea, la Asociación Europea de Libre Comercio y los países de la ampliación, que compila la Oficina Estadística de la Unión Europea (Eurostat), a partir de distintas colecciones de datos y estadísticas. Las tablas y gráficos seleccionados describen diferentes aspectos de la cultura: patrimonio cultural, educación relacionada con la cultura, empleo cultural, empresas en sectores culturales, comercio internacional de bienes culturales, hogares y gastos gubernamentales en cultura, así como participación cultural, incluido el uso de las TIC con fines culturales.

Las estadísticas incluidas en la sección de participación cultural proporcionan una visión general de los indicadores que se refieren a la participación de las personas en

actividades culturales, incluidas las realizadas a través de internet. Los indicadores de las diferentes actividades se calcularon utilizando los datos disponibles de Eurostat¹.

El último informe de *Culture Statics* corresponde a la edición de 2019 y en la sección de participación cultural realiza análisis por países de frecuencia de participación, participación por sexo, edad, nivel educativo o nivel de renta, incluyendo como aspecto destacado la participación y asistencia a actividades culturales en función del grado de urbanización, estableciendo tres niveles: áreas rurales, ciudades pequeñas y suburbios y ciudades. Asimismo, se analizan los principales motivos para no participar en actividades culturales, estableciendo tres categorías: falta de interés, falta de proximidad y razones financieras.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Culture Statics 2019 edition \(en inglés\)](#)

Special Eurobarometer 399: Cultural access and participation

Dentro de los Eurobarómetros de la Comisión Europea destaca la encuesta Special Eurobarometer 399: *Cultural access and participation*, realizada en 2013, que explora y mide **cómo piensan y cómo se comportan los ciudadanos de la Unión Europea en el ámbito de la cultura**. Es importante destacar que algunos de estos resultados se pueden comparar con los medidos en la encuesta anterior del año 2007 Special Eurobarometer 278: *European Culture Values*, así como con los del posterior Special Eurobarometer 466: *Cultural heritage* del año 2018 que permiten contrastar los cambios acontecidos en los enfoques culturales de los ciudadanos de la Unión Europea.

La estructura del estudio es la siguiente:

- Participación en actividades culturales.
- Participación en actividades artísticas.
- Uso de internet con fines culturales.

Documentos o enlaces relacionados:

- [Cultural Access and participation \(2013\)](#)

¹ Datos sobre prácticas culturales como leer libros y periódicos, ir al cine, ir a teatros y conciertos y visitar sitios culturales proceden de los módulos específicos sobre participación social y cultural de la Encuesta de Educación de Adultos realizada en 2007 y 2011 y de las Estadísticas de la UE sobre Ingresos y Condiciones de Vida (EU-SILC) módulos ad hoc sobre participación social y cultural en 2006 y 2015;

Uso de las TIC (internet) con fines culturales: a partir de la encuesta comunitaria anual sobre el uso de las TIC en los hogares y las personas y de sus módulos específicos: sobre el uso de la conexión móvil a internet (2012) y los servicios de computación en la nube (2014);

Actividades culturales en términos de tiempo dedicado a ellas durante un día: de las olas de 2000 y 2010 de la Encuesta de uso del tiempo.

Los datos de las encuestas de percepción de City Statistics permiten evaluar la satisfacción de los residentes de las ciudades sobre las instalaciones culturales existentes (cines, salas de conciertos, teatros, museos y bibliotecas). Los datos de las ciudades también informan sobre la capacidad de los cines (número de asientos), asistencia al cine y al museo, número de teatros y bibliotecas públicas.

Barómetro Europeo del Libro Electrónico

Esta nueva fuente de datos europea contiene información muy útil sobre el **comportamiento de la venta de libros digitales en los principales mercados digitales europeos como Alemania, Italia, los Países Bajos y España**. Los datos se pueden comparar gracias a la colaboración de las principales plataformas de distribución de ebooks que han compartido sus datos de ventas de los diferentes mercados.

Esto abre nuevas perspectivas de análisis totalmente inspiradoras en el mundo del libro digital para comprender mejor el comportamiento de los lectores al otro lado de las pantallas y crear estrategias de desarrollo de públicos y marketing.

El Barómetro Europeo del Libro Electrónico está coordinado por Rüdiger Wischenbart, y ofrece datos agregados y precisos de ventas e información de tendencias a través de gráficos para el acceso de editoriales, librerías, agentes literarios, bibliotecas, autores y cualquier otro profesional del libro electrónico.

Documentos o enlaces relacionados:

- [European Ebook Barometer 2018](#)