

# Encuesta Nacional de Cultura 2016

## PRINCIPALES RESULTADOS



San José, Costa Rica  
SEPTIEMBRE 2017



# Encuesta Nacional de Cultura 2016

## PRINCIPALES RESULTADOS

San José, Costa Rica  
SETIEMBRE 2017



**Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)**

Área de Censos y Encuestas

Se permite la reproducción total o parcial con propósitos educativos y sin fines de lucro, con la condición de que se indique la fuente.

El INEC agradece se le remita un ejemplar de cualquier documento elaborado con base en la siguiente publicación.

**Instituto Nacional de Estadística y Censos**Consejo Directivo:

Fernando Ramírez Hernández, Presidente  
Cathalina García Santamaría, Vicepresidenta  
Ligia Jeannette Bermúdez Mesén, Secretaria  
Agustín Gómez Meléndez, Director  
Adrian Vargas Coto, Director

Gerencia y Subgerencia:

Floribel Méndez Fonseca. Gerente  
Elizabeth Solano Salazar. Subgerente

Coordinadora y encargado:

Giselle Argüello Venegas. Coordinadora del Área de Censos y Encuestas  
Freddy Araya Arroyo. Encargado de Encuestas Especiales.

Elaboración:

Proceso de Diseño y Procesamiento de datos de Encuestas Especiales.

Diseño y Diagramación:

Proceso Producción Gráfica

**Ministerio de Cultura y Juventud**Ministra:

Sylvie Durán Salvatierra

Jefatura:

Anahí Moyano Larrea, Unidad de Cultura y Economía

Coordinador:

Sergio Sánchez Camacho. Encuesta Nacional de Cultura

306  
CR837-e

Costa Rica. Instituto Nacional de Estadística y Censos  
Encuesta Nacional de Cultura 2016: Principales Resultados  
[recurso electrónico] / Instituto Nacional de Estadística y  
Censos, Ministerio de Cultura y Juventud. — 1 ed. — San José,  
C. R. : INEC. 2017. 133 p. : il.  
1 recurso en línea; 3 MB

Nota: contiene cuadros y gráficos estadísticos.

**ISBN: 978-9930-525-20-3 (versión electrónica)**

1. ENCUESTAS. 2. CULTURA. 3. ESTADÍSTICA. 4. TERMINOLOGÍA

I. COSTA RICA. MINISTERIO DE CULTURA Y JUVENTUD. II. Título.

## Presentación

El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), junto con el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ), presentan los principales resultados de la Encuesta Nacional de Cultura 2016 (ENC 2016).

Esta investigación forma parte de los esfuerzos de ambas entidades para consolidar las estadísticas nacionales. La ENC 2016 se efectuó siguiendo cuidadosos procedimientos estadísticos, con el fin de obtener productos con altos estándares de calidad en materia de medición estadística. De esta manera, el INEC y el MCJ responden a los desafíos de una sociedad que requiere información para la toma de decisiones en favor de su bienestar.

La ENC tiene como objetivo general proveer a la sociedad de información estadística sobre diversos aspectos del sector cultural costarricense, que facilite la formulación, seguimiento y evaluación de políticas públicas, así como de acciones privadas y civiles orientadas hacia su desarrollo.

La encuesta se realiza mediante entrevistas personales a una muestra probabilística de viviendas y personas distribuidas en todo el país. Investiga las características de la población en torno a sus hábitos, prácticas y consumo en distintos ámbitos culturales: por un lado en materia audiovisual, incluyendo radio, televisión, videos, cine, videojuegos y juegos en dispositivos; además, a su acceso a la música grabada, y a conciertos y presentaciones de música en vivo.

Asimismo, indaga acerca del consumo de publicaciones (libros, periódicos y revistas), el conocimiento de las personas con respecto a las tradiciones costarricenses (comidas, celebraciones, música vernácula, leyendas y artesanías), su asistencia a espacios culturales (bibliotecas, museos, patrimonio natural y otros) y a actividades culturales (ferias, festivales, artes escénicas o visuales, entre otros), su contacto con prácticas culturales y formación artística (no formal), con juegos (de mesa, tradicionales y otros) y con dispositivos tecnológicos e internet.

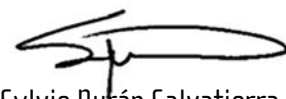
Este libro se estructura en cinco partes, incluida la sección inicial introductoria. La segunda parte contiene los conceptos y definiciones más relevantes que se utilizan en la encuesta. En el tercer apartado se expone el marco metodológico. El cuarto capítulo describe los principales resultados del estudio. Al final del documento, se anexan los cuestionarios utilizados y los cuadros de variabilidad de los principales indicadores presentados.

La publicación se complementa con los cuadros estadísticos que se proporcionan en formato electrónico en el sitio web [www.inec.cr](http://www.inec.cr). Estos pueden descargarse en el eje temático "Social".

El INEC y el MCJ agradecen especialmente a los hogares que abrieron sus puertas para atender la entrevista y brindar la información. También, reconocen la valiosa colaboración y compromiso del personal del INEC y de la Unidad de Cultura y Economía del MCJ en procura de lograr la calidad de los datos aquí expuestos.



Fernando Ramírez Hernández  
**Presidente**  
Consejo Directivo INEC



Sylvie Durán Salvatierra  
**Ministra**  
Ministerio de Cultura y Juventud



## Tabla de contenido

Página

<b>Presentación</b> .....	<b>3</b>
<b>Símbolos y siglas</b> .....	<b>16</b>
<b>1. Introducción</b> .....	<b>17</b>
<b>2. Definición de términos</b> .....	<b>21</b>
2.1 Términos generales .....	23
2.2 Términos específicos .....	26
<b>3. Aspectos metodológicos</b> .....	<b>31</b>
3.1 Diseño de la muestra .....	33
3.1.1 Población de estudio .....	33
3.1.2 Marco muestral de viviendas .....	33
3.1.3 Dominios de estudio .....	33
3.1.4 Estratificación del marco muestral para la selección .....	34
3.1.5 Diseño de la muestra .....	34
3.1.6 Tamaño, distribución y selección de la muestra .....	34
3.1.7 Factores de expansión .....	35
3.1.8 Errores de muestreo .....	36
3.2 Diseño del cuestionario .....	37
3.3 Diseño de la recolección .....	39
<b>4. Principales resultados</b> .....	<b>41</b>
4.1 Características de las viviendas y las personas .....	43
4.1.1 Viviendas y tenencia de dispositivos .....	43
4.1.2 Personas .....	43
4.2 Audiovisuales .....	45
4.2.1 Radio .....	45
4.2.2 Televisión .....	48
4.2.3 Videos .....	50
4.2.4 Cine .....	53
4.2.5 Videojuegos y juegos en dispositivos .....	57
4.3 Música .....	59
4.3.1 Música grabada .....	59
4.3.2 Conciertos y presentaciones de música en vivo .....	62
4.4 Publicaciones .....	64
4.4.1 Libros .....	64
4.4.2 Periódicos .....	69
4.4.3 Revistas .....	72
4.5 Tradiciones costarricenses .....	74
4.6 Espacios culturales .....	76
4.7 Actividades culturales .....	79

	<b>Página</b>
4.7.1 Ferias, festivales y otros .....	79
4.7.2 Artes visuales .....	80
4.7.3 Artes escénicas .....	81
4.8 Prácticas culturales .....	84
4.9 Formación artística .....	86
4.10 Actividades lúdicas .....	87
4.11 Dispositivos tecnológicos e internet .....	89
4.12 Otros cuadros estadísticos .....	91
<b>Bibliografía .....</b>	<b>93</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>97</b>
Anexo 1. Ficha técnica .....	99
Anexo 2. Cuestionario ENC 2016 .....	101
Anexo 3. Cuadros de errores de muestreo .....	125

## Índice de cuadros

### 3. Aspectos metodológicos

Página

Cuadro 3.1 Distribución de UPM y viviendas del MMV-2011 según región de planificación y zona . .	33
Cuadro 3.2 Distribución de UPM, viviendas y personas esperadas en la muestra ENC 2016 según zona y región de planificación . . . . .	35
Cuadro 3.3 Tasa de respuesta de la ENC 2016 según zona y región de planificación . . . . .	40

### 4. Principales resultados

Cuadro 4.1 Costa Rica: Porcentaje de viviendas que poseen diferentes equipamientos y dispositivos por zona, octubre-diciembre 2016 . . . . .	43
Cuadro 4.2 Costa Rica: Porcentaje de viviendas con acceso a servicios por zona, octubre-diciembre 2016 . . . . .	43
Cuadro 4.3 Costa Rica: Población de 5 años y más según zona, región de planificación, sexo, nacionalidad, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre-diciembre 2016 . . . . .	44
Cuadro 4.4 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que escucha radio y el promedio de días que escucha, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	45
Cuadro 4.5 Costa Rica: Población de 5 años y más que escucha radio por cantidad de días, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	45
Cuadro 4.6 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que escucha radio por tipos de programación más escuchada, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	46
Cuadro 4.7 Costa Rica: Población de 12 años y más que escucha radio por tipo de dispositivo utilizado, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	47
Cuadro 4.8 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que escucha música costarricense en radio, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	47
Cuadro 4.9 Costa Rica: Población de 12 años y más que no escucha radio por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	48
Cuadro 4.10 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que ve televisión y el promedio de días que ve, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	48
Cuadro 4.11 Costa Rica: Población de 5 años y más que ve televisión por cantidad de días, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	48



	<b>Página</b>
Cuadro 4.12 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que ve televisión por tipos de programas más vistos, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	49
Cuadro 4.13 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que ve programas nacionales de televisión por tipo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016 . . . . .	50
Cuadro 4.14 Costa Rica: Población de 12 años y más que no ve televisión por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	50
Cuadro 4.15 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que ve videos musicales, de películas o de series y el promedio de días que ve, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	50
Cuadro 4.16 Costa Rica: Población de 5 años y más que ve videos musicales, de películas o de series por cantidad de días, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	51
Cuadro 4.17 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que ve videos musicales, de películas o de series por tipos de videos más vistos, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	52
Cuadro 4.18 Costa Rica: Población de 12 años y más que ve videos musicales, de películas o de series por tipo de dispositivo utilizado, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	52
Cuadro 4.19 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que ve videos nacionales de música, de películas o de series, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	53
Cuadro 4.20 Costa Rica: Población de 12 años y más que no ve videos musicales, de películas o de series por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	53
Cuadro 4.21 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste al cine y el promedio de veces que asiste, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	53
Cuadro 4.22 Costa Rica: Población de 5 años y más que asiste al cine por cantidad de veces, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	54
Cuadro 4.23 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que asiste al cine por tipos de películas más vistas, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	54
Cuadro 4.24 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que asiste al cine a ver películas costarricenses, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	55
Cuadro 4.25 Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste al cine por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	56
Cuadro 4.26 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que juega videojuegos o juegos en dispositivos y el promedio de días que juega, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	57

## Página

Cuadro 4.27 Costa Rica: Población de 5 años y más que juega videojuegos o juegos en dispositivos por cantidad de días, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	57
Cuadro 4.28 Costa Rica: Población de 12 años y más que no juega videojuegos o juegos en dispositivos por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	58
Cuadro 4.29 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que escucha música grabada y el promedio de días que escucha, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	59
Cuadro 4.30 Costa Rica: Población de 5 años y más que escucha música grabada por cantidad de días, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	59
Cuadro 4.31 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que escucha música grabada por tipos de música más escuchada, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	60
Cuadro 4.32 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que escucha música costarricense grabada, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	60
Cuadro 4.33 Costa Rica: Población de 12 años y más que no escucha música grabada por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	61
Cuadro 4.34 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a conciertos o presentaciones de música en vivo y el promedio de veces que asiste, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	62
Cuadro 4.35 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que asiste a conciertos o presentaciones de música en vivo de artistas costarricenses, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	62
Cuadro 4.36 Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste a conciertos o presentaciones de música en vivo por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	63
Cuadro 4.37 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que lee libros, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	64
Cuadro 4.38 Costa Rica: Población de 12 años y más que lee libros por motivo para hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	65
Cuadro 4.39 Costa Rica: Promedio de libros que lee la población de 12 años y más, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	65
Cuadro 4.40 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que lee libros por tipos de libros más leídos, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	66
Cuadro 4.41 Costa Rica: Cantidad de libros leídos por tipo de formato, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	66

	<b>Página</b>
Cuadro 4.42 Costa Rica: Población de 12 años y más que lee libros por zona y sexo, según formas de acceso, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) .....	67
Cuadro 4.43 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que lee libros de autoras o autores costarricenses, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 .....	67
Cuadro 4.44 Costa Rica: Población de 12 años y más que no lee libros por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) .....	68
Cuadro 4.45 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que lee periódicos y promedio de días que lee, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 .....	69
Cuadro 4.46 Costa Rica: Población de 12 años y más que lee periódicos por zona y sexo, según formas de acceso, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) .....	70
Cuadro 4.47 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que lee periódicos por las secciones más consultadas, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 .....	71
Cuadro 4.48 Costa Rica: Población de 12 años y más que no lee periódicos por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) .....	71
Cuadro 4.49 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que lee revistas y promedio de revistas leídas, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 .....	72
Cuadro 4.50 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que lee revistas de producción nacional, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 .....	73
Cuadro 4.51 Costa Rica: Población de 12 años y más que no lee revistas por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) .....	73
Cuadro 4.52 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más por los principales platillos de comida costarricense que recuerda, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 ....	74
Cuadro 4.53 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más por las principales celebraciones costarricenses que recuerda, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 .....	74
Cuadro 4.54 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más por las principales canciones de música típica costarricense que recuerda, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 .....	75
Cuadro 4.55 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más por las principales leyendas costarricenses que recuerda, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 .....	75
Cuadro 4.56 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más por las principales artesanías costarricenses que recuerda, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 .....	75
Cuadro 4.57 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a bibliotecas, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 .....	76

## Página

Cuadro 4.58 Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste a bibliotecas por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos).....	77
Cuadro 4.59 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que visita espacios culturales, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	77
Cuadro 4.60 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades culturales, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	79
Cuadro 4.61 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades culturales de mayor preferencia, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	79
Cuadro 4.62 Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste a actividades culturales por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos).....	80
Cuadro 4.63 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes visuales, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	80
Cuadro 4.64 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes visuales por tipo de actividad, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	81
Cuadro 4.65 Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste a actividades de artes visuales por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos).....	81
Cuadro 4.66 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes escénicas, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	81
Cuadro 4.67 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes escénicas por tipo de actividad, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	82
Cuadro 4.68 Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste a actividades de artes escénicas por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos).....	83
Cuadro 4.69 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza alguna práctica cultural, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	84
Cuadro 4.70 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza alguna práctica cultural por tipo más realizada, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	84
Cuadro 4.71 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que recibe alguna formación artística, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	86
Cuadro 4.72 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que recibe formación artística por tipo de curso o taller de mayor recurrencia, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	86
Cuadro 4.73 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza alguna actividad lúdica, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016.....	87

	<b>Página</b>
Cuadro 4.74 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza actividades lúdicas por juegos de mayor recurrencia, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	88
Cuadro 4.75 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que utiliza dispositivos tecnológicos e internet, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 . . . . .	89
Cuadro 4.76 Costa Rica: Población de 12 años y más que utiliza internet en actividades culturales por cantidad de horas al día, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Valores relativos) . . . . .	90
Cuadro 4.77 Costa Rica: Tiempo promedio al día que dedican las personas de 12 años y más al mes en actividades culturales utilizando internet por tipo de actividad, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016 (Horas y minutos). . . . .	91

### *Otros cuadros estadísticos*

Características sociodemográficas de la población, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ). . . . .	SW
Equipamientos, dispositivos y servicios en la vivienda por zona, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ). . . . .	SW
Consumo cultural en radio según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ). . . . .	SW
Consumo cultural en televisión según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ). . . . .	SW
Consumo cultural en videos según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ). . . . .	SW
Consumo cultural en cine según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ). . . . .	SW
Consumo cultural en videojuegos o juegos en dispositivos según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ). . . . .	SW
Consumo cultural en música grabada según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ). . . . .	SW
Consumo cultural en conciertos o presentaciones de música en vivo según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ). . . . .	SW

## Página

Consumo cultural en libros según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Consumo cultural en periódicos según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Consumo cultural en revistas según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Recordación de tradiciones costarricenses según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Visita a espacios culturales según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Asistencia a actividades culturales según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Asistencia a actividades de artes visuales según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Asistencia a actividades de artes escénicas según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Prácticas culturales según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Formación artística según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Actividades lúdicas según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Uso de dispositivos e internet según características de las personas, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW
Estimaciones de variabilidad de indicadores, octubre-diciembre 2016 ( <a href="http://inec.cr/social/cultura">http://inec.cr/social/cultura</a> ).....	SW

## Índice de gráficos

### 4. Principales resultados

	Página
Gráfico 4.1 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que escucha radio por región de planificación, octubre-diciembre 2016 . . . . .	45
Gráfico 4.2 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que escucha radio todos los días de la semana por grupo de edad, octubre-diciembre 2016 . . . . .	46
Gráfico 4.3 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que escucha radio por los tipos de programación más escuchada, según grupo de edad, octubre-diciembre 2016. . . . .	47
Gráfico 4.4 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que ve televisión todos los días de la semana por región de planificación, octubre-diciembre 2016 . . . . .	49
Gráfico 4.5 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que ve videos musicales, de películas o de series por grupo de edad, octubre-diciembre 2016. . . . .	51
Gráfico 4.6 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que ve videos musicales, de películas o de series todos los días del mes por grupo de edad, octubre-diciembre 2016 . . . . .	51
Gráfico 4.7 Costa Rica: Distribución porcentual de la población de 12 años y más que ve videos musicales, de películas o de series por formas de acceso, octubre-diciembre 2016. . . . .	52
Gráfico 4.8 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste al cine por grupo de edad, octubre-diciembre 2016 . . . . .	54
Gráfico 4.9 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que asiste al cine por tipos de películas más vistas, según grupo de edad, octubre-diciembre 2016. . . . .	55
Gráfico 4.10 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que juega videojuegos o juegos en dispositivos por grupo de edad, octubre-diciembre 2016 . . . . .	57
Gráfico 4.11 Costa Rica: Distribución porcentual de la población de 12 años y más que juega videojuegos o juegos en dispositivos por tipos de dispositivos, octubre-diciembre 2016 . . . . .	58
Gráfico 4.12 Costa Rica: Distribución porcentual de la población de 12 años y más que juega videojuegos o juegos en dispositivos por formas de acceso, octubre-diciembre 2016. . . . .	58
Gráfico 4.13 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que escucha música grabada por grupo de edad, octubre-diciembre 2016 . . . . .	59
Gráfico 4.14 Costa Rica: Distribución porcentual de la población de 12 años y más que escucha música grabada por formas de acceso, octubre-diciembre 2016. . . . .	60
Gráfico 4.15 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a conciertos o presentaciones de música en vivo por región de planificación, octubre-diciembre 2016. . . . .	62

## Página

Gráfico 4.16 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que lee libros por región de planificación, octubre-diciembre 2016 . . . . .	64
Gráfico 4.17 Costa Rica: Promedio de libros que leen las personas de 12 años y más al año por grupo de edad, octubre-diciembre 2016. . . . .	66
Gráfico 4.18 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que lee periódicos por grupo de edad, octubre-diciembre 2016. . . . .	69
Gráfico 4.19 Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que lee revistas por tipo de revista, octubre-diciembre 2016. . . . .	72
Gráfico 4.20 Costa Rica: Distribución porcentual de la población de 12 años y más que lee revistas por formas de acceso, octubre-diciembre 2016 . . . . .	72
Gráfico 4.21 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a bibliotecas por grupo de edad, octubre-diciembre 2016. . . . .	76
Gráfico 4.22 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que visita espacios culturales por grupo de edad, octubre-diciembre 2016 . . . . .	78
Gráfico 4.23 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que participa en actividades culturales de mayor preferencia, según región de planificación, octubre-diciembre 2016. . . . .	80
Gráfico 4.24 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes escénicas por grupo de edad, octubre-diciembre 2016 . . . . .	82
Gráfico 4.25 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza las prácticas culturales más frecuentes, por grupo de edad, octubre-diciembre 2016 . . . . .	85
Gráfico 4.26 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que recibe formación artística por el lugar de mayor asistencia, octubre-diciembre 2016. . . . .	86
Gráfico 4.27 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza actividades lúdicas por grupo de edad, octubre-diciembre 2016 . . . . .	87
Gráfico 4.28 Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que utiliza dispositivos tecnológicos e internet por grupo de edad, octubre-diciembre 2016 . . . . .	89

## Índice de mapas

### 2. Definición de términos

Mapa 2.1 Regiones de planificación de Costa Rica según Mideplán . . . . .	25
---	----



## Símbolos y siglas

### Símbolos

- (-) Entre fechas (octubre - diciembre, por ejemplo) significa el período completo indicado, incluidos el primer mes y el último.
- (,) En las cifras, se usa para separar los decimales.
- () En las cifras, a partir de la coma decimal y hacia la izquierda se utiliza un espacio cada tres números.

### Siglas

CSC	Cuenta Satélite de Cultura
CV	Coefficiente de variación
DEFF	Efecto del diseño, por sus siglas en inglés
ENC	Encuesta Nacional de Cultura
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos
MCJ	Ministerio de Cultura y Juventud
Mideplán	Ministerio de Planificación y Política Económica
MMV	Marco muestral de viviendas
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales)
sw	Sitio web
UPM	Unidad primaria de muestreo
USM	Unidad secundaria de muestreo



# **1.** Introducción



## 1. Introducción

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco, por sus siglas en inglés) define la cultura como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

Si bien en el pasado la palabra cultura se relacionó exclusivamente con las bellas artes, en la actualidad se promueve un concepto más amplio, enriquecido por la identidad y la diversidad cultural. Desde esta perspectiva, las actividades culturales en Costa Rica abarcan tanto la asistencia a una presentación de teatro o danza como la participación en fiestas patronales, turnos o topes, jugar videojuegos o escuchar música por el teléfono celular.

En el año 2013, mediante una alianza estratégica entre el Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) y el Programa Estado de la Nación del Consejo Nacional de Rectores, se realizó la primera Encuesta Nacional de Cultura (ENC), la cual en esa oportunidad contó con el apoyo técnico del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Asimismo, la ENC se enriqueció con las experiencias previas de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales 2010, efectuada por el MCJ, así como con el Módulo de Cultura en la Encuesta Nacional de Hogares 2012, la cual fue una iniciativa del MCJ y del INEC.

Con la primera ENC se inició la medición trienal de varios aspectos del sector cultural costarricense, para ofrecer a la comunidad nacional información estadística válida y oportuna. Así, en el año 2013 se firmó un Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre el INEC y el MCJ; y en 2014 y 2015 se elaboraron Cartas de Entendimiento para la planificación y ejecución de la segunda ENC. Esta última se llevó a cabo entre octubre y diciembre del 2016, y sus principales resultados se presentan en este documento.

Los esfuerzos entre ambas instituciones obedecen al deseo y a la necesidad de conocer sobre los usos y preferencias de la población en cuanto a los productos, actividades y espacios culturales, la formación cultural, las prácticas culturales y la accesibilidad a la oferta cultural disponible en el país. Los datos obtenidos en la ENC 2016 serán de gran utilidad para la elaboración y seguimiento de políticas públicas, la toma de decisiones en los ámbitos público y privado, y el fortalecimiento de programas y proyectos culturales en Costa Rica.

En ese sentido, la ENC 2016 evidencia el consumo cultural en el país y sirve de insumo para el cálculo de la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) de Costa Rica. La CSC visibiliza el aporte de la cultura a la economía del país y, desde esta dimensión económica, se comprueba que las actividades y productos culturales, además de transmitir contenidos simbólicos, generan empleo, exportaciones y riqueza.

Por medio de esta publicación, se comparten los principales resultados obtenidos en la ENC 2016. Se consideró prioritario mostrar las estimaciones nacionales y desagregadas por zona de residencia y sexo. No obstante, algunos indicadores también se presentan por región de planificación y grupo de edad.

Es importante mencionar que la ENC 2016 indaga sobre una variedad de temas y que los resultados expuestos en este libro no pretenden ser exhaustivos en el análisis de todos los contenidos, pues existen numerosas variables de interés para diferentes sectores, las cuales se podrán explorar en próximas publicaciones. Este es el caso del gasto en cultura, que será objeto de investigaciones posteriores por parte de la CSC. De este modo, queda abierta la invitación para seguir profundizando en el análisis de la información bajo enfoques diversos e innovadores que proporcionen conocimiento sobre la realidad cultural de nuestro país.





## **2.** Definición de términos



## 2. Definición de términos

En este apartado, se desglosan los términos necesarios para comprender los resultados expuestos en la publicación. Primero se definen los conceptos generales y luego los específicos de cada temática estudiada, de conformidad con el orden del cuestionario y con las categorías en las que se presentan los resultados.

### 2.1 Términos generales

**Cultura:** en el caso de la ENC 2016, considerando las posibilidades metodológicas de la encuesta y sus objetivos, se implementaron las definiciones amplia y operativa de cultura.

De manera amplia, la Unesco, define la cultura como “el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.

En el Manual de Cuentas Satélite de Cultura (CSC) del Convenio Andrés Bello, se conceptualiza operativamente la cultura como “un conjunto de actividades humanas y productos cuya razón de ser consiste en crear, expresar, interpretar, conservar y transmitir contenidos simbólicos” (Convenio Andrés Bello, 2009)<sup>1</sup>.

La definición operativa permite medir, pues la cultura se entiende como un campo determinado del quehacer humano que incluye actividades y productos diferenciados de los demás esencialmente por su contenido simbólico. El enfoque adoptado trasciende las bellas artes y promueve un concepto más amplio de cultura, enriquecido por la identidad y la diversidad de manifestaciones y formas de

expresión. Estas son múltiples y pueden encontrarse en espacios públicos o privados, en las celebraciones, las tradiciones, las festividades, los usos del espacio, el lenguaje, la música, los libros, las películas, los videojuegos, entre otros.

**Periodos de referencia:** en el cuestionario de la ENC 2016, se consideran distintos periodos de referencia para indagar la información. De este modo, los resultados de esta publicación aluden a los siguientes periodos según la naturaleza del tema investigado:

Periodo de referencia	Temas
Últimos 7 días	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escuchar radio</li> <li>• Ver televisión</li> <li>• Escuchar música grabada</li> </ul>
Últimos 30 días	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ver videos</li> <li>• Jugar videojuegos o juegos en dispositivos</li> <li>• Lectura de periódicos</li> <li>• Usar teléfono celular</li> <li>• Usar internet</li> <li>• Usar computadora</li> </ul>
Últimos 12 meses	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asistir al cine</li> <li>• Asistir a conciertos o presentaciones de música en vivo</li> <li>• Lectura de libros</li> <li>• Lectura de revistas</li> <li>• Asistir a espacios culturales</li> <li>• Asistir a actividades culturales</li> <li>• Realizar prácticas culturales</li> <li>• Asistir a cursos, clases o talleres relacionados con formación artística</li> <li>• Realizar actividades lúdicas</li> </ul>

<sup>1/</sup> La Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica es un sistema de información estadística diseñado como satélite del Sistema de Cuentas Nacionales, que muestra las principales características económicas de la cultura y visibiliza su aporte a la economía del país. Su construcción está a cargo de una Comisión Interinstitucional compuesta por el MCJ, el INEC, el Banco Central de Costa Rica, el Programa Estado de la Nación y el Consejo Nacional de Rectores.



**Zona:** se dividió en zona urbana y zona rural, siguiendo los parámetros utilizados en el IX Censo Nacional de Población y V de Vivienda (2000), como se describe a continuación:

- **Urbana:** las áreas urbanas se delimitaron a priori con criterio físico y funcional, tomando en cuenta elementos tangibles, como cuadrantes claramente definidos, calles, aceras, servicios urbanos (recolección de basura, alumbrado público) y actividades económicas. La delimitación geográfica se realizó a partir de los centros administrativos de cada cantón o distrito y se amplió de manera compacta en función de la presencia de las características antes señaladas.
- **Rural:** abarca los poblados no ubicados en el área urbana, que reúnen ciertas características, como las siguientes: predominio de actividades agropecuarias; puede presentar tanto viviendas agrupadas o contiguas como dispersas; disposición de algunos servicios de infraestructura, como electricidad, agua potable y teléfono; cuentan con servicios como escuela, iglesia, parque o plaza de esparcimiento, centro de salud, guardia rural, etc., pequeños o medianos comercios relacionados algunos con el suministro de bienes para la producción agrícola y un nombre determinado que los distingue de otros poblados.

**Grupo de edad:** se establecieron grupos etarios considerando las definiciones enmarcadas en la Ley General de la Persona Joven (8261, artículo 2) y la Ley Integral para la Persona Adulta Mayor (7935, artículo 2), como se especifica a continuación:

Grupo de edad	Tipo de población
De 5 a 11 años	Niñez
De 12 a 17 años	Adolescente
De 18 a 35 años	Adulta joven
De 36 a 64 años	Adulta
De 65 años y más	Adulta mayor

**Niveles de instrucción:** para efectos de análisis, los niveles de instrucción se agruparon de la siguiente manera:

Nivel	Incluye
Sin instrucción	Ningún nivel, preparatoria y enseñanza especial
Primaria	Incompleta y completa
Secundaria	Incompleta y completa, tanto académica como técnica
Superior	Incompleta y completa, tanto parauniversitaria como universitaria

**Regiones de planificación:** corresponden a las definidas por el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (Mideplán), como lo establece el Decreto Ejecutivo 7944 de 1978, modificado por el Decreto Ejecutivo 37735-Plan, artículo 57, de 2013.

La siguiente es la clasificación vigente utilizada y su distribución geográfica (mapa 2.1):

- Central
- Chorotega
- Pacífico Central
- Brunca
- Huetar Caribe
- Huetar Norte

MAPA 2.1

Regiones de planificación de Costa Rica según Mideplán



Fuente: INEC. Unidad de Cartografía, con base en Decreto Ejecutivo 7944 y Decreto Ejecutivo 37735-Plan.

**Tipos de programación (de radio o televisión), videos, películas, música grabada:** se detallan los principales de acuerdo con el tema tratado, de conformidad con las respuestas obtenidas en el ámbito nacional.

**Producción costarricense:** corresponde a diversos productos o servicios culturales realizados por personas, agrupaciones o empresas de origen costarricense.

Para lo anterior, se considera:

- Música de artistas costarricenses escuchada en radio, en música grabada y en conciertos o presentaciones de música en vivo
- Noticieros, fútbol y programas de producción costarricense vistos en televisión
- Videos nacionales musicales, de películas, de series, familiares u otros, vistos por la persona informante
- Películas costarricenses vistas en cines nacionales
- Lectura de libros de autoras o autores costarricenses y de revistas de producción nacional

**Motivos de no asistencia, dispositivos utilizados y formas de acceso:** en las diferentes secciones, se presentan los motivos más frecuentes por los cuales las personas no asisten a actividades culturales o no usan bienes, servicios o espacios culturales; se identifican los principales dispositivos de acceso; y se determinan las formas de compra u obtención de bienes y servicios culturales.

## 2.2 Términos específicos

**Audiovisuales:** productos, medios y lenguajes que integran sonidos e imágenes en movimiento para transmitir información que genera experiencias y percepciones en la audiencia. Estas percepciones pueden ser, simultáneamente, auditivas y visuales. Se incluyen los resultados generales de radio, televisión, videos, cine, videojuegos y juegos en dispositivos.

**Radio:** medio de comunicación que transmite sonidos, musicales o verbales a través de ondas que son recibidas usando un receptor (radio, celular y otros dispositivos), el cual permite sintonizar las emisoras. Escuchar radio significa tener la disposición para oír algún programa de una emisora en la modalidad de AM (amplitud modulada) o FM (frecuencia modulada).

**Televisión:** sistema para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. La transmisión se efectúa por medio de ondas, redes de televisión por cable, satélite e internet. El dispositivo tradicional que se usa es el televisor, aunque en la actualidad existen otros, como el celular, la computadora o la *tablet*. Ver televisión se refiere a la disposición de poner atención a la programación, realizando esta actividad como principal, sin importar si se llevan a cabo otras acciones de manera simultánea.

**Videos:** videos musicales, de películas, de series, familiares u otros que se almacenan en algún tipo de soporte (como un disco compacto –*CD*, por sus siglas en inglés– o un disco versátil digital –*DVD*, por sus siglas en inglés–) o dispositivo (computadora, celular, entre otros) o se ven por internet. Se excluyen los videos transmitidos por televisión o proyectados en el cine.

**Cine:** asistencia a toda presentación de audiovisuales (largometrajes, cortometrajes, documentales, entre otros) que implique desplazarse a algún sitio especialmente acondicionado para la proyección de películas. Puede tratarse de salas de cine u otros espacios adaptados de forma ocasional para tal fin (por ejemplo, auditorios, centros culturales, universidades, salones comunales o escuelas), así

como de lugares abiertos en los que se proyecta al aire libre, como parques, plazas y vías; en este último caso están los festivales de “cine bajo las estrellas”. No se consideran las películas transmitidas por televisión, las que se reproducen en diferentes dispositivos ni las que se descargan o se ven por internet.

**Videojuegos y juegos en dispositivos:** programas informáticos-creativos que recrean de forma virtual entornos, situaciones y personajes, y dan a las personas jugadoras la posibilidad de interactuar, controlar y generar la acción. Entre ellos se incluyen los juegos para computadora, *tablet*, celular o consola (con o sin video), como por ejemplo: *Super Nintendo*, *Wii*, *Wii-U*, *PlayStation*, *Xbox*, *Xbox 360*, *Sega* y *GameCube*. También hay dispositivos portátiles, como *Game Boy*, *Nintendo DS*, *Nintendo Switch* y *PlayStation Portable*.

**Música grabada:** música almacenada en algún tipo de soporte (*CD*, *DVD*, casetes, discos de acetato) o dispositivo (teléfono celular, computadora y otros) o que se escucha por internet. Se excluyen los videos musicales, las presentaciones de música en vivo y la música transmitida por medios de comunicación. Se incluyen todos los géneros musicales: *rock*, *jazz*, música clásica, tropical, *reggae*, *hip-hop*, calipso, entre otros.

**Conciertos y presentaciones de música en vivo:** actividades correspondientes a la ejecución directa de un producto musical ante un público que está en un espacio determinado. Se consideran los conciertos masivos y los de público reducido, efectuados tanto por bandas como por solistas, orquestas, ensambles, etc. Se incluyen todos los géneros musicales.

Estos eventos pueden realizarse en lugares cerrados (estadios, anfiteatros, centros de eventos o educativos, iglesias, teatros, salones comunales, gimnasios u otros) o en lugares abiertos (como parques, parqueos de universidades, calles o playas).

**Publicaciones:** medios de información y comunicación para circular ideas, historias o experiencias que se estructuran y expresan a través de palabras e imágenes. En esta categoría se encuentran los libros, los periódicos y las revistas, tanto impresos como

digitales (*flipbooks*, *E-books*, *PDF*, entre otros), y los que se encuentran disponibles en línea.

- **Libros:** son obras de 50 páginas o más, con cualquier soporte o contenido. Se incluyen las publicaciones impresas o digitales y los audiolibros, sean novelas, libros religiosos, educativos o de otro tipo.
- **Periódicos:** publicaciones cuyo objetivo es informar, formar o entretener. Existen periódicos impresos, digitales y en línea, tanto nacionales como extranjeros. La periodicidad con que se emiten es variable, pues pueden publicarse de forma diaria, semanal o mensual, y algunos cubren espacios geográficos específicos dentro o fuera del país.
- **Revistas:** publicaciones impresas, digitales o en línea que cumplen funciones similares a las de los periódicos.

**Tradiciones costarricenses:** prácticas o celebraciones realizadas periódicamente, que resaltan las diferentes identidades nacionales y las tradiciones de la rica diversidad cultural del país. Se vinculan con la gastronomía, las celebraciones, la música típica, las leyendas y las artesanías.

**Espacios culturales:** construcciones físicas o espacios naturales que sirven para desarrollar actividades y prácticas culturales, o se han acondicionado temporalmente para ese fin. Estos espacios facilitan a la población el acceso a diversos productos y servicios culturales. Se considera solo la asistencia a espacios dentro de Costa Rica.

Algunos espacios forman parte del patrimonio cultural que se transmite generacionalmente, es recreado en el tiempo por las comunidades y grupos en su entorno, en su interacción con la naturaleza y en su historia, e infunde el sentimiento de identidad.

Se brindan resultados de bibliotecas, espacios de patrimonio natural, museos, monumentos históricos y sitios arqueológicos, casas de la cultura y centros culturales, así como de galerías de arte y salas de exposición.

- **Bibliotecas:** entidades cuyo objetivo es adquirir y mantener colecciones de libros y revistas impresos o digitales, documentos, material gráfico y audiovisual, además de facilitar su uso y sus instalaciones para responder a las necesidades de la población en cuanto a información, investigación y educación. Como parte de sus funciones, también pueden realizar actividades de extensión cultural y fomento de la lectura, entre otras. La asistencia a bibliotecas implica la visita al espacio físico donde está ubicada. Por lo tanto, se excluyen las bibliotecas virtuales, a las cuales se accede mediante internet.
- **Patrimonio natural:** visita a áreas protegidas, como parques nacionales, reservas naturales y zonas protegidas, tanto de carácter público como privado. También se incluyen zoológicos, jardines botánicos, jardines de mariposas, serpentarios, entre otros espacios.
- **Museos:** instituciones públicas o privadas de carácter permanente, no lucrativas, según la definición de la Unesco. Conservan, estudian, comunican y exhiben el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su entorno, con fines de estudio, educación y disfrute.
- **Monumentos históricos y sitios arqueológicos:**
  - **Monumentos históricos:** construcciones, sitios u objetos, como una estatua, placa o edificio, que recuerdan una acción, evento o persona con significado cultural, histórico o social para el país o para una localidad.
  - **Sitio arqueológico:** localidad en la que, mediante estudios arqueológicos, se ha demostrado la presencia de restos precolombinos, cuya importancia varía de acuerdo con las características de los restos y del valor que se confiera a estos, según el conocimiento fundamentado sobre las culturas que poblaron la zona (Decreto Ejecutivo 28174-MP-C-MINAE-MEIC).

- **Casas de la cultura y centros culturales:**

- **Casas de la cultura:** lugares establecidos por el MCJ para el fomento del arte y la cultura local costarricense, por medio de la exposición y presentación de obras artísticas.
- **Centros culturales:** espacios públicos y privados cuya actividad principal es la presentación de diversos espectáculos culturales y artísticos. También, prestan diferentes servicios asociados con el acceso a bienes y servicios culturales.
- **Galerías de arte y salas de exposición:** espacios que presentan exposiciones de manera permanente, así como otros espacios habilitados para ese fin con exposiciones temporales o itinerantes.

**Actividades culturales:** actividades realizadas por individuos, grupos o entidades (públicas o privadas) para promover la circulación de propuestas y producciones culturales en distintos escenarios y a través de diversos medios. Solo se incluye la asistencia a presentaciones y actividades culturales que tuvieron lugar dentro del territorio nacional. Se investigaron las siguientes actividades culturales:

- **Ferias del libro, presentaciones de libros, tertulias y narraciones:**
  - **Ferias del libro:** eventos masivos relacionados con libros, que permanecen abiertos varios días y desarrollan otras actividades culturales para lograr mayor afluencia del público. Por lo general tienen lugar en espacios especiales, como explanadas en las universidades, parques, centros comerciales, entre otros. También hay ferias del libro producidas por librerías, bibliotecas y otras entidades.
  - **Presentaciones de libros:** presentaciones efectuadas por las personas escritoras, casi siempre acompañadas de un panel de expertos en el tema que comentan las obras. Tienen lugar en centros culturales, universidades, librerías, bibliotecas, cafés, entre otros espacios.

- **Tertulias:** reuniones informales y generalmente periódicas, de personas interesadas en un tema o en una rama concreta del arte y la cultura, para debatir, informarse o compartir ideas y opiniones. Pueden realizarse, por ejemplo, en cafés, bibliotecas, museos, aulas o auditorios universitarios.
  - **Narraciones:** eventos que involucran a una persona que narra o recita una leyenda, historia o cuento. Suelen hacerse en diversos lugares, como museos, bibliotecas, centros educativos, parques, explanadas, entre otros.
  - **Festivales, fiestas, carnavales, ferias (excluyendo ferias del libro):**
    - **Festivales:** eventos que duran uno o varios días, con numerosas actividades o espectáculos, en una sola sede o en varias. En la mayoría de las ocasiones, todas las actividades o espectáculos tienen un tema común.
    - **Fiestas cívicas o populares:** diferentes tipos de actividades, como conciertos, bailes, topes, corridas de toros, juegos mecánicos y pirotécnicos, comidas, que por lo general trascienden su ubicación geográfica y movilizan a miles de personas.
    - **Carnavales:** festividades que entre su programación ofrecen desfiles de comparsas, conciertos, bailes, entre otras actividades relacionadas.
    - **Ferias:** actividades de ámbito comunal, caracterizadas por tener juegos mecánicos, juegos de pólvora o pirotécnicos y comidas, entre otros. Estas son de menor escala que las fiestas cívicas o populares.
  - **Fiestas patronales, turnos, topes:**
    - **Fiestas patronales:** festividades de carácter religioso que reciben ese nombre porque celebran al santo patrono o a la santa patrona. En estas hay bailes, marimbas, corridas de toros, desfiles y otras actividades.
    - **Turnos:** fiestas comunitarias en las que se ofrecen comidas, juegos, música, carruseles y otro tipo de diversiones. Por lo general, se realizan en el contexto de las fiestas patronales.
    - **Topes:** actividades que incluyen desfiles a caballo, conciertos, bailes, monta de toros y pueden ser parte de una festividad mayor o efectuarse de manera independiente.
- Artes visuales:** formas de arte que apelan principalmente al sentido visual, en su mayoría enfocadas en la creación de obras de esta naturaleza o que representan objetos multidimensionales. Se exhiben en espacios públicos o privados, en galerías de arte, salas de exposición, espacios al aire libre, entre otros.
- Artes escénicas:**
- **Teatro:** presentaciones teatrales de todo tipo, de carácter profesional o aficionado (incluso sin escenografía).
  - **Danza:** montajes de danza formales y ocasionales, de carácter profesional o aficionado. Puede tratarse de *ballet* clásico, bailes folclóricos, danza contemporánea, danza aérea (telas), danza popular, danza del vientre, *jazz*, *swing*, entre otros. Los lugares donde se dan este tipo de presentaciones de danza comprenden tanto salas de teatro como espacios no exclusivos para ello, como por ejemplo universidades, escuelas, colegios, centros comerciales, centros culturales, restaurantes, parques y espacios abiertos.
  - **Circo:** actividades que pueden ser efectuadas por compañías de circo y también por artistas individuales, con actos de malabaristas, equilibristas, magos, payasos, etc. Se llevan a cabo tanto en carpas convencionales como en espacios no exclusivos para este fin, como universidades, escuelas, colegios, centros comerciales, centros culturales y en espacios abiertos, como parques, pasacalles, etc. No se incluye a quienes realizan actos en los semáforos de las calles (“maromeros”).

- **Títeres:** espectáculos de títeres y de marionetas, en los cuales se presentan figuras y muñecos que, con el movimiento de las manos, de hilos, cuerdas, palancas u otros artificios, aparentan tener movimiento propio. Por lo general, son usados para recrear historias. Pueden darse funciones tanto en salas de teatro como en sitios no exclusivos para este fin, como escuelas, colegios, universidades, centros comerciales, centros culturales, salones comunales, parques, entre otros.

**Prácticas culturales:** prácticas culturales y artísticas, como tomar fotografías, grabar videos, cantar y bailar, realizadas por personas en forma individual o grupal, para fines recreativos, de afición o de desarrollo personal. Por lo general, son actividades no remuneradas y de carácter no profesional.

**Formación artística (no formal):** acceso a la oferta de formación cultural y artística no formal existente en el país, por medio de cursos, clases o talleres de baile o danza, para tocar algún instrumento musical, de cocina o repostería, entre muchos otros. Estos son impartidos por personas o instituciones con el fin de desarrollar conocimientos, prácticas, técnicas específicas o para complementar lo conocido en un campo determinado, pero no conducen a la obtención de un título reconocido formalmente. Además, se determinan los principales lugares donde se recibe formación artística.

**Actividades lúdicas:** diversos juegos y juguetes (tradicionales, de mesa y otros) y actividades recreativas (contar recuerdos o historias graciosas, jugar mejenga). Para su ejecución, requieren de ejercicio corporal o mental.

Entre los juegos de mesa pueden mencionarse los siguientes: *Uno*, tablero, ajedrez y naipes. Por su parte, la mejenga es un costarricense que hace referencia a la práctica del fútbol no estructurada ni del todo reglamentada, con un número indeterminado de participantes. Los juegos tradicionales comprenden aquellos como quedó, escondido, trompo, cromos, *jackses* y saltar la cuerda.

**Dispositivos tecnológicos e internet:** productos y actividades culturales accedidos por medio de diversos dispositivos tecnológicos, que la población disfruta diariamente, entre los cuales internet juega un papel preponderante como canal de acceso a la cultura digital. Se presenta información acerca del uso de teléfono celular, computadora e internet, así como del tiempo empleado en ellos. Se evidencia en especial el promedio de horas utilizadas en internet para realizar actividades culturales, como visitar redes sociales para compartir y ver fotografías o videos, escuchar música o jugar videojuegos y otros juegos en línea.



### 3. Aspectos metodológicos





### 3. Aspectos metodológicos

En este apartado se presentan los principales aspectos metodológicos de la ENC 2016. Se detallan el diseño de la muestra, el diseño del cuestionario y el diseño de la recolección o trabajo de campo.

#### 3.1 Diseño de la muestra

##### 3.1.1 Población de estudio

La población investigada por la ENC 2016 está definida como el conjunto de todas las viviendas individuales ocupadas y sus ocupantes residentes habituales en edades entre 5 y 11 años, así como en edades de 12 años y más, tanto del área urbana como del área rural de Costa Rica. Se excluye del estudio a la población residente en las viviendas colectivas (hoteles, hospitales, asilos, cárceles, conventos, residencias colectivas para estudiantes y trabajadores).

##### 3.1.2 Marco muestral de viviendas

El marco muestral de viviendas (MMV-2011), utilizado para el diseño y selección de la muestra de viviendas de la ENC 2016, se construyó a partir de la cartografía generada y la información obtenida del X Censo Nacional de Población y VI de Vivienda del 2011.

El MMV-2011 es un marco de áreas donde las unidades de marco, o unidades primarias de muestreo (UPM), son superficies geográficas con límites claramente definidos, en las cuales los hogares se encuentran asociados a las respectivas viviendas individuales ubicadas dentro de estas UPM. En promedio, las UPM contienen 150 viviendas en las zonas urbanas y 100 viviendas en las zonas rurales.

Este marco incluye la información necesaria para el diseño estadístico de las encuestas como variables sociodemográficas, para la estratificación e identificación de subpoblaciones de interés, además de variables geográficas para la desagregación y cobertura geográfica.

El MMV-2011 está conformado por 10 461 UPM, el 64,5 % clasificadas como urbanas y el 35,5 % como rurales. En viviendas, según la fecha de construcción, el marco contiene 1 360 055 viviendas, 70,6 % en zonas urbanas y 29,4 % en zonas rurales (cuadro 3.1).

CUADRO 3.1

Distribución de UPM y viviendas del MMV - 2011 según región de planificación y zona

Región de planificación y zona	UPM		Viviendas	
	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje
<b>Total</b>	<b>10 461</b>	<b>100,0</b>	<b>1 360 055</b>	<b>100,0</b>
Urbana	6 745	64,5	960 829	70,6
Rural	3 716	35,5	399 226	29,4
<b>Central</b>	<b>5 975</b>	<b>100,0</b>	<b>817 183</b>	<b>100,0</b>
Urbana	4 862	81,4	696 318	85,2
Rural	1 113	18,6	120 865	14,8
<b>Chorotega</b>	<b>965</b>	<b>100,0</b>	<b>114 531</b>	<b>100,0</b>
Urbana	448	46,4	60 322	52,7
Rural	517	53,6	54 209	47,3
<b>Pacífico Central</b>	<b>725</b>	<b>100,0</b>	<b>89 571</b>	<b>100,0</b>
Urbana	402	55,4	55 207	61,6
Rural	323	44,6	34 364	38,4
<b>Brunca</b>	<b>938</b>	<b>100,0</b>	<b>111 039</b>	<b>100,0</b>
Urbana	304	32,4	45 844	41,3
Rural	634	67,6	65 195	58,7
<b>Huetar Caribe</b>	<b>994</b>	<b>100,0</b>	<b>124 516</b>	<b>100,0</b>
Urbana	487	49,0	69 051	55,5
Rural	507	51,0	55 465	44,5
<b>Huetar Norte</b>	<b>864</b>	<b>100,0</b>	<b>103 215</b>	<b>100,0</b>
Urbana	242	28,0	34 087	33,0
Rural	622	72,0	69 128	67,0

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

##### 3.1.3 Dominios de estudio

Los dominios de estudio son subpoblaciones generalmente relacionadas con áreas geográficas para las cuales se requieren estimaciones con una precisión conocida. En los principales indicadores de la ENC 2016, el diseño muestral considera como dominios de estudio el nivel nacional, las zonas urbana y rural, y las seis regiones de planificación.

El diseño muestral permite obtener resultados para otras subpoblaciones de interés, como, por ejemplo, sexo y grupos de edad. Sin embargo, el nivel de desagregación dependerá fundamentalmente de la precisión y del tamaño de muestra obtenidos en ese nivel.

### 3.1.4 Estratificación del marco muestral para la selección

Los estratos son grupos o subpoblaciones de interés por lo general relacionadas con características geográficas o sociodemográficas, que se conforman con el objetivo de asegurar su representatividad en la muestra e incrementar la precisión estadística de las estimaciones obtenidas en la encuesta. Los estratos pueden coincidir o no con los dominios de estudio.

El diseño muestral de la ENC 2016 contempla como variables de estratificación del MMV-2011 las regiones de planificación, la clasificación por zona urbana y rural, y en la región Central una clasificación socioeconómica de las UPM de la zona urbana. Esta estratificación socioeconómica se elaboró con información del X Censo Nacional de Población y VI de Vivienda del 2011 y de la Encuesta Nacional de Hogares 2010, y permitió estratificar las UPM del marco muestral según la estimación del ingreso per cápita por UPM<sup>2</sup>.

### 3.1.5 Diseño de la muestra

El diseño muestral de la ENC 2016 corresponde a un diseño probabilístico de áreas, estratificado y de tres etapas: de áreas porque las unidades de muestreo son áreas geográficas o UPM y las probabilidades de selección de las viviendas están asociadas a estas UPM; estratificado porque, para la distribución y selección de la muestra, se definieron los estratos de interés; y de tres etapas porque en una primera

etapa se escogieron las UPM, en una segunda las viviendas o unidades secundarias de muestreo (USM) dentro de las UPM elegidas en la primera etapa, y en una tercera etapa se seleccionó una persona de 12 años y más, y una persona de 5 a 11 años dentro de cada vivienda seleccionada.

### 3.1.6 Tamaño, distribución y selección de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra de viviendas, se consideraron la capacidad técnica y los costos de la encuesta, los resultados de la muestra efectiva de viviendas de la ENC 2013 en cuanto a tasas de respuesta, cargas de trabajo, y niveles de precisión obtenidos para un grupo importante de indicadores:

- Porcentaje de población que escuchó radio todos los días en los últimos 7 días
- Porcentaje de población que jugó videojuegos en los últimos 30 días
- Porcentaje de población que leyó libros en los últimos 12 meses
- Porcentaje de población que leyó periódicos en los últimos 30 días
- Porcentaje de población que leyó revistas en los últimos 12 meses
- Porcentaje de población que asistió a bibliotecas en los últimos 12 meses
- Porcentaje de población que practicó baile en los últimos 12 meses
- Porcentaje de población que tocó algún instrumento musical en los últimos 12 meses

Para los dominios de estudio de la encuesta, se garantizan errores relativos<sup>3</sup> menores al 15% en los indicadores mencionados.

2/ INEC. 2012. Análisis de bases ENAHO-CENSO: estratificación de los hogares. San José, Costa Rica.

3/ Medido según el coeficiente de variación (CV).

La muestra de viviendas tiene cobertura nacional, y se distribuyó por región de planificación y zona. Se trató de homogeneizar la precisión relativa de las variables de interés en estos estratos.

En la primera etapa de muestreo, se seleccionaron 523 UPM; en la segunda etapa, 12 viviendas dentro de las UPM escogidas en la primera etapa, para un tamaño de muestra de 6 276 viviendas. En una tercera etapa, se eligió una persona de 12 años y más y una persona de 5 a 11 años, para un tamaño de muestra esperado de 8 033 personas (cuadro 3.2).

CUADRO 3.2

**Distribución de UPM, viviendas y personas esperadas en la Muestra ENC 2016 según zona y región de planificación**

Zona y región de planificación	ENC 2016				
	UPM	Viviendas	Personas esperadas	De 12 años y más	De 5 a 11 años
<b>Total</b>	<b>523</b>	<b>6 276</b>	<b>8 033</b>	<b>6 276</b>	<b>1 757</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	339	4 073	5 214	4 074	1 140
Rural	184	2 203	2 820	2 203	617
<b>Región de planificación</b>					
Central	235	2 820	3 610	2 820	790
Chorotega	57	684	876	684	192
Pacífico Central	48	576	737	576	161
Brunca	58	696	891	696	195
Huetar Caribe	64	768	983	768	215
Huetar Norte	61	732	937	732	205

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

### 3.1.7 Factores de expansión

El factor de expansión es un ponderador que se aplica a cada unidad de estudio en la muestra, para obtener una estimación poblacional. Se interpreta como la cantidad de unidades en la población que representa cada unidad en la muestra, ya sea vivienda, hogar o persona.

El factor básico de expansión se calcula como el inverso de las probabilidades de selección en cada etapa, en el estrato de selección. La desactualización del marco de muestreo y los problemas de no respuesta en la encuesta afectan las probabilidades iniciales de selección. Con el fin de corregir este efecto, se realizan ajustes al factor básico de expansión.

Para la ENC 2016, se calcularon dos factores de expansión distintos: uno para viviendas y otro para personas.

El factor de expansión para viviendas se calculó en tres etapas:

#### a. Factor básico de expansión

Se calcula como el inverso de las probabilidades de selección en cada etapa, en el estrato de selección.

#### b. Ajuste por crecimiento

Debido al dinamismo de la población, es frecuente encontrar nuevas viviendas en las UPM seleccionadas, las cuales afectan las probabilidades iniciales de selección. En este sentido, según el crecimiento observado se efectúa un ajuste al factor de expansión, como la razón entre las viviendas estimadas para noviembre de 2016 (por ser el mes de mayor peso durante el trabajo de campo) respecto al número de viviendas estimado por la ENC con el factor básico de expansión.

#### c. Factor de expansión final de viviendas

El factor de expansión final de viviendas se obtiene como el producto del factor básico de expansión multiplicado por el ajuste de crecimiento.

Para obtener las estimaciones de las diferentes características que investiga la encuesta para cada vivienda en la muestra, se multiplica el valor de la variable por el correspondiente factor de expansión final de viviendas calculado, y el resultado se agrega para cada ámbito geográfico: zona, región y nivel nacional.

El factor de expansión para personas se calculó en cuatro etapas:

#### a. Factor básico de expansión

Se calcula como el inverso de las probabilidades de selección en cada etapa, en el estrato de selección.

#### b. Ajuste por no respuesta

Las personas seleccionadas en la muestra que no responden alteran las probabilidades iniciales de selección. Para corregir este efecto, se realiza un ajuste al factor de expansión, el cual consiste en la razón del número total de personas seleccionadas candidatas a entrevista entre el número de estas personas que efectivamente respondieron la entrevista. Este ajuste se efectúa por estrato y grupo de edad.

#### c. Ajuste de población

Aun aplicando el ajuste anterior, es común que las estimaciones de población obtenidas en la encuesta presenten problemas de subestimación. Esto se debe a que el marco se desactualiza debido a la dinámica demográfica de la población, y se evidencia más conforme la fecha de la encuesta se aleje de la fecha de construcción del marco de muestreo.

El ajuste por crecimiento corrige parcialmente los problemas de desactualización del marco, pero solo en las UPM de la muestra. Para corregir el problema de subestimación de todo el marco de muestreo, se aplica otro ajuste al factor de expansión, consistente en la razón de la población proyectada en el mes de la encuesta (noviembre de 2016) entre la población estimada según la encuesta después de aplicar el ajuste anterior. Este ajuste se realiza por región de planificación y grupo de edad.

#### d. Factor de expansión final de personas

El factor de expansión final de personas es el producto del factor básico de expansión multiplicado por los dos ajustes anteriores.

Para obtener las estimaciones de las características que investiga la encuesta, el valor de la variable

o característica de interés suministrado por cada persona en la muestra se multiplica por el correspondiente factor de expansión final de personas calculado, y el resultado se agrega para cada ámbito geográfico: zona, región y nivel nacional.

### 3.1.8 Errores de muestreo

A diferencia de un censo, los datos de una muestra están sujetos a los errores de muestreo, los cuales se presentan porque la investigación estadística se efectúa solo en una parte representativa de la población. Los errores de muestreo no se conocen directamente, pero sí es posible estimarlos a partir de los datos de la propia muestra.

En esta encuesta, por tratarse de una muestra compleja, el cálculo de los errores de muestreo requiere métodos especiales de estimación que consideren las características del diseño: estratificación, conglomeración (UPM) y ponderación. Estos métodos están incorporados en muchos programas estadísticos. Para el cálculo de los errores de muestreo de los principales indicadores de la encuesta, se utiliza el módulo de muestras complejas del Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales (SPSS, por sus siglas en inglés).

A fin de interpretar de manera sencilla estos resultados, seguidamente se explica cada indicador incluido en los cuadros.

#### a. Estimación

La estimación es el valor de la característica investigada en la muestra ponderada por el factor de expansión. Puede ser la estimación de un total poblacional, un promedio o un porcentaje.

#### b. Error estándar

El error estándar o error de muestreo es una medida de la precisión con que una estimación obtenida de una muestra se aproxima al promedio de todas las posibles muestras semejantes en diseño. Este error no se conoce directamente, pero se estima por medio de los datos de la misma muestra mediante el error estándar, el cual es una medida de la variabilidad

de los datos respecto a la característica de interés, y se obtiene a partir de las diferencias de cada observación respecto a su promedio.

### c. Coeficiente de variación (CV)

También se denomina error relativo, por ser el cociente del error estándar entre la estimación. El CV indica porcentualmente el nivel de precisión de una estimación. En efecto, en las encuestas de hogares, la experiencia ha demostrado que estimaciones con un CV hasta de un 5 % son muy precisas; si el CV llega hasta un 10 %, las estimaciones siguen siendo precisas; un CV con un valor hasta de 20 % es aceptable; y, por último, más allá de un 20 % es poco confiable y, por tanto, se debe utilizar con precaución.

### d. Intervalo de confianza

El intervalo de confianza es un rango de valores entre los cuales se espera, con cierto nivel de confianza, que se encuentre el valor de la característica poblacional que se desea estimar. Los intervalos presentados en los cuadros tienen un límite inferior y un límite superior, dentro de los cuales se espera que se encuentre el valor poblacional con un 95 % de confianza.

### e. Efecto del diseño

El efecto del diseño (DEFF, por sus siglas en inglés) mide la pérdida en precisión al utilizar un diseño complejo en lugar de un diseño aleatorio simple. Los diseños complejos se emplean principalmente cuando no se puede hacer una selección aleatoria por costos o no se dispone de un marco completo y detallado de la población objetivo (viviendas o personas). Por ejemplo, un efecto del diseño de 1,5 indica que la variancia del diseño complejo es 1,5 veces más grande que la variancia de un diseño aleatorio simple; en otras palabras, la variabilidad aumenta 50 % por usar este tipo de diseño en lugar de un muestreo aleatorio simple.

### f. Muestra

Es el total de observaciones en la muestra (viviendas, hogares o personas) con las que se obtuvo la estimación.

## 3.2 Diseño del cuestionario

Para la ENC se diseñaron tres grandes módulos que, conectados entre sí, conforman el cuestionario de la ENC 2016. Estos módulos son:

### 1. Módulo de vivienda y hogar

Este módulo investiga características generales de la condición de las viviendas y su equipamiento. Se compone de cuatro secciones:

#### I. Identificación de la vivienda

Cuenta con ocho ítems de características de la vivienda, entre ellos el número de la UPM y el número de vivienda, tres preguntas sobre datos de la vivienda, siete preguntas para la identificación de residentes habituales y personas que conforman el hogar principal, y, por último, ocho ítems para el control del cuestionario en papel.

#### II. Vivienda y servicios

Está constituida por veintisiete preguntas, con el fin de conocer las características de las viviendas, su equipamiento y la suscripción a servicios de televisión por cable o satélite, de internet residencial y de periódicos impresos.

#### III. Registro de personas del hogar principal

Esta sección está destinada a elaborar una lista de las personas residentes habituales del hogar principal. Se caracteriza su parentesco con el jefe o jefa del hogar, además del sexo y los años cumplidos, con el objetivo de seleccionar a las personas y realizar las entrevistas individuales.

#### IV. Características sociodemográficas

Esta sección consta de diez preguntas solo para las personas seleccionadas en cada vivienda. Estas se escogieron mediante un procedimiento aleatorio conocido como tabla de Kish, con el cual se elige al menos una persona de 12 años y más del hogar principal; y si en el hogar residen una o varias personas de 5 a 11 años, también se selecciona una y se le aplican ocho preguntas de las diez que conforman esta sección.

## 2. Módulo de personas de 12 años y más

Está compuesto por once secciones:

### V. Audiovisuales

Esta sección consta de sesenta y cuatro preguntas sobre audiovisuales, que incluyen radio, televisión, videos, cine, videojuegos y juegos en dispositivos. Se consulta la cantidad de días en los cuales la persona realiza cada actividad, la razón por la que no lo hace, tipos de audiovisuales, formas de acceso (compra, alquiler y otras), montos del gasto en productos y servicios audiovisuales para el hogar y para otros hogares, y consumo de audiovisuales nacionales. Adicionalmente, se consulta por suscripciones en línea relacionadas.

### VI. Música

Con veintinueve preguntas, se indaga acerca de música grabada, conciertos y presentaciones de música en vivo. Se pregunta información sobre frecuencia, tipo de música, dispositivos utilizados para escuchar música grabada, formas de adquirir la música, montos del gasto en música grabada, entre otros temas. Para conciertos y presentaciones de música en vivo, se consulta por la cantidad de veces al año que asiste y la compra de entradas para el hogar y personas de otros hogares. Tanto para música grabada como en vivo, se consulta por razones para no escucharla o para no asistir a estos eventos, consumo de música de artistas costarricenses y suscripciones en línea relacionadas.

### VII. Publicaciones

Por medio de cuarenta preguntas, a las personas que saben leer y escribir se les consulta sobre libros, periódicos y revistas que se leen en formato impreso, digital o en línea. En los casos de quienes no leen publicaciones, se pregunta la razón. Además, se indaga por la frecuencia de lectura, cantidad y tipo de publicaciones leídas, la compra y monto de los libros, periódicos y revistas para personas del hogar y de otros hogares, y, si son de producción nacional, se pregunta por el nombre de los autores o autoras costarricenses, o bien, el título de la publicación leída.

### VIII. Tradiciones costarricenses

Se indaga sobre tradiciones costarricenses que la persona entrevistada conozca o recuerde, como comida, música y leyendas, por ejemplo. Este tema abarca siete preguntas, entre las cuales se incluye una consulta sobre consumo y preparación de platillos de comida costarricense.

### IX. Asistencia a espacios culturales

En la novena sección, se encuentran veintiséis preguntas sobre la asistencia en los últimos 12 meses a espacios culturales del país, entre ellos bibliotecas, museos, galerías de arte, salas de exposición y parques nacionales. Se consulta también la razón por la que no asistió, el tipo de biblioteca al que fue, la compra y monto de las entradas y de recuerdos, suvenires y otros productos relacionados, para el hogar y para personas de otro hogar.

### X. Asistencia a actividades culturales

Con veinticinco preguntas se aborda si las personas asistieron o no a actividades culturales, como fiestas patronales, presentaciones de teatro, de circo, entre otras. Se consulta la cantidad de veces que la persona asistió, la razón por la cual no asistió, la compra de artesanías, pinturas, esculturas y de otros productos culturales, cuántas entradas compró para el hogar y para personas fuera del hogar y cuánto pagó.

### XI. Prácticas culturales

Con una serie de preguntas se indaga sobre catorce prácticas que se realizan para recreación, afición o desarrollo personal, ya sea que se hagan de forma individual o grupal. Por lo general, son actividades no remuneradas y de carácter no profesional. Además, para cada práctica efectuada, se consulta por los gastos en que incurrió y el uso de internet, así como por la inversión para que las realicen otras personas del mismo hogar y de otro hogar.

### XII. Formación artística (no formal)

Se consulta sobre la asistencia de la población entrevistada a catorce cursos, clases o talleres relacionados con formación artística, impartidos

por personas o instituciones sin recibir un título formalmente reconocido. También se pregunta por el gasto efectuado, el lugar adonde asistió al curso, el uso de internet para su aprendizaje, y la inversión para que se formen personas del mismo hogar u otro hogar.

### XIII. Actividades lúdicas

Para varios tipos de actividades lúdicas (relacionadas con juegos), se recopila información por medio de seis preguntas referidas específicamente a diversos juegos y juguetes. Los temas contemplados son: contar recuerdos bonitos o historias graciosas, juegos de mesa, juegos tradicionales, jugar mejenga, entre otros. Para cada actividad efectuada, se pregunta con quién o quiénes la realizó. Además, se consulta sobre el monto invertido para que las llevaran a cabo personas del hogar y de otro hogar.

### XIV. Dispositivos tecnológicos e internet

Con veintidós preguntas, se profundiza en el uso del teléfono celular, computadora e internet para acceder a productos y a actividades culturales, las razones por las que no se utilizan estos dispositivos, así como las formas de acceder a ellos. Para el caso específico de internet, se pregunta por frecuencia, lugar de uso y el tiempo promedio destinado a determinadas actividades culturales.

### XV. Condición de actividad

Finalmente, con once preguntas se investiga sobre la ocupación principal y, si la tuviera, la ocupación secundaria o adicional, con el fin de caracterizar con mayor detalle a las personas de 12 años y más.

## Gasto de la población en cultura

De manera transversal, en nueve secciones del cuestionario para personas de 12 años y más (dentro del número de preguntas ya descritas) se indaga sobre el gasto que realiza la población en cultura. En total, se formulan noventa preguntas relacionadas con esta temática, distribuidas de la siguiente manera: veintitrés en la sección de audiovisuales, catorce en música, trece en publicaciones, doce en asistencia a

espacios culturales, nueve en asistencia a actividades culturales, cinco en prácticas culturales, cinco en formación artística, tres en actividades lúdicas y cinco en dispositivos tecnológicos e internet.

## 3. Módulo para personas de 5 a 11 años

El módulo para personas de 5 a 11 años está compuesto por las secciones de audiovisuales, música, publicaciones, tradiciones costarricenses, asistencia a espacios y a actividades culturales, prácticas culturales, formación artística, actividades lúdicas y dispositivos tecnológicos e internet.

Por razones de edad, en esta población se realizan solo algunas preguntas del módulo para personas de 12 años y más, y se excluyen en su totalidad las preguntas referentes a producción nacional, gasto y algunas preferencias.

### 3.3 Diseño de la recolección

Como parte de las labores previas a la recolección de la información, del 3 al 7 de octubre de 2016 se capacitó al personal supervisor y del 10 al 14 de octubre de 2016 al personal entrevistador.

El operativo de campo se inició el 18 de octubre y concluyó el 14 de diciembre de 2016. En total, se conformaron dieciséis grupos de trabajo de campo y tres grupos de supervisión general. Se contó con cuarenta y ocho personas entrevistadoras, así como con 19 operadores de equipo móvil.

En este sentido, los equipos de trabajo incluían a un operador de equipo móvil, una persona supervisora y 3 personas entrevistadoras. La información se recolectó simultáneamente en todo el territorio nacional. En el cuadro 3.3, se muestran las tasas de respuesta por zona y región de planificación.



CUADRO 3.3

**Tasa de respuesta de la ENC 2016 según zona y región de planificación**

Zona y región de planificación	Tasa de respuesta		
	Personas de 5 a 11 años	Personas de 12 años y más	Total
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>93</b>	<b>94</b>
<b>Zona</b>			
Urbana	96	92	93
Rural	98	95	95
<b>Región de planificación</b>			
Central	96	93	93
Chorotega	93	90	91
Pacífico Central	97	98	97
Brunca	100	99	99
Huetar Caribe	97	92	93
Huetar Norte	97	91	92

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.



## **4.** Principales resultados

---



## 4. Principales resultados

### 4.1 Características de las viviendas y las personas

En este apartado, se detallan los principales resultados en cuanto al equipamiento y tenencia de dispositivos en las viviendas. Además, se muestran algunas características sociodemográficas generales de la población del país.

#### 4.1.1 Viviendas y tenencia de dispositivos

Según la ENC, el 72,2 % de las viviendas del país se ubican en la zona urbana y el 27,8 % en la rural (cuadro 4.1).

En relación con el equipamiento y dispositivos de la vivienda, más del 50,0% posee al menos una línea celular (95,0%), televisor de plasma (69,1%), radio o equipo de sonido (65,8 %) y televisor convencional (56,0 %). En todos los casos, existe una mayor prevalencia en las viviendas de la zona urbana respecto a las rurales.

CUADRO 4.1

**Costa Rica: Porcentaje de viviendas que poseen diferentes equipamientos y dispositivos por zona, octubre - diciembre 2016**

Equipamientos y dispositivos	Total de viviendas	Zona	
		Urbana	Rural
<b>Costa Rica</b>	<b>1 485 728</b>	<b>1 072 790</b>	<b>412 938</b>
Teléfono celular	95,0	95,7	93,3
Televisor de plasma	69,1	73,8	56,8
Radio o equipo de sonido	65,8	69,5	56,5
Televisor convencional	56,0	57,7	51,4
Reproductores de video	40,6	44,8	29,5
Computadora portátil	40,1	45,5	26,0
Teléfono residencial	39,6	46,5	21,8
Tablet	26,1	30,5	14,7
Instrumentos musicales	23,7	26,4	16,6
Computadora de escritorio	20,2	24,9	7,9
Consolas para videojuegos	17,8	21,6	8,0
Cámaras fotográficas	14,9	18,1	6,3
Reproductores de música para CD	11,4	13,8	5,0
Reproductores digitales de música o video	8,2	10,4	2,5
Cámaras de video	5,8	7,4	1,8

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

El cuadro 4.2 señala que en Costa Rica el 69,0% de las viviendas tienen servicio de televisión por cable o satélite. Ese indicador representa el 74,3 % para el total de zona urbana y el 55,0 % para la zona rural.

También, se aprecia una brecha en la tenencia de internet residencial. El 36,5 % de las viviendas en el ámbito nacional cuenta con este servicio, pero para el total de la zona urbana llega al 45,5 % de las viviendas mientras en la zona rural alcanza el 13,1 %.

La suscripción a periódico impreso se presenta en el 4,6 % de las viviendas, y es un servicio mayormente urbano.

CUADRO 4.2

**Costa Rica: Porcentaje de viviendas con acceso a servicios por zona, octubre - diciembre 2016**

Servicios	Total de viviendas	Zona	
		Urbana	Rural
<b>Costa Rica</b>	<b>1 485 728</b>	<b>1 072 790</b>	<b>412 938</b>
Televisión por cable o satélite	69,0	74,3	55,0
Internet residencial	36,5	45,5	13,1
Suscripción a periódico impreso	4,6	6,1	0,6

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

#### 4.1.2 Personas

El 73,0 % de la población de 5 años y más reside en zonas urbanas y el 27,0% en las rurales. El 62,6% vive en la región Central, seguida por la Huetar Caribe con el 8,9 %. Las que tienen menor peso relativo de la población son la Brunca con el 7,3 % y la Pacífico Central con el 5,8 %, como se constata en el cuadro 4.3.

En términos etarios, la población se concentra entre los 18 y 64 años (69,9 %). Además, el 8,3 % tiene 65 años y más. Por otra parte, se observa que el 53,3 % de la población tiene al menos un año de secundaria o más.

CUADRO 4.3

**Costa Rica: Población de 5 años y más según zona, región de planificación, sexo, nacionalidad, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre - diciembre 2016**

Zona, región de planificación, sexo, nacionalidad, grupo de edad y nivel de instrucción	Total de personas	Porcentaje
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>100,0</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	3 313 178	73,0
Rural	1 225 402	27,0
<b>Región de planificación</b>		
Central	2 841 436	62,6
Chorotega	341 866	7,5
Pacífico Central	262 614	5,8
Brunca	331 306	7,3
Huetar Caribe	401 690	8,9
Huetar Norte	359 668	7,9
<b>Sexo</b>		
Hombres	2 287 306	50,4
Mujeres	2 251 274	49,6
<b>Nacionalidad</b>		
Costarricense	4 168 370	91,8
Extranjero(a)	370 210	8,2
<b>Grupo de edad</b>		
De 5 a 11 años	515 577	11,4
De 12 a 17 años	469 827	10,4
De 18 a 35 años	1 558 485	34,3
De 36 a 64 años	1 617 016	35,6
De 65 años y más	377 675	8,3
<b>Nivel de instrucción</b>		
Sin instrucción	321 839	7,1
Primaria <sup>1/</sup>	1 797 275	39,6
Secundaria <sup>1/</sup>	1 587 772	35,0
Superior <sup>1/</sup>	831 694	18,3

1/ Incompleta y completa.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

## 4.2 Audiovisuales

Seguidamente, se presentan los principales resultados sobre el consumo de audiovisuales en la población costarricense. Se incluye el uso de radio, televisión, videos, cine, videojuegos y juegos en dispositivos. La información se analiza a escala nacional, por zonas urbana y rural, región de planificación y sexo. En algunos casos se adicionan datos propios de la temática.

### 4.2.1 Radio

En el ámbito nacional, el 57,3 % de la población de 5 años y más escucha radio al menos un día por semana, como se observa en el cuadro 4.4. En la zona urbana, el 60,5 % de las personas realizan esta actividad, y en la rural el 48,8 %. En promedio nacional, las personas oyen radio 5,7 días a la semana.

CUADRO 4.4

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que escucha radio y el promedio de días que escucha, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016

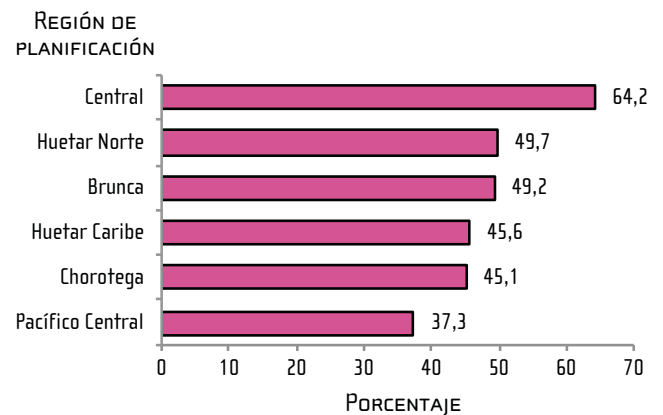
Zona y sexo	Total de personas	Escucha	Promedio en los últimos 7 días
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>57,3</b>	<b>5,7</b>
<b>Zona</b>			
Urbana	3 313 178	60,5	5,8
Rural	1 225 402	48,8	5,5
<b>Sexo</b>			
Hombres	2 287 306	58,0	5,7
Mujeres	2 251 274	56,6	5,8

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Por región de planificación (gráfico 4.1), se encuentra que en las personas de la región Central es más común escuchar radio, pues lo hace el 64,2 % de sus habitantes, cuando en la Pacífico Central es menos frecuente, con el 37,3 %.

GRÁFICO 4.1

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que escucha radio por región de planificación, octubre - diciembre 2016



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En Costa Rica, el 39,9 % de las personas de 5 años y más escuchan radio todos los días de la semana, con más frecuencia en la zona urbana (43,4 %) y con pocas diferencias entre hombres (39,8 %) y mujeres (40,1 %), como se aprecia en el cuadro 4.5. Además, el 17,4 % de la población nacional escucha radio seis días o menos a la semana y el 42,7 % no realiza esta actividad cultural.

CUADRO 4.5

Costa Rica: Población de 5 años y más que escucha radio por cantidad de días, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016 (Valores relativos)

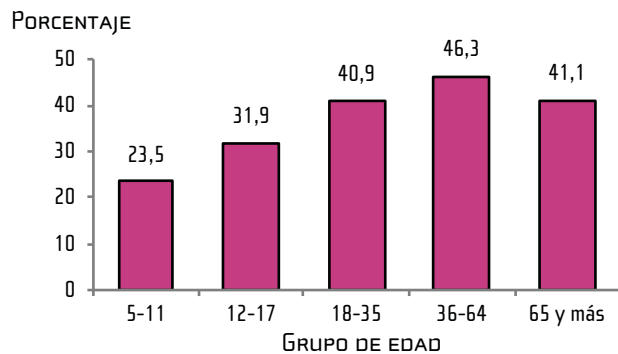
Zona y sexo	Total de personas	Cantidad de días			
		Total	Ningún día	De 1 a 6 días	7 días
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>100,0</b>	<b>42,7</b>	<b>17,4</b>	<b>39,9</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	3 313 178	100,0	39,5	17,1	43,4
Rural	1 225 402	100,0	51,2	18,1	30,7
<b>Sexo</b>					
Hombres	2 287 306	100,0	42,0	18,2	39,8
Mujeres	2 251 274	100,0	43,4	16,5	40,1

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizar por grupo de edad quiénes escuchan radio todos los días de la semana (gráfico 4.2), el 46,3 % de quienes tienen entre 36 y 64 años realizan esta actividad cultural, mientras en las personas de 5 a 11 años es de 23,5 %.

GRÁFICO 4.2

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que escucha radio todos los días de la semana por grupo de edad, octubre - diciembre 2016**



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En el cuadro 4.6 se presentan los cuatro principales tipos de programas escuchados por la población de 12 años y más en el país. Las transmisiones musicales tienen mayor prevalencia (85,5 %), en tanto los programas de deportes ocupan el cuarto puesto, con el 11,1 %. En este último tipo de programa, los porcentajes para las zonas urbana y rural son del 12,1 % y el 7,7 %, respectivamente.

En el análisis por sexo, las transmisiones musicales no indican diferencias entre los gustos de hombres y mujeres. Sin embargo, las noticias son escuchadas por el 19,8 % de los hombres y por el 11,7 % de las mujeres. Dentro de los espacios radiofónicos más escuchados por las mujeres están los religiosos, con el 17,3 %, en contraposición al 8,5 % de los hombres. Estas cifras se invierten cuando se trata de los programas deportivos, pues los escuchan el 3,3 % de las mujeres y el 18,5 % de los hombres.

CUADRO 4.6

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que escucha radio por tipos de programación más escuchada, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Tipos de programación que más se escucha <sup>1/</sup>			
		Musicales	Noticias	Religiosos	Deportes
<b>Costa Rica</b>	<b>2 380 925</b>	<b>85,5</b>	<b>15,8</b>	<b>12,8</b>	<b>11,1</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	1 839 284	85,9	16,1	12,6	12,1
Rural	541 641	84,2	15,1	13,5	7,7
<b>Sexo</b>					
Hombres	1 220 612	85,5	19,8	8,5	18,5
Mujeres	1 160 313	85,5	11,7	17,3	3,3

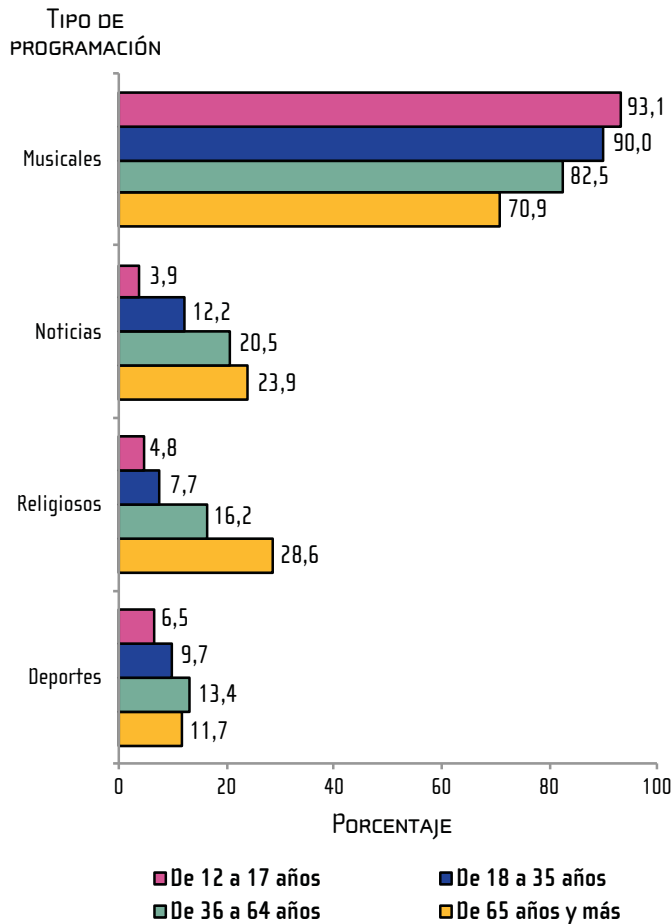
1/ Una misma persona puede escuchar más de un tipo de programación, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Con respecto a los principales programas escuchados en la radio por grupo de edad, la población más joven se inclina por las transmisiones musicales (gráfico 4.3), el 93,1 % de las personas de 12 a 17 años tiene esa preferencia. En el grupo de 65 años y más es el 70,9 %. Conforme aumenta la edad, se escuchan con mayor frecuencia los programas religiosos y de noticias.

GRÁFICO 4.3

Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que escucha radio por los tipos de programación más escuchada<sup>1/</sup>, según grupo de edad, octubre - diciembre 2016



1/ Una misma persona puede escuchar más de un tipo de programación, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.  
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Para escuchar radio, el 60,5 % de las personas de 12 años y más (cuadro 4.7) utilizan el radio o equipo de sonido, el 18,4% el radio del carro y el 17,8 % el celular. En la zona rural, el radio o equipo de sonido obtiene un porcentaje relevante, pues es utilizado por el 69,0 % de los habitantes radioescuchas. En esa zona no tiene tanto peso relativo el radio del carro, que alcanza el 10,6 %, a diferencia del valor en la zona urbana, con el 20,6 %.

El 25,0 % de los hombres utilizan el radio del carro, y en el caso de las mujeres es el 11,3 %. Sin embargo, son ellas quienes más utilizan el radio o equipo de sonido, con el 70,1 %. Los “otros dispositivos”, tanto

por zona como por sexo, presentan un peso relativo similar, cuyo indicador nacional es el 3,3 %.

CUADRO 4.7

Costa Rica: Población de 12 años y más que escucha radio por tipo de dispositivo utilizado, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Dispositivos				
		Radio o equipo de sonido	Radio del carro	Celular	Otros <sup>1/</sup>	
<b>Costa Rica</b>	<b>2 380 925</b>	<b>100,0</b>	<b>60,5</b>	<b>18,4</b>	<b>17,8</b>	<b>3,3</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	1 839 284	100,0	58,0	20,6	18,1	3,3
Rural	541 641	100,0	69,0	10,6	17,1	3,3
<b>Sexo</b>						
Hombre	1 220 612	100,0	51,4	25,0	20,1	3,5
Mujeres	1 160 313	100,0	70,1	11,3	15,5	3,1

1/ Incluye los siguientes dispositivos: televisor, computadora, tablet, reproductores de música digital (ipod, MP3/4) y otros.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

De las personas de 12 años y más que escuchan radio, el 32,0 % de esta población indica escuchar música costarricense por este medio. Por zona, las personas de la urbana son las que escuchan este tipo de música en una mayor proporción, con el 32,7 % como se muestra en el cuadro 4.8. El 31,7 % de hombres señalan escuchar música costarricense en radio y el 32,4 % de las mujeres.

CUADRO 4.8

Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que escucha música costarricense en radio, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016

Zona y sexo	Total de personas	Escucha
<b>Costa Rica</b>	<b>2 380 925</b>	<b>32,0</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	1 839 284	32,7
Rural	541 641	29,9
<b>Sexo</b>		
Hombres	1 220 612	31,7
Mujeres	1 160 313	32,4

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.



De la población de 12 años y más que no escucha radio (cuadro 4.9), el 32,7% aduce que no lo hace por desinterés o porque no le gusta, el 25,7% por no tener radio o dispositivo, el 23,8% por falta de tiempo y el 17,8% por otros motivos. Las personas de zona rural mencionan como principal motivo no tener radio o dispositivo (41,0%).

CUADRO 4.9

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no escucha radio por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**  
(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que no escucha radio				
		Total	Desinterés o no le gusta	No tiene radio o dispositivo	Falta de tiempo	Otros <sup>1/</sup>
Costa Rica	1 642 078	100,0	32,7	25,7	23,8	17,8
<b>Zona</b>						
Urbana	1 115 863	100,0	35,8	18,4	25,0	20,8
Rural	526 215	100,0	26,4	41,0	21,3	11,3
<b>Sexo</b>						
Hombre	802 148	100,0	32,6	21,9	27,0	18,5
Mujeres	839 930	100,0	33,0	29,2	20,7	17,1

1/ Incluye los siguientes motivos: tiene otras preferencias, problemas de salud o discapacidad, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

## 4.2.2 Televisión

El 92,4% de quienes tienen 5 años y más ven televisión, como se aprecia en el cuadro 4.10. Esta práctica es más frecuente en las personas de la zona urbana que en las de la zona rural. Las personas ven televisión, en promedio, 6,5 días por semana.

De la población de 5 años y más, el 80,0% ve televisión todos los días de la semana y el 12,4% de quienes acostumbra a realizar esta práctica la ven de uno a seis días (cuadro 4.11). Por zona y sexo, la tendencia es similar a lo expuesto en el ámbito nacional.

CUADRO 4.10

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que ve televisión y el promedio de días que ve, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Ve	Promedio en los últimos 7 días
Costa Rica	4 538 580	92,4	6,5
<b>Zona</b>			
Urbana	3 313 178	93,0	6,5
Rural	1 225 402	90,7	6,5
<b>Sexo</b>			
Hombres	2 287 306	92,5	6,5
Mujeres	2 251 274	92,2	6,5

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

CUADRO 4.11

**Costa Rica: Población de 5 años y más que ve televisión por cantidad de días, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**  
(Valores relativos)

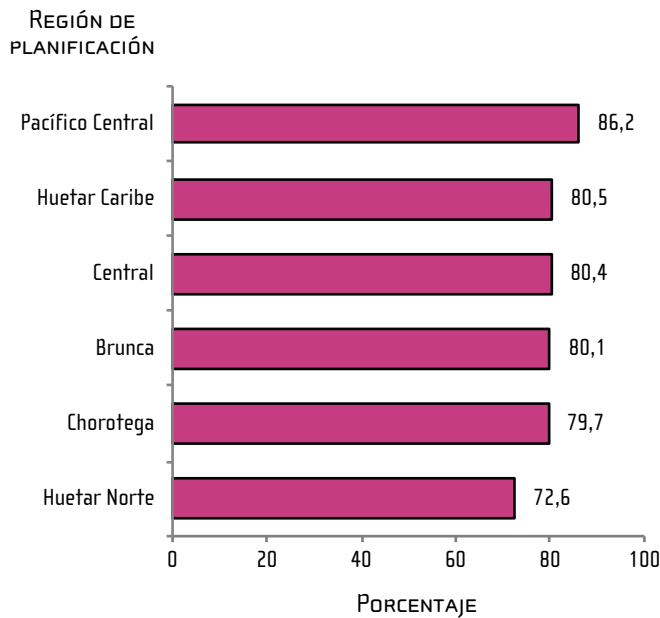
Zona y sexo	Total de personas	Cantidad de días			
		Total	Ningún día	1 a 6 días	7 días
Costa Rica	4 538 580	100,0	7,6	12,4	80,0
<b>Zona</b>					
Urbana	3 313 178	100,0	7,0	12,5	80,5
Rural	1 225 402	100,0	9,3	12,0	78,7
<b>Sexo</b>					
Hombres	2 287 306	100,0	7,5	12,5	80,0
Mujeres	2 251 274	100,0	7,8	12,3	79,9

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En la región Pacífico Central, el 86,2% de sus habitantes de 5 años y más ve televisión todos los días de la semana, seguida por la Huetar Caribe con el 80,5% (gráfico 4.4). Por el contrario, la región Chorotega y la Huetar Norte obtienen los porcentajes más bajos, con 79,7% y 72,6%, respectivamente.

GRÁFICO 4.4

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que ve televisión todos los días de la semana por región de planificación, octubre - diciembre 2016**



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

De los principales tipos de programación, el 72,8% de quienes tienen 12 años y más ven noticieros, seguidos por películas con el 27,4%, como se comprueba en el cuadro 4.12. También se destacan los programas deportivos, reportados por el 23,2%, y las telenovelas por el 22,7%. En el caso de los noticieros, estos poseen un peso relativo mayor en la población de la zona rural, por cuanto son vistos por el 77,8%, seguidos por las telenovelas y los programas deportivos (30,8% y 26,1%, respectivamente).

Al analizarlos por sexo, los programas de deportes son preferidos por el 39,0% de los hombres, pero solo por el 7,1% de las mujeres. Una situación contraria sucede en el caso de las telenovelas, pues son de relevancia para el 10,7% de los hombres y el 34,8% de las mujeres (cuadro 4.12).

Respecto a la programación de producción nacional, el 89,5% de las personas de 12 años y más que ven televisión prefieren los noticieros costarricenses, seguidos por el fútbol costarricense (63,6%) y, por

último, los programas de producción nacional (59,0%). Al analizar estos programas por sexo, se muestra que los noticieros costarricenses son vistos por un 90,2% de los hombres y un 88,9% de las mujeres. Asimismo, son los hombres los que ven en una mayor proporción fútbol costarricense con respecto a las mujeres, 77,2% y 49,8%, respectivamente. Los programas de producción nacional son vistos por 56,4% de los hombres mientras que en las mujeres es el 61,7%, tal como se muestra en el cuadro 4.13.

CUADRO 4.12

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que ve televisión por tipos de programas más vistos, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Tipos de programas más vistos <sup>1/</sup>			
		Noticieros	Películas	Deportivos	Telenovelas
<b>Costa Rica</b>	<b>3 694 391</b>	<b>72,8</b>	<b>27,4</b>	<b>23,2</b>	<b>22,7</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	2 731 713	71,0	29,1	22,2	19,8
Rural	962 678	77,8	22,8	26,1	30,8
<b>Sexo</b>					
Hombres	1 861 831	71,6	32,1	39,0	10,7
Mujeres	1 832 560	73,9	22,6	7,1	34,8

1/ Una misma persona puede ver más de un tipo de programas, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.  
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

CUADRO 4.13

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que ve programas nacionales de televisión por tipo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Tipos de programas <sup>1/</sup>		
		Noticieros costarricenses	Fútbol costarricense	Programas de producción nacional
<b>Costa Rica</b>	<b>3 694 391</b>	<b>89,5</b>	<b>63,6</b>	<b>59,0</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	2 731 713	89,2	64,5	60,8
Rural	962 678	90,5	61,0	54,0
<b>Sexo</b>				
Hombres	1 861 831	90,2	77,2	56,4
Mujeres	1 832 560	88,9	49,8	61,7

1/ Una misma persona puede ver más de un tipo de programas, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizar los dispositivos utilizados por los residentes habituales de 12 años y más para ver televisión, el 98,4 % lo hace por medio del televisor y el restante 1,6 % por otros aparatos.

De las 328 612 personas de 12 años y más que no ven televisión (cuadro 4.14), el 32,9 % aduce no hacerlo por falta de tiempo, el 23,5 % por no poseer televisor u otro dispositivo y el 23,1 % por desinterés o porque no le gusta. En la zona rural, el 43,0 % de quienes no realizan esta actividad cultural indican como principal motivo no tener dispositivo, mientras en la zona urbana el 35,6 % de las personas argumenta la falta de tiempo.

CUADRO 4.14

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no ve televisión por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016 (Valores relativos)**

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que no ve televisión				
		Total	Falta de tiempo	No tiene dispositivo	Desinterés o no le gusta	Otros <sup>1/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>328 612</b>	<b>100,0</b>	<b>32,9</b>	<b>23,5</b>	<b>23,1</b>	<b>20,5</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	223 434	100,0	35,6	14,4	26,4	23,6
Rural	105 178	100,0	27,0	43,0	16,0	14,0
<b>Sexo</b>						
Hombre	160 929	100,0	27,8	26,5	23,2	22,5
Mujeres	167 683	100,0	37,7	20,7	23,0	18,6

1/ Incluye los siguientes motivos: tiene otras preferencias, problemas de salud o discapacidad, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

### 4.2.3 Videos

Los videos musicales, de películas o de series son vistos por el 34,1 % de la población de 5 años y más. En la zona urbana el 38,2 % de las personas realizan esta actividad, y en la rural el 23,0%. Estos videos son vistos por el 35,6 % de los hombres y el 32,5 % de las mujeres (cuadro 4.15).

Las personas que ven videos musicales, de películas o de series lo hacen 14,8 días en promedio al mes. Aunque las mujeres los ven en un menor porcentaje con respecto a los hombres, ellas acostumbran efectuar esta actividad en una mayor cantidad de días en promedio al mes.

CUADRO 4.15

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que ve videos musicales, de películas o de series y el promedio de días que ve, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Ve	Promedio en los últimos 30 días
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>34,1</b>	<b>14,8</b>
<b>Zona</b>			
Urbana	3 313 178	38,2	15,1
Rural	1 225 402	23,0	13,2
<b>Sexo</b>			
Hombres	2 287 306	35,6	14,6
Mujeres	2 251 274	32,5	15,0

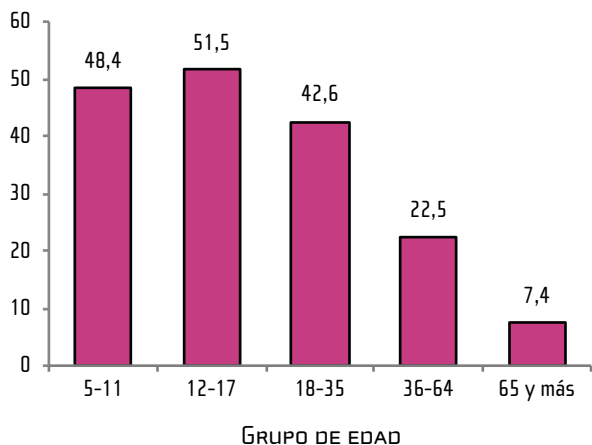
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Como se observa en el gráfico 4.5, más de la mitad de las personas de 12 a 17 años ven videos musicales, de películas o de series al menos un día al mes (51,5 %), seguidas por las del grupo de 5 a 11 años con un 48,4 %. La situación es distinta en los grupos de mayores edades, ya que solo un 7,4 % de quienes tienen 65 años y más realizan esta actividad.

GRÁFICO 4.5

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que ve videos musicales, de películas o de series por grupo de edad, octubre - diciembre 2016

PORCENTAJE



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Del total de la población de 5 años y más, en el ámbito nacional el 9,2 % ve videos musicales, de películas o de series todos los días del mes (cuadro 4.16). Este comportamiento es mayor en la zona urbana que en la rural. El 16,5 % consume estos videos 15 días al mes o más, lo cual corresponde al 19,2% de las personas de la zona urbana y al 9,4 % en la rural.

CUADRO 4.16

Costa Rica: Población de 5 años y más que ve videos musicales, de películas o de series por cantidad de días, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016 (Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Cantidad de días				
		Total	Ningún día	De 1 a 14 días	De 15 a 29 días	30 días
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>100,0</b>	<b>65,9</b>	<b>17,6</b>	<b>7,3</b>	<b>9,2</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	3 313 178	100,0	61,8	19,0	8,5	10,7
Rural	1 225 402	100,0	77,0	13,6	4,0	5,4
<b>Sexo</b>						
Hombres	2 287 306	100,0	64,4	18,3	8,0	9,3
Mujeres	2 251 274	100,0	67,5	16,8	6,5	9,2

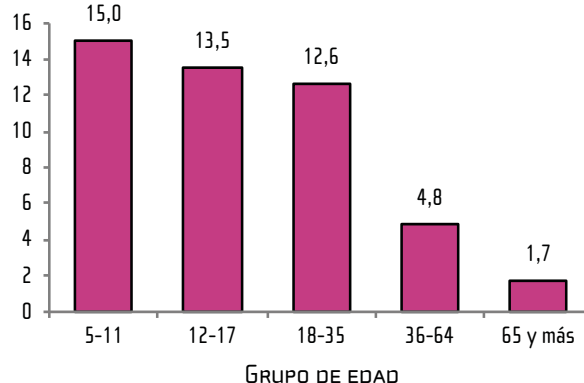
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizar por grupo de edad, las personas que todos los días del mes ven videos musicales, de películas o de series, se concluye que a mayor edad disminuye el porcentaje de personas que los ven, como se detalla en el gráfico 4.6. El 1,7 % de las personas de 65 años y más ven videos todos los días, en tanto en los niños y niñas de 5 a 11 años es el 15,0 %.

GRÁFICO 4.6

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que ve videos musicales, de películas o de series todos los días del mes por grupo de edad, octubre - diciembre 2016

PORCENTAJE



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En cuanto a los principales tipos de videos musicales, de películas o de series que ve la población de 12 años y más, predominan los musicales con el 34,7 % (cuadro 4.17), los de acción con el 33,4 % y los de humor o comedia con el 24,2 %. En la zona rural y en las mujeres es más alto el porcentaje de personas que ven videos musicales, respecto al valor del país (36,0 % y 36,6 %, respectivamente). Asimismo, sobresale la preferencia de los hombres por los videos de acción (44,5 %), a diferencia de las mujeres (20,9 %).

CUADRO 4.17

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que ve videos musicales, de películas o de series por tipos de videos más vistos, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Tipos de videos más vistos <sup>1/</sup>		
		Musicales	Acción	Humor o comedia
<b>Costa Rica</b>	<b>1 297 256</b>	<b>34,7</b>	<b>33,4</b>	<b>24,2</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	1 071 937	34,5	33,7	24,5
Rural	225 319	36,0	31,8	22,6
<b>Sexo</b>				
Hombres	687 414	33,1	44,5	24,6
Mujeres	609 842	36,6	20,9	23,7

1/ Una misma persona puede ver más de un tipo de video, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

El celular es el dispositivo más utilizado para ver videos musicales, de películas o de series en Costa Rica (34,3 %), seguido por el televisor (30,8 %), la computadora (21,7 %) y otros dispositivos (13,2 %). Por zona, se mantiene la tendencia nacional; no obstante, en la zona rural tiene mayor peso relativo el celular (41,6 %), como se muestra en el cuadro 4.18.

CUADRO 4.18

**Costa Rica: Población de 12 años y más que ve videos musicales, de películas o de series por tipo de dispositivo utilizado, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**  
(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Dispositivos				
		Total	Celular	Televisor	Computadora	Otros <sup>1/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>1 297 256</b>	<b>100,0</b>	<b>34,3</b>	<b>30,8</b>	<b>21,7</b>	<b>13,2</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	1 071 937	100,0	32,7	32,5	22,1	12,7
Rural	225 319	100,0	41,6	23,1	19,7	15,6
<b>Sexo</b>						
Hombres	687 414	100,0	32,1	31,1	23,5	13,3
Mujeres	609 842	100,0	36,7	30,5	19,6	13,2

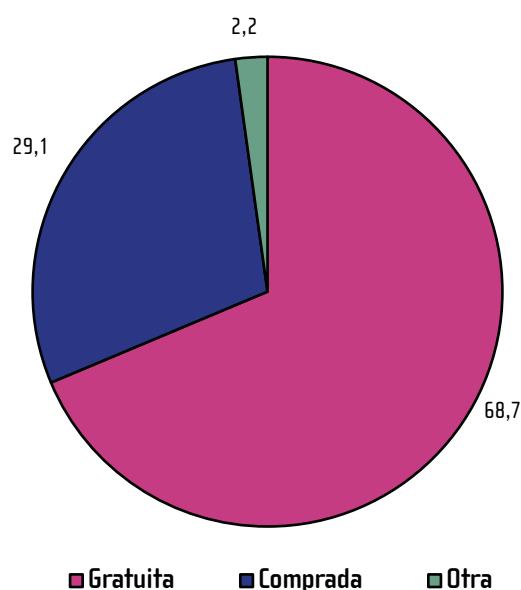
1/ Incluye los siguientes dispositivos: reproductores de CD, DVD, Blu-Ray o similares, tablet, reproductores de música digital (pod, MP3/4), otros.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Los videos musicales, de películas o de series son accedidos principalmente en el 68,7 % de manera gratuita y en el 29,1 % con algún tipo de pago (gráfico 4.7).

GRÁFICO 4.7

**Costa Rica: Distribución porcentual de la población de 12 años y más que ve videos musicales, de películas o de series por formas de acceso, octubre - diciembre 2016**



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

El 23,6 % de las personas de 12 años y más ven videos musicales, de películas, de series no transmitidos en programación de televisión de producción nacional. Al analizarlo por zona, este porcentaje es mayor en las personas de la zona rural (26,6 %), y por sexo, en los hombres (25,5 %), como se expone en el cuadro 4.19.

CUADRO 4.19

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años más que ve videos nacionales de música, de películas o de series, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Ve
<b>Costa Rica</b>	<b>1 297 256</b>	<b>23,6</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	1 071 937	23,0
Rural	225 319	26,6
<b>Sexo</b>		
Hombres	687 414	25,5
Mujeres	609 842	21,5

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Como principal motivo por el cual no se ven videos musicales, de películas o de series prevalece el desinterés o que no le gusta (39,8%), seguido por la falta de tiempo (27,7%), no tiene equipo (18,2%) y otros motivos (14,4%) (cuadro 4.20). En la zona rural, el porcentaje de personas que no tiene equipo es 2,3 veces mayor que en la zona urbana.

CUADRO 4.20

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no ve videos musicales, de películas o de series por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre-diciembre 2016**  
(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que no ve videos				
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	No tiene equipo	Otros <sup>1/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>2 725 747</b>	<b>100,0</b>	<b>39,8</b>	<b>27,7</b>	<b>18,2</b>	<b>14,4</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	1 883 210	100,0	40,8	30,5	12,8	15,9
Rural	842 537	100,0	37,6	21,3	30,1	11,0
<b>Sexo</b>						
Hombres	1 335 346	100,0	37,5	29,9	18,0	14,6
Mujeres	1 390 401	100,0	42,0	25,5	18,3	14,2

1/ Incluye los siguientes motivos: tiene otras preferencias, falta de dinero, problemas de salud o discapacidad, sitio para conseguirlos queda lejos, otro.  
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

#### 4.2.4 Cine

Según la ENC, en Costa Rica el 35,8% de la población de 5 años y más asiste al cine. En las personas de la zona urbana este indicador es de 42,6% y en la rural es de 17,6% (cuadro 4.21). En promedio, las personas que van al cine lo hacen 5,2 veces al año, con 5,5 veces en la zona urbana y 3,5 veces en la rural. Aunque las mujeres frecuentan el cine un poco más que los hombres (36,5% y 35,2%, respectivamente), lo hacen menos veces al año, pues ellos asisten en promedio 5,5 veces y ellas 4,9 veces.

CUADRO 4.21

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste al cine y el promedio de veces que asiste, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

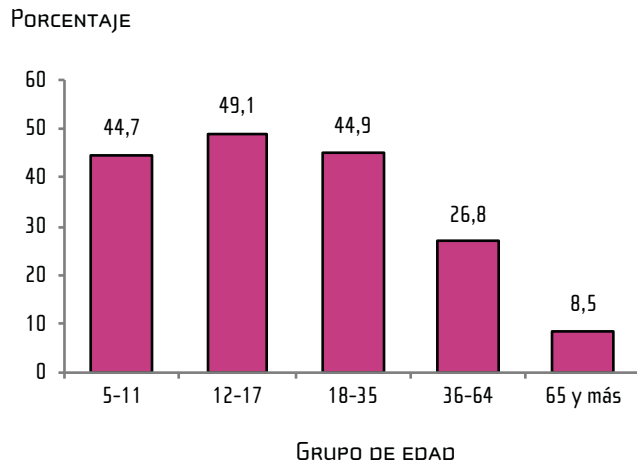
Zona y sexo	Total de personas	Asiste	Promedio de veces en los últimos 12 meses
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>35,8</b>	<b>5,2</b>
<b>Zona</b>			
Urbana	3 313 178	42,6	5,5
Rural	1 225 402	17,6	3,5
<b>Sexo</b>			
Hombres	2 287 306	35,2	5,5
Mujeres	2 251 274	36,5	4,9

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Por grupo de edad, el 49,1 % de la población de 12 a 17 años en el país asiste al cine al menos una vez al año, mientras para las personas de 65 años y más representa el 8,5 % (gráfico 4.8). Los grupos etarios de 5 a 11 años y de 18 a 35 años acuden al cine en el mismo porcentaje, un 44 %, porcentaje mayor que el del grupo de 36 a 64 años (26,8 %).

GRÁFICO 4.8

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste al cine por grupo de edad, octubre - diciembre 2016**



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Conforme a lo expuesto en el cuadro 4.22, el 20,1 % de las personas de 5 años y más asisten tres veces o más al cine al año. Por zona, en la urbana las personas asisten 3,5 veces más que en la rural; y por sexo, el porcentaje de mujeres que asisten es superior en 1 punto porcentual con respecto a los hombres.

CUADRO 4.22

**Costa Rica: Población de 5 años y más que asiste al cine por cantidad de veces, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Cantidad de veces en los últimos 12 meses			
		Total	Ninguna vez	De 1 a 2 veces	3 veces o más
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>100,0</b>	<b>64,2</b>	<b>15,7</b>	<b>20,1</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	3 313 178	100,0	57,4	17,6	25,0
Rural	1 225 402	100,0	82,3	10,7	7,0
<b>Sexo</b>					
Hombres	2 287 306	100,0	64,8	15,4	19,8
Mujeres	2 251 274	100,0	63,5	16,1	20,4

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En cuanto a los tipos de películas vistas en el cine por las personas de 12 años y más, principalmente se trata de las infantiles (39,0 %), seguidas por las de acción (37,4 %) y las de humor o comedia (22,3 %), como se indica en el cuadro 4.23. El 48,7 % de las mujeres prefieren las películas infantiles y el 50,0 % de los hombres las de acción.

CUADRO 4.23

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que asiste al cine por tipos de películas más vistas, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Tipos de películas más vistas <sup>1/</sup>		
		Infantil	Acción	Humor o comedia
<b>Costa Rica</b>	<b>1 396 560</b>	<b>39,0</b>	<b>37,4</b>	<b>22,3</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	1 218 021	38,7	38,6	22,2
Rural	178 539	40,7	29,2	23,3
<b>Sexo</b>				
Hombres	687 630	29,0	50,0	23,3
Mujeres	708 930	48,7	25,2	21,4

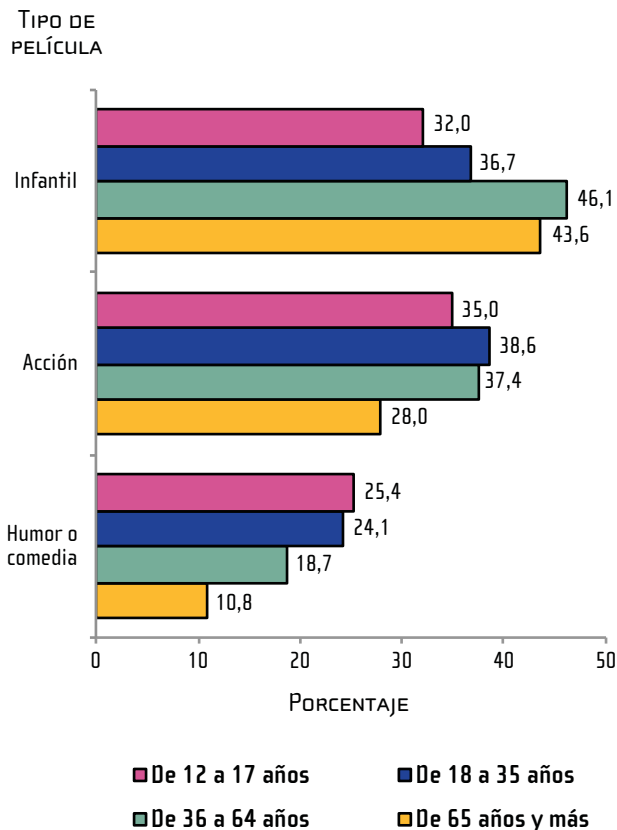
1/ Una misma persona puede ver más de un tipo de película, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizar la asistencia por tipo de películas más vistas y grupo de edad (gráfico 4.9), se encuentra que en las infantiles quienes tienen de 36 a 64 años reportan una mayor afluencia (46,1%), en las de acción es el grupo de 18 a 35 años (38,6%) y en las de humor o comedia es el grupo de 12 a 17 años (25,4%).

GRÁFICO 4.9

Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que asiste al cine por tipos de películas más vistas, según grupo de edad, octubre - diciembre 2016<sup>a/</sup>



a/ Una misma persona puede ver más de un tipo de película, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.  
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En el país, el 16,1% de las personas que frecuentan el cine han visto películas costarricenses (cuadro 4.24). Por zona, en la rural las personas ven menos películas de producción nacional que en la urbana, con 13,7% y 16,4% respectivamente.

CUADRO 4.24

Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que asiste al cine a ver películas costarricenses, según zona y sexo octubre - diciembre 2016

Zona y sexo	Total de personas	Ve
Costa Rica	1 396 560	16,1
<b>Zona</b>		
Urbana	1 218 021	16,4
Rural	178 539	13,7
<b>Sexo</b>		
Hombres	687 630	16,8
Mujeres	708 930	15,4

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.



Entre los motivos por los cuales la población de 12 años y más no acude al cine predomina, en el ámbito nacional, el desinterés o que no le gusta (31,3%), seguido por la lejanía del sitio (23,3%), la falta de tiempo (18,6%), la falta de dinero (17,2%) y otros (9,6%), como se aprecia en el cuadro 4.25.

En la zona urbana prevalece el desinterés (35,7%) y en la rural la lejanía (42,9%). Para las mujeres los motivos más notorios, luego del desinterés o que no le gusta (31,7%), son la lejanía (23,7%) y la falta de dinero (19,9%), en tanto para los hombres son el desinterés o no le gusta (31,0%), sitio para ir queda lejos (22,9%) y la falta de tiempo (22,3%).

CUADRO 4.25

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste al cine por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**  
(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que no asiste al cine					Otros <sup>1/</sup>
		Total	Desinterés o no le gusta	Sitio para ir queda lejos	Falta de tiempo	Falta de dinero	
<b>Costa Rica</b>	<b>2 626 443</b>	<b>100,0</b>	<b>31,3</b>	<b>23,3</b>	<b>18,6</b>	<b>17,2</b>	<b>9,6</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	1 737 126	100,0	35,7	13,3	21,8	17,7	11,5
Rural	889 317	100,0	22,7	42,9	12,5	16,2	5,7
<b>Sexo</b>							
Hombres	1 335 130	100,0	31,0	22,9	22,3	14,6	9,2
Mujeres	1 291 313	100,0	31,7	23,7	14,8	19,9	9,9

1/ Incluye los siguientes motivos: problemas de salud o discapacidad, tiene otras preferencias, prefiere verlas en la casa, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

### 4.2.5 Videojuegos y juegos en dispositivos

En Costa Rica el 35,3 % de la población de 5 años y más juega videojuegos, así como juegos en computadora, *tablet* o celular. En promedio, al mes juega 6,3 días, como se muestra en el cuadro 4.26.

Por zona, es más común realizar esta actividad cultural en la urbana (36,5%) que en la rural (32,1%), con una diferencia de 1,2 días más en la primera, en promedio.

Existe una gran diferencia por sexo, pues el 40,9 % de los hombres juegan, mientras en las mujeres es de 29,7%. Por días al mes, los hombres juegan 7,4 días y las mujeres 5,2 días en promedio.

CUADRO 4.26

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que juega videojuegos o juegos en dispositivos y el promedio de días que juega, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

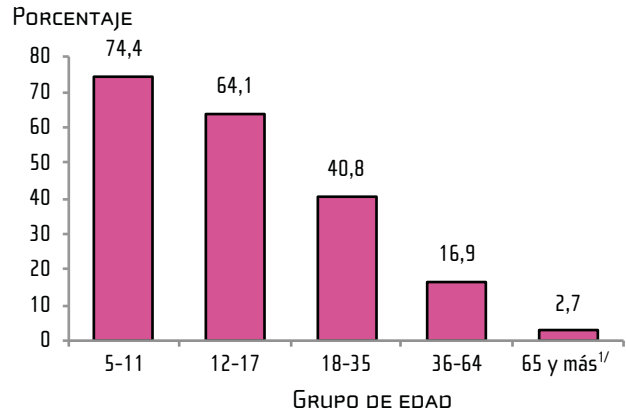
Zona y sexo	Total de personas	Juega	Promedio en los últimos 30 días
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>35,3</b>	<b>6,3</b>
<b>Zona</b>			
Urbana	3 313 178	36,5	6,6
Rural	1 225 402	32,1	5,4
<b>Sexo</b>			
Hombres	2 287 306	40,9	7,4
Mujeres	2 251 274	29,7	5,2

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

El 74,4% de las personas de 5 a 11 años juegan videojuegos, juegos en computadora, *tablet* o celular. Este porcentaje disminuye conforme aumenta la edad, hasta llegar al 2,7% en las personas de 65 años y más (gráfico 4.10).

GRÁFICO 4.10

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que juega videojuegos o juegos en dispositivos por grupo de edad, octubre - diciembre 2016**



1/ Coeficiente de variación mayor al 20 %, lo cual indica que la estimación es poco confiable y, por tanto, se debe utilizar con precaución.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizar la cantidad total de días que la población de 5 años y más juega videojuegos, juegos en computadora, *tablet* o celular, el 15,2% lo hace todos los días al mes, como se aprecia en el cuadro 4.27. Esto tiende a predominar de mayor forma en la zona urbana y en los hombres (16,3% y 17,5%, respectivamente).

CUADRO 4.27

**Costa Rica: Población de 5 años y más que juega videojuegos o juegos en dispositivos por cantidad de días, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016 (Valores relativos)**

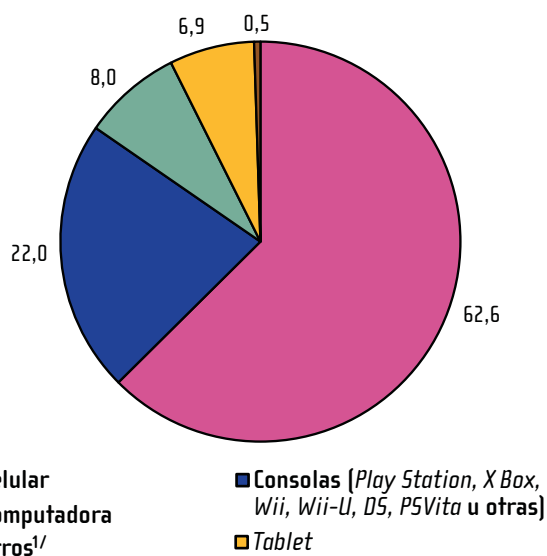
Zona y sexo	Total de personas	Cantidad de días				
		Total	No juega	De 1 a 14 días	De 15 a 29 días	30 días
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>100,0</b>	<b>64,7</b>	<b>14,6</b>	<b>5,5</b>	<b>15,2</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	3 313 178	100,0	63,5	14,6	5,6	16,3
Rural	1 225 402	100,0	67,9	14,3	5,3	12,5
<b>Sexo</b>						
Hombres	2 287 306	100,0	59,1	16,5	6,9	17,5
Mujeres	2 251 274	100,0	70,3	12,6	4,1	13,0

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En el país, entre quienes juegan videojuegos o juegos en dispositivos al menos un día al mes, el 62,6 % lo hace en el celular, el 22,0 % en consola (*Play Station, X-Box, Wii-U, DS, PSVita* u otras), el 8,0 % en computadora, el 6,9 % en *tablet* y el 0,5 % en otros dispositivos (gráfico 4.11).

GRÁFICO 4.11

Costa Rica: Distribución porcentual de la población de 12 años y más que juega videojuegos o juegos en dispositivos por tipos de dispositivos, octubre - diciembre 2016



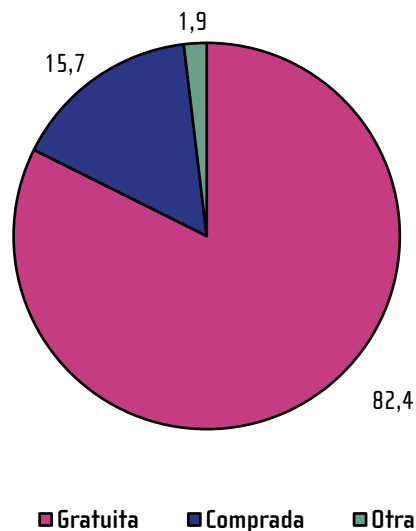
1/ Incluye máquinas de videojuegos clásicos (máquinas de Arcade) y otro.  
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Como se observa en el gráfico 4.12, en el ámbito nacional el acceso a videojuegos y juegos en dispositivos se realiza predominantemente de manera gratuita, en el 82,4 %, y comprada, en el 15,7%.

En la población total de 12 años y más que no juega videojuegos o juegos en computadora, *tablet* o celular, se encuentra que los principales motivos para no hacerlo son el desinterés o que no les gusta (68,1 %), la falta de tiempo (14,9%), no tener equipo (10,2 %) y otros motivos (6,8 %), de conformidad con el cuadro 4.28. Por su parte, en la zona rural el segundo motivo expresado por las personas es no tener equipo (17,3%), y en el caso de las mujeres, el 71,5% aduce desinterés o que no le gusta.

GRÁFICO 4.12

Costa Rica: Distribución porcentual de la población de 12 años y más que juega videojuegos o juegos en dispositivos por formas de acceso, octubre - diciembre 2016



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

CUADRO 4.28

Costa Rica: Población de 12 años y más que no juega videojuegos o juegos en dispositivos por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016 (Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que no juega videojuegos				
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	No tiene equipo	Otros <sup>1/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>2 803 615</b>	<b>100,0</b>	<b>68,1</b>	<b>14,9</b>	<b>10,2</b>	<b>6,8</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	2 019 647	100,0	69,6	16,3	7,4	6,7
Rural	783 968	100,0	64,2	11,3	17,3	7,2
<b>Sexo</b>						
Hombres	1 296 136	100,0	64,1	18,2	10,9	6,8
Mujeres	1 507 479	100,0	71,5	12,1	9,6	6,8

1/ Incluye los siguientes motivos: tiene otras preferencias, problemas de salud o discapacidad, falta de dinero, sitio para conseguirlos queda lejos, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

### 4.3 Música

En este apartado se desglosa información sobre la música grabada, la cual corresponde a la que se escucha en el celular, reproductores de discos compactos (CD), otros dispositivos o por internet y no incluye la escuchada en radioemisoras. También, se presenta información acerca de asistencia a conciertos o presentaciones de música en vivo en el país.

#### 4.3.1 Música grabada

En Costa Rica el 51,0 % de las personas de 5 años y más escuchan música grabada. Este porcentaje es mayor en las personas de la zona urbana respecto a las de la rural (52,3 % y 47,4 %, respectivamente). Esta tendencia es similar entre hombres y mujeres, como se muestra en el cuadro 4.29. En promedio, en el ámbito nacional las personas realizan esta actividad cultural 5,2 días a la semana.

CUADRO 4.29

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que escucha música grabada y el promedio de días que escucha, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Escucha	Promedio en los últimos 7 días
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>51,0</b>	<b>5,2</b>
<b>Zona</b>			
Urbana	3 313 178	52,3	5,3
Rural	1 225 402	47,4	5,1
<b>Sexo</b>			
Hombres	2 287 306	53,2	5,3
Mujeres	2 251 274	48,8	5,1

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

De las personas de 5 años y más, el 29,4 % escuchan música grabada todos los días de la semana (cuadro 4.30), con porcentajes mayores en la zona urbana (31,0 %) y en hombres (31,9 %).

CUADRO 4.30

**Costa Rica: Población de 5 años y más que escucha música grabada por cantidad de días, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

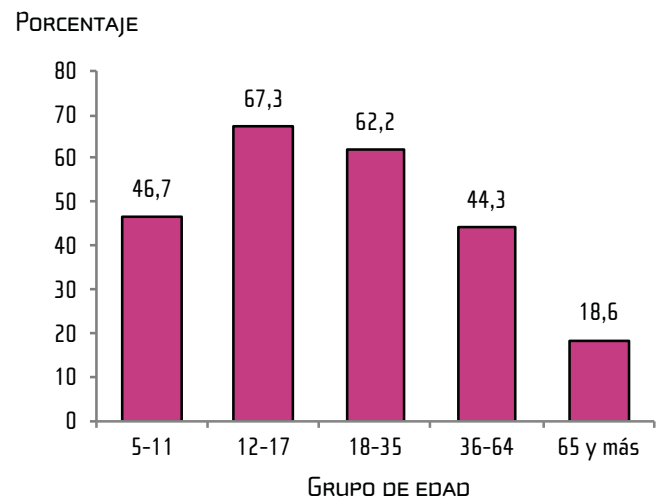
Zona y sexo	Total de personas	Cantidad de días			
		Total	Ningún día	1 a 6 días	7 días
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>100,0</b>	<b>49,0</b>	<b>21,6</b>	<b>29,4</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	3 313 178	100,0	47,7	21,3	31,0
Rural	1 225 402	100,0	52,6	22,3	25,1
<b>Sexo</b>					
Hombres	2 287 306	100,0	46,8	21,3	31,9
Mujeres	2 251 274	100,0	51,2	21,9	26,9

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Por grupos etarios (gráfico 4.13), en el ámbito nacional las personas de 12 a 17 años son las que más escuchan música grabada (67,3 %), seguidas por el grupo de 18 a 35 años (62,2 %), mientras en el grupo de 65 años y más solo la escucha el 18,6 %.

GRÁFICO 4.13

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que escucha música grabada por grupo de edad, octubre - diciembre 2016**



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

De quienes escuchan música grabada y tienen 12 años y más, el 45,2% oyen baladas, romántica o pop; el 28,1% latina bailable y el 19,4% reguetón o *reggae*, como consta en el cuadro 4.31. Estos tres tipos de música son escuchados en porcentajes más altos en las personas de la zona rural que en la urbana. En el caso de las mujeres, el 57,1% menciona que escucha baladas, romántica o pop.

CUADRO 4.31

Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que escucha música grabada por tipos de música más escuchada, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016

Zona y sexo	Total de personas	Tipos de música grabada que más se escucha <sup>1/</sup>		
		Baladas, romántica o pop	Latina bailable	Reguetón o <i>reggae</i>
<b>Costa Rica</b>	<b>2 073 030</b>	<b>45,2</b>	<b>28,1</b>	<b>19,4</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	1 566 857	44,2	24,9	17,6
Rural	506 173	48,0	37,9	25,2
<b>Sexo</b>				
Hombres	1 099 931	34,6	25,4	23,7
Mujeres	973 099	57,1	31,1	14,6

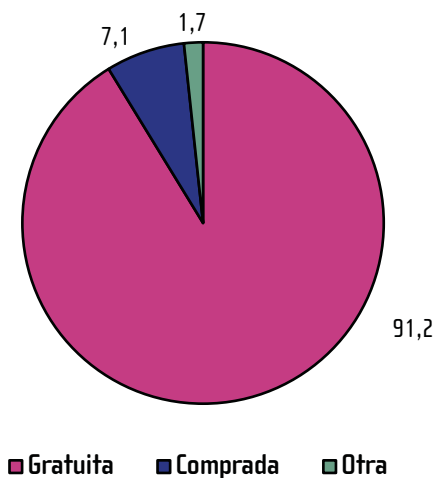
1/ Una misma persona puede escuchar más de un tipo de música grabada, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Según lo indican los resultados, el 91,2% de las personas de 12 años y más acceden a la música grabada por medios gratuitos, un 7,1% la compra y un 1,7% la adquiere por otro medio (gráfico 4.14).

GRÁFICO 4.14

Costa Rica: Distribución porcentual de la población de 12 años y más que escucha música grabada por formas de acceso, octubre - diciembre 2016



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

De conformidad con el cuadro 4.32, de las personas de 12 años y más oyentes de música grabada, el 25,2% escucha música grabada de producción nacional al menos una vez al mes, con mayor predominancia en la zona rural y en los hombres (26,3% y 27,9%, respectivamente).

CUADRO 4.32

Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que escucha música costarricense grabada, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016

Zona y sexo	Total de personas	Escucha
<b>Costa Rica</b>	<b>2 073 030</b>	<b>25,2</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	1 566 857	24,8
Rural	506 173	26,3
<b>Sexo</b>		
Hombres	1 099 931	27,9
Mujeres	973 099	22,1

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En cuanto a la población que no escucha música grabada, el 38,5% aduce como principal motivo para no hacerlo el desinterés o que no le gusta, seguido del 20,8% por la falta de tiempo; el 18,6% tiene otras preferencias, el 16,2% no tiene equipo y el 5,9%

argumenta otro motivo (cuadro 4.33). En la zona rural, el principal motivo sigue siendo el desinterés (39,0%), seguido por la carencia de equipo, con el 24,0%.

CUADRO 4.33

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no escucha música grabada por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**  
(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que no escucha música grabada					
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	Tiene otras preferencias	No tiene equipo	Otros <sup>1/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>1 949 973</b>	<b>100,0</b>	<b>38,5</b>	<b>20,8</b>	<b>18,6</b>	<b>16,2</b>	<b>5,9</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	1 388 290	81,3	38,2	22,6	20,4	13,1	5,7
Rural	561 683	69,5	39,0	16,5	14,0	24,0	6,5
<b>Sexo</b>							
Hombres	922 829	77,4	38,0	23,0	16,4	17,0	5,6
Mujeres	1 027 144	78,3	38,9	18,9	20,6	15,5	6,1

1/ Incluye los siguientes motivos: problemas de salud o discapacidad, falta de dinero, sitio para conseguirla queda lejos, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

### 4.3.2 Conciertos y presentaciones de música en vivo

El 14,9% de la población de 5 años y más del país asiste al menos a un concierto o presentación de música en vivo al año, y en promedio lo hacen 3,4 veces, como se comprueba en el cuadro 4.34.

En la zona rural, este indicador es inferior en 8,9 puntos porcentuales con respecto a la urbana. Además, en promedio las personas participan 2,2 veces al año en este tipo de actividad cultural. El 16,9% de las mujeres acuden anualmente a conciertos y presentaciones de música en vivo, y entre los hombres se registra el 13,0% de asistencia.

CUADRO 4.34

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a conciertos o presentaciones de música en vivo y el promedio de veces que asiste, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

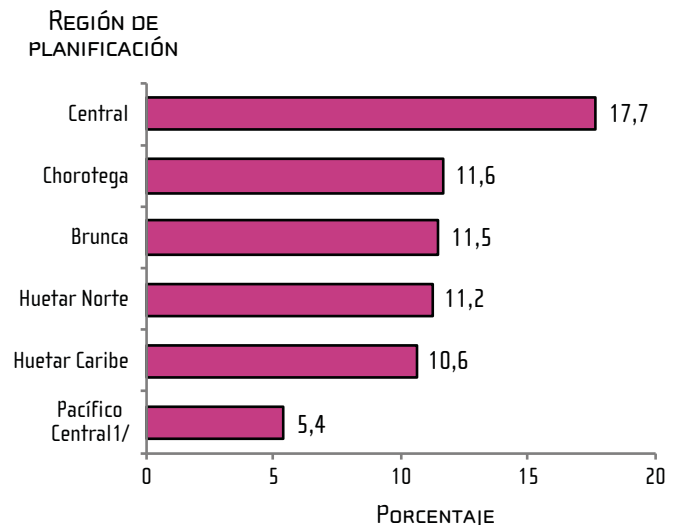
Zona y sexo	Total de personas	Asiste	Promedio de veces en los últimos 12 meses
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>14,9</b>	<b>3,4</b>
<b>Zona</b>			
Urbana	3 313 178	17,3	3,6
Rural	1 225 402	8,4	2,2
<b>Sexo</b>			
Hombres	2 287 306	13,0	3,4
Mujeres	2 251 274	16,9	3,3

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizar los datos por región de planificación, resalta que las personas de la Central asisten más que el resto a conciertos y espectáculos de música en vivo, ya que registran el 17,7%, como se muestra en el gráfico 4.15. La Central es seguida por la Chorotega con el 11,6% y por la Brunca con el 11,5%.

GRÁFICO 4.15

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a conciertos o presentaciones de música en vivo por región de planificación, octubre - diciembre 2016**



1/ Coeficiente de variación mayor al 20%, lo cual indica que la estimación es poco confiable y, por tanto, se debe utilizar con precaución.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

De las personas de 12 años y más que asisten a conciertos y presentaciones de música en vivo, el 50,8% va a eventos de artistas costarricenses (cuadro 4.35). En la zona urbana representan el 49,1% y en la rural el 60,6%.

CUADRO 4.35

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que asiste a conciertos o presentaciones de música en vivo de artistas costarricenses, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Asiste
<b>Costa Rica</b>	<b>625 761</b>	<b>50,8</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	534 125	49,1
Rural	91 636	60,6
<b>Sexo</b>		
Hombres	276 911	50,4
Mujeres	348 850	51,2

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Quienes no acuden a conciertos y presentaciones de música en vivo indican como principal motivo el desinterés o que no les gusta (38,0%), seguido por la falta de tiempo (22,5%), la falta de dinero (17,0%), que el sitio para ir queda lejos (10,3%) y por otros

motivos (12,2%), como se constata en el cuadro 4.36. En la zona rural, el segundo motivo expresado por las personas es la lejanía para poder asistir (24,8%) y en la urbana la falta de tiempo (24,9%).

CUADRO 4.36

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste a conciertos o presentaciones de música en vivo por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que no asiste a conciertos o presentaciones de música en vivo					
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	Falta de dinero	Sitio para ir queda lejos	Otros <sup>1/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>3 397 242</b>	<b>100,0</b>	<b>38,0</b>	<b>22,5</b>	<b>17,0</b>	<b>10,3</b>	<b>12,2</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	2 421 022	100,0	41,9	24,9	17,2	4,5	11,5
Rural	976 220	100,0	28,5	16,7	16,0	24,8	14,0
<b>Sexo</b>							
Hombres	1 745 849	100,0	40,1	25,6	14,5	9,3	10,5
Mujeres	1 651 393	100,0	35,8	19,4	19,4	11,4	14,0

1/ Incluye los siguientes motivos: desconoce sobre esos eventos, problemas de salud o discapacidad, tiene otras preferencias, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.



## 4.4 Publicaciones

El 95,2% de las personas de 5 años y más saben leer y escribir. A estas se les aplicó completamente la sección de publicaciones durante el proceso de entrevista.

### 4.4.1 Libros

De acuerdo con la ENC 2016, el 43,2% de la población de 5 años y más del país afirma que lee libros. Al valorar este indicador por zona, el 45,6% de las personas de la urbana indican leer libros, mientras en la rural representan el 36,4% (cuadro 4.37). Por sexo, el 38,6% de los hombres leen libros y el 47,8% de las mujeres realizan esta actividad cultural.

CUADRO 4.37

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que lee libros<sup>1/</sup>, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Lee
<b>Costa Rica</b>	<b>4 319 892</b>	<b>43,2</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	3 181 091	45,6
Rural	1 138 801	36,4
<b>Sexo</b>		
Hombres	2 176 047	38,6
Mujeres	2 143 845	47,8

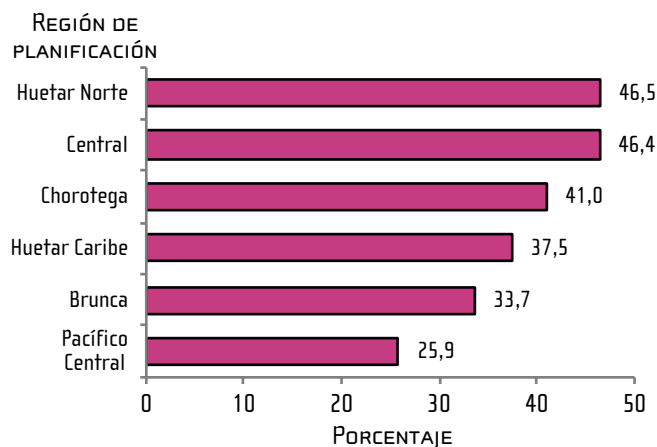
1/ Incluye solo a población que sabe leer y escribir.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En términos de regiones de planificación, en la Huetar Norte el 46,5% de la población de 5 años y más lee libros, seguida por la Central con el 46,4%. Este comportamiento es distinto en la Brunca y la Pacífico Central, pues obtienen los valores más bajos, con el 33,7% y el 25,9%, respectivamente (gráfico 4.16).

GRÁFICO 4.16

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que lee libros<sup>1/</sup> por región de planificación, octubre - diciembre 2016**



1/ Incluye solo a población que sabe leer y escribir.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

De conformidad con el cuadro 4.38, en el ámbito nacional el 61,6% de quienes leen libros lo hacen por gusto o entretenimiento, el 20,4% por estudio, el 8,9% por desarrollo personal y el 9,1% por otros motivos. Estas razones tienen una tendencia similar cuando se analizan por zona y sexo, y se destaca que las mujeres se inclinan más que los hombres a leer más por gusto (65,1% y 57,4%, respectivamente).

CUADRO 4.38

**Costa Rica: Población de 12 años y más que lee libros<sup>1/</sup> por motivo para hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que lee libros				
		Total	Gusto o entretenimiento	Estudio	Desarrollo personal	Otros <sup>2/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>1 567 318</b>	<b>100,0</b>	<b>61,6</b>	<b>20,4</b>	<b>8,9</b>	<b>9,1</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	1 228 582	99,9	61,6	20,1	8,6	9,7
Rural	338 736	100,0	61,9	21,7	9,9	6,5
<b>Sexo</b>						
Hombres	697 886	99,9	57,4	23,8	8,8	10,0
Mujeres	869 432	100,0	65,1	17,7	9,0	8,2

1/ Considera a las personas que leyeron libros completos o aproximadamente la mitad o más.

2/ Incluye los siguientes motivos: recomendación de otra persona, requerimientos de trabajo, cultura general, por tema, lee para otra persona, por autor o autora, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Se estima que alrededor de 54 822 personas que leen libros no completan la mitad de un ejemplar; estas representan el 2,9 % de quienes realizan esta actividad cultural anualmente. Por otra parte, quienes leen la mitad de un libro o más en promedio alcanzan los 5,6 ejemplares al año (cuadro 4.39), sean en formato impreso, digital o en línea.

El promedio de libros leídos al año por las personas de la zona urbana es 2,4 libros mayor que en la rural. Además, los hombres leen en promedio un poco menos que las mujeres, 5,2 libros y 5,9 libros, respectivamente.

CUADRO 4.39

**Costa Rica: Promedio de libros que lee<sup>1/</sup> la población de 12 años y más, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Promedio de libros en los últimos 12 meses
<b>Costa Rica</b>	<b>1 567 318</b>	<b>5,6</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	1 228 582	6,1
Rural	338 736	3,7
<b>Sexo</b>		
Hombres	697 886	5,2
Mujeres	869 432	5,9

1/ Considera a las personas que leyeron libros completos o aproximadamente la mitad o más.

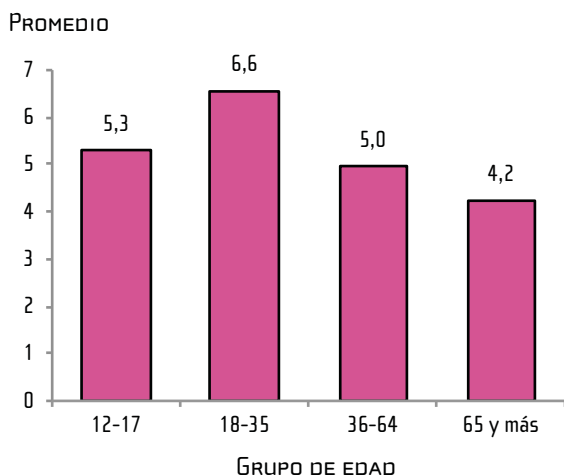
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Por otra parte, de toda la población de 5 años y más que sabe leer y escribir, el 12,9% lee libros todos los días, el 13,4% varias veces a la semana, el 7,6% una vez a la semana, el 4,9% una vez al mes, el 2,7% una vez cada tres meses y el 1,7% una vez al año. Por último, el 56,8% no lee.

Al analizar por grupos de edad se encuentra que, a menor edad, mayor es la frecuencia de lectura. La población de 18 a 35 años lee en promedio 6,6 libros al año, mientras en el grupo de 65 años y más es 4,2 libros al año (gráfico 4.17).

GRÁFICO 4.17

**Costa Rica: Promedio de libros que leen las personas de 12 años y más al año por grupo de edad, octubre – diciembre 2016<sup>a/</sup>**



a/ Considera a las personas que leyeron libros completos o aproximadamente la mitad o más.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Dentro de los principales tipos de libros que leen las personas, las novelas ocupan el primer lugar con el 34,9% de los casos, seguidos por los religiosos con el 25,1% y los educativos con el 22,2% (cuadro 4.40). Los indicadores nacionales muestran una tendencia similar en la zona urbana, pero no en la rural. En esta última, en el primer lugar se ubican los libros religiosos (34,2%). En el caso de las mujeres, sobresale el peso relativo de las novelas (38,8%), en especial si se comparan con los hombres (29,9%), el cual es superior en 8,9 puntos porcentuales.

CUADRO 4.40

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que lee libros<sup>1/</sup> por tipos de libros más leídos, según zona y sexo, octubre – diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Tipos de libros más leídos <sup>2/</sup>		
		Novelas	Religiosos	Educativos <sup>3/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>1 622 140</b>	<b>34,9</b>	<b>25,1</b>	<b>22,2</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	1 270 623	37,6	22,6	22,6
Rural	351 517	24,8	34,2	20,8
<b>Sexo</b>				
Hombres	718 660	29,9	20,6	25,6
Mujeres	903 480	38,8	28,7	19,5

1/ Considera a las personas que leyeron libros completos o aproximadamente la mitad o más.

2/ Una misma persona puede leer más de un tipo de libro, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

3/ Incluye textos de estudio, enciclopedias y diccionarios.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Del total de libros que se leen en Costa Rica, el 76,0% tiene formato impreso y el 24,0% digital. En la zona urbana este último tipo representa el 24,9% y en la rural el 18,4% (cuadro 4.41). En el caso de los hombres, el 22,4% de los libros leídos tienen formato digital, y en las mujeres alcanzan el 25,1%.

CUADRO 4.41

**Costa Rica: Cantidad de libros leídos<sup>1/</sup> por tipo de formato, según zona y sexo, octubre – diciembre 2016**

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de libros	Tipos de formato		
		Total	Impreso	Digital <sup>2/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>8 770 436</b>	<b>100,0</b>	<b>76,0</b>	<b>24,0</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	7 519 029	100,0	75,1	24,9
Rural	1 251 407	100,0	81,6	18,4
<b>Sexo</b>				
Hombres	3 639 723	100,0	77,6	22,4
Mujeres	5 130 713	100,0	74,9	25,1

1/ Incluye los libros que leyeron completos y los que leyeron aproximadamente la mitad o más, las personas de 12 años y más.

2/ Incluye audiolibros y libros en línea o por internet.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

De la población de 12 años y más que lee libros, el 50,0 % no los compra, en tanto el 49,3 % sí lo hace y el 0,7 % los accede por otra vía, como se expone en el cuadro 4.42. En la zona rural, solo el 40,6 % de quienes leen libros los compran.

CUADRO 4.42

**Costa Rica: Población de 12 años y más que lee libros<sup>1/</sup> por zona y sexo, según formas acceso, octubre - diciembre 2016**  
(Valores relativos)

Formas de acceso	Total de personas	Zona		Sexo	
		Urbana	Rural	Hombres	Mujeres
<b>Costa Rica</b>	<b>1 567 318</b>	<b>1 228 582</b>	<b>338 736</b>	<b>697 886</b>	<b>869 432</b>
<b>Comprados</b>					
En librerías	30,9	34,2	18,9	33,0	29,2
En centro educativo o iglesia	6,6	5,8	9,5	6,3	6,8
Comprados otro <sup>2/</sup>	11,8	11,6	12,2	11,7	11,8
<b>Gratuitos</b>					
Prestados, regalados o se los compraron	38,0	36,0	45,5	36,7	39,0
Internet de forma gratuita	9,3	9,7	7,9	8,4	10,2
Prestados en bibliotecas	2,7	2,2	4,5	3,2	2,2
<b>Otro</b>	<b>0,7</b>	<b>0,5</b>	<b>1,5</b>	<b>0,7</b>	<b>0,8</b>

1/ Considera a las personas que leyeron libros completos o aproximadamente la mitad o más.

2/ Incluye las siguientes formas de compra: pago por fotocopias (todo o una parte), compra venta de libros, bazares o supermercados, por internet, ventas ambulantes, ferias del libro, por suscripción.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

El 18,8 % de las personas que leyeron libros indican leer obras de autoras o autores costarricenses (cuadro 4.43), con un comportamiento similar por zona. Adicionalmente, se destaca que el 65,9 % lee de uno a dos ejemplares de autoría nacional al año, mientras el 22,3 % lee de tres a cinco libros y el 11,8 % lee seis o más de estas publicaciones.

CUADRO 4.43

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que lee libros<sup>1/</sup> de autoras o autores costarricenses, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Lee
<b>Costa Rica</b>	<b>1 567 318</b>	<b>18,8</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	1 228 582	18,8
Rural	338 736	18,6
<b>Sexo</b>		
Hombres	697 886	19,8
Mujeres	869 432	17,9

1/ Considera a las personas que leyeron libros completos o aproximadamente la mitad o más.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

La población de 12 años y más que sabe leer y escribir y no lee ningún tipo de libro alega desinterés o que no le gusta como el principal motivo para no hacerlo (56,4%), seguido por la falta de tiempo

(25,0%), por tener otras preferencias (6,8%) y por otros motivos (11,8%), como se observa en el cuadro 4.44. Estas razones mantienen el mismo comportamiento tanto por zona como por sexo.

CUADRO 4.44

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no lee libros<sup>1/</sup> por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que no lee libros				
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	Tiene otras preferencias	Otros <sup>2/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>1 949 973</b>	<b>100,0</b>	<b>56,4</b>	<b>25,0</b>	<b>6,8</b>	<b>11,8</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	1 388 290	100,0	57,1	25,9	6,8	10,2
Rural	561 683	100,0	54,9	22,8	6,6	15,7
<b>Sexo</b>						
Hombres	922 829	100,0	59,7	23,9	6,5	9,9
Mujeres	1 027 144	100,0	52,5	26,4	7,0	14,1

1/ Incluye solo a población que sabe leer y escribir.

2/ Incluye los siguientes motivos: problemas de salud o discapacidad, prefiere leer otras cosas, falta de dinero, sitio para conseguirlos queda lejos, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

### 4.4.2 Periódicos

En Costa Rica, el 42,4% del total de personas de 5 años y más que sabe leer y escribir indica leer periódicos y dedicar 14,5 días al mes en promedio para realizar esta actividad cultural (cuadro 4.45). La lectura del periódico es efectuada por una mayor proporción en las personas de la zona urbana que en la rural, con el 47,1% y el 29,2%, respectivamente. Además, los hombres afirman leer 15,2 días en promedio al mes, mientras las mujeres dedican 13,6 días en promedio al mes.

CUADRO 4.45

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que lee periódicos<sup>1/</sup> y promedio de días que lee, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

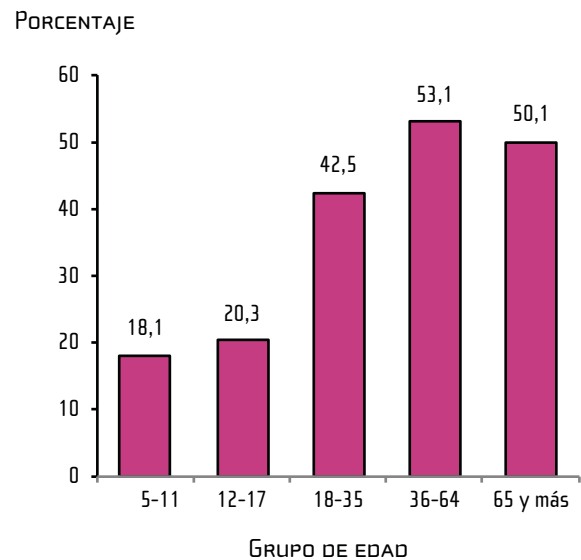
Zona y sexo	Total de personas	Lee	Promedio en los últimos 30 días
<b>Costa Rica</b>	<b>4 319 892</b>	<b>42,4</b>	<b>14,5</b>
<b>Zona</b>			
Urbana	3 181 091	47,1	15,4
Rural	1 138 801	29,2	10,2
<b>Sexo</b>			
Hombres	2 176 047	47,1	15,2
Mujeres	2 143 845	37,6	13,6

1/ Incluye solo a población que sabe leer y escribir.  
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

El gráfico 4.18 evidencia que, conforme aumenta la edad, también lo hace la lectura de periódicos, hasta el grupo de 36 a 64 años. Se pasa del 18,1% en el grupo etario de 5 a 11 años hasta el 53,1% en el de 36 a 64 años.

GRÁFICO 4.18

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que lee periódicos por grupo de edad, octubre - diciembre 2016**



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En relación con las formas de acceso a los periódicos en el país por parte de las personas de 12 años y más, el 41,3% los compran en supermercados, pulperías

o abastecedores; en segundo lugar, se los prestan o regalan, con el 27,3%. Esta misma tendencia se registra por zona y sexo, como se observa en el cuadro 4.46.

CUADRO 4.46

**Costa Rica: Población de 12 años y más que lee periódicos<sup>1/</sup> por zona y sexo, según formas de acceso, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

Forma de acceso	Total de personas	Zona		Sexo	
		Urbana	Rural	Hombres	Mujeres
<b>Costa Rica</b>	<b>1 760 264</b>	<b>1 440 181</b>	<b>320 083</b>	<b>984 779</b>	<b>775 485</b>
<b>Comprados</b>					
En supermercados, pulperías o abastecedores	41,3	41,8	39,1	42,0	40,4
Ventas ambulantes	9,4	8,4	13,6	10,6	7,8
Suscripción periódico impreso o por internet	8,9	10,5	1,8	7,5	10,6
<b>Gratuitos</b>					
Prestados o regalados	27,3	25,7	34,8	25,6	29,6
Internet de forma gratuita	12,3	13,0	9,2	13,9	10,3
<b>Otro</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>	<b>1,5</b>	<b>0,4</b>	<b>1,3</b>

1/ Incluye solo a población que sabe leer y escribir.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizar las tres principales secciones del periódico consultadas, como se aprecia en el cuadro 4.47, el 38,5 % de las personas lee noticias nacionales, con un comportamiento similar por zona, pero con mayor frecuencia en el caso de las mujeres (42,8 %).

CUADRO 4.47

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que lee periódicos<sup>1/</sup> por las secciones más consultadas, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Secciones más consultadas <sup>2/</sup>		
		Noticias nacionales	Sucesos	Deportes
<b>Costa Rica</b>	<b>1 760 264</b>	<b>38,5</b>	<b>34,6</b>	<b>30,7</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	1 440 181	38,4	33,7	29,9
Rural	320 083	38,9	38,5	34,5
<b>Sexo</b>				
Hombres	984 779	35,2	32,5	45,8
Mujeres	775 485	42,8	37,2	11,6

1/ Incluye solo a población que sabe leer y escribir.

2/ Una misma persona puede leer más de una sección, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

La segunda en importancia es la sección de sucesos con el 34,6 %, con un porcentaje más alto en las personas de la zona rural y en las mujeres: 38,5 % y 37,2 %, respectivamente. La sección deportiva es la tercera en relevancia, con el 30,7 %, y es consultada por el 45,8 % de los hombres, en contraposición con el 11,6 % de las mujeres.

En Costa Rica, no lee periódicos el 57,6 % de la población de 12 años y más que sabe leer y escribir. Como primera razón para no hacerlo argumentan el desinterés o que no les gusta, con el 59,0 % (cuadro 4.48). En segundo lugar se destaca la falta de tiempo, con el 15,3 %, con datos más elevados en la zona urbana y en los hombres. En tercer lugar, el 9,7 % considera que el sitio para conseguirlos queda lejos, situación declarada por el 24,4 % de las personas de la zona rural y el 2,7 % de la zona urbana.

CUADRO 4.48

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no lee periódicos<sup>1/</sup> por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**  
(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que no lee periódicos				
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	Sitio para conseguirlos queda lejos	Otros <sup>2/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>2 172 322</b>	<b>100,0</b>	<b>59,0</b>	<b>15,3</b>	<b>9,7</b>	<b>16,0</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	1 470 312	100,0	63,6	16,8	2,7	16,9
Rural	702 010	100,0	49,7	11,9	24,4	14,0
<b>Sexo</b>						
Hombres	990 630	100,0	59,2	16,9	10,2	13,7
Mujeres	1 181 692	100,0	58,8	13,9	9,4	17,9

1/ Incluye solo a población que sabe leer y escribir.

2/ Incluye los siguientes motivos: tiene otras preferencias, problemas de salud o discapacidad, falta de dinero, prefiere leer otras cosas, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.



### 4.4.3 Revistas

De conformidad con lo mostrado en el cuadro 4.49, el 13,0% de las personas de 5 años y más de Costa Rica que saben leer y escribir leen revistas impresas, digitales o en línea, y en promedio las personas de 12 años y más leen 11,3 ejemplares al año.

En la zona urbana, el 14,1% de sus habitantes indican leer revistas, y al año leen 11,4 ejemplares en promedio. En contraste, en la zona rural la lectura de este medio de comunicación se registra en el 9,9% de las personas, con 10,9 revistas leídas anualmente.

En el ámbito nacional, el 10,3% de los hombres y el 15,8% de las mujeres leen revistas. Ellos leen en promedio una mayor cantidad de revistas que ellas, con 12,9 y 10,3 revistas al año, respectivamente.

CUADRO 4.49

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que lee revistas<sup>1/</sup> y promedio de revistas leídas, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Lee	Promedio en los últimos 12 meses <sup>2/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>4 319 892</b>	<b>13,0</b>	<b>11,3</b>
<b>Zona</b>			
Urbana	3 181 091	14,1	11,4
Rural	1 138 801	9,9	10,9
<b>Sexo</b>			
Hombres	2 176 047	10,3	12,9
Mujeres	2 143 845	15,8	10,3

1/ Incluye solo a población que sabe leer y escribir.

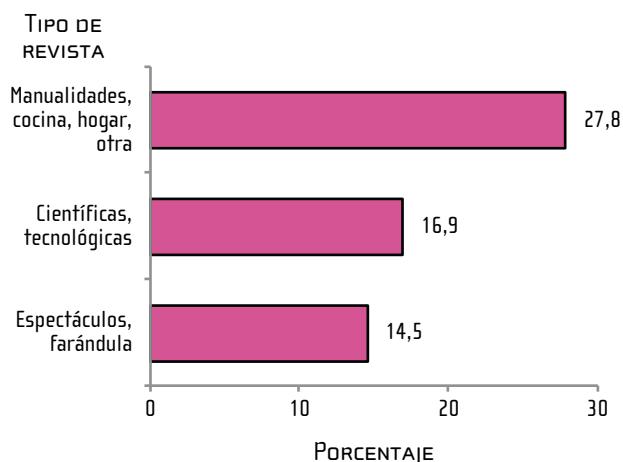
2/ La cantidad de revistas se pregunta solo a las personas de 12 años y más.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Los principales tipos de revistas leídas por la población de 12 años y más son las de manualidades, cocina, hogar u otra (27,8%), las científicas o tecnológicas (16,9%) y las de espectáculos o farándula (14,5%), como se detalla en el gráfico 4.19.

GRÁFICO 4.19

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que lee revistas por tipo de revista<sup>1/</sup>, octubre - diciembre 2016**



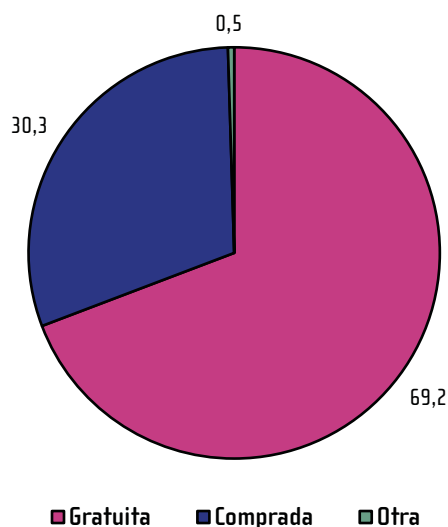
1/ Una misma persona puede leer más de un tipo de revista, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizar las formas de acceso a las revistas por parte de las personas de 12 años y más, el 69,2% las obtienen de manera gratuita y el 30,3% las compra, como se observa en el gráfico 4.20.

GRÁFICO 4.20

**Costa Rica: Distribución porcentual de la población de 12 años y más que lee revistas por formas de acceso, octubre - diciembre 2016**



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

El 43,6% de las personas de 12 años y más que leen estas publicaciones indican leer revistas de producción nacional, con valores más altos en la zona urbana (46,3%) y en las mujeres (47,1%), como se expone en el cuadro 4.50.

CUADRO 4.50

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 12 años y más que lee revistas de producción nacional<sup>1/</sup>, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Lee
<b>Costa Rica</b>	<b>478 620</b>	<b>43,6</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	378 196	46,3
Rural	100 424	33,5
<b>Sexo</b>		
Hombres	193 883	38,5
Mujeres	284 737	47,1

1/ Incluye solo a población que lee revistas.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

El 64,6% de las personas de 12 años y más que saben leer y escribir que no leen revistas aducen desinterés o que no les gusta como principal motivo, lo cual es más alto en la zona urbana con el 66,0% y en los hombres con el 68,4% (cuadro 4.51). La segunda razón es la falta de tiempo con el 15,8% en el ámbito nacional; en las personas de la zona urbana, esta razón corresponde al 16,8% y en la rural al 13,0%, mientras en los hombres es el 14,8% y en las mujeres el 17,0%.

CUADRO 4.51

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no lee revistas<sup>1/</sup> por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos por los que no lee revistas			
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	Otros <sup>2/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>3 420 518</b>	<b>100,0</b>	<b>64,6</b>	<b>15,8</b>	<b>19,6</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	2 502 639	100,0	66,0	16,8	17,2
Rural	917 879	100,0	60,9	13,0	26,1
<b>Sexo</b>					
Hombre	1 770 542	99,9	68,4	14,8	16,8
Mujeres	1 649 976	100,0	60,6	17,0	22,4

1/ Incluye solo a población que sabe leer y escribir.

2/ Incluye los siguientes motivos: tiene otras preferencias, sitio para conseguir las queda lejos, prefiere leer otras cosas, falta de dinero, problemas de salud o discapacidad, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

## 4.5 Tradiciones costarricenses

Para la población de 5 años y más, el gallo pinto es el platillo de comida costarricense más recordado en el ámbito nacional, con el 65,1 % (cuadro 4.52). Al analizarlo por zona, en la urbana el 66,4 % de las personas indicaron recordar este platillo y en la rural el 61,6 %. Por sexo, los hombres hicieron mayor mención al gallo pinto (8 puntos porcentuales más que ellas).

El segundo lugar, con el 16,0 %, lo ocupa una variedad de platos a base de arroz, mencionados con mayor frecuencia por la población de la zona rural (21,1 %). Con el 15,4 %, como tercer platillo se encuentran los diferentes tipos de picadillos (arracache, papa, chayote, papaya, chicasquil, entre otros), más nombrados en la zona urbana (16,2 %) y por las mujeres (18,1 %).

CUADRO 4.52

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más por los principales platillos de comida costarricense que recuerda, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Principales platillos <sup>1/</sup>		
		Gallo pinto	Arroz arreglado <sup>2/</sup>	Picadillos <sup>3/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>65,1</b>	<b>16,0</b>	<b>15,4</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	3 313 178	66,4	14,2	16,2
Rural	1 225 402	61,6	21,1	13,1
<b>Sexo</b>				
Hombres	2 287 306	69,0	16,0	12,7
Mujeres	2 251 274	61,1	16,1	18,1

1/ Una misma persona puede recordar más de un platillo, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

2/ Incluye los siguientes tipos de arroz: con pollo, de maíz, con leche, con camarones, entre otros.

3/ Incluye los siguientes tipos de picadillos: de arracache, papa, chayote, papaya, chicasquil, entre otros.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Respecto a las celebraciones costarricenses que recuerdan las personas de 5 años y más, 65,7 % menciona al Día de la Independencia, con una brecha importante por zona: 67,9 % en la urbana y 59,8 % en la rural (cuadro 4.53). El Día de las Culturas es

evocado por el 26,4 % de la población, con leves diferencias porcentuales por zona y sexo. El Día de la Anexión del Partido de Nicoya es recordado por el 21,6 % de la población, con un porcentaje alto en la zona urbana y mujeres, 23,5 % y 24,6 %, respectivamente.

CUADRO 4.53

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más por las principales celebraciones costarricenses que recuerda, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Principales celebraciones <sup>1/</sup>		
		Día de la Independencia	Día de las Culturas	Anexión Partido de Nicoya
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>65,7</b>	<b>26,4</b>	<b>21,6</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	3 313 178	67,9	26,9	23,5
Rural	1 225 402	59,8	25,0	16,5
<b>Sexo</b>				
Hombres	2 287 306	65,5	25,2	18,7
Mujeres	2 251 274	66,0	27,5	24,6

1/ Una misma persona puede recordar más de una celebración, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En cuanto a las canciones de música típica costarricense más recordadas por la población de 5 años y más en el ámbito nacional, se encuentran principalmente *Caballito Nicoyano* con el 19,4 %, el *Punto Guanacasteco* con el 15,4 % y el *Himno Nacional* con el 15,2 % (cuadro 4.54). Al observar el comportamiento por sexo, resalta que fueron las mujeres quienes recordaron en mayor proporción estas dos canciones y el himno.

CUADRO 4.54

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más por las principales canciones de música típica costarricense que recuerda, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Principales canciones de música típica <sup>1/</sup>		
		Caballito Nicoyano	Punto Guanacasteco	Himno Nacional
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>19,4</b>	<b>15,4</b>	<b>15,2</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	3 313 178	19,3	16,0	15,0
Rural	1 225 402	19,7	14,1	15,8
<b>Sexo</b>				
Hombres	2 287 306	17,7	14,9	15,0
Mujeres	2 251 274	21,2	16,0	15,4

1/ Una misma persona puede recordar más de una canción de música típica costarricense, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

La Llorona es la leyenda más recordada por el 45,3 % de la población de 5 años y más en el país, principalmente en la zona urbana (47,8 %) y entre las mujeres (49,4 %), como se presenta en el cuadro 4.55. Por su parte, El Cadejos es recordado por el 43,4 % de las personas, de forma más recurrente en la zona urbana (43,6 %) y en los hombres (45,9 %).

CUADRO 4.55

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más por las principales leyendas costarricenses que recuerda, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Principales leyendas <sup>1/</sup>		
		La Llorona	El Cadejos	La Cegua
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>45,3</b>	<b>43,4</b>	<b>34,2</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	3 313 178	47,8	43,6	35,7
Rural	1 225 402	38,4	42,9	30,2
<b>Sexo</b>				
Hombres	2 287 306	41,2	45,9	35,9
Mujeres	2 251 274	49,4	40,9	32,5

1/ Una misma persona puede recordar más de una leyenda, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En relación con las principales artesanías costarricenses, el 18,0 % de las personas de 5 años y más recuerda la carreta típica, lo cual predomina en la zona urbana (18,1 %) y entre los hombres (19,0 %) (cuadro 4.56). En segundo lugar se ubican las vasijas, recordadas por el 12,8 %, principalmente en la zona urbana (13,6 %) y entre las mujeres (14,5 %). En el tercer puesto, el 5,5 % de la población recuerda las tinajas, sobre todo en la zona rural (8,5 %) y entre las mujeres (6,0 %).

CUADRO 4.56

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más por las principales artesanías costarricenses que recuerda, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Principales artesanías <sup>1/</sup>		
		Carreta típica	Vasijas	Tinajas
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>18,0</b>	<b>12,8</b>	<b>5,5</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	3 313 178	18,1	13,6	4,4
Rural	1 225 402	17,8	10,8	8,5
<b>Sexo</b>				
Hombres	2 287 306	19,0	11,1	5,1
Mujeres	2 251 274	17,0	14,5	6,0

1/ Una misma persona puede recordar más de una artesanía, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

## 4.6 Espacios culturales

En esta sección, se exponen los datos de asistencia a espacios culturales en el país, como bibliotecas, sitios de patrimonio natural, museos, monumentos históricos o sitios arqueológicos, entre otros.

El 17,0% de la población de 5 años y más visita bibliotecas. Al analizar esta actividad cultural por zona, el 19,4% corresponde a la urbana y el 10,5% a la rural. Por sexo, el 18,1% de las mujeres indica visitar este espacio cultural, como se detalla en el cuadro 4.57.

CUADRO 4.57

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a bibliotecas, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Asiste
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>17,0</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	3 313 178	19,4
Rural	1 225 402	10,5
<b>Sexo</b>		
Hombres	2 287 306	16,0
Mujeres	2 251 274	18,1

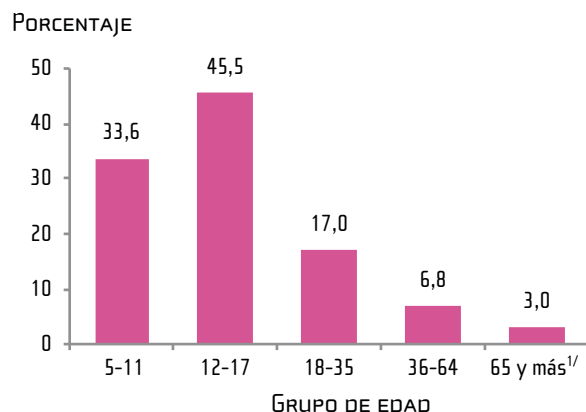
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Adicionalmente se registra que, en el país, las personas de 5 años y más que suelen ir a las bibliotecas lo hacen 14,4 veces en promedio al año. En la zona urbana esta cantidad es similar a la nacional, es decir, 14,0 veces al año, pero en la rural es 16,6 veces. Por sexo, los hombres visitan 16,3 veces y las mujeres 12,8 veces, en promedio.

Al analizar el comportamiento por grupo de edad, se destaca que el 45,5% de las personas de 12 a 17 años asisten a bibliotecas. Conforme aumenta la edad, disminuye el porcentaje de personas que frecuentan este espacio (gráfico 4.21).

GRÁFICO 4.21

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a bibliotecas por grupo de edad, octubre - diciembre 2016**



1/ Coeficiente de variación mayor al 20%, lo cual indica que la estimación es poco confiable y, por tanto, se debe utilizar con precaución.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En el ámbito nacional, el 39,6% de las personas de 12 años y más que visitan bibliotecas recurren a las escolares o colegiales, seguidas por las universitarias con el 30,6%, las públicas con el 27,2%, las especializadas con el 2,2% y las de otro tipo con el 0,4%.

Acerca de los motivos por los cuales las personas de 12 años y más no frecuentan las bibliotecas, el 45,7% menciona el desinterés o que no le gusta. Este porcentaje es superado por las personas de la zona urbana (49,2%) y en los hombres (48,7%), como se observa en el cuadro 4.58. También se aduce la falta de tiempo en el 22,1%. El 8,5% indica como razón la lejanía, la cual representa el 21,4% en la zona rural (como su segundo motivo) y el 9,5% en el caso de las mujeres.

CUADRO 4.58

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste a bibliotecas por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos de no asistencia a bibliotecas					
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	Sitio para ir queda lejos	Desconoce dónde están ubicados esos lugares	Otros <sup>1/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>3 424 151</b>	<b>100,0</b>	<b>45,7</b>	<b>22,1</b>	<b>8,5</b>	<b>7,2</b>	<b>16,5</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	2 464 602	100,0	49,2	24,8	3,4	4,6	18,0
Rural	959 549	100,0	36,8	15,2	21,4	13,9	12,7
<b>Sexo</b>							
Hombres	1 739 906	100,0	48,7	22,2	7,4	6,7	15,0
Mujeres	1 684 245	100,0	42,6	22,1	9,5	7,7	18,1

1/ Incluye los siguientes motivos: tiene otras preferencias, lo hace por internet, problemas de salud o discapacidad, falta de dinero, no sabe leer ni escribir y otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

De conformidad con lo expuesto en el cuadro 4.59, en el ámbito nacional, las personas de 5 años y más asisten anualmente en mayor medida a los sitios de patrimonio natural (30,0%) y con poca frecuencia

a las galerías de arte o salas de exposición (7,6%). Quienes visitan algún lugar de patrimonio natural costarricense lo hacen 3,0 veces en promedio al año.

CUADRO 4.59

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que visita espacios culturales, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Espacios culturales <sup>1/</sup>				
		Patrimonio natural	Museos	Monumentos históricos o sitios arqueológicos	Casas de la cultura o centros culturales	Galerías de arte o salas de exposición
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>30,0</b>	<b>17,8</b>	<b>12,1</b>	<b>8,3</b>	<b>7,6</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	3 313 178	33,9	21,2	14,1	10,0	9,2
Rural	1 225 402	19,5	8,8	6,7	3,9	3,5
<b>Sexo</b>						
Hombres	2 287 306	31,0	17,8	13,6	8,1	7,5
Mujeres	2 251 274	29,0	17,9	10,6	8,6	7,7

1/ Una misma persona puede visitar más de un espacio cultural, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En Costa Rica, el 17,8% de las personas visitan museos. Al analizarlo por zona, el 21,2% de quienes habitan en la urbana y solo el 8,8% en la rural realizan esta actividad cultural. Quienes asisten a museos lo hacen en promedio 2,1 veces por año, en tanto los monumentos históricos o sitios arqueológicos reciben 2,5 visitas anuales. Es importante destacar que quienes frecuentan casas de la cultura o centros culturales asisten 3,7 veces, y a galerías o salas de exposición lo hacen 3,0 veces al año.

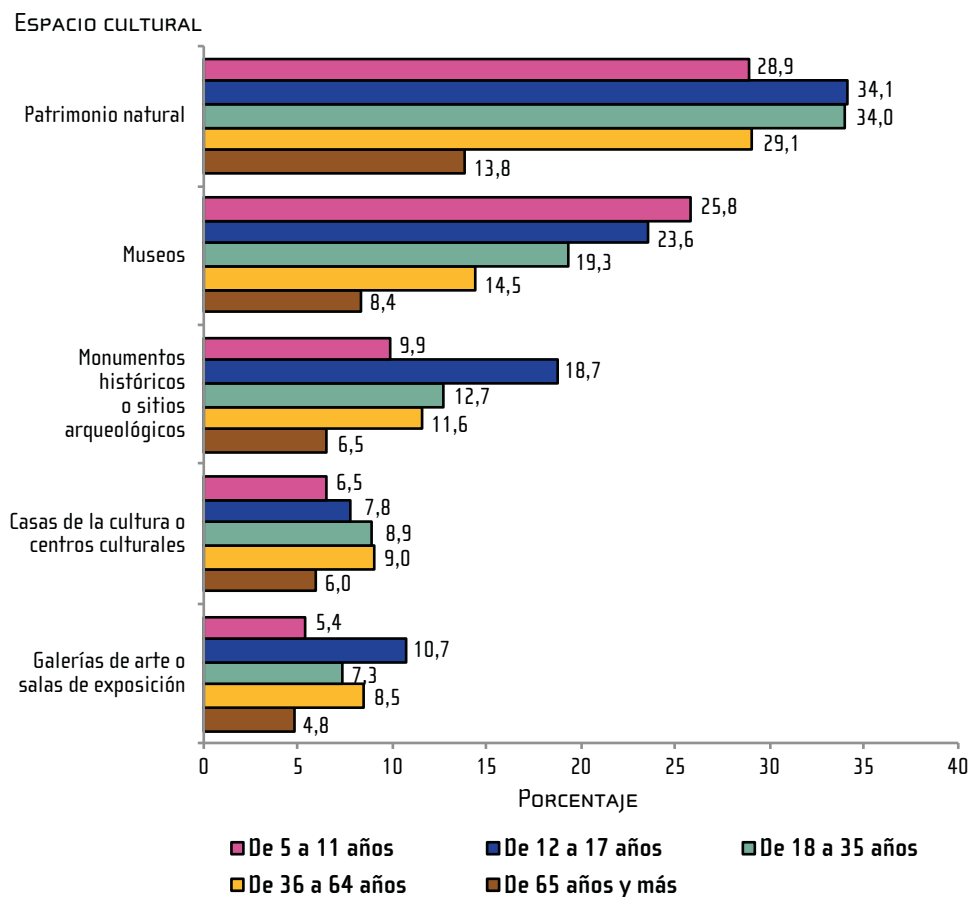
El gráfico 4.22 muestra, por grupos etarios, la población del país de 5 años y más que asiste a los diferentes espacios culturales. Las visitas a lugares de patrimonio natural predominan en dos grupos de edad comprendidos entre los 12 y los 35 años, con

34,0% en ambos grupos. En este mismo sentido, el grupo de edad que mayormente visita los museos es el de 5 a 11 años, con el 25,8%, mientras en el caso de los monumentos históricos o sitios arqueológicos es el de 12 a 17 años, con el 18,7%.

La mayor proporción de visitas a las casas de la cultura o centros culturales corresponde a dos grupos de edad: de 18 a 35 años y de 36 a 64 años, con el 8,9% y el 9,0%, respectivamente. Las personas de 12 a 17 años alcanzan el 10,7% que visita en mayor medida las galerías de arte o salas de exposición. Por otro lado, el grupo de edad que visita en menor proporción todos los espacios culturales antes señalados es el de 65 años y más (gráfico 4.22).

GRÁFICO 4.22

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que visita espacios culturales por grupo de edad, octubre - diciembre 2016<sup>a/</sup>



a/ Una misma persona puede asistir a más de un espacio cultural, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

## 4.7 Actividades culturales

En este apartado, se detalla tanto la información de asistencia a ferias, festivales, fiestas patronales, entre otras, como a actividades relacionadas con artes visuales (fotografía, pintura, escultura, entre otras) y artes escénicas (obras de teatro, presentaciones de danza, cuentacuentos y otras).

### 4.7.1 Ferias, festivales y otros

Seguidamente se detalla la información de asistencia a fiestas patronales, turnos, topes; festivales, fiestas, carnavales, ferias; ferias del libro, presentaciones de libros, tertulias o narraciones. El 55,6% de la población de 5 años y más asiste, al menos, a un tipo de estas actividades al año (cuadro 4.60), mientras en la zona urbana es el 57,3% y en la rural el 51,0%. En los hombres representa el 56,9% y en las mujeres el 54,2%.

CUADRO 4.60

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades culturales<sup>1/</sup> según, zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Asiste
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>55,6</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	3 313 178	57,3
Rural	1 225 402	51,0
<b>Sexo</b>		
Hombres	2 287 306	56,9
Mujeres	2 251 274	54,2

1/ Incluye las siguientes actividades culturales: fiestas patronales, turnos, topes; festivales, fiestas, carnavales, ferias; ferias del libro, presentaciones de libros, tertulias o narraciones.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Por tener un porcentaje bajo de personas que frecuentan ferias del libro, presentaciones de libros, tertulias o narraciones, se imposibilita su desagregación incluso por zona y sexo para que presente siempre valores estadísticamente significativos. Por este motivo, el cuadro 4.61 muestra

solo lo referente a fiestas patronales, turnos o topes, y a festivales, fiestas, carnavales o ferias.

El 44,2% de la población de 5 años y más asiste a fiestas patronales, turnos o topes (cuadro 4.61). Por zona, se refleja que en la urbana las personas participan en estas actividades en mayor medida que en la rural (46,0% y 39,5%, respectivamente). Por otro lado, el 26,9% de las personas asisten a festivales, fiestas, carnavales o ferias en el ámbito nacional.

CUADRO 4.61

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades culturales de mayor preferencia, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Actividades culturales de mayor preferencia <sup>1/</sup>	
		Fiestas patronales, turnos o topes	Festivales, fiestas, carnavales o ferias
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>44,2</b>	<b>26,9</b>
<b>Zona</b>			
Urbana	3 313 178	46,0	27,6
Rural	1 225 402	39,5	25,0
<b>Sexo</b>			
Hombres	2 287 306	45,6	27,7
Mujeres	2 251 274	42,8	26,0

1/ Una misma persona puede asistir a más de una actividad cultural, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

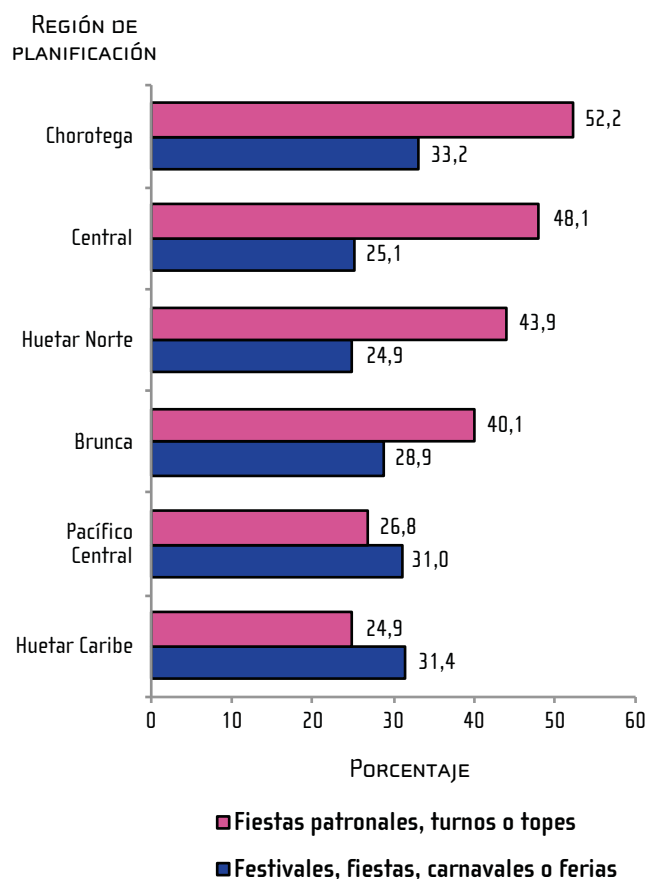
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.



Cuando se analiza la información de las regiones de planificación, se obtiene que en la Chorotega y en la Central el 52,2 % y el 48,1 % de sus habitantes, respectivamente, asisten a fiestas patronales, turnos o topes. Un comportamiento distinto se observa en la Pacífico Central y en la Huetar Caribe, donde tienen mayor peso relativo los festivales, fiestas, carnavales o ferias, pues corresponden al 31,0 % y al 31,4 %, respectivamente (gráfico 4.23).

GRÁFICO 4.23

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que participa en actividades culturales de mayor preferencia, según región de planificación, octubre - diciembre 2016<sup>a/</sup>**



a/ Una misma persona puede asistir a más de una actividad cultural, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En Costa Rica, la población de 12 años y más que no asiste a estas actividades señala como principal motivo el desinterés o que no le gustan (40,8 %), seguido por la falta de tiempo (27,3 %), como se comprueba en el cuadro 4.62.

CUADRO 4.62

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste a actividades culturales por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016 (Valores relativos)**

Zona y sexo	Total de personas	Motivos de no asistencia a actividades culturales			
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	Otros <sup>1/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>1 844 669</b>	<b>100,0</b>	<b>40,8</b>	<b>27,3</b>	<b>31,9</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	1 307 101	100,0	43,5	30,5	26,0
Rural	537 568	99,9	34,4	19,6	46,0
<b>Sexo</b>					
Hombre	897 639	100,0	42,8	28,9	28,3
Mujeres	947 030	100,0	39,0	25,7	35,3

1/ Incluye los siguientes motivos: falta de dinero, sitio para ir queda lejos, problemas de salud o discapacidad, tiene otras preferencias, desconoce sobre esos eventos, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

#### 4.7.2 Artes visuales

El 11,3 % de la población de 5 años y más asiste a actividades de artes visuales en el país (cuadro 4.63). Si bien el 11,3 % de los hombres y de las mujeres participan en estos eventos, se aprecia un contraste entre la zona urbana y la rural, pues en la primera asiste el 12,9 % y en la segunda el 6,9 %.

CUADRO 4.63

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes visuales<sup>1/</sup>, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Asiste (%)
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>11,3</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	3 313 178	12,9
Rural	1 225 402	6,9
<b>Sexo</b>		
Hombres	2 287 306	11,3
Mujeres	2 251 274	11,3

1/ Incluye las siguientes artes visuales: fotografía, pintura, grabado, dibujo, escultura.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizar la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes visuales, se encuentra que el 6,1 % de estas personas asisten a actividades de pintura, el 6,0 % a dibujo, y el 5,8 % a otras artes visuales, como fotografía, escultura y grabado (cuadro 4.64). Sobresale que en todas estas actividades son las personas de la zona urbana, y específicamente los hombres, quienes más asisten a estos eventos culturales.

CUADRO 4.64

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes visuales por tipo de actividad, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Actividades de artes visuales <sup>1/</sup>		
		Pintura	Dibujo	Otras <sup>2/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>6,1</b>	<b>6,0</b>	<b>5,8</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	3 313 178	7,2	6,7	7,0
Rural	1 225 402	3,3	4,3	2,6
<b>Sexo</b>				
Hombres	2 287 306	6,2	6,4	5,9
Mujeres	2 251 274	6,1	5,7	5,7

1/ Una misma persona puede asistir a más de una actividad de artes visuales, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

2/ Incluye el asistir a alguna actividad de las siguientes: fotografía, escultura, grabado.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Respecto a las razones por las cuales las personas de 12 años y más no asisten a ninguna actividad de artes visuales (cuadro 4.65), el 44,5 % indican desinterés o que no les gusta, luego la falta de tiempo con el 21,1 %, y que desconocen sobre esos eventos con el 17,6 %.

Al analizar estos motivos por zona, se obtiene que el desinterés o que no le gusta, junto con la falta de tiempo, presentan una mayor frecuencia en las personas de zona urbana, con el 47,1 % y el 23,7 % respectivamente. Quienes desconocen sobre estos eventos representan el 17,6 % en el ámbito nacional y en la zona rural el 22,9 %

CUADRO 4.65

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste a actividades de artes visuales<sup>1/</sup> por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos de no asistencia a actividades de artes visuales				Otros <sup>2/</sup>
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	Desconoce sobre esos eventos	
<b>Costa Rica</b>	<b>3 617 829</b>	<b>100,0</b>	<b>44,5</b>	<b>21,1</b>	<b>17,6</b>	<b>16,8</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	2 605 931	100,0	47,1	23,7	15,5	13,7
Rural	1 011 898	100,0	37,8	14,4	22,9	24,9
<b>Sexo</b>						
Hombres	1 822 419	100,0	48,6	21,9	15,0	14,5
Mujeres	1 795 410	100,0	40,3	20,3	20,2	19,2

1/ Incluye las artes visuales de pintura, dibujo, fotografía, escultura, grabado.

2/ Incluye los siguientes motivos: sitio para ir queda lejos, falta de dinero, problemas de salud o discapacidad, tiene otras preferencias, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

### 4.7.3 Artes escénicas

En Costa Rica el 28,2 % de la población de 5 años y más asiste a actividades de artes escénicas. Esta estimación por zona muestra que el 30,9 % de las personas de la urbana participan en esos eventos culturales, a diferencia de la rural, en la cual esto representa el 21,1 %, como se detalla en el cuadro 4.66. Además, se aprecia que la asistencia es mayor en las mujeres (31,8 %) que en los hombres (24,8 %).

CUADRO 4.66

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes escénicas<sup>1/</sup>, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Asiste
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>28,2</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	3 313 178	30,9
Rural	1 225 402	21,1
<b>Sexo</b>		
Hombres	2 287 306	24,8
Mujeres	2 251 274	31,8

1/ Incluye las artes escénicas de obras de teatro, ópera, presentaciones de danza, funciones de circo, cuentacuentos o fíteres, otras.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizar en detalle la asistencia de las personas de 5 años y más en el país a las diferentes actividades de artes escénicas, el 15,6% indica asistir a obras de teatro, el 14,5% a presentaciones de danza, el 8,2% a funciones de circo, cuentacuentos o títeres y el 5,8% a otras artes escénicas (incluyen ópera, mimo, *performance* o *stand up comedy*), como se expone en el cuadro 4.67. En todas las artes escénicas mencionadas, existe una mayor asistencia en la zona urbana y entre las mujeres.

CUADRO 4.67

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes escénicas por tipo de actividad, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016

Zona y sexo	Total de personas	Actividades de artes escénicas <sup>1/</sup>			
		Teatro	Danza	Circo, cuentacuentos, títeres	Otras <sup>2/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>15,6</b>	<b>14,5</b>	<b>8,2</b>	<b>5,8</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	3 313 178	18,1	15,0	8,8	6,7
Rural	1 225 402	9,0	13,0	6,4	3,4
<b>Sexo</b>					
Hombres	2 287 306	14,1	11,8	7,6	5,4
Mujeres	2 251 274	17,2	17,2	8,8	6,3

1/ Una misma persona puede asistir a más de una actividad de artes escénicas, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

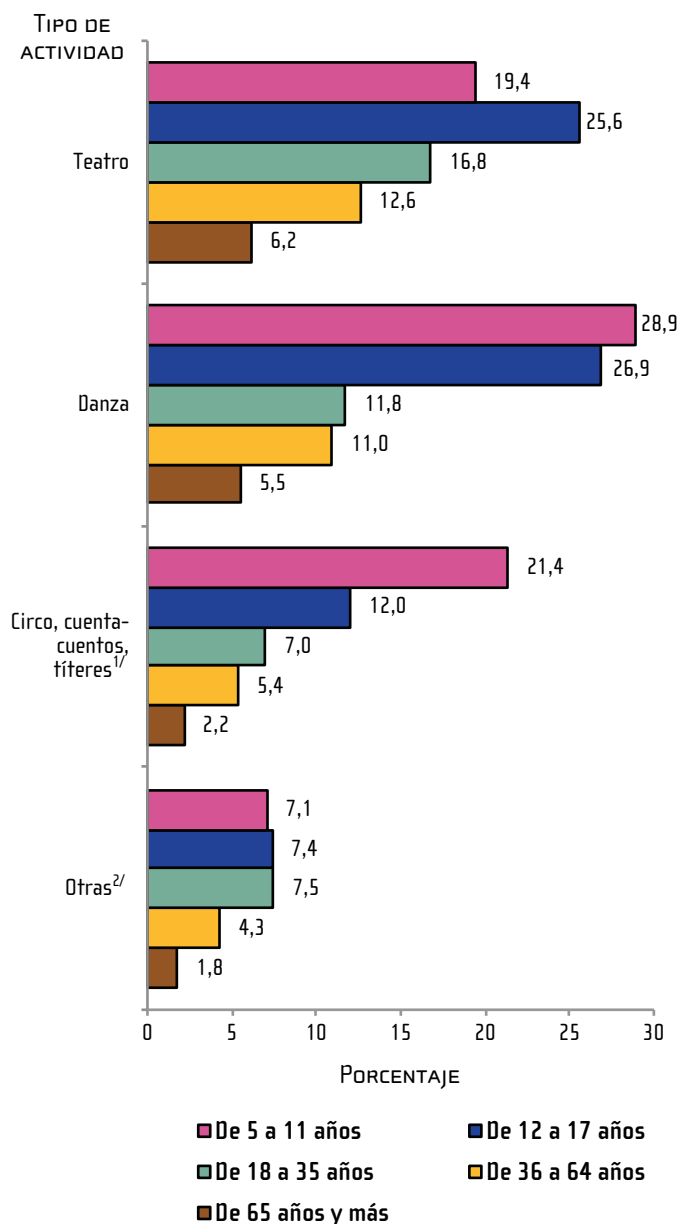
2/ Incluye las siguientes artes escénicas: ópera y otras (mimo, *performance*, *stand up comedy*).

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al considerar los grupos etarios, quienes tienen de 12 a 17 años frecuentan más las obras de teatro (25,6%), como se observa en el gráfico 4.24. Danza, circo, cuentacuentos o títeres tienen el peso relativo más elevado entre las personas de 5 a 11 años (28,9% y 21,4%, respectivamente). En el caso de las otras artes escénicas, las personas concentradas en los grupos de 5 a 35 años asisten en mayor medida a verlas.

GRÁFICO 4.24

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que asiste a actividades de artes escénicas por grupo de edad, octubre - diciembre 2016<sup>a/</sup>



a/ Una misma persona puede asistir a más de una actividad de artes escénicas, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

1/ El grupo de edad de 65 años y más con coeficiente de variación mayor al 20%, lo cual indica que la estimación es poco confiable y, por tanto, se debe utilizar con precaución.

2/ Incluye las siguientes artes escénicas: ópera y otras (mimo, *performance*, *stand up comedy*).

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Alrededor de 2 972 225 personas de 12 años y más no asisten anualmente a ninguna actividad de artes escénicas. El 38,5% argumenta como principal motivo el desinterés o que no le gusta, con los porcentajes más altos en la zona urbana y en los hombres, según se constata en el cuadro 4.68. La segunda razón es la falta de tiempo, con el 23,6% en el ámbito nacional; entre las zonas difieren, porque en la urbana representan el 26,5% y en la rural el 16,6%.

El 13,1% de las personas aducen desconocer sobre estos eventos, con el 18,0% en la zona rural y el 14,2% entre las mujeres. El 24,8% menciona otra razón (incluye la falta de dinero, la lejanía del sitio, problemas de salud o de discapacidad, entre otras), la cual representa el 34,0% en la zona rural y el 28,8% en las mujeres.

CUADRO 4.68

**Costa Rica: Población de 12 años y más que no asiste a actividades de artes escénicas por motivo para no hacerlo, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Motivos de no asistencia a actividades de artes escénicas				
		Total	Desinterés o no le gusta	Falta de tiempo	Desconoce sobre esos eventos	Otros <sup>1/</sup>
<b>Costa Rica</b>	2 972 225	100,0	38,5	23,6	13,1	24,8
<b>Zona</b>						
Urbana	2 102 984	100,0	41,5	26,5	11,0	21,0
Rural	869 241	100,0	31,4	16,6	18,0	34,0
<b>Sexo</b>						
Hombres	1 560 558	100,0	42,6	24,2	12,0	21,2
Mujeres	1 411 667	100,0	34,0	23,0	14,2	28,8

1/ Incluye los siguientes motivos: falta de dinero, sitio para ir queda lejos, problemas de salud o discapacidad, tiene otras preferencias, otro.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

## 4.8 Prácticas culturales

La ENC 2016 abarca catorce categorías de prácticas culturales, y el 73,9% de las personas de 5 años y más ha realizado al menos una de ellas. Esta estimación constituye el 75,6% de las personas en la zona urbana y el 75,1% en las mujeres, como se observa en el cuadro 4.69.

CUADRO 4.69

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza alguna práctica cultural<sup>1/</sup>, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Realiza
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>73,9</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	3 313 178	75,6
Rural	1 225 402	69,3
<b>Sexo</b>		
Hombres	2 287 306	72,7
Mujeres	2 251 274	75,1

1/ Incluye tomar fotos, grabar videos, cantar, bailar y otras.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Las principales prácticas realizadas en el país por la población anteriormente mencionada son: tomar fotos, grabar videos, cantar y bailar, de acuerdo con el cuadro 4.70.

La primera de ellas es practicada por el 57,9% de las personas en el ámbito nacional; por zona, en la urbana corresponde al 60,3%, mientras en la rural es inferior en 9,1 puntos porcentuales. Bailar es la cuarta práctica cultural, efectuada por el 29,1% de las personas; por zona, alcanza el 30,3% en la urbana y el 25,8% en la rural.

Tanto tomar fotos como bailar son prácticas realizadas en mayor proporción por las mujeres, con 60,3% y 32,1%, respectivamente.

CUADRO 4.70

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza alguna práctica cultural por tipo más realizada, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Prácticas culturales que más se realizan <sup>1/</sup>			
		Tomar fotos	Grabar videos	Cantar	Bailar
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>57,9</b>	<b>39,6</b>	<b>29,5</b>	<b>29,1</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	3 313 178	60,3	41,3	29,9	30,3
Rural	1 225 402	51,2	35,1	28,2	25,8
<b>Sexo</b>					
Hombres	2 287 306	55,4	36,8	25,7	26,1
Mujeres	2 251 274	60,3	42,5	33,3	32,1

1/ Una misma persona puede realizar más de una práctica cultural, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

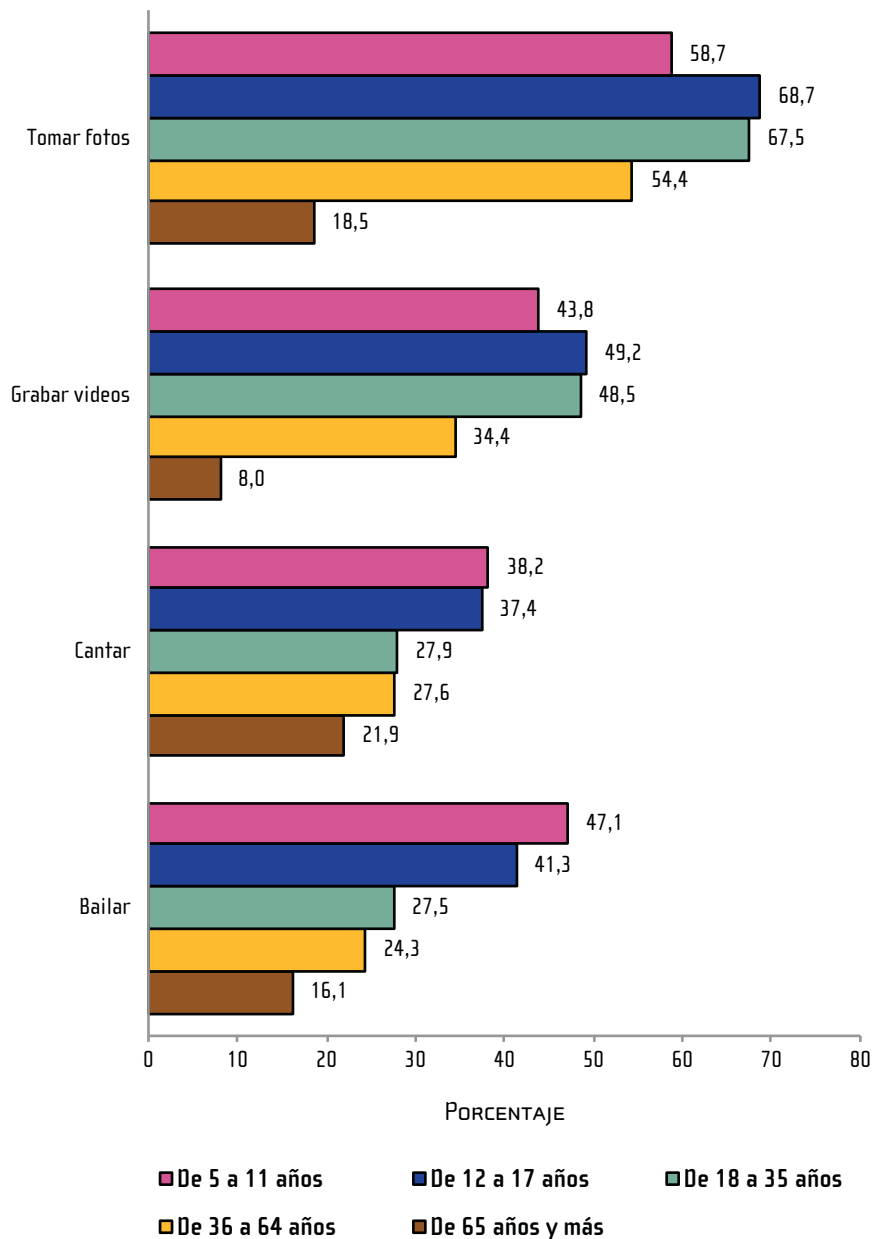
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

El gráfico 4.25 muestra las principales prácticas por grupos etarios. Tomar fotos y grabar videos son prácticas realizadas principalmente por las personas de los grupos de edad que abarcan entre los 12 y los 35 años; y cantar y bailar, por las personas concentradas en los grupos de 5 a 17 años.

GRÁFICO 4.25

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza las prácticas culturales más frecuentes, por grupo de edad, octubre - diciembre 2016<sup>a/</sup>

TIPO DE ACTIVIDAD



a/ Una misma persona puede realizar más de una práctica cultural, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

## 4.9 Formación artística

La población de 5 años y más que ha recibido algún tipo de formación artística alcanza el 11,9% en el ámbito nacional, como se aprecia en el cuadro 4.71. Esta estimación por zona presenta el 13,9% de los residentes habituales de la urbana y el 6,6% de la rural. El análisis por sexo registra el 9,1% de los hombres y el 14,8% de las mujeres.

CUADRO 4.71

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que recibe alguna formación artística<sup>1/</sup>, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Recibe
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>11,9</b>
<b>Zona</b>		
Urbana	3 313 178	13,9
Rural	1 225 402	6,6
<b>Sexo</b>		
Hombres	2 287 306	9,1
Mujeres	2 251 274	14,8

1/ Incluye cursos o talleres de formación artística como baile o danza, tocar algún instrumento musical, cocina o repostería y otras.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

De los catorce tipos de formación artística, los tres principales incluyen cursos de baile o de danza con el 3,2%, clases para aprender a tocar algún instrumento musical con el 2,1%, y el 1,9% en formación en cocina o repostería, de conformidad con lo mostrado en el cuadro 4.72.

En la zona urbana, estos tres tipos de formación presentan la mayor proporción nacional. Los cursos de baile o danza y los de cocina o repostería son recibidos por las mujeres en mayor proporción (4,7% y 2,4%, respectivamente). Esto varía en el caso de tocar algún instrumento musical, ya que son los hombres quienes más reciben este tipo de formación, con un 2,4%.

CUADRO 4.72

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que recibe formación artística por tipo de curso o taller de mayor recurrencia, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

Zona y sexo	Total de personas	Cursos o talleres de mayor recurrencia <sup>1/</sup>		
		Baile o danza	Tocar algún instrumento musical	Cocina o repostería
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>3,2</b>	<b>2,1</b>	<b>1,9</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	3 313 178	4,0	2,6	2,2
Rural	1 225 402	1,2	1,0 <sup>a/</sup>	1,2 <sup>a/</sup>
<b>Sexo</b>				
Hombres	2 287 306	1,8	2,4	1,5
Mujeres	2 251 274	4,7	1,8	2,4

1/ Una misma persona puede llevar más de un curso o taller de formación artística, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

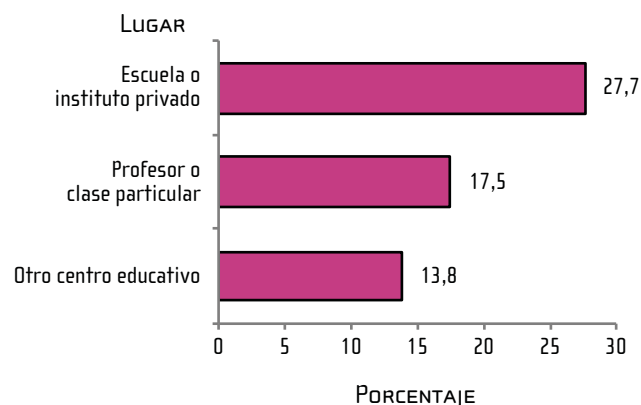
a/ Coeficiente de variación mayor al 20%, lo cual indica que la estimación es poco confiable y, por tanto, se debe utilizar con precaución.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En cuanto al lugar donde asiste a formación artística, el 27,7% indica recibirla en una escuela o instituto privado, el 17,5% por medio de un profesor o clase particular y el 13,8% en otro centro educativo (gráfico 4.26).

GRÁFICO 4.26

**Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que recibe formación artística por el lugar de mayor asistencia, octubre - diciembre 2016**



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

### 4.10 Actividades lúdicas

De la población de 5 años y más, el 81,9 % ha realizado al menos una de las seis actividades lúdicas o de juego indagadas en la ENC 2016. Ese porcentaje es ligeramente mayor en la población de la zona urbana y en hombres, de acuerdo con los datos consignados en el cuadro 4.73.

CUADRO 4.73

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza alguna actividad lúdica, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016

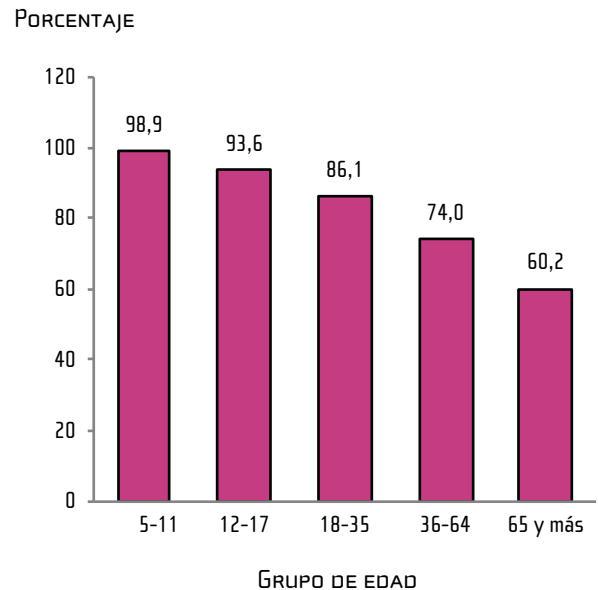
Zona y sexo	Total de personas	Realiza
Costa Rica	4 538 580	81,9
<b>Zona</b>		
Urbana	3 313 178	82,2
Rural	1 225 402	80,9
<b>Sexo</b>		
Hombres	2 287 306	83,3
Mujeres	2 251 274	80,4

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Al analizarlo en términos etarios (gráfico 4.27) se aprecia que, conforme aumenta la edad, disminuye el porcentaje de personas que realizan alguna actividad lúdica. Se destaca que cerca del 99,0 % de los niños y niñas de 5 a 11 años efectúan al menos una de estas actividades, en tanto este porcentaje corresponde al 60,2 % entre las personas de 65 años y más.

GRÁFICO 4.27

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza actividades lúdicas por grupo de edad, octubre - diciembre 2016



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

La principal actividad lúdica realizada es contar recuerdos bonitos o historias graciosas, que abarca al 72,4 % de la población de 5 años y más. En la zona urbana es efectuada por el 73,0 % y entre las mujeres por el 76,4 % (cuadro 4.74). La segunda actividad identificada es jugar juegos de mesa, practicada por el 51,6 % de las personas. Esta es más frecuente en la zona urbana que en la rural (54,4 % y 43,9 %; respectivamente). En tercer lugar, el 45,2 % de las personas indica jugar mejenga, la cual es más frecuente en la zona rural y en los hombres. Es relevante destacar que el 26,0 % de las mujeres “mejenguea” al menos una vez al año. En cuarto lugar se encuentran los juegos tradicionales, con el 41,0 %. Estos tienen un porcentaje alto registrado en la población urbana y en la de mujeres, con el 42,2 % y el 45,1 %, respectivamente.



CUADRO 4.74

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que realiza actividades lúdicas por juegos de mayor recurrencia, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016

Zona y sexo	Total de personas	Actividades lúdicas que más realizan <sup>1/</sup>			
		Contar recuerdos bonitos o historias graciosas	Jugar juegos de mesa <sup>2/</sup>	Jugar mejenga	Participar en juegos tradicionales <sup>3/</sup>
<b>Costa Rica</b>	<b>3 715 140</b>	<b>72,4</b>	<b>51,6</b>	<b>45,2</b>	<b>41,0</b>
<b>Zona</b>					
Urbana	2 723 783	73,0	54,4	44,7	42,2
Rural	991 357	70,8	43,9	46,6	37,8
<b>Sexo</b>					
Hombres	1 905 706	68,7	51,4	63,5	37,2
Mujeres	1 809 434	76,4	51,8	26,0	45,1

1/ Una misma persona puede realizar más de una actividad lúdica, por lo que quedaría contabilizada en varias categorías.

2/ Incluye los siguientes juegos: *uno*, tablero, ajedrez, naipes u otros.

3/ Incluye los siguientes juegos: *quedó*, escondido, trompo, cromos, *jackses*, saltar la cuerda u otros.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

### 4.11 Dispositivos tecnológicos e internet

El 90,1 % de las personas de 5 años y más utilizan celular. En la zona urbana llega al 91,2 % y en la rural al 87,2 % (cuadro 4.75).

CUADRO 4.75

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que utiliza dispositivos tecnológicos e internet, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016

Zona y sexo	Total de personas	Dispositivos tecnológicos e internet		
		Celular	Internet	Computadora
<b>Costa Rica</b>	<b>4 538 580</b>	<b>90,1</b>	<b>70,5</b>	<b>43,2</b>
<b>Zona</b>				
Urbana	3 313 178	91,2	76,1	49,0
Rural	1 225 402	87,2	55,2	27,3
<b>Sexo</b>				
Hombres	2 287 306	90,2	70,3	45,4
Mujeres	2 251 274	90,0	70,6	41,0

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

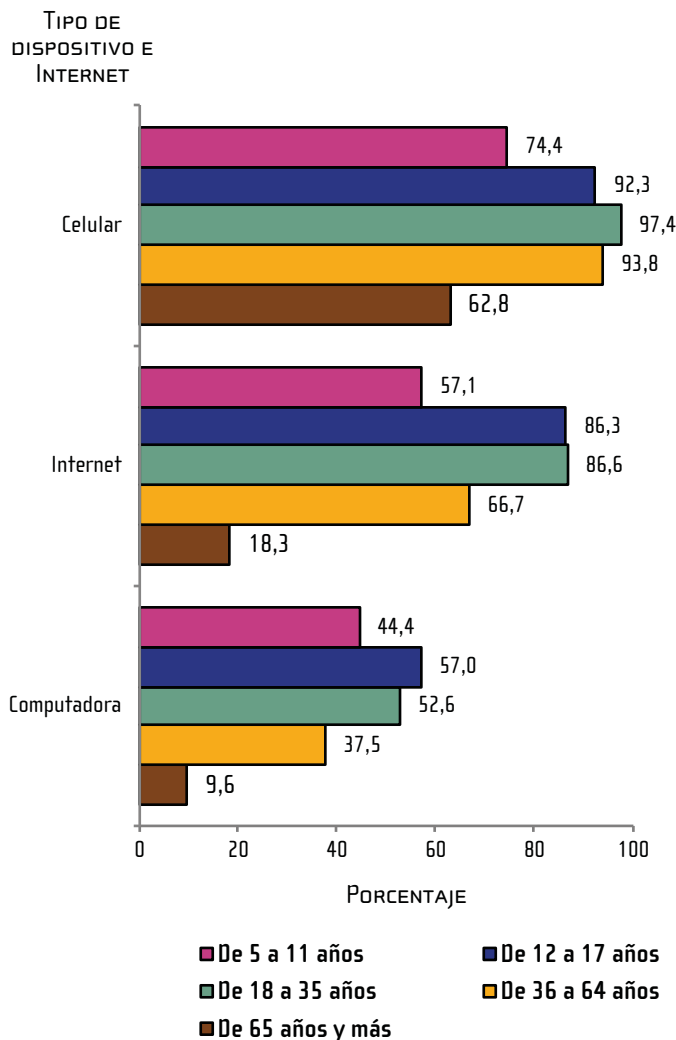
El 70,5 % de la población de 5 años y más utiliza internet (sea o no por medio del celular). En la zona rural equivale al 55,2 %, lo cual evidencia una brecha importante con respecto a la urbana (76,1 %), como se muestra en el cuadro 4.75.

El 43,2 % de la población de 5 años y más utiliza computadora (cuadro 4.75). Este indicador representa el 49,0 % en la zona urbana y el 27,3 % en la rural. Asimismo, los hombres la usan un 45,4 % y las mujeres un 41,0 %.

Al analizar el uso del celular, de internet y de la computadora en términos etarios, se observa que es más frecuente en las edades intermedias (gráfico 4.28). El celular es usado por el 97,4 % de la población de 18 a 35 años, seguido por el grupo de 36 a 64 años con el 93,8 %. Son las personas de 12 a 35 años quienes más utilizan internet, pues cada grupo de edad en ese rango supera el 86,0 %. Las personas de 12 a 17 años son quienes tienen mayor prevalencia en el uso de la computadora (57,0 %).

GRÁFICO 4.28

Costa Rica: Porcentaje de la población de 5 años y más que utiliza dispositivos tecnológicos e internet por grupo de edad, octubre - diciembre 2016



Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

En términos de horas, el cuadro 4.76 muestra cómo se distribuye en rangos el uso de internet para actividades culturales. El 14,0% de la población de 12 años y más utiliza internet menos de una hora al día.

En la zona rural equivale al 21,2%, y al 14,6% en las mujeres. Por otro lado, el 20,7% de las personas usan internet siete horas o más, con mayor prevalencia en la zona urbana.

CUADRO 4.76

**Costa Rica: Población de 12 años y más que utiliza internet en actividades culturales<sup>1/</sup> por cantidad de horas al día, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**

(Valores relativos)

Zona y sexo	Total de personas	Cantidad de horas en actividades culturales en internet al día				
		Total	Menos de una hora	De 1 hora a menos de 4 horas	De 4 horas a menos de 7 horas	7 horas o más
<b>Costa Rica</b>	<b>2 404 655</b>	<b>100,0</b>	<b>14,0</b>	<b>45,8</b>	<b>19,5</b>	<b>20,7</b>
<b>Zona</b>						
Urbana	1 936 732	100,0	12,3	44,9	20,0	22,8
Rural	467 923	100,0	21,2	49,0	17,5	12,3
<b>Sexo</b>						
Hombres	1 196 539	100,0	13,4	45,4	20,1	21,1
Mujeres	1 208 116	100,0	14,6	46,1	18,9	20,4

1/ Incluye las siguientes actividades culturales: visitar redes sociales y otros sitios (Facebook, Youtube u otros) para compartir y ver fotos o videos, ver televisión, escuchar radio, escuchar o bajar música, ver o descargar videos (musicales, películas, series u otros), jugar o bajar videojuegos, juegos de computadora, *tablet* o celular, leer o bajar libros, periódicos o revistas, visitar espacios culturales virtuales como bibliotecas, museos o galerías.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

Respecto al tiempo en internet destinado por las personas de 12 años y más a actividades culturales, en promedio invierten poco más de dos horas al día en redes sociales. Asimismo, dedican de una hora y media a menos de dos horas en promedio utilizando internet para ver televisión, escuchar radio

y escuchar música, así como de una hora y menos de hora y media para ver videos, jugar videojuegos o juegos en dispositivos y leer. Finalmente, con menos de una hora visitan espacios culturales en línea (cuadro 4.77).

CUADRO 4.77

**Costa Rica: Tiempo promedio al día que dedican las personas de 12 años y más al mes en actividades culturales<sup>1/</sup> utilizando internet por tipo de actividad, según zona y sexo, octubre - diciembre 2016**  
(Horas y minutos)

Zona y sexo	Promedio de tiempo diario en actividades culturales utilizando internet							
	Redes sociales	Televisión	Radio	Música	Videos	Videojuegos	Leer	Espacios culturales
<b>Costa Rica</b>	<b>02:12</b>	<b>01:47</b>	<b>01:45</b>	<b>01:33</b>	<b>01:25</b>	<b>01:22</b>	<b>01:19</b>	<b>00:49</b>
<b>Zona</b>								
Urbana	02:15	01:49	01:47	01:35	01:27	01:21	01:21	00:50
Rural	01:58	01:29	01:27	01:23	01:15	01:23	01:07	00:34
<b>Sexo</b>								
Hombres	02:14	01:44	01:48	01:31	01:30	01:27	01:09	00:43
Mujeres	02:11	01:50	01:41	01:36	01:19	01:13	01:29	00:54

1/ Incluye las siguientes actividades culturales: visitar redes sociales y otros sitios (Facebook, Youtube u otros) para compartir y ver fotos o videos, ver televisión, escuchar radio, escuchar o bajar música, ver o descargar videos (musicales, películas, series u otros), jugar o bajar videojuegos, juegos de computadora, *tablet* o celular, leer o bajar libros, periódicos o revistas, visitar espacios culturales virtuales como bibliotecas, museos o galerías.  
Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura. 2016.

## 4.12 Otros cuadros estadísticos

Como parte de la mejora continua en cuanto a oportunidad y acceso de la información, en la temática “Social” del sitio web institucional [www.inec.cr](http://www.inec.cr) puede descargar y consultar libremente diversos tabulados con información desagregada por región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción, o bien, en la pestaña “Encuesta Nacional de Cultura”.





## 5. Bibliografía



## Bibliografía

Asamblea Legislativa de Costa Rica (14 de noviembre de 2001). *Ley Integral para la Persona Adulta Mayor* (Ley 7935). Diario Oficial La Gaceta.

Asamblea Legislativa de Costa Rica (20 de mayo de 2002). *Ley General de la Persona Joven* (Ley 8261). Diario Oficial La Gaceta.

Consejo Nacional de Lectura (2012). *Encuesta nacional de hábitos de lectura 2011. Síntesis de resultados, mayo de 2012*. Buenos Aires, Argentina.

Convenio Andrés Bello (2009). *Cuenta Satélite de Cultura. Manual metodológico para su implementación en Latinoamérica*. Bogotá, Colombia: Convenio Andrés Bello y Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

Fundación Interamericana de Cultura y Desarrollo y Ministerio de Cultura y Juventud de Costa Rica (2011). *Atlas de infraestructura y patrimonio cultural de las Américas: Costa Rica*. México D.F.: México.

INEC (2016). *Encuesta Nacional de Cultura 2016: instructivo de la persona entrevistadora*. San José, Costa Rica: INEC.

INEC (2016). *Encuesta Nacional de Hogares 2016: resultados generales*. San José, Costa Rica: INEC.

Instituto de Estadística de la UNESCO (2009). *Marco de estadísticas culturales de la UNESCO 2009*. Montreal, Canadá: UNESCO-UIS.

Ministerio de Cultura y Juventud (2014). *Encuesta Nacional de Cultura 2013: principales resultados*. San José, Costa Rica: MCJ.

Ministerio de Cultura y Juventud (2013). *Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: primeras mediciones*. San José, Costa Rica.

Ministerio de Cultura y Juventud (2017). *Cuenta Satélite de Cultura de Costa Rica: metodología y resultados*. San José, Costa Rica.

Poder Ejecutivo de Costa Rica (6 de enero de 1978). *Establece División Regional del Territorio de Costa Rica, para los efectos de investigación y planificación del desarrollo socioeconómico* (Decreto Ejecutivo 7944). Diario Oficial La Gaceta.

Poder Ejecutivo de Costa Rica (19 de octubre de 1999). *Reglamento de trámites para los estudios arqueológicos* (Decreto Ejecutivo 28174-MP-C-MINAE-MEIC). Diario Oficial La Gaceta.

Poder Ejecutivo de Costa Rica (12 de diciembre de 2012). *Declarar el género musical denominado "calipso limonense" como destacada expresión del patrimonio cultural inmaterial afrodescendiente de Costa Rica* (Decreto Ejecutivo n.º 37418-C). Diario Oficial La Gaceta.



Poder Ejecutivo de Costa Rica (6 de mayo de 2013). *Establece División Regional del Territorio de Costa Rica, para los efectos de investigación y planificación del desarrollo socioeconómico* (Decreto Ejecutivo 37735-PLAN). Diario Oficial La Gaceta.

Zeledón, Elías (2011). *Leyendas costarricenses*. Heredia, Costa Rica.

<http://www.cerlalc.org>

<http://www.conaculta.gob.mx>

<http://www.cuentasatelitecultura.go.cr>

<http://dane.gov.co>

<http://www.inec.go.cr>

<http://inegi.org.mx>

<http://mecd.gob.es>

<http://www.mideplan.go.cr>

<http://www.oibcult.org>

<http://patrimonio.go.cr>

<http://www.sinabi.go.cr>

<http://sinca.cultura.gob.ar>

<http://si.cultura.cr>



## 6. Anexos



## Anexo 1. Ficha técnica

**Descripción de la Encuesta:** la Encuesta Nacional de Cultura es una investigación cuyo diseño metodológico permite indagar sobre diferentes temáticas culturales del país.

**Objetivo de la Encuesta Nacional de Cultura:** Proveer a la sociedad de información estadística sobre diversos aspectos del sector cultural costarricense, que facilite la formulación, seguimiento y evaluación de políticas públicas, así como de acciones privadas y civiles orientadas hacia su desarrollo.

### Principales temas investigados:

- Audiovisuales
- Música
- Publicaciones
- Tradiciones costarricenses
- Asistencia a espacios culturales
- Asistencia a actividades culturales
- Prácticas culturales
- Formación artística (no formal)
- Actividades lúdicas
- Dispositivos tecnológicos e internet.

**Método de recolección de los datos:** La información se recolectó mediante entrevista presencial a un informante ideal o calificado para los datos de la vivienda y del hogar seleccionado, luego por medio de la tabla de Kish, se seleccionaba de manera aleatoria dos personas residentes habituales del hogar, una de 12 años y más, y otra de 5 a 11 años. A estas personas se entrevistaron de manera directa (autoinformante) y en caso de los niños con la autorización y en presencia del adulto responsable. En la ENC 2016 para recolectar y transmitir la información desde campo se utilizaron tabletas y sistemas informáticos a la medida.

**Población objetivo:** Las viviendas individuales y las personas residentes habituales de los hogares seleccionados: una de 12 años y más, y otra de 5 a 11 años.

**Cobertura:** Nacional.

**Período de ejecución:** La recolección de los datos se realizó en una sola fase, del 18 de octubre al 14 de diciembre de 2016.

**Dominios de estudio:** Nacional, zona (urbana y rural), y región de planificación económica.

**Tamaño de muestra:** 523 UPM, 6 276 viviendas y 8 033 personas.

**Variable de diseño y fijación de la muestra:** Para determinar el tamaño de la muestra de viviendas, se consideraron la capacidad técnica y presupuestaria del INEC y del MCJ, la muestra efectiva de viviendas en la ENC 2013 y los niveles de precisión de un grupo de variables importantes de investigar en la encuesta, las cuales son:

- Porcentaje de población que escuchó radio todos los días en los últimos siete días
- Porcentaje de población que jugó videojuegos en los últimos treinta días
- Porcentaje de población que leyó libros en los últimos doce meses
- Porcentaje de población que leyó periódicos en los últimos treinta días
- Porcentaje de población que leyó revistas en los últimos doce meses
- Porcentaje de población que asistió a bibliotecas en los últimos doce meses
- Porcentaje de población que practicó baile en los últimos doce meses
- Porcentaje de población que tocó algún instrumento musical en los últimos doce meses.

Para los dominios de estudio anteriormente mencionados, se garantizan errores relativos menores del 15% para las variables indicadas.

**Marco muestral:** Marco muestral de viviendas 2011 (MMV-2011), basado en el X Censo Nacional de Población y VI de Vivienda del año 2011.

**Diseño muestral:** Probabilístico de áreas, estratificado y de tres etapas. Es de áreas porque las unidades de muestreo son áreas geográficas o UPM y las probabilidades de selección de las viviendas están asociadas a estas UPM; es estratificado porque, para la distribución y selección de la muestra, se definieron los estratos de interés; y es de tres etapas porque en una primera etapa se seleccionaron las UPM, en una segunda se seleccionaron viviendas o unidades secundarias de muestreo (USM) dentro de las UPM elegidas en la primera etapa, y en una tercera etapa se seleccionó a una persona de 12 años y más, y a una persona de 5 a 11 años dentro de cada vivienda seleccionada.

**Cantidad de viviendas seleccionadas por UPM:** 12.

**Método de estimación:** Los valores muestrales se multiplican por un factor de expansión obtenido a nivel de UPM.

**Ajuste por proyección de población:** Proyecciones de Población del 2011 a nivel de región.

## Anexo 2. Cuestionario



REPÚBLICA DE COSTA RICA  
**Encuesta Nacional de Cultura**  
(ENC-2016)

De octubre a diciembre de 2016

<b>MÓDULO DE VIVIENDA Y HOGAR</b>	
<b>I. IDENTIFICACIÓN DE LA VIVIENDA</b>	
Región: _____ Provincia: _____ Cantón: _____ Distrito: _____	UPM: [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] Vivienda: [ ] [ ] [ ] Dirección: _____ _____ Teléfono: [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]
<b>DATOS DE LA VIVIENDA</b>	
<b>11. Indague cuántas personas viven en esta vivienda:</b>  [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]	<b>12. Todas las personas que viven aquí, ¿comparten un mismo presupuesto y elaboran en común los alimentos?</b> Sí . . . . . <input type="radio"/> 1 No . . . . . <input type="radio"/> 0 → <b>13. ¿Cuántos hogares hay en esta vivienda?</b> [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]
<b>SOLO PARA EL HOGAR PRINCIPAL</b>	
<b>14. Todas las personas del hogar, ¿viven aquí hace más de seis meses?</b>  Sí . . . . . <input type="radio"/> 1 <b>Pase a 17</b> No . . . . . <input type="radio"/> 0	<b>16. Esa o esas personas ¿tienen otro lugar donde vivir?</b>  Sí . . . . . <input type="radio"/> 1 No las incluya como miembros del hogar No . . . . . <input type="radio"/> 0 Inclúyalas como miembros del hogar
<b>15. ¿Piensan quedarse viviendo aquí?</b>  Sí . . . . . <input type="radio"/> 1 <b>Pase a 17</b> No . . . . . <input type="radio"/> 0	<b>17. ¿Cuántas personas viven en este hogar?</b> [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] <b>18. ¿Cuántas son menores de 5 años?</b> [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] <b>19. ¿Cuántas tienen de 5 a 11 años?</b> [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] <b>110. ¿Cuántas tienen 12 años o más?</b> [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]
<b>CONTROL DEL CUESTIONARIO EN PAPEL</b>	
<b>Fecha de entrevista:</b> Día: [ ] [ ] Mes: [ ] [ ] Año: [ 1 ] [ 6 ]  <b>Hora inicio:</b> [ ] [ ] : [ ] [ ]  <b>Hora final:</b> [ ] [ ] : [ ] [ ]	<b>Persona entrevistadora:</b> _____  <b>Persona supervisora:</b> _____  <b>¿Cuestionario revisado?</b> Sí . . . . . <input type="radio"/> 1      No . . . . . <input type="radio"/> 0  <b>Transcrita por:</b> _____ <b>Fecha</b> _____
<b>OBLIGATORIEDAD Y CONFIDENCIALIDAD DE LA INFORMACIÓN</b>	
<p>El Instituto Nacional de Estadística y Censos, es el ente técnico rector de las estadísticas nacionales y coordinador del Sistema de Estadística Nacional (SEN). Esta función le fue asignada en la Ley del Sistema de Estadística Nacional (Nº 7839 de fecha 04 de noviembre de 1998), la cual se promulgó considerando, entre otros aspectos, la importancia de contar con datos estadísticos oportunos y actualizados sobre los cuales basarse para establecer políticas económicas y sociales.</p> <p>Esta Ley también establece la confidencialidad de los datos suministrados:</p> <p>Artículo 4 : "[...] Los datos obtenidos según esta Ley serán estrictamente confidenciales [...] Los datos procedentes de personas físicas o jurídicas privadas [...] no podrán ser publicados en forma individual, sino como parte de cifras globales, que serán las correspondientes a tres o más personas físicas y jurídicas; tampoco podrán suministrarse con propósitos fiscales ni de otra índole".</p> <p>Artículo 5: "El SEN podrá solicitar la información relativa a su actividad, a todas las personas físicas y jurídicas residentes en Costa Rica..."</p>	

II. VIVIENDA Y SERVICIOS																																																							
<p><b>V1. Tipo de vivienda</b></p> <p>Vivienda independiente. .... <input type="radio"/> 01</p> <p>Vivienda independiente en condominio ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Edificio de apartamentos ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Vivienda en edificio en condominio..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Vivienda tradicional indígena..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Cuarto en cuartería ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Tugurio..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>V5. ¿Cuánto paga al mes por el servicio de televisión por cable o satélite?</b></p> <p>..... Colones ... <input type="radio"/> 01 Dólares .... <input type="radio"/> 02</p> <p>Paquete .... <input type="radio"/> 03 NS, NR .. <input type="radio"/> 099 No paga ... <input type="radio"/> 00</p>																																																						
<p><b>V2. ¿Esta vivienda...</b></p> <p>... es propia, totalmente pagada? ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>... es propia, pagando a plazos?..... <input type="radio"/> 02</p> <p>... es alquilada?..... <input type="radio"/> 03</p> <p>... está en precario?..... <input type="radio"/> 04</p> <p>... otra (cedida, prestada)? ..... <input type="radio"/> 088</p>	<p style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">Si V3a=0, V3b=0, V3c=0, V3d=0, V3h=0 y V3j=0 pase a V9</p> <p><b>V6. ¿Tiene suscripción de Internet residencial? ¿Cuál empresa le brinda el servicio?</b></p> <p>Cable Tica..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Claro..... <input type="radio"/> 02</p> <p>ICE [Kólbi Hogar, Cable Visión] ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>RACSA..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Tele Cable..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Tigo Star, Tigo, Amnet ..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Otra ..... <input type="radio"/> 088</p> <p>No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 099</p> <p>No tiene ..... <input type="radio"/> 00 <span style="float: right; background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">Pase a V9</span></p>																																																						
<p><b>¿Tienen en esta vivienda...</b></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;"></th> <th style="width: 15%; text-align: center;">¿Cuántos o cuántas?</th> <th style="width: 25%; text-align: center;">No</th> </tr> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">↓</th> <th style="text-align: center;">↓</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>V3a ... computadora de escritorio?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3b ... computadora portátil?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3c ... tablet?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3d ... televisor de plasma, LCD o LED (pantalla plana)?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3e ... televisor convencional?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3f ... radio o equipo de sonido?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3g ... reproductores de música para CDs?..</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3h ... reproductores digitales de música o video [MP3/4, Ipad]?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3i ... reproductores de video [DVD, Blu-Ray u otros?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3j ... consolas para videojuegos [Play Station, X-Box, Wii, Wii-U, DS, PSVita,u otros.]?</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3k ... cámara de video (no del celular)? ....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3l ... cámara fotográfica (no del celular)?..</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3m ... instrumentos musicales?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3n ... líneas de teléfono residencial?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3o ... líneas de teléfono celular?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> <tr><td>V3p ... carros o motos para uso del hogar (no de trabajo)?.....</td><td style="text-align: center;"> _ </td><td style="text-align: center;"><input type="radio"/> 00</td></tr> </tbody> </table>		¿Cuántos o cuántas?	No		↓	↓	V3a ... computadora de escritorio?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3b ... computadora portátil?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3c ... tablet?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3d ... televisor de plasma, LCD o LED (pantalla plana)?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3e ... televisor convencional?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3f ... radio o equipo de sonido?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3g ... reproductores de música para CDs?..	_	<input type="radio"/> 00	V3h ... reproductores digitales de música o video [MP3/4, Ipad]?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3i ... reproductores de video [DVD, Blu-Ray u otros?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3j ... consolas para videojuegos [Play Station, X-Box, Wii, Wii-U, DS, PSVita,u otros.]?	_	<input type="radio"/> 00	V3k ... cámara de video (no del celular)? ....	_	<input type="radio"/> 00	V3l ... cámara fotográfica (no del celular)?..	_	<input type="radio"/> 00	V3m ... instrumentos musicales?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3n ... líneas de teléfono residencial?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3o ... líneas de teléfono celular?.....	_	<input type="radio"/> 00	V3p ... carros o motos para uso del hogar (no de trabajo)?.....	_	<input type="radio"/> 00	<p><b>V7. ¿Cuánto paga al mes por el servicio de Internet residencial?</b></p> <p>..... Colones ... <input type="radio"/> 01 Dólares .... <input type="radio"/> 02</p> <p>Paquete .... <input type="radio"/> 03 NS, NR .. <input type="radio"/> 099 No paga ... <input type="radio"/> 00</p> <p style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">Si no paga ningún paquete pase a V9</p>
	¿Cuántos o cuántas?	No																																																					
	↓	↓																																																					
V3a ... computadora de escritorio?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3b ... computadora portátil?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3c ... tablet?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3d ... televisor de plasma, LCD o LED (pantalla plana)?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3e ... televisor convencional?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3f ... radio o equipo de sonido?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3g ... reproductores de música para CDs?..	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3h ... reproductores digitales de música o video [MP3/4, Ipad]?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3i ... reproductores de video [DVD, Blu-Ray u otros?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3j ... consolas para videojuegos [Play Station, X-Box, Wii, Wii-U, DS, PSVita,u otros.]?	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3k ... cámara de video (no del celular)? ....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3l ... cámara fotográfica (no del celular)?..	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3m ... instrumentos musicales?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3n ... líneas de teléfono residencial?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3o ... líneas de teléfono celular?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
V3p ... carros o motos para uso del hogar (no de trabajo)?.....	_	<input type="radio"/> 00																																																					
<p style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">Si V3d=0 y V3e=0 pase a V6</p> <p><b>V4. ¿Tiene suscripción de televisión por cable o satélite? ¿Cuál empresa le brinda el servicio?</b></p> <p>Cable Tica..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Claro..... <input type="radio"/> 02</p> <p>ICE [Kólbi Hogar, Cable Visión] ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>RACSA..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Sky ..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Tele Cable..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Tigo Star, Tigo, Amnet ..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Otra ..... <input type="radio"/> 088</p> <p>No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 099</p> <p>No tiene ..... <input type="radio"/> 00 <span style="float: right; background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">Pase a V6</span></p>	<p><b>V8. ¿Cuánto paga en total por el paquete de cable, Internet o telefonía fija?</b></p> <p>..... Colones ... <input type="radio"/> 01 Dólares .... <input type="radio"/> 02</p> <p>NS, NR .. <input type="radio"/> 099 No paga ... <input type="radio"/> 00</p>																																																						
<p><b>V9. ¿En esta vivienda tienen alguna suscripción a periódicos impresos?</b></p> <p>Sí ..... <input type="radio"/> 01 No ..... <input type="radio"/> 00 <span style="float: right; background-color: #0056b3; color: white; padding: 2px;">Pase a V12</span></p>	<p><b>V10. ¿Cuál empresa le brinda el servicio?</b></p> <p>_____</p>																																																						
<p><b>V11. ¿Cuánto paga en total al mes por esta suscripción?</b></p> <p>¢ .....  _ </p>	<p style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; text-align: center;"><b>SOLO PARA EL HOGAR PRINCIPAL</b></p> <p><b>V12. ¿Cuánto es el ingreso mensual del hogar principal?</b></p> <p>Menor a 200 mil colones ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>De 200 mil a menos de 450 mil colones ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>De 450 mil a menos de 700 mil colones ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>De 700 mil a menos de un millón de colones ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>De un millón a menos de dos millones quinientos mil colones ..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Dos millones quinientos mil colones o más ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 099</p>																																																						

III. REGISTRO DE PERSONAS DEL HOGAR PRINCIPAL					
L Í N E A	PARA TODAS LAS PERSONAS				L Í N E A  S E L E C C I O N A D A
	¿Cómo se llama la persona que se considera jefa o jefe de este hogar? (Anótela en la línea 1)  Luego anote el nombre del resto de personas del hogar, según la relación de parentesco y edad.  Si I10=1 marque no aplica P1a. ¿Se indicó que en el hogar la jefatura es compartida?  P1b. N° de línea de la otra jefatura  Si ..... <input type="radio"/> 1 → <input type="text"/> No ..... <input type="radio"/> 0 No aplica .... <input type="radio"/> B7	¿Cuál es la relación de parentesco de cada persona con la jefa o el jefe del hogar?  Jefa o jefe..... 1 Esposo(a) o compañero(a)..... 2 Hijo(a) o Hijastro(a) ..... 3 Yerno o nuera ..... 4 Nieto(a)..... 5 Padre o madre..... 6 Suegro(a) ..... 7 Hermano(a) ..... 8 Cuñado(a)..... 9 Otro familiar ..... 10 Otro no familiar..... 11	¿Es hombre o mujer?  Hombre . . . . 1  Mujer . . . . . 2	¿Cuántos años cumplidos tiene (nombre)?  Para menos de 1 año.....00 Edad ignorada, menor de 5 años . . . . 97 Edad ignorada, entre 5 y 11 años . . . . 98 Edad ignorada, 12 años y más . . . . . 99	
(PDa)	(P1)	(P2)	(P3)	(P4)	(POb)
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					



IV. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS					
L Í N E A  S E L E C C I O N A D A	Quando (nombre) nació, ¿dónde vivía la mamá?	¿Cuál es la nacionalidad de (nombre)?	¿(Nombre) presenta alguna limitación que le dificulte o impida permanentemente...	¿Asiste (nombre) a...	¿Cuál es el último nivel aprobado en la educación regular por (nombre)?
	En este país ... 188	Costarricense ..... 188	... ver aún con los anteojos o lentes puestos? ..... 1	... prekinder? ... 1	Preparatoria ..... 1
	<b>Pase a P7</b>	Nicaragüense ..... 558	... oír? ..... 2	... preparatoria? . 2	Enseñanza especial . . . . . 2
	Nicaragua ..... 558	Colombiana ..... 170	... hablar? ..... 3	... escuela? . . . . . 3	Primaria incompleta. . . . . 3
	Colombia ..... 170	Estadounidense . . . . . 840	... caminar o subir gradas? . . . . . 4	... colegio? . . . . . 4	Primaria completa . . . . . 4
	Estados Unidos ..... 840	Panameña ..... 591	... utilizar brazos o manos? . . . . . 5	... parauniversitaria? . . . . . 5	Secundaria académica incompleta . . . . . 5
	Panamá ..... 591	Salvadoreña . . . . . 222	... de tipo intelectual? (retardo, Síndrome de Down u otros) . 6	... universidad?. 6	Secundaria académica completa . . . . . 6
	El Salvador. . . . . 222	Otra ¿Cuál? ..... 888	... de tipo mental? (bipolar, esquizofrenia u otros) . . . . . 7	... enseñanza especial? . . . . . 7	Secundaria técnica incompleta . . . . . 7
	Otro ¿Cuál? . . . 888		No tiene ninguna. . 0	... educación abierta? . . . . . 8	Secundaria técnica completa . . . . . 8
				... otro tipo de formación?.. 88	Parauniversitaria incompleta . . . . . 9
			No asiste. . . . . 0	Parauniversitaria completa . . . . . 10	
				Universitaria incompleta . . . . . 11	
				Universitaria completa . . . . . 12	
				Posgrado (maestría o doctorado) . . . . . 13	
				Ninguno . . . . . 0	
				<b>Si P8=0 y P9=0 pase a P11</b>	
(P0b)	(P5)	(P6)	(P7)	(P8)	(P9)

IV. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS					
L Í N E A  S E L E C C I O N A D A	¿El centro educativo al que asiste (o asistió) (nombre) es [era]...	¿(Nombre) ha recibido o está recibiendo algún tipo de educación artístico-cultural formalmente?	¿(Nombre) sabe leer y escribir?	SOLO 12 AÑOS Y MÁS	
	... público? .....1	Sí, recibí. . . . . 1	Sí ..... 1	¿(Nombre) habla, lee y escribe fluidamente otro idioma además de su lengua materna? ¿Cuál?	¿Actualmente (nombre) está...
	... semipúblico o semioficial? . . 2	Sí, está recibiendo . . 2	No ..... 0	[Si menciona varios idiomas anote el más importante para la persona entrevistada]	... en unión libre o juntado(a)? . . . . . 1
	... privado? . . . . . 3	Sí, ha recibido y actualmente recibe . 3	<b>Pase a P14</b>	Inglés . . . . . 1	... casado(a)? . . . . . 2
	... extranjero? . . . 4	No ha recibido . . . . . 0		Francés . . . . . 2	... divorciado(a)? . . . 3
		<b>Si P9&gt;2 pase a P13</b>		Español . . . . . 3	... separado(a)? . . . . 4
				Portugués . . . . . 4	... viudo(a)? . . . . . 5
				Otro . . . . . 88	... soltero(a)? . . . . . 6
				No, ningún otro . . . . . 0	
(P0b)	(P10)	(P11)	(P12)	(P13)	(P14)

MÓDULO DE PERSONAS DE 12 AÑOS Y MÁS				
Nº de línea <input type="text"/>	Nombre <input type="text"/>	Edad <input type="text"/>	Sexo Hombre ... <input type="radio"/> 01 Mujer ... <input type="radio"/> 02	INFORMANTE: Autoinformante ..... <input type="radio"/> 01 Otro informante del hogar ..... <input type="radio"/> 02 → <input type="text"/> Informante otro hogar misma vivienda. <input type="radio"/> 03 Informante otra vivienda ..... <input type="radio"/> 04
V. AUDIOVISUALES			TELEVISIÓN	
Le preguntaré sobre su consumo de audiovisuales como radio, televisión, cine, entre otros.			A7. En los últimos 7 días, ¿vio televisión (incluyendo la vista por Internet)? ¿Cuántos días?	
<b>RADIO</b>			<input type="text"/> Pase a A9 No ..... <input type="radio"/> 00	
A1. En los últimos 7 días, ¿escuchó radio (incluyendo la escuchada por Internet)? ¿Cuántos días?			A8. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no vio televisión?	
<input type="text"/> Pase a A3 No ..... <input type="radio"/> 00			Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02 Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03 Problemas de salud o discapacidad .... <input type="radio"/> 04 No tiene dispositivo ..... <input type="radio"/> 012 Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017 Otro ..... <input type="radio"/> 088	
A2. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no escuchó radio?			Pase a A14	
A3. En los últimos 7 días, ¿qué tipo de programación escuchó en radio? (PUEDE MARCAR HASTA TRES OPCIONES)			A9. En los últimos 7 días, ¿qué tipo de programas de televisión vio? (PUEDE MARCAR HASTA TRES OPCIONES)	
Musicales ..... <input type="radio"/> 01 De opinión o entrevistas ..... <input type="radio"/> 02 Noticias ..... <input type="radio"/> 03 Deportes ..... <input type="radio"/> 04 Culturales ..... <input type="radio"/> 05 Infantiles ..... <input type="radio"/> 06 Humor o comedia ..... <input type="radio"/> 07 Religiosos ..... <input type="radio"/> 08 Otro ..... <input type="radio"/> 088			Noticieros ..... <input type="radio"/> 01 Documentales ..... <input type="radio"/> 02 Deportes ..... <input type="radio"/> 03 Telenovelas ..... <input type="radio"/> 04 Entretenimiento, espectáculos, variedades o humor . <input type="radio"/> 05 Entrevistas ( <i>talk show, night show</i> ) o <i>reality show</i> ..... <input type="radio"/> 06 Películas ..... <input type="radio"/> 07 Series ..... <input type="radio"/> 08 Musicales ..... <input type="radio"/> 09 Educativos ..... <input type="radio"/> 010 Infantiles ..... <input type="radio"/> 011 Otro ..... <input type="radio"/> 088	
A4. ¿Cuál dispositivo fue el que más utilizó para escuchar radio?			A10. ¿Cuál dispositivo fue el que más utilizó para ver televisión?	
Televisor ..... <input type="radio"/> 01 Computadora ..... <input type="radio"/> 03 Tablet ..... <input type="radio"/> 04 Celular ..... <input type="radio"/> 05 Radio o equipo de sonido ..... <input type="radio"/> 06 Radio del carro ..... <input type="radio"/> 07 Reproductores de música digital ( <i>Ipod, MP3/4</i> ) ..... <input type="radio"/> 08 Otro ..... <input type="radio"/> 088			Televisor ..... <input type="radio"/> 01 Computadora ..... <input type="radio"/> 03 Tablet ..... <input type="radio"/> 04 Celular ..... <input type="radio"/> 05 Reproductores de música digital ( <i>Ipod, MP3/4</i> ) ..... <input type="radio"/> 08 Otro ..... <input type="radio"/> 088	
A5. En los últimos 7 días, ¿escuchó en radio música de artistas costarricenses de cualquier tipo? ¿Cuántos días?			A11. En los últimos 7 días, ¿vio noticieros costarricenses?	
<input type="text"/> No ..... <input type="radio"/> 00 Pase a A7			Sí ..... <input type="radio"/> 01 No ..... <input type="radio"/> 00	
A6. ¿Cuáles artistas costarricenses o canciones escuchó en radio?			A12. En los últimos 7 días, ¿vio fútbol costarricense?	
1. _____ 2. _____ No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 099			Sí ..... <input type="radio"/> 01 No ..... <input type="radio"/> 00	
			A13. En los últimos 7 días, ¿vio programas de producción costarricense?	
			Sí ..... <input type="radio"/> 01 No ..... <input type="radio"/> 00	

VIDEOS	
<p><b>A14. En los últimos 30 días, ¿vio videos musicales, de películas o de series que no se transmiten por televisión? (PUEDE MARCAR DOS OPCIONES)</b></p> <p>Musicales..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Películas..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Series..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Todos los anteriores ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>No vio ..... <input type="radio"/> 00</p> <p style="text-align: right;"><b>Pase a A16</b></p>	<p><b>A19. En los últimos 12 meses, ¿cómo tuvo acceso a la mayoría de videos musicales, de películas o de series?</b></p> <p>Los compró en tiendas ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Los compró en ventas ambulantes ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Los compró por Internet..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Suscripción por Internet..... <input type="radio"/> 010</p> <p>Se los prestaron o se las regalaron ..... <input type="radio"/> 013</p> <p>Los alquiló..... <input type="radio"/> 015</p> <p>Por Internet de forma gratuita ..... <input type="radio"/> 016</p> <p>Los copió..... <input type="radio"/> 017</p> <p>Otra ..... <input type="radio"/> 088</p>
<p><b>A15. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no vio videos musicales, de películas o de series?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Desinterés o no le gusta..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Falta de tiempo..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ... <input type="radio"/> 04</p> <p>Sitio para conseguirlos queda lejos ... <input type="radio"/> 05</p> <p>No tiene equipo ..... <input type="radio"/> 012</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p> <p style="text-align: right;"><b>Pase a A20</b></p>	<p><b>A20. En los últimos 12 meses, ¿compró o alquiló videos musicales, de películas o de series para personas de su hogar u otro hogar (sin considerar las suscripciones en línea)?</b></p> <p>Solo compró ..... <input type="radio"/> 01 <b>Pase a A21</b></p> <p>Solo alquiló ..... <input type="radio"/> 02 <b>Pase a A25</b></p> <p>Compró y alquiló ..... <input type="radio"/> 03 <b>Pase a A21</b></p> <p>No compró ni alquiló ..... <input type="radio"/> 00 <b>Pase a A29</b></p>
<p><b>A16. En los últimos 30 días, ¿cuántos días vio videos musicales, de películas o de series?</b></p> <p style="text-align: center;"> <input style="width: 40px; height: 15px; border: 1px solid black;" type="text"/> </p>	<p><b>A21. En los últimos 12 meses, ¿cuántos videos musicales, de películas o de series compró para su hogar?</b></p> <p> <input style="width: 40px; height: 15px; border: 1px solid black;" type="text"/> → <b>A22. ¿Cuánto pagó en total?</b>  <input style="width: 100px; height: 15px; border: 1px dashed black;" type="text"/> ¢         </p> <p>No compró ..... <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>A17. ¿Qué tipo de videos musicales, de películas o de series vio? (PUEDE MARCAR HASTA TRES OPCIONES)</b></p> <p>Acción..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Ciencia ficción..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Humor o comedia ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Drama..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Animación (diferente a infantil)..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Documental ..... <input type="radio"/> 08</p> <p>Infantil ..... <input type="radio"/> 09</p> <p>Suspense o terror..... <input type="radio"/> 010</p> <p>Musicales..... <input type="radio"/> 012</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>A23. En los últimos 12 meses, ¿cuántos videos musicales, de películas o de series compró para personas de otro hogar?</b></p> <p> <input style="width: 40px; height: 15px; border: 1px solid black;" type="text"/> → <b>A24. ¿Cuánto pagó en total?</b>  <input style="width: 100px; height: 15px; border: 1px dashed black;" type="text"/> ¢         </p> <p>No compró ..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>Si A20=1 pase a A29</b></p>
<p><b>A18. ¿Cuál fue el medio que más utilizó para ver o reproducir los videos musicales, de películas o de series?</b></p> <p>Televisor ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Reproductor de CDs, DVDs, Blu-Ray o similares ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Computadora ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Tablet ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Celular ..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Reproductores de música digital (Ipad, MP3/A) ..... <input type="radio"/> 08</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>A25. En los últimos 12 meses, ¿cuántos videos musicales, de películas o de series alquiló para su hogar?</b></p> <p> <input style="width: 40px; height: 15px; border: 1px solid black;" type="text"/> → <b>A26. ¿Cuánto pagó en total?</b>  <input style="width: 100px; height: 15px; border: 1px dashed black;" type="text"/> ¢         </p> <p>No alquiló ..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>A27. En los últimos 12 meses, ¿cuántos videos musicales, de películas o de series alquiló para personas de otro hogar?</b></p> <p> <input style="width: 40px; height: 15px; border: 1px solid black;" type="text"/> → <b>A28. ¿Cuánto pagó en total?</b>  <input style="width: 100px; height: 15px; border: 1px dashed black;" type="text"/> ¢         </p> <p>No alquiló ..... <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>A19. ¿Disfruta o tiene acceso a alguna suscripción paga de televisión, series o películas en línea?</b></p> <p>Sí ..... <input type="radio"/> 01    No ..... <input type="radio"/> 00 <b>Pase a A33</b></p>	<p><b>A30. ¿Con cuáles empresas tiene las suscripciones de servicio de televisión, series o películas en línea (Netflix u otros)?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 099</p>

<p><b>A31. ¿Con cuántas personas comparte la suscripción o suscripciones de televisión, series o películas en línea?</b></p> <p><input type="text"/> No comparte . . . . <input type="radio"/> 0</p>	<p><b>A39. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no asistió al cine?</b></p> <p>Falta de dinero . . . . . <input type="radio"/> 01                  Desinterés o no le gusta . . . . . <input type="radio"/> 02                  Falta de tiempo . . . . . <input type="radio"/> 03                  Problemas de salud o discapacidad . . . . . <input type="radio"/> 04                  Sitio para ir queda lejos . . . . . <input type="radio"/> 06                  Prefiere verlas en la casa (TV, por Internet o cualquier otro medio) . . . . . <input type="radio"/> 09                  Tiene otras preferencias . . . . . <input type="radio"/> 017                  Otro . . . . . <input type="radio"/> 088</p> <p style="text-align: right;"><b>Pase a A41</b></p>
<p><b>A32. ¿Cuánto paga al mes por esta suscripción o suscripciones de televisión, series o películas en línea?</b></p> <p><input type="text"/> Colonos . . . <input type="radio"/> 01 Dólares . . . <input type="radio"/> 02                  NS, NR . . . <input type="radio"/> 99 No paga . . . <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>A40. ¿Qué tipo de películas vio? (PUEDE MARCAR HASTA TRES OPCIONES)</b></p> <p>Acción . . . . . <input type="radio"/> 01                  Ciencia ficción . . . . . <input type="radio"/> 02                  Humor o comedia . . . . . <input type="radio"/> 03                  Drama . . . . . <input type="radio"/> 04                  Romántico . . . . . <input type="radio"/> 05                  Animación (diferente a infantil) . . . . . <input type="radio"/> 07                  Documental . . . . . <input type="radio"/> 08                  Infantil . . . . . <input type="radio"/> 09                  Suspenso o terror . . . . . <input type="radio"/> 010                  Otro . . . . . <input type="radio"/> 088</p>
<p><b>A33. Aparte de los videos musicales, de películas o de series, en los últimos 30 días, ¿vio algún otro video? (Familiares, caseros y los que circulan en Youtube, Facebook u otras redes sociales)</b></p> <p>Sí . . . . <input type="radio"/> 01 No . . . . <input type="radio"/> 00 <b>Pase a A35</b></p>	<p><b>A41. En los últimos 12 meses, ¿cuántas entradas al cine compró para su hogar?</b></p> <p><input type="text"/> → <b>A42. ¿Cuánto pagó en total?</b>                  ₡ <input type="text"/></p> <p>No compró . . . . <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>A34. ¿De qué tipo eran estos otros videos? (PUEDE MARCAR HASTA TRES OPCIONES)</b></p> <p>Humor o comedia . . . . . <input type="radio"/> 03                  Documental . . . . . <input type="radio"/> 08                  Educativos, tutoriales e instructivos . . . . . <input type="radio"/> 014                  Autoayuda . . . . . <input type="radio"/> 015                  Salud . . . . . <input type="radio"/> 016                  Deportivos . . . . . <input type="radio"/> 017                  Familiares o caseros . . . . . <input type="radio"/> 018                  Otro . . . . . <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>A43. En los últimos 12 meses, ¿cuántas entradas al cine compró para personas de otro hogar?</b></p> <p><input type="text"/> → <b>A44. ¿Cuánto pagó en total?</b>                  ₡ <input type="text"/></p> <p>No compró . . . . <input type="radio"/> 00</p> <p><b>Si A38=0 pase a A48</b></p>
<p><b>Si A14=0 y A33=0 pase a A38</b></p> <p><b>A35. En los últimos 30 días, ¿vio videos nacionales (musicales, de películas o de series, y otros videos no transmitidos en programación de televisión)? ¿Cuántos días?</b></p> <p><input type="text"/> No . . . . <input type="radio"/> 00 <b>Pase a A38</b></p>	<p><b>A45. En los últimos 12 meses, ¿cuántas veces la entrada al cine fue gratuita (sin costo económico para su hogar)?</b></p> <p><input type="text"/> Ninguna . . . . <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>A36. ¿Qué tipo de videos nacionales vio? (PUEDE MARCAR HASTA TRES OPCIONES)</b></p> <p>Humor o comedia . . . . . <input type="radio"/> 03                  Históricos . . . . . <input type="radio"/> 06                  Documental . . . . . <input type="radio"/> 08                  Musicales . . . . . <input type="radio"/> 012                  Científicos . . . . . <input type="radio"/> 013                  Películas . . . . . <input type="radio"/> 019                  Series . . . . . <input type="radio"/> 020                  Otro . . . . . <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>A46. En los últimos 12 meses, ¿vio películas costarricenses en el cine? ¿Cuántas?</b></p> <p><input type="text"/> No . . . . <input type="radio"/> 00 <b>Pase a A48</b></p>
<p><b>A37. En los últimos 30 días, ¿cuáles videos nacionales vio?</b></p> <p>1. _____                  2. _____                  No sabe o no responde . . . . . <input type="radio"/> 099</p>	<p><b>A47. En los últimos 12 meses, ¿cuáles películas costarricenses vio en el cine?</b></p> <p>1. _____                  2. _____                  No sabe o no responde . . . . . <input type="radio"/> 099</p>
<p><b>CINE</b> <span style="float: right;"><b>VIDEOJUEGOS Y JUEGOS EN DISPOSITIVOS</b></span></p>	
<p><b>A38. En los últimos 12 meses, ¿fue al cine? ¿Cuántas veces?</b></p> <p><input type="text"/> <b>Pase a A40</b> No . . . . <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>A48. En los últimos 30 días, ¿jugó videojuegos, juegos en computadora, tablet o celular? ¿Cuántos días?</b></p> <p><input type="text"/> <b>Pase a A50</b> No . . . . <input type="radio"/> 00</p>

<p><b>A49. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no jugó videojuegos, juegos en computadora, tablet o celular?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01                  Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02                  Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03                  Problemas de salud o discapacidad ... <input type="radio"/> 04                  Sitio para conseguirlos queda lejos ... <input type="radio"/> 05                  No tiene equipo ..... <input type="radio"/> 012                  Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017                  Otro ..... <input type="radio"/> 088</p> <p style="text-align: right; border: 1px solid black; padding: 2px;">Pase a A52</p>	<p><b>A57. En los últimos 12 meses, ¿cuántos videojuegos y juegos alquiló para su hogar?</b></p> <p><input style="width: 50px; border: 1px solid black;" type="text"/> → <b>A58. ¿Cuánto pagó en total?</b>                  ☉ ..... <input style="width: 100px; border: 1px dashed black;" type="text"/></p> <p>No alquiló ..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>A59. En los últimos 12 meses, ¿cuántos videojuegos y juegos alquiló para personas de otro hogar?</b></p> <p><input style="width: 50px; border: 1px solid black;" type="text"/> → <b>A60. ¿Cuánto pagó en total?</b>                  ☉ ..... <input style="width: 100px; border: 1px dashed black;" type="text"/></p> <p>No alquiló ..... <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>A50. ¿Cuál fue el dispositivo que más usó para jugarlos?</b></p> <p>Computadora ..... <input type="radio"/> 03                  Tablet ..... <input type="radio"/> 04                  Celular ..... <input type="radio"/> 05                  Consolas (Play Station, X-Box, Wii, Wii-U, DS, PSVita, u otras) ..... <input type="radio"/> 09                  Máquinas de videojuegos clásicos (máquinas de Arcade) ..... <input type="radio"/> 013                  Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>A61. ¿Disfruta o tiene acceso a alguna suscripción paga de videojuegos o juegos en línea?</b></p> <p>Sí ..... <input type="radio"/> 01    No ..... <input type="radio"/> 00    <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Pase a la Sección VI</span></p>
<p><b>A51. ¿Cómo tuvo acceso a la mayoría de los videojuegos o juegos en computadora, tablet o celular?</b></p> <p>Los compré en tiendas ..... <input type="radio"/> 01                  Los compré en ventas ambulantes ..... <input type="radio"/> 02                  Los compré por Internet ..... <input type="radio"/> 03                  Suscripción por Internet ..... <input type="radio"/> 010                  Se los prestaron o se las regalaron ..... <input type="radio"/> 013                  Los alquilé ..... <input type="radio"/> 015                  Por Internet de forma gratuita ..... <input type="radio"/> 016                  Los copié ..... <input type="radio"/> 017                  Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>A62. ¿Con cuáles empresas tiene las suscripciones de videojuegos o juegos en línea?</b></p> <p>1. _____                  2. _____                  No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 099</p>
<p><b>A52. En los últimos 12 meses, ¿compró o alquiló videojuegos o juegos para personas de su hogar u otro hogar (sin considerar las suscripciones en línea)?</b></p> <p>Solo compré ..... <input type="radio"/> 01    <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Pase a A53</span>                  Solo alquilé ..... <input type="radio"/> 02    <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Pase a A57</span>                  Compré y alquilé ..... <input type="radio"/> 03    <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Pase a A53</span>                  No compré ni alquilé ..... <input type="radio"/> 00    <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Pase a A61</span></p>	<p><b>A63. ¿Con cuántas personas comparte esta suscripción o suscripciones de videojuegos o juegos en línea?</b></p> <p><input style="width: 30px; border: 1px solid black;" type="text"/>    No comparte ..... <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>A53. En los últimos 12 meses, ¿cuántos videojuegos y juegos compró para su hogar?</b></p> <p><input style="width: 50px; border: 1px solid black;" type="text"/> → <b>A54. ¿Cuánto pagó en total?</b>                  ☉ ..... <input style="width: 100px; border: 1px dashed black;" type="text"/></p> <p>No compré ..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>A55. En los últimos 12 meses, ¿cuántos videojuegos y juegos compró para personas de otro hogar?</b></p> <p><input style="width: 50px; border: 1px solid black;" type="text"/> → <b>A56. ¿Cuánto pagó en total?</b>                  ☉ ..... <input style="width: 100px; border: 1px dashed black;" type="text"/></p> <p style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">Si A52=1 pase a A61</p>	<p><b>A64. ¿Cuánto paga al mes por esta suscripción o suscripciones de videojuegos o juegos en línea?</b></p> <p>..... <input style="width: 50px; border: 1px dashed black;" type="text"/>    Colones .. <input type="radio"/> 01    Dólares .... <input type="radio"/> 02                  NS, NR ... <input type="radio"/> 099    No paga ... <input type="radio"/> 00</p>
<b>VI. MÚSICA</b>	
Ahora le preguntaré sobre música grabada, conciertos y presentaciones de música en vivo.	
<b>MÚSICA GRABADA</b>	
<p><b>B1. En los últimos 7 días, ¿escuchó música grabada? (Es la que se escucha en el celular, reproductores de CDs u otros dispositivos, no incluya la escuchada en radioemisoras) ¿Cuántos días?</b></p> <p><input style="width: 30px; border: 1px solid black;" type="text"/>    <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">Pase a B3</span>    No ..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>B2. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no escuchó música grabada?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01                  Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02                  Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03                  Problemas de salud o discapacidad ... <input type="radio"/> 04                  Sitio para conseguirla queda lejos ... <input type="radio"/> 05                  No tiene equipo ..... <input type="radio"/> 012                  Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017                  Otro ..... <input type="radio"/> 088</p> <p style="text-align: right; border: 1px solid black; padding: 2px;">Pase a B8</p>

<p><b>B3. ¿Qué tipo de música grabada escuchó? (PUEDE MARCAR HASTA TRES OPCIONES)</b></p> <p>Baladas, romántica o pop ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Boleros..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Clásica o académica..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Jazz, blues o soul..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Ranchera o tex mex..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Religiosa..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Rock en español..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Rock en inglés u otros..... <input type="radio"/> 08</p> <p>Tecno o electrónica..... <input type="radio"/> 09</p> <p>Música latinaailable (tropical, salsa, merengue, bachata, u otra)..... <input type="radio"/> 10</p> <p>Trova..... <input type="radio"/> 11</p> <p>Reguetón o reggae..... <input type="radio"/> 12</p> <p>Folclórica o tradicional..... <input type="radio"/> 13</p> <p>Hip hop o rap..... <input type="radio"/> 14</p> <p>Otro..... <input type="radio"/> 88</p>	<p><b>B8. En los últimos 12 meses, ¿compró canciones o álbumes para personas de su hogar u otro hogar (sin considerar las suscripciones en línea)?</b></p> <p>Solo canciones..... <input type="radio"/> 01 <b>Pase a B9</b></p> <p>Solo álbumes..... <input type="radio"/> 02 <b>Pase a B13</b></p> <p>Ambos..... <input type="radio"/> 03 <b>Pase a B9</b></p> <p>No compró..... <input type="radio"/> 00 <b>Pase a B17</b></p>
<p><b>B4. ¿Cuál dispositivo utilizó con más frecuencia para escuchar música grabada?</b></p> <p>Televisor..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Reproductor de CDs, DVDs, Blu-Ray o similares..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Computadora..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Tablet..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Celular..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Radiograbadora o equipo de sonido..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Radio del carro..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Reproductores de música digital (Ipod, MP3/4)..... <input type="radio"/> 08</p> <p>Reproductor de casetes..... <input type="radio"/> 10</p> <p>Tocadiscos..... <input type="radio"/> 11</p> <p>Otro..... <input type="radio"/> 88</p>	<p><b>B9. En los últimos 12 meses, ¿cuántas canciones compró para su hogar?</b></p> <p><input type="text"/> → <b>B10. ¿Cuánto pagó en total?</b>          ₡ <input type="text"/></p> <p>No compró..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>B11. En los últimos 12 meses, ¿cuántas canciones compró para personas de otro hogar?</b></p> <p><input type="text"/> → <b>B12. ¿Cuánto pagó en total?</b>          ₡ <input type="text"/></p> <p>No compró..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>Si B8=1 pase a B17</b></p>
<p><b>B5. En los últimos 7 días, ¿escuchó algún tipo de música costarricense grabada?</b></p> <p>Sí..... <input type="radio"/> 01    No..... <input type="radio"/> 00    <b>Pase a B7</b></p>	<p><b>B13. En los últimos 12 meses, ¿cuántas álbumes compró para su hogar?</b></p> <p><input type="text"/> → <b>B14. ¿Cuánto pagó en total?</b>          ₡ <input type="text"/></p> <p>No compró..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>B15. En los últimos 12 meses, ¿cuántas álbumes compró para personas de otro hogar?</b></p> <p><input type="text"/> → <b>B16. ¿Cuánto pagó en total?</b>          ₡ <input type="text"/></p> <p>No compró..... <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>B6. ¿Cuáles artistas costarricenses o canciones escuchó en música grabada?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde..... <input type="radio"/> 99</p>	<p><b>B17. ¿Disfruta o tiene acceso a alguna suscripción paga de música en línea (Spotify u otros)?</b></p> <p>Sí..... <input type="radio"/> 01    No..... <input type="radio"/> 00    <b>Pase a B21</b></p>
<p><b>B7. En los últimos 12 meses, ¿cómo tuvo acceso a la mayoría de música grabada que usted escucha (todo tipo de música)?</b></p> <p>La compró en tiendas (ventas de música)..... <input type="radio"/> 01</p> <p>La compró en ventas ambulantes..... <input type="radio"/> 02</p> <p>La compró en Internet..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Suscripción por Internet..... <input type="radio"/> 10</p> <p>Se la prestaron o se la regalaron..... <input type="radio"/> 13</p> <p>Por Internet de forma gratuita..... <input type="radio"/> 16</p> <p>La copió..... <input type="radio"/> 17</p> <p>Otra..... <input type="radio"/> 88</p>	<p><b>B18. ¿Con cuáles empresas tiene las suscripciones de música en línea?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde..... <input type="radio"/> 99</p> <p><b>B19. ¿Con cuántas personas comparte esta suscripción o suscripciones de música en línea?</b></p> <p><input type="text"/> No comparte..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>B20. ¿Cuánto paga al mes por esta suscripción o suscripciones de música en línea?</b></p> <p><input type="text"/> Colones .. <input type="radio"/> 01    Dólares..... <input type="radio"/> 02</p> <p>N5, NR ... <input type="radio"/> 99    No paga... <input type="radio"/> 00</p>

CONCIERTOS Y PRESENTACIONES DE MÚSICA EN VIVO	Si no sabe leer y escribir (P12=0) haga solo de C13 a C17, de C22 a C25 y de C33 a C40
<b>VII. PUBLICACIONES</b>	<b>VII. PUBLICACIONES</b>
	A continuación le preguntaré sobre libros, periódicos y revistas, que se leen en formato impreso, digital o en línea.
	<b>LIBROS</b>
<p><b>B21. En los últimos 12 meses, ¿asistió a conciertos o presentaciones de música en vivo? ¿Cuántas veces?</b></p> <p><input style="width: 40px;" type="text"/> <span style="background-color: #2c4e64; color: white; padding: 2px;">Pase a B23</span> No ..... <input type="radio"/> 0</p>	<p><b>C1. En los últimos 12 meses, ¿leyó libros impresos, digitales o en línea? ¿Con qué frecuencia?</b></p> <p>Todos los días ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Varias veces a la semana ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Una vez a la semana ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Una vez al mes ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Una vez cada 3 meses ..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Una vez al año ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>No leyó ..... <input type="radio"/> 00</p> <p style="text-align: right;"><span style="background-color: #2c4e64; color: white; padding: 2px;">Pase a C3</span></p>
<p><b>B22. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no asistió a conciertos o presentaciones de música en vivo?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Sitio para ir queda lejos ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Desconoce sobre esos eventos ..... <input type="radio"/> 08</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>C2. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no leyó libros?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Sitio para conseguirlos queda lejos ... <input type="radio"/> 05</p> <p>Prefiere leer otras cosas ..... <input type="radio"/> 010</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p> <p style="text-align: right;"><span style="background-color: #2c4e64; color: white; padding: 2px;">Pase a C13</span></p>
<p><b>B23. En los últimos 12 meses, ¿cuántas entradas compró para asistir a conciertos o presentaciones de música en vivo para su hogar?</b></p> <p><input style="width: 40px;" type="text"/> → <b>B24. ¿Cuánto pagó en total?</b></p> <p style="text-align: center;">€ <input style="width: 100px; border: 1px dashed gray;" type="text"/></p> <p>No compró ..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>B25. En los últimos 12 meses, ¿cuántas entradas compró para asistir a conciertos o presentaciones de música en vivo para personas de otro hogar?</b></p> <p><input style="width: 40px;" type="text"/> → <b>B26. ¿Cuánto pagó en total?</b></p> <p style="text-align: center;">€ <input style="width: 100px; border: 1px dashed gray;" type="text"/></p> <p>No compró ..... <input type="radio"/> 00</p> <p style="background-color: #2c4e64; color: white; padding: 2px; display: inline-block;"><b>Si B21=0 pase a la Sección VII</b></p>	<p><b>C3. Tomando en cuenta los libros que leyó completos y los que leyó aproximadamente la mitad o más, en los últimos 12 meses, ¿cuántos libros leyó?</b></p> <p><input style="width: 40px;" type="text"/> No leyó ..... <input type="radio"/> 00 <span style="background-color: #2c4e64; color: white; padding: 2px;">Pase a C13</span></p>
<p><b>B27. En los últimos 12 meses, ¿cuántas veces la entrada a conciertos o presentaciones de música en vivo fue gratuita (sin costo económico para su hogar)?</b></p> <p><input style="width: 40px;" type="text"/> Ninguna ..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>C4. ¿Qué tipo de libros leyó? (PUEDE MARCAR HASTA TRES OPCIONES)</b></p> <p>Infantil ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Novela ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Poesía o ensayo ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Biografía ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Autoayuda o superación ..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Religión ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Historia, política o social ..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Arte ..... <input type="radio"/> 08</p> <p>Científico o tecnológico ..... <input type="radio"/> 09</p> <p>Textos de estudio, enciclopedias, diccionarios ..... <input type="radio"/> 010</p> <p>Guías o manuales (incluye textos del trabajo) ..... <input type="radio"/> 011</p> <p>Pornográfico o erótico ..... <input type="radio"/> 012</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>
<p><b>B28. En los últimos 12 meses, ¿asistió a conciertos o presentaciones de música en vivo de artistas costarricenses?</b></p> <p>Sí ..... <input type="radio"/> 01    No ..... <input type="radio"/> 00 <span style="background-color: #2c4e64; color: white; padding: 2px;">Pase a Sección VII</span></p>	
<p><b>B29. ¿Cuáles artistas costarricenses o canciones escuchó en conciertos o presentaciones de música en vivo?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 099</p>	

<p><b>C5. ¿Cuál fue el principal motivo por el que leyó esos libros?</b></p> <p>Gusto o entretenimiento..... <input type="radio"/> 01                  Requerimientos de trabajo..... <input type="radio"/> 02                  Por estudio..... <input type="radio"/> 03                  Por el tema..... <input type="radio"/> 04                  Por el autor o la autora..... <input type="radio"/> 05                  Por recomendación de otra persona..... <input type="radio"/> 06                  Por cultura general..... <input type="radio"/> 07                  Por desarrollo personal..... <input type="radio"/> 08                  Lee para otra persona..... <input type="radio"/> 09                  Otro..... <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>C13. En los últimos 12 meses, ¿cuántos libros compró para su hogar? (sin considerar las suscripciones en línea)</b></p> <p><input type="text"/> → <b>C14. ¿Cuánto pagó en total?</b>                  ₡ <input type="text"/></p> <p>No compró..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>C15. En los últimos 12 meses, ¿cuántos libros compró para personas de otro hogar? (sin considerar las suscripciones en línea)</b></p> <p><input type="text"/> → <b>C16. ¿Cuánto pagó en total?</b>                  ₡ <input type="text"/></p> <p>No compró..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>Si C13+C15=0 pase a C18</b></p>
<p><b>En los últimos 12 meses, del total de libros leídos, ¿cuántos...</b></p> <p><b>C6 ... eran impresos?</b> <input type="text"/> Ninguno..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>C7 ... estaban en medios digitales, incluyendo audiolibros y libros en línea o por Internet?</b>  <input type="text"/> Ninguno..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>C17. De los libros que compró, ¿cuántos eran textos escolares o de estudio?</b></p> <p><input type="text"/> Ninguno..... <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>En los últimos 12 meses, del total de libros leídos, ¿cuántos eran...</b></p> <p><b>C8 ... de estudio?</b> <input type="text"/> Ninguno..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>C9 ... de trabajo?</b> <input type="text"/> Ninguno..... <input type="radio"/> 00</p>	<p style="text-align: center;"><b>PERIÓDICOS</b></p> <p><b>C18. En los últimos 30 días, ¿leyó periódicos impresos, digitales o en línea? ¿Cuántos días?</b></p> <p><input type="text"/> <b>Pase a C20</b> No..... <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>C10. En los últimos 12 meses, del total de libros leídos, ¿cuántos eran de autores o autoras costarricenses?</b></p> <p><input type="text"/> Ninguno..... <input type="radio"/> 00 <b>Pase a C12</b></p>	<p><b>C19. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no leyó periódicos?</b></p> <p>Falta de dinero..... <input type="radio"/> 01                  Desinterés o no le gusta..... <input type="radio"/> 02                  Falta de tiempo..... <input type="radio"/> 03                  Problemas de salud o discapacidad... <input type="radio"/> 04                  Sitio para conseguirlos queda lejos... <input type="radio"/> 05                  Prefiere leer otras cosas..... <input type="radio"/> 010                  Tiene otras preferencias..... <input type="radio"/> 017                  Otro..... <input type="radio"/> 088</p> <p style="text-align: right;"><b>Pase a C22</b></p>
<p><b>C11. ¿Cuál es el nombre de los autores y autoras costarricenses o el título de los libros que leyó?</b></p> <p>1. _____                  2. _____                  No sabe o no responde..... <input type="radio"/> 099</p>	<p><b>C20. Cuando leyó el periódico, ¿lo leyó todo o cuáles secciones consultó? (PUEDE MARCAR HASTA TRES OPCIONES)</b></p> <p>Noticias nacionales..... <input type="radio"/> 01                  Noticias internacionales..... <input type="radio"/> 02                  Clasificados..... <input type="radio"/> 03                  Agenda cultural (cine, conciertos u otros)..... <input type="radio"/> 04                  Cultura..... <input type="radio"/> 05                  Deportes..... <input type="radio"/> 06                  Economía, finanzas o política..... <input type="radio"/> 07                  Editoriales o artículos de opinión..... <input type="radio"/> 08                  Sociales, espectáculos o farándula..... <input type="radio"/> 09                  Sucesos..... <input type="radio"/> 010                  Tiras cómicas o pasatiempos..... <input type="radio"/> 011                  Leyó todo el periódico..... <input type="radio"/> 012                  Otro..... <input type="radio"/> 088</p>
<p><b>C12. ¿Cómo tuvo acceso a la mayoría de los libros que leyó?</b></p> <p>Los compró en ventas ambulantes..... <input type="radio"/> 02                  Los compró por Internet..... <input type="radio"/> 03                  Los compró en librerías..... <input type="radio"/> 04                  Los compró en bazares o supermercados..... <input type="radio"/> 05                  Los compró en ferias del libro..... <input type="radio"/> 06                  Compra venta de libros..... <input type="radio"/> 08                  Por suscripción..... <input type="radio"/> 011                  Pagó por fotocopia de libros (todo o una parte).... <input type="radio"/> 012                  Se los prestaron, regalaron o compraron..... <input type="radio"/> 013                  Se los prestaron en bibliotecas..... <input type="radio"/> 014                  Por Internet de forma gratuita..... <input type="radio"/> 016                  Los compró en centro educativo o iglesia..... <input type="radio"/> 018                  Otro..... <input type="radio"/> 088</p>	



<p><b>C21. ¿Cuál fue la principal forma de conseguir los periódicos?</b></p> <p>Ventas ambulantes ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>En supermercados, pulperías o abastecedores .... <input type="radio"/> 09</p> <p>Suscripción por Internet ..... <input type="radio"/> 010</p> <p>Suscripción por periódico impreso ..... <input type="radio"/> 011</p> <p>Se los prestaron o se los regalaron ..... <input type="radio"/> 013</p> <p>Por Internet de forma gratuita ..... <input type="radio"/> 016</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>C29. ¿Qué tipo de revistas leyó? (PUEDE MARCAR HASTA TRES OPCIONES)</b></p> <p>Arte y cultura ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Actualidad ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Manualidades, cocina, hogar, jardinería o decoración ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Científicas o tecnológicas ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Variedades, pasatiempos o historietas ..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Espectáculos o farándula ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Guías de ocio, televisión, esparcimiento o turísticas ..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Economía, negocios o política ..... <input type="radio"/> 08</p> <p>Religiosas ..... <input type="radio"/> 09</p> <p>Salud ..... <input type="radio"/> 010</p> <p>Deportes ..... <input type="radio"/> 011</p> <p>Pornográfico o erótico ..... <input type="radio"/> 012</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>
<p><b>C22. En los últimos 30 días, ¿cuántos periódicos compró para su hogar? (sin considerar las suscripciones)</b></p> <p><input type="text"/> → <b>C23. ¿Cuánto pagó en total?</b></p> <p>No compró ..... <input type="radio"/> 00      € <input type="text"/></p> <p><b>C24. En los últimos 30 días, ¿cuántos periódicos compró para personas de otro hogar? (sin considerar las suscripciones)</b></p> <p><input type="text"/> → <b>C25. ¿Cuánto pagó en total?</b></p> <p>No compró ..... <input type="radio"/> 00      € <input type="text"/></p>	<p><b>C30. ¿Cómo tuvo acceso a la mayoría de las revistas que leyó?</b></p> <p>Las compró en ventas ambulantes ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Las compró por Internet ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Las compró en bazares o supermercados ..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Las compró en ventas de revistas ..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Por suscripción ..... <input type="radio"/> 011</p> <p>Se las prestaron o se las regalaron ..... <input type="radio"/> 013</p> <p>Por Internet de forma gratuita ..... <input type="radio"/> 017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>
<b>REVISTAS</b>	
<p><b>C26. En los últimos 12 meses, ¿leyó revistas impresas, digitales o en línea? ¿Con qué frecuencia?</b></p> <p>Todos los días ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Varias veces a la semana ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Una vez a la semana ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Una vez al mes ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Una vez cada 3 meses ..... <input type="radio"/> 05</p> <p>Una vez al año ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>No leyó ..... <input type="radio"/> 00</p> <p style="text-align: right;"><b>Pase a C28</b></p>	<p><b>C31. De las revistas que leyó, ¿cuántas eran de producción nacional?</b></p> <p><input type="text"/> Ninguna ..... <input type="radio"/> 00 <b>Pase a C33</b></p>
<p><b>C27. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no leyó revistas?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ... <input type="radio"/> 04</p> <p>Sitio para conseguirlas queda lejos ... <input type="radio"/> 05</p> <p>Prefiere leer otras cosas ..... <input type="radio"/> 010</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p> <p style="text-align: right;"><b>Pase a C33</b></p>	<p><b>C32. ¿Cuáles revistas de producción nacional leyó?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 099</p>
<p><b>C28. En los últimos 12 meses, ¿cuántas revistas leyó?</b></p> <p><input type="text"/></p>	<p><b>C33. En los últimos 12 meses, ¿cuántas revistas compró para su hogar? (sin considerar las suscripciones en línea)</b></p> <p><input type="text"/> → <b>C34. ¿Cuánto pagó en total?</b></p> <p>No compró ..... <input type="radio"/> 00      € <input type="text"/></p> <p><b>C35. En los últimos 12 meses, ¿cuántas revistas compró para personas de otro hogar? (sin considerar las suscripciones en línea)</b></p> <p><input type="text"/> → <b>C36. ¿Cuánto pagó en total?</b></p> <p>No compró ..... <input type="radio"/> 00      € <input type="text"/></p> <p><b>C37. ¿Disfruta o tiene acceso a alguna suscripción paga de libros, periódicos o revistas en línea?</b></p> <p>Sí ..... <input type="radio"/> 01    No ..... <input type="radio"/> 00 <b>Pase a Sección VIII</b></p>

<p><b>C38. ¿Con cuáles empresas tiene las suscripciones de libros, periódicos o revistas en línea?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 99</p>	<p><b>D7. ¿Usted se considera...</b></p> <p>... indígena? ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>... negro(a) o afrodescendiente? ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>... mulato(a)? ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>... chino(a)? ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>... mestizo(a)? ..... <input type="radio"/> 05</p> <p>... blanco(a)? ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>... otra? ..... <input type="radio"/> 88</p> <p>No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 99</p> <p>Ninguna ..... <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>C39. ¿Con cuántas personas comparte esta suscripción o suscripciones de libros, periódicos o revistas en línea?</b></p> <p><input type="checkbox"/> No comparte ..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>IX. ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES</b></p>
<p><b>C40. ¿Cuánto paga al mes por esta suscripción o suscripciones de libros, periódicos y revistas en línea?</b></p> <p>..... Colonos .. <input type="radio"/> 01 Dólares .... <input type="radio"/> 02</p> <p>NS, NR ... <input type="radio"/> 99 No paga ... <input type="radio"/> 00</p>	
<p><b>VIII. TRADICIONES COSTARRICENSES</b></p>	
<p>A continuación le haré unas preguntas sobre identidad y tradiciones costarricenses que usted conozca o recuerde, como por ejemplo, comida, música, leyendas entre otras.</p>	
<p><b>D1. ¿Cuáles platillos de comida costarricense conoce?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde..... <input type="radio"/> 99 <span style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 2px;">Pase a D3</span></p>	<p><b>BIBLIOTECAS</b></p>
<p><b>D2. En los últimos 12 meses, ¿ha consumido o preparado alguno de esos platillos de comida costarricense?</b></p> <p>Sí ..... <input type="radio"/> 01 No ..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>E1. En los últimos 12 meses, ¿fue a alguna biblioteca? ¿Cuántas veces?</b></p> <p><input style="width: 50px; border: 1px solid black;" type="text"/> <span style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 2px;">Pase a E3</span> No ..... <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>D3. ¿Cuáles celebraciones costarricenses conoce?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde..... <input type="radio"/> 99</p>	<p><b>E2. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no visitó bibliotecas?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad .... <input type="radio"/> 04</p> <p>Sitio para ir queda lejos ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Desconoce dónde están ubicados esos lugares ..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Lo hace por Internet ..... <input type="radio"/> 11</p> <p>No sabe leer ni escribir ..... <input type="radio"/> 16</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 17</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 88</p> <p style="text-align: right;"><span style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 2px;">Pase a E4</span></p>
<p><b>D4. ¿Cuáles canciones de música típica costarricense conoce?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 99</p>	<p><b>E3. ¿A qué tipo de bibliotecas asistió principalmente?</b></p> <p>Biblioteca escolar o colegial ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Biblioteca universitaria ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Biblioteca especializada ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Biblioteca pública ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Otra ..... <input type="radio"/> 88</p>
<p><b>D5. ¿Cuáles leyendas costarricenses conoce?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde..... <input type="radio"/> 99</p>	<p><b>MUSEOS</b></p>
<p><b>D6. ¿Cuáles artesanías costarricenses conoce?</b></p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde ..... <input type="radio"/> 99</p>	<p><b>E4. En los últimos 12 meses, ¿visitó algún museo? ¿Cuántas veces?</b></p> <p><input style="width: 50px; border: 1px solid black;" type="text"/> <span style="background-color: #4a7ebb; color: white; padding: 2px;">Pase a E6</span> No ..... <input type="radio"/> 00</p>

<p><b>E5. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no visitó un museo?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Sitio para ir queda lejos ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Desconoce dónde están ubicados esos lugares ..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Lo hace por Internet ..... <input type="radio"/> 011</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>	<p><b>E14. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no asistió a galerías de arte o a salas de exposición?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Sitio para ir queda lejos ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Desconoce dónde están ubicados esos lugares ..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>
CASAS DE LA CULTURA Y CENTROS CULTURALES	
<p><b>E6. En los últimos 12 meses, ¿cuántas entradas compró para ingresar a museos para su hogar?</b></p> <p><input style="width: 50px;" type="text"/> → <b>E7. ¿Cuánto pagó en total?</b></p> <p style="margin-left: 100px;">¢ <input style="width: 100px;" type="text"/></p> <p>No compró ..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>E8. En los últimos 12 meses, ¿cuántas entradas compró para ingresar a museos para personas de otro hogar?</b></p> <p><input style="width: 50px;" type="text"/> → <b>E9. ¿Cuánto pagó en total?</b></p> <p style="margin-left: 100px;">¢ <input style="width: 100px;" type="text"/></p> <p>No compró ..... <input type="radio"/> 00</p> <p style="background-color: #e6f2ff; padding: 2px; display: inline-block;">Si E4=0 pase a E13</p>	<p><b>E15. En los últimos 12 meses, ¿visitó alguna casa de la cultura? ¿Cuántas veces?</b></p> <p><input style="width: 50px;" type="text"/> No ..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>E16. En los últimos 12 meses, ¿visitó algún centro cultural? ¿Cuántas veces?</b></p> <p><input style="width: 50px;" type="text"/> No ..... <input type="radio"/> 00</p> <p style="background-color: #e6f2ff; padding: 2px; display: inline-block;">Si E15+E16 &gt; 0 pase a E18</p>
<p><b>E10. En los últimos 12 meses, ¿cuántas veces la entrada al museo fue gratuita (sin costo económico para su hogar)?</b></p> <p><input style="width: 50px;" type="text"/> Ninguna ..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>E17. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no visitó una casa de la cultura o un centro cultural?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Sitio para ir queda lejos ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Desconoce dónde están ubicados esos lugares ..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>
MONUMENTOS HISTÓRICOS Y SITIOS ARQUEOLÓGICOS	
<p><b>E11. En los últimos 12 meses durante las visitas al museo, aproximadamente, ¿cuánto gastó en recuerdos, suvenires u otros productos relacionados, para su hogar, excepto en entradas, alimentos y bebidas?</b></p> <p>¢ <input style="width: 100px;" type="text"/> No gastó ..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>E18. En los últimos 12 meses, ¿visitó algún monumento histórico? ¿Cuántas veces?</b></p> <p><input style="width: 50px;" type="text"/> No ..... <input type="radio"/> 00</p> <p><b>E19. En los últimos 12 meses, ¿visitó algún sitio arqueológico? ¿Cuántas veces?</b></p> <p><input style="width: 50px;" type="text"/> No ..... <input type="radio"/> 00</p> <p style="background-color: #e6f2ff; padding: 2px; display: inline-block;">Si E18+E19&gt;0 pase a E21</p>
<p><b>E12. En los últimos 12 meses durante las visitas al museo, aproximadamente, ¿cuánto gastó en recuerdos, suvenires u otros productos relacionados, para personas de otro hogar excepto en entradas, alimentos y bebidas?</b></p> <p>¢ <input style="width: 100px;" type="text"/> No gastó ..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>E20. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no visitó algún monumento histórico o un sitio arqueológico?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ..... <input type="radio"/> 04</p> <p>Sitio para ir queda lejos ..... <input type="radio"/> 06</p> <p>Desconoce dónde están ubicados esos lugares ..... <input type="radio"/> 07</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>
GALERÍAS DE ARTE Y SALAS DE EXPOSICIÓN	
<p><b>E13. En los últimos 12 meses, ¿asistió a galerías de arte o a salas de exposición? ¿Cuántas veces?</b></p> <p><input style="width: 50px;" type="text"/> <span style="background-color: #e6f2ff; padding: 2px; display: inline-block;">Pase a E15</span> No ..... <input type="radio"/> 00</p>	

PATRIMONIO NATURAL	ARTES VISUALES
<p><b>E21.</b> En los últimos 12 meses, ¿visitó parques nacionales, reservas naturales, jardines botánicos o zoológicos? ¿Cuántas veces?</p> <p><input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> No ..... <input type="radio"/>0</p>	<p>En los últimos 12 meses, ¿asistió a actividades relacionadas con... ¿Cuántas veces? No</p> <p style="text-align: right;">↓</p> <p>F5 ... fotografía? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p>F6 ... pintura? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p>F7 ... grabado? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p>F8 ... dibujo? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p>F9 ... escultura? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p style="background-color: #4f81bd; color: white; padding: 2px;">Si suma de F5 a F9 &gt; 0 pase a F11</p>
<p><b>E22.</b> En los últimos 12 meses, ¿cuántas entradas compró para ingresar a parques nacionales, reservas naturales, jardines botánicos o zoológicos para su hogar?</p> <p><input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> → <b>E23.</b> ¿Cuánto pagó en total?</p> <p>No compró ..... <input type="radio"/>0 <span style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">C</span> .....</p>	<p><b>F10.</b> ¿Cuál fue el principal motivo por el que no asistió a actividades relacionadas con fotografía, pintura, grabado, dibujo o escultura?</p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/>01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/>02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/>03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ..... <input type="radio"/>04</p> <p>Sitio para ir queda lejos ..... <input type="radio"/>06</p> <p>Desconoce sobre estos eventos ..... <input type="radio"/>08</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/>017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/>088</p>
<p><b>E24.</b> En los últimos 12 meses, ¿cuántas entradas compró para ingresar a parques nacionales, reservas naturales, jardines botánicos o zoológicos para personas de otro hogar?</p> <p><input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> → <b>E25.</b> ¿Cuánto pagó en total?</p> <p>No compró ..... <input type="radio"/>0 <span style="border: 1px dashed black; padding: 2px;">C</span> .....</p> <p style="background-color: #4f81bd; color: white; padding: 2px;">Si E21=0 pase a Sección X</p>	
<p><b>E26.</b> En los últimos 12 meses, aproximadamente, ¿cuántas veces la entrada a parques nacionales, reservas naturales, jardines botánicos o zoológicos fue gratuita (sin costo económico para su hogar)?</p> <p><input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> Ninguna ..... <input type="radio"/>0</p>	
X. ASISTENCIA A ACTIVIDADES CULTURALES	ARTES ESCÉNICAS
<p>Ahora le preguntaré sobre su asistencia a diversas actividades culturales que incluyen fiestas patronales, teatro, circo entre otras.</p>	
FERIAS, FESTIVALES Y OTROS	
<p>En los últimos 12 meses, ¿asistió a...</p> <p><b>F1...</b> ferias del libro, presentaciones de libros, tertulias o narraciones (cuentos, poesía o leyendas)? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> ¿Cuántas veces? No ↓ <input type="radio"/>0</p> <p><b>F2 ...</b> festivales, fiestas, carnavales o ferias (excluyendo ferias del libro)? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p><b>F3 ...</b> fiestas patronales, turnos o topes? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p style="background-color: #4f81bd; color: white; padding: 2px;">Si suma de F1 a F3 &gt; 0 pase a F5</p>	<p>En los últimos 12 meses, ¿asistió a alguna arte escénica como... ¿Cuántas veces? No</p> <p style="text-align: right;">↓</p> <p><b>F11 ...</b> obra de teatro? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p><b>F12 ...</b> ópera? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p><b>F13 ...</b> presentación de danza? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p><b>F14 ...</b> función de circo, cuentacuentos o títeres? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p><b>F15 ...</b> otras (mimo, <i>performance</i> o <i>stand up comedy</i>)? ..... <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="radio"/>0</p> <p style="background-color: #4f81bd; color: white; padding: 2px;">Si suma de F11 a F15 &gt; 0 pase a F17</p>
<p><b>F4.</b> ¿Cuál fue el principal motivo por el que no asistió a estas actividades culturales?</p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/>01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/>02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/>03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ..... <input type="radio"/>04</p> <p>Sitio para ir queda lejos ..... <input type="radio"/>06</p> <p>Desconoce sobre esos eventos ..... <input type="radio"/>08</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/>017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/>088</p>	<p><b>F16.</b> ¿Cuál fue el principal motivo por el que no asistió a alguna arte escénica?</p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/>01</p> <p>Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/>02</p> <p>Falta de tiempo ..... <input type="radio"/>03</p> <p>Problemas de salud o discapacidad ..... <input type="radio"/>04</p> <p>Sitio para ir queda lejos ..... <input type="radio"/>06</p> <p>Desconoce sobre esos eventos ..... <input type="radio"/>08</p> <p>Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/>017</p> <p>Otro ..... <input type="radio"/>088</p>

<p>F17. En los últimos 12 meses, ¿cuántas entradas compró para asistir a artes escénicas para su hogar?</p> <p><input type="text"/> → F18. ¿Cuánto pagó en total? ¢ <input type="text"/></p> <p>No compró . . . . <input type="radio"/></p> <p>F19. En los últimos 12 meses, ¿cuántas entradas compró para asistir a artes escénicas para personas de otro hogar?</p> <p><input type="text"/> → F20. ¿Cuánto pagó en total? ¢ <input type="text"/></p> <p>No compró . . . . <input type="radio"/></p> <p><b>Si suma de F11 a F15=0 pase a F22</b></p>	<p><b>ARTESANÍAS Y OTROS PRODUCTOS CULTURALES</b></p>
<p>F21. En los últimos 12 meses, ¿cuántas veces la entrada a artes escénicas fue gratuita (sin costo económico para su hogar)?</p> <p><input type="text"/> Ninguna . . . . <input type="radio"/></p>	<p>F22. En los últimos 12 meses, aproximadamente, ¿cuánto pagó en la compra de artesanías para su hogar?</p> <p>¢ <input type="text"/> No compró . . . . <input type="radio"/></p> <p>F23. En los últimos 12 meses, aproximadamente, ¿cuánto pagó en la compra de artesanías para personas de otro hogar?</p> <p>¢ <input type="text"/> No compró . . . . <input type="radio"/></p> <p>F24. En los últimos 12 meses, aproximadamente, ¿cuánto pagó en la compra de pinturas, esculturas o algún otro producto relacionado para su hogar?</p> <p>¢ <input type="text"/> No compró . . . . <input type="radio"/></p> <p>F25. En los últimos 12 meses, aproximadamente, ¿cuánto pagó en la compra de pinturas, esculturas o algún otro producto relacionado, para personas de otro hogar?</p> <p>¢ <input type="text"/> No compró . . . . <input type="radio"/></p>

**XI. PRÁCTICAS CULTURALES**

Seguidamente le preguntaré sobre prácticas o actividades culturales que se realizan para recreación, afición o desarrollo personal, ya sea que se hagan de forma individual o grupal. Por lo general son actividades no remuneradas y son de carácter no profesional.

G1. En los últimos 12 meses...	¿Realizó?	En los últimos 12 meses, aproximadamente, ¿cuánto pagó en productos para realizar esta práctica?	¿Usó Internet en esta práctica cultural?
	(a)	(b) Monto en Colones	(c)
... ¿tocó algún instrumento musical?	<input type="radio"/> 1		
... ¿cantó?	<input type="radio"/> 2		
... ¿compuso música?	<input type="radio"/> 3		
... ¿bailó o danzó?	<input type="radio"/> 4		
... ¿tomó fotos, incluso con el celular, <i>tablet</i> , cámara u otro dispositivo?	<input type="radio"/> 5		
... ¿pintó, hizo alguna escultura o grabado, realizó algún dibujo o diseño?	<input type="radio"/> 6		
... ¿grabó videos, incluso con el celular, <i>tablet</i> , cámara u otro dispositivo?	<input type="radio"/> 7		
... ¿participó en la elaboración de programas de radio, televisión o en producciones de cine?	<input type="radio"/> 8		
... ¿participó en teatro u ópera?	<input type="radio"/> 9		
... ¿hizo actividades de circo, cuentacuentos o fíteres?	<input type="radio"/> 10		
... ¿describió textos literarios, cuentos, novelas, poesías u otros?	<input type="radio"/> 11		
... ¿elaboró algún tipo de artesanía?	<input type="radio"/> 12		
... ¿realizó algún tipo de tejido, <i>quilting</i> u otras manualidades?	<input type="radio"/> 13		
... ¿realizó alguna otra actividad creativa? <i>[especifique]</i> : _____	<input type="radio"/> BB		

<p>G2. De las prácticas culturales que le mencioné anteriormente, en los últimos 12 meses, ¿en cuántas de ellas compró productos para que otras personas de su hogar pudieran practicarlas?</p> <p><input type="text"/> → G3. ¿Cuánto pagó en total? ¢ <input type="text"/></p> <p>En ninguna . . . . <input type="radio"/></p>	<p>G4. De las prácticas culturales que le mencioné anteriormente, en los últimos 12 meses, ¿en cuántas de ellas compró productos para que personas de otro hogar pudieran practicarlas?</p> <p><input type="text"/> → G5. ¿Cuánto pagó en total? ¢ <input type="text"/></p> <p>En ninguna . . . . <input type="radio"/></p>
---	---

### XII. FORMACIÓN ARTÍSTICA (NO FORMAL)

A continuación le consultaré sobre su asistencia a cursos, clases o talleres relacionados con formación artística, impartidos por personas o instituciones sin recibir un título formalmente reconocido.

H1. En los últimos 12 meses, ¿asistió a cursos, clases o talleres de...	¿Llevó curso?	¿Dónde asistió al curso de...	En los últimos 12 meses, aproximadamente, ¿cuánto pagó en total por el curso de...	¿Usó Internet para su aprendizaje de...
	(a)	(b)	(c) Monto en colones	(d)
... baile o danza?	<input type="radio"/> 01			
... canto?	<input type="radio"/> 02			
... cocina o repostería?	<input type="radio"/> 03			
... diseño [gráfico, de modas, publicitario, de interiores u otros]?	<input type="radio"/> 04			
... cine, televisión, radio o video?	<input type="radio"/> 05			
... para aprender a tocar algún instrumento musical?	<input type="radio"/> 06			
... teatro u ópera?	<input type="radio"/> 07			
... fotografía?	<input type="radio"/> 08			
... pintura, escultura, grabado, dibujo u otros?	<input type="radio"/> 09			
... literatura o escritura?	<input type="radio"/> 010			
... circo, cuentacuentos o títeres?	<input type="radio"/> 011			
... artesanías?	<input type="radio"/> 012			
... costura, tejido, <i>quilting</i> u otras manualidades?	<input type="radio"/> 013			
... otro tipo de formación artística? <i>[especifique]:</i> _____	<input type="radio"/> 088			

1. Universidad pública 2. Universidad privada 3. Entidad del Ministerio de Cultura y Juventud 4. INA 5. Escuela o instituto privado  
 6. Biblioteca 7. Municipalidad 8. Museo 9. Centro cultural o casa de la cultura 10. Salón comunal 11. Organización comunitaria  
 12. Iglesia 13. Profesor o clase particular 14. Otro centro educativo 88. Otro

<p><b>H2. De los cursos, clases o talleres que le mencioné anteriormente, en los últimos 12 meses, ¿en cuántos de ellos pagó para que otras personas de su hogar asistieran?</b></p> <p style="text-align: center;"> <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> → <b>H3. ¿Cuánto pagó en total?</b>                  En ninguno . . . . <input type="radio"/> 00    ¢ <input style="width: 100px; height: 20px; border: 1px dashed black;" type="text"/> </p>	<p><b>H4. De los cursos, clases o talleres que le mencioné anteriormente, en los últimos 12 meses, ¿en cuántos de ellos pagó para que personas de otro hogar asistieran?</b></p> <p style="text-align: center;"> <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> → <b>H5. ¿Cuánto pagó en total?</b>                  En ninguno . . . . <input type="radio"/> 00    ¢ <input style="width: 100px; height: 20px; border: 1px dashed black;" type="text"/> </p>
---	---

### XIII. ACTIVIDADES LÚDICAS

Seguidamente le preguntaré sobre actividades relacionadas con juegos.

J1. ¿En los últimos 12 meses...	¿Realizó? (a)	¿Con quién o quiénes lo hizo?*
... participó en juegos tradicionales (quedó, escondido, trompo, cromos, <i>jackses</i> , saltar la cuerda u otros)?	<input type="radio"/> 01	<input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/>
... jugó juegos de mesa (uno, tablero, ajedrez, naipes u otros)?	<input type="radio"/> 02	<input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/>
... jugó con instrumentos musicales de juguete (no videojuegos)?	<input type="radio"/> 03	<input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/>
... jugó con carritos, muñecas o muñecos, animales de juguete, papalotes u otros similares?	<input type="radio"/> 04	<input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/>
... contó recuerdos bonitos o historias graciosas?	<input type="radio"/> 05	<input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/>
... jugó mejenga?	<input type="radio"/> 06	<input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/> <input style="width: 40px; height: 20px; border: 1px solid black;" type="text"/>

\* 01. Familia 02. Amistades 03. Compañeros(as) estudio 04. Compañeros(as) trabajo  
 05. Solo(a) 06. Pareja 07. Grupos u organizaciones 88. Otro

<p><b>J2. En los últimos 12 meses, ¿compró para su hogar o personas de otro hogar juegos, juguetes u otros artículos para desarrollar esas actividades?</b></p> <p>Sí ..... <input type="radio"/> 01    No ..... <input type="radio"/> 00    <b>Pase a Sección XIV</b></p>	<p><b>K9. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no usó computadora?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01                  Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02                  Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03                  Problemas de salud o discapacidad ..... <input type="radio"/> 04                  No tiene equipo ..... <input type="radio"/> 012                  No sabe usar computadora ..... <input type="radio"/> 014                  No sabe leer ni escribir ..... <input type="radio"/> 016                  Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017                  Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>
<p><b>J3. En los últimos 12 meses, aproximadamente, ¿cuánto pagó en total por la compra de juegos, juguetes u otros artículos para su hogar?</b></p> <p>¢ ..... <input type="radio"/> No compró ..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>K10. En los últimos 30 días, ¿usó Internet? ¿Cuántos días?</b></p> <p><input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <b>Pase a K12</b>    No ..... <input type="radio"/> 00</p>
<p><b>XIV. DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS E INTERNET</b></p>	
<p>Ahora le haré preguntas sobre el uso del teléfono celular, computadora e Internet, por medio de los cuales se accede a productos y actividades culturales.</p>	
<p><b>K1. En los últimos 30 días, ¿usó teléfono celular? ¿Cuántos días?</b></p> <p><input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> No ..... <input type="radio"/> 00    <b>Pase a K4</b></p>	<p><b>K11. ¿Cuál fue el principal motivo por el que no usó Internet?</b></p> <p>Falta de dinero ..... <input type="radio"/> 01                  Desinterés o no le gusta ..... <input type="radio"/> 02                  Falta de tiempo ..... <input type="radio"/> 03                  Problemas de salud o discapacidad ... <input type="radio"/> 04                  No tiene computadora, <i>tablet</i> o celular ..... <input type="radio"/> 012                  No tiene acceso a Internet ..... <input type="radio"/> 013                  No sabe usar computadora, <i>tablet</i> o celular ..... <input type="radio"/> 014                  No sabe usar Internet ..... <input type="radio"/> 015                  No sabe leer ni escribir ..... <input type="radio"/> 016                  Tiene otras preferencias ..... <input type="radio"/> 017                  Otro ..... <input type="radio"/> 088</p> <p style="text-align: right;"><b>Pase a Sección XV</b></p>
<p><b>K2. En los últimos 30 días, ¿tuvo acceso a Internet por el teléfono celular?</b></p> <p>Si ..... <input type="radio"/> 01    No ..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>K12. En los últimos 30 días, ¿en qué lugar usó Internet con más frecuencia?</b></p> <p>Centro educativo ..... <input type="radio"/> 01                  Lugar de trabajo ..... <input type="radio"/> 02                  En la casa ..... <input type="radio"/> 03                  Café Internet ..... <input type="radio"/> 04                  Casa de familiar, amistad o vecino(a) ..... <input type="radio"/> 05                  Centro de acceso gratuito a Internet ..... <input type="radio"/> 06                  En cualquier lugar (celular o <i>Wifi</i>) ..... <input type="radio"/> 07                  Otro ..... <input type="radio"/> 088</p>
<p><b>K3. En los últimos 30 días, ¿cuánto pagó en total por el uso del celular?</b></p> <p>¢ ..... <input type="radio"/> No pagó ..... <input type="radio"/> 00</p>	<p><b>Observaciones:</b></p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p><b>K4. Aparte de su línea celular, ¿para cuántas líneas de celular de personas de su hogar paga usted el recibo o realiza recargas?</b></p> <p><input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> → <b>K5. ¿Cuánto pagó el mes pasado?</b></p> <p>No paga ..... <input type="radio"/> 00    ¢ ..... <input type="radio"/></p>	
<p><b>K6. ¿Para cuántas líneas de celular de personas de otro hogar paga usted el recibo o realiza recargas?</b></p> <p><input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> → <b>K7. ¿Cuánto pagó el mes pasado?</b></p> <p>No paga ..... <input type="radio"/> 00    ¢ ..... <input type="radio"/></p>	
<p><b>K8. En los últimos 30 días, ¿usó computadora? ¿Cuántos días?</b></p> <p><input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <b>Pase a K10</b>    No ..... <input type="radio"/> 00</p>	

K13. En los últimos 30 días, ¿usó Internet para...	¿Realizó?	En los últimos 30 días, en promedio, ¿cuántas horas al día utilizó Internet para...
... visitar redes sociales y otros sitios ( <i>Facebook, YouTube</i> u otros) para compartir y ver fotos o videos?	O1	K14. [ ]:[ ]
... ver televisión?	O2	K15. [ ]:[ ]
... escuchar radio?	O3	K16. [ ]:[ ]
... escuchar o bajar música?	O4	K17. [ ]:[ ]
... ver o descargar videos (musicales, películas, series u otros)?	O5	K18. [ ]:[ ]
... jugar o bajar videojuegos, juegos de computadora, <i>tablet</i> o celular?	O6	K19. [ ]:[ ]
... leer o bajar libros, periódicos o revistas?	O7	K20. [ ]:[ ]
... visitar espacios culturales virtuales como bibliotecas, museos o galerías?	O8	K21. [ ]:[ ]
... enviar o recibir correos?	O9	} K22. [ ]:[ ]
... estudiar o hacer tareas?	O10	
... comprar productos o servicios?	O11	
... chatear, llamar o hacer videollamadas ( <i>Skype, Facebook, WhatsApp</i> u otros)?	O12	
... pagar recibos, préstamos, consulta de saldos u otros trámites bancarios?	O13	
... trabajar (en oficina, casa u otro lugar)?	O14	
... buscar información variada ( <i>Google</i> u otros)?	O15	
... otras actividades?	O88	

XV. CONDICIÓN DE ACTIVIDAD	
Finalmente, le haré unas preguntas sobre su ocupación principal y, si la tuviese, su ocupación adicional.	
<p><b>L1. La semana pasada (de domingo a sábado)...</b></p> <p>... ¿trabajó durante una hora o más (sin contar los oficios domésticos de su hogar)? ..... O1</p> <p>... ¿no trabajó pero tiene empleo? ..... O2</p> <p>... ¿ayudó en un negocio o finca familiar sin pago? ..... O3</p> <p>Ninguna de las anteriores ..... O0</p> <p style="text-align: right;">} Pase a L4</p>	<p><b>L4. ¿Su ocupación principal tiene relación con alguno de los temas culturales que hemos hablado durante la entrevista?</b></p> <p>Sí ..... O1    No ..... O0    <b>Pase a L7</b></p>
<p><b>L2. La semana pasada (de domingo a sábado), ¿realizó por algún tipo de pago...</b></p> <p>... labores agrícolas, crió animales o pescó? ..... O1</p> <p>... vendió productos? ..... O2</p> <p>... cuidó personas, limpió o planchó para otro hogar? ..... O3</p> <p>... hizo trabajos variados ("camarones", "chivas", "chivos" u otros)? ..... O4</p> <p>No realizó ninguna de las anteriores .. O0</p> <p style="text-align: right;">} Pase a L4</p>	<p><b>L5. ¿Cómo se llama su ocupación en esa actividad?</b></p> <p>_____</p> <p><b>L6. ¿Ese trabajo que realiza es...</b></p> <p>... un negocio, empresa, actividad propia, contratando personal permanente? ..... O1</p> <p>... un negocio o actividad propia sin contratar personal o contratando ocasionalmente? ..... O2</p> <p>... como empleado para un patrón, empresa o institución? ..... O3</p> <p>... como ayuda a un familiar o conocido sin recibir pago ni en dinero ni en especie? ..... O5</p>
<p><b>L3. ¿La semana pasada (de domingo a sábado)...</b></p> <p>... buscó trabajo y había trabajado antes? ..... O1</p> <p>... buscó trabajo por primera vez? ..... O2</p> <p>... es pensionado(a) o jubilado(a)? ..... O3</p> <p>... vive de rentas o alquileres? ..... O4</p> <p>... solo estudió? ..... O5</p> <p>... se dedicó a oficios domésticos de su hogar? ..... O6</p> <p>Otra ..... O88</p> <p style="text-align: right;">} Pase a L11</p>	<p><b>L7. Además de este, ¿tiene otro trabajo o realizó otra actividad la semana pasada (de domingo a sábado)?</b></p> <p>Sí ..... O1    No ..... O0    <b>Pase a L11</b></p> <p><b>L8. ¿Su ocupación secundaria tiene relación con alguno de los temas culturales que hemos hablado durante la entrevista?</b></p> <p>Sí ..... O1    No ..... O0    <b>Pase a L11</b></p> <p><b>L9. ¿Cómo se llama su ocupación en el empleo secundario?</b></p> <p>_____</p>





MÓDULO DE PERSONAS DE 5 A 11 AÑOS				
Nº de línea [ ][ ]	Nombre _____	Edad [ ][ ]	Sexo Hombre . . . <input type="radio"/> 01 Mujer . . . <input type="radio"/> 02	INFORMANTE: Informante con niño o niña presente . . . . . <input type="radio"/> 01 Informante del hogar con niño o niña ausente . . . . . <input type="radio"/> 02
<b>V. AUDIOVISUALES</b>			iB21. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) asistió a conciertos o presentaciones de música en vivo? ¿Cuántas veces? [ ][ ] No . . . . . <input type="radio"/> 00	
Para empezar le preguntaré sobre el consumo de (nombre) de audiovisuales como radio, televisión, cine, entre otros.			Si no sabe leer y escribir (P12=0) pase a Sección VIII	
iA1. En los últimos 7 días, ¿(nombre) escuchó radio (incluyendo la escuchada por Internet)? ¿Cuántos días? [ ] No . . . . . <input type="radio"/> 00			<b>VII. PUBLICACIONES</b>	
iA7. En los últimos 7 días, ¿(nombre) vio televisión (incluyendo la vista por Internet)? ¿Cuántos días? [ ] No . . . . . <input type="radio"/> 00			A continuación le preguntaré sobre libros, periódicos y revistas, que se leen en formato impreso, digital o en línea.	
iA14. En los últimos 30 días, ¿(nombre) vio videos musicales, de películas o de series que no se transmiten por televisión? (PUEDE MARCAR DOS OPCIONES)			iC1. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) leyó libros impresos, digitales o en línea? ¿Con qué frecuencia?	
Musicales . . . . . <input type="radio"/> 01 Películas . . . . . <input type="radio"/> 02 Series. . . . . <input type="radio"/> 03 Todos los anteriores . . . . . <input type="radio"/> 04 No vio. . . . . <input type="radio"/> 00 <b>Pase a iA33</b>			Todos los días . . . . . <input type="radio"/> 01 Varias veces a la semana . . . . . <input type="radio"/> 02 Una vez a la semana . . . . . <input type="radio"/> 03 Una vez al mes. . . . . <input type="radio"/> 04 Una vez cada 3 meses . . . . . <input type="radio"/> 05 Una vez al año . . . . . <input type="radio"/> 06 No leyó . . . . . <input type="radio"/> 00	
iA16. En los últimos 30 días, ¿cuántos días (nombre) vio videos musicales, de películas o de series? [ ][ ]			iC18. En los últimos 30 días, ¿(nombre) leyó periódicos impresos, digitales o en línea? ¿Cuántos días? [ ][ ] No . . . . . <input type="radio"/> 00	
iA33. Aparte de los videos musicales, de películas o de series, en los últimos 30 días, ¿(nombre) vio algún otro video? (Familiares, caseros y los que circulan en Youtube, Facebook u otras redes sociales) Sí . . . . . <input type="radio"/> 01 No . . . . . <input type="radio"/> 00			iC26. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) leyó revistas impresas, digitales o en línea? ¿Con qué frecuencia?	
iA38. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) fue al cine? ¿Cuántas veces? [ ][ ][ ] No . . . . . <input type="radio"/> 00			Todos los días . . . . . <input type="radio"/> 01 Varias veces a la semana . . . . . <input type="radio"/> 02 Una vez a la semana . . . . . <input type="radio"/> 03 Una vez al mes . . . . . <input type="radio"/> 04 Una vez cada 3 meses . . . . . <input type="radio"/> 05 Una vez al año . . . . . <input type="radio"/> 06 No leyó . . . . . <input type="radio"/> 00	
iA48. En los últimos 30 días, ¿(nombre) jugó videojuegos, juegos en computadora, tablet o celular? ¿Cuántos días? [ ][ ] No . . . . . <input type="radio"/> 00			<b>VIII. TRADICIONES COSTARRICENSES</b>	
<b>VI. MÚSICA</b>			A continuación le haré unas preguntas sobre identidad y tradiciones costarricenses que (nombre) conozca o recuerde, como por ejemplo, comida, música, leyendas, entre otras.	
Ahora le preguntaré sobre música grabada, conciertos y presentaciones de música en vivo.			iD1. ¿Cuáles platillos de comida costarricense conoce (nombre)? 1. _____ 2. _____ No sabe o no responde . . . . . <input type="radio"/> 99 <b>Pase a iD3</b>	
iB1. En los últimos 7 días, ¿(nombre) escuchó música grabada? (Es la que se escucha en el celular, reproductores de CDs u otros dispositivos, no incluya la escuchada en radioemisoras) ¿Cuántos días? [ ] No . . . . . <input type="radio"/> 00			iD2. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) ha consumido alguno de esos platillos de comida costarricense? Sí . . . . . <input type="radio"/> 01 No . . . . . <input type="radio"/> 00	
			iD3. ¿Cuáles celebraciones costarricenses conoce (nombre)? 1. _____ 2. _____ No sabe o no responde . . . . . <input type="radio"/> 99	

<p>iD4. ¿Cuáles canciones de música típica costarricense conoce (nombre)?</p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde ..... O99</p>	<p>iE18. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) visitó algún monumento histórico? ¿Cuántas veces?</p> <p>_____ No ..... O0</p>																					
<p>iD5. ¿Cuáles leyendas costarricenses conoce (nombre)?</p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde ..... O99</p>	<p>iE19. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) visitó algún sitio arqueológico? ¿Cuántas veces?</p> <p>_____ No ..... O0</p>																					
<p>iD6. ¿Cuáles artesanías costarricenses conoce (nombre)?</p> <p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>No sabe o no responde ..... O99</p>	<p>iE21. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) visitó parques nacionales, reservas naturales, jardines botánicos o zoológicos? ¿Cuántas veces?</p> <p>_____ No ..... O0</p>																					
<p><b>X. ASISTENCIA A ACTIVIDADES CULTURALES</b></p>																						
<p>Ahora le preguntaré sobre la asistencia de (nombre) a diversas actividades culturales que incluyen fiestas patronales, teatro, circo, entre otras.</p>																						
<p>iD7. ¿(Nombre) se considera...</p> <p>... indígena? ..... O1</p> <p>... negro(a) o afrodescendiente? ..... O2</p> <p>... mulato(a)? ..... O3</p> <p>... chino(a)? ..... O4</p> <p>... mestizo(a)? ..... O5</p> <p>... blanco(a)? ..... O6</p> <p>... otra? ..... O88</p> <p>No sabe o no responde ..... O99</p> <p>Ninguna ..... O0</p>	<p><b>En los últimos 12 meses, ¿(nombre) asistió a...</b></p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">¿Cuántas veces?</th> <th style="text-align: center;">No</th> </tr> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">↓</th> <th style="text-align: center;">↓</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>iF1 ... ferias del libro, presentaciones de libros, tertulias o narraciones (cuentos, poesía o leyendas)? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> <tr> <td>iF2 ... festivales, fiestas, carnavales, o ferias (excluyendo ferias del libro)? ..</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> <tr> <td>iF3 ... fiestas patronales, turnos o topes? ..</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> </tbody> </table>		¿Cuántas veces?	No		↓	↓	iF1 ... ferias del libro, presentaciones de libros, tertulias o narraciones (cuentos, poesía o leyendas)? .....	_____	O0	iF2 ... festivales, fiestas, carnavales, o ferias (excluyendo ferias del libro)? ..	_____	O0	iF3 ... fiestas patronales, turnos o topes? ..	_____	O0						
	¿Cuántas veces?	No																				
	↓	↓																				
iF1 ... ferias del libro, presentaciones de libros, tertulias o narraciones (cuentos, poesía o leyendas)? .....	_____	O0																				
iF2 ... festivales, fiestas, carnavales, o ferias (excluyendo ferias del libro)? ..	_____	O0																				
iF3 ... fiestas patronales, turnos o topes? ..	_____	O0																				
<p><b>IX. ASISTENCIA A ESPACIOS CULTURALES</b></p>																						
<p>Seguidamente le preguntaré sobre la asistencia de (nombre) a espacios culturales del país, como bibliotecas, museos, parques nacionales, entre otros.</p>																						
<p>iE1. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) fue a alguna biblioteca? ¿Cuántas veces?</p> <p>_____ No ..... O0</p>	<p><b>En los últimos 12 meses, ¿(nombre) asistió actividades relacionadas con...</b></p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">¿Cuántas veces?</th> <th style="text-align: center;">No</th> </tr> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">↓</th> <th style="text-align: center;">↓</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>iF5 ... fotografía? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> <tr> <td>iF6 ... pintura? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> <tr> <td>iF7 ... grabado? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> <tr> <td>iF8 ... dibujo? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> <tr> <td>iF9 ... escultura? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> </tbody> </table>		¿Cuántas veces?	No		↓	↓	iF5 ... fotografía? .....	_____	O0	iF6 ... pintura? .....	_____	O0	iF7 ... grabado? .....	_____	O0	iF8 ... dibujo? .....	_____	O0	iF9 ... escultura? .....	_____	O0
	¿Cuántas veces?	No																				
	↓	↓																				
iF5 ... fotografía? .....	_____	O0																				
iF6 ... pintura? .....	_____	O0																				
iF7 ... grabado? .....	_____	O0																				
iF8 ... dibujo? .....	_____	O0																				
iF9 ... escultura? .....	_____	O0																				
<p>iE4. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) visitó algún museo? ¿Cuántas veces?</p> <p>_____ No ..... O0</p>	<p><b>En los últimos 12 meses, ¿(nombre) asistió a alguna arte escénica como...</b></p> <table border="0" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">¿Cuántas veces?</th> <th style="text-align: center;">No</th> </tr> <tr> <th></th> <th style="text-align: center;">↓</th> <th style="text-align: center;">↓</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>iF11 ... obra de teatro? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> <tr> <td>iF12 ... ópera? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> <tr> <td>iF13 ... presentación de danza? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> <tr> <td>iF14 ... función de circo, cuentacuentos o títeres? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> <tr> <td>iF15 ... otras (mimo, performance o stand up comedy)? .....</td> <td style="text-align: center;">_____</td> <td style="text-align: center;">O0</td> </tr> </tbody> </table>		¿Cuántas veces?	No		↓	↓	iF11 ... obra de teatro? .....	_____	O0	iF12 ... ópera? .....	_____	O0	iF13 ... presentación de danza? .....	_____	O0	iF14 ... función de circo, cuentacuentos o títeres? .....	_____	O0	iF15 ... otras (mimo, performance o stand up comedy)? .....	_____	O0
	¿Cuántas veces?	No																				
	↓	↓																				
iF11 ... obra de teatro? .....	_____	O0																				
iF12 ... ópera? .....	_____	O0																				
iF13 ... presentación de danza? .....	_____	O0																				
iF14 ... función de circo, cuentacuentos o títeres? .....	_____	O0																				
iF15 ... otras (mimo, performance o stand up comedy)? .....	_____	O0																				
<p>iE13. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) asistió a galerías de arte o a salas de exposición? ¿Cuántas veces?</p> <p>_____ No ..... O0</p>																						
<p>iE15. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) visitó alguna casa de la cultura? ¿Cuántas veces?</p> <p>_____ No ..... O0</p>																						
<p>iE16. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) visitó algún centro cultural? ¿Cuántas veces?</p> <p>_____ No ..... O0</p>																						

### XI. PRÁCTICAS CULTURALES

Seguidamente le preguntaré sobre prácticas o actividades culturales que realiza (nombre) para recreación, afición o desarrollo personal, ya sea que se hagan de forma individual o grupal.

iG1. En los últimos 12 meses (nombre)...	¿Realizó?	¿Usó Internet (nombre) en estas prácticas culturales?
	(a)	(c)
... ¿tocó algún instrumento musical?	<input type="radio"/> O1	
... ¿cantó?	<input type="radio"/> O2	
... ¿compuso música?	<input type="radio"/> O3	
... ¿bailó o danzó?	<input type="radio"/> O4	
... ¿tomó fotos, incluso con el celular, <i>tablet</i> , cámara u otro dispositivo?	<input type="radio"/> O5	
... ¿pintó, hizo alguna escultura o grabado, realizó algún dibujo o diseño?	<input type="radio"/> O6	
... ¿grabó videos, incluso con el celular, <i>tablet</i> , cámara u otro dispositivo?	<input type="radio"/> O7	
... ¿participó en la elaboración de programas de radio, televisión o en producciones de cine?	<input type="radio"/> O8	
... ¿participó en teatro u ópera?	<input type="radio"/> O9	
... ¿hizo actividades de circo, cuentacuentos o títeres?	<input type="radio"/> O10	
... ¿escribió textos literarios, cuentos, novelas, poesías u otros?	<input type="radio"/> O11	
... ¿elaboró algún tipo de artesanía?	<input type="radio"/> O12	
... ¿realizó algún tipo de tejido, <i>quilting</i> u otras manualidades?	<input type="radio"/> O13	
... ¿realizó alguna otra actividad? ( <i>especifique</i> ): _____	<input type="radio"/> O88	

### XII. FORMACIÓN ARTÍSTICA (NO FORMAL)

A continuación le preguntaré sobre la asistencia de (nombre) a cursos, clases o talleres relacionados con educación artística impartidos por personas o instituciones sin recibir un título formalmente reconocido.

iH1. En los últimos 12 meses, ¿(nombre) asistió a cursos, clases o talleres de...	¿Llevó curso?	¿Dónde asistió (nombre) al curso de...	¿Usó (nombre) Internet para su aprendizaje de...
	(a)	(b)	(d)
... baile o danza?	<input type="radio"/> O1		
... canto?	<input type="radio"/> O2		
... cocina o repostería?	<input type="radio"/> O3		
... diseño (gráfico, de modas, publicitario, de interiores, u otros)?	<input type="radio"/> O4		
... cine, televisión, radio o video?	<input type="radio"/> O5		
... para aprender a tocar algún instrumento musical?	<input type="radio"/> O6		
... teatro u ópera?	<input type="radio"/> O7		
... fotografía?	<input type="radio"/> O8		
... pintura, escultura, grabado, dibujo u otros?	<input type="radio"/> O9		
... literatura o escritura?	<input type="radio"/> O10		
... circo, cuentacuentos o títeres?	<input type="radio"/> O11		
... artesanías?	<input type="radio"/> O12		
... costura, tejido, <i>quilting</i> u otras manualidades?	<input type="radio"/> O13		
... otro tipo de formación artística? ( <i>especifique</i> ): _____	<input type="radio"/> O88		

1. Universidad pública 2. Universidad privada 3. Entidad del Ministerio de Cultura y Juventud 4. INA 5. Escuela o instituto privado 6. Biblioteca 7. Municipalidad 8. Museo 9. Centro cultural o casa de la cultura 10. Salón comunal 11. Organización comunitaria 12. Iglesia 13. Profesor o clase particular 14. Otro centro educativo 88. Otro

XIII. ACTIVIDADES LÚDICAS			
Seguidamente le preguntaré sobre actividades relacionadas con juegos.			
iJ1. ¿En los últimos 12 meses...	¿Realizó? [a]	¿Con quién o quiénes lo hizo?* [b]	
... participó en juegos tradicionales (quedó, escondido, trompo, cromos, <i>jacksses</i> , saltar la cuerda u otros)? .....	O1	[ ] [ ]	[ ] [ ]
... jugó juegos de mesa (uno, tablero, ajedrez, naipes, u otros)? .....	O2	[ ] [ ]	[ ] [ ]
... jugó con instrumentos musicales de juguete (no videojuegos)? .....	O3	[ ] [ ]	[ ] [ ]
... jugó con carritos, muñecas o muñecos, animales de juguete, papalotes u otros similares? .....	O4	[ ] [ ]	[ ] [ ]
... contó recuerdos bonitos o historias graciosas? .....	O5	[ ] [ ]	[ ] [ ]
... jugó mejenga? .....	O6	[ ] [ ]	[ ] [ ]
* 01. Familia 02. Amistades 03. Compañeros(as) estudio 05. Solo(a) 07. Grupos u organizaciones 88. Otro			
XIV. DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS E INTERNET			
Ahora le haré preguntas sobre el uso del teléfono celular, computadora e Internet de (nombre), por medio de los cuales accede a productos y actividades culturales.			
iK1. En los últimos 30 días, ¿(nombre) usó teléfono celular? ¿Cuántos días?	[ ] [ ]	No ..... O0	<span style="background-color: #2c5e8c; color: white; padding: 2px 5px;">Pase a iK8</span>
iK2. En los últimos 30 días, ¿(nombre) tuvo acceso a Internet por el teléfono celular?	Si ..... O1	No ..... O0	
iK8. En los últimos 30 días, ¿(nombre) usó computadora? ¿Cuántos días?	[ ] [ ]	No ..... O0	
iK10. En los últimos 30 días, ¿(nombre) usó Internet? ¿Cuántos días?	[ ] [ ]	No ..... O0	<span style="background-color: #2c5e8c; color: white; padding: 2px 5px;">FINALICE LA ENTREVISTA</span>
iK12. En los últimos 30 días, ¿en qué lugar (nombre) usó Internet con más frecuencia?			
Centro educativo .....	O1		
En la casa .....	O3		
Café Internet .....	O4		
Casa de familiar, amistad, vecino(a) .....	O5		
Centro de acceso gratuito a Internet .....	O6		
En cualquier lugar (celular, <i>Wifi</i> ) .....	O7		
Otro .....	O88		
iK13. En los últimos 30 días, ¿(nombre) usó Internet para...			
... visitar redes sociales y otros sitios ( <i>Facebook</i> , <i>YouTube</i> u otros) para compartir y ver fotos o videos ? .....	O1		
... ver televisión? .....	O2		
... escuchar radio? .....	O3		
... escuchar o bajar música? .....	O4		
... ver o descargar videos (musicales, películas, series u otros)? .....	O5		
... jugar o bajar videojuegos, juegos de computadora, <i>tablet</i> o celular? .....	O6		
... leer o bajar libros, periódicos o revistas? .....	O7		
... visitar espacios culturales virtuales como bibliotecas, museos o galerías? .....	O8		
... enviar o recibir correos? .....	O9		
... estudiar o hacer tareas? .....	O10		
... chatear, llamar o hacer videollamadas ( <i>Skype</i> , <i>Facebook</i> , <i>WhatsApp</i> u otros)? .....	O12		
... buscar información variada ( <i>Google</i> u otros)? .....	O15		
... otras actividades? .....	O88		
iK23. En los últimos 30 días, ¿a cuáles actividades en Internet (nombre) dedicó más tiempo? (PUEDE MARCAR TRES OPCIONES)			
Visitar redes sociales y otros sitios ( <i>Facebook</i> , <i>YouTube</i> u otros) para compartir y ver fotos o videos .....	O1		
Ver televisión .....	O2		
Escuchar radio .....	O3		
Escuchar o bajar música .....	O4		
Ver o descargar videos (musicales, películas, series u otros) .....	O5		
Jugar o bajar videojuegos, juegos de computadora, <i>tablet</i> o celular .....	O6		
Leer o bajar libros, periódicos o revistas .....	O7		
Visitar espacios culturales virtuales como bibliotecas, museos o galerías .....	O8		
Otras .....	O88		

## Anexo 3. Cuadros de errores de muestreo

CUADRO A.1

Estimaciones de la variabilidad del porcentaje de personas que ve videos musicales, de películas o de series según zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre - diciembre 2016

Zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción	Estimación	Error típico	Intervalo de confianza al 95%		Coeficiente de variación	Raíz efecto del diseño	Muestra
			Inferior	Superior			
<b>Costa Rica</b>	<b>34,1</b>	<b>0,7</b>	<b>32,7</b>	<b>35,5</b>	<b>2,1</b>	<b>1,2</b>	<b>6 280</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	38,2	0,9	36,4	40,0	2,4	1,2	3 902
Rural	23,0	1,0	21,0	25,0	4,4	1,2	2 378
<b>Región de planificación</b>							
Central	38,9	1,0	36,9	41,0	2,7	1,1	2 630
Chorotega	22,7	1,8	19,2	26,2	7,8	1,1	687
Pacífico Central	30,3	2,1	26,2	34,4	6,9	1,1	573
Brunca	25,5	1,7	22,1	29,0	6,8	1,1	804
Huetar Caribe	26,8	1,7	23,5	30,1	6,3	1,1	819
Huetar Norte	25,3	1,8	21,8	28,8	7,0	1,1	767
<b>Sexo</b>							
Hombres	35,6	1,1	33,5	37,7	3,0	1,2	2 901
Mujeres	32,5	1,0	30,6	34,4	3,0	1,2	3 379
<b>Grupo de edad</b>							
De 5 a 11 años	48,4	1,5	45,5	51,3	3,1	1,1	1 316
De 12 a 17 años	51,5	2,7	46,2	56,8	5,2	1,1	419
De 18 a 35 años	42,6	1,3	40,0	45,2	3,1	1,1	1 670
De 36 a 64 años	22,5	1,1	20,4	24,6	4,8	1,2	2 085
De 65 años y más	7,4	1,1	5,3	9,6	14,7	1,2	790
<b>Nivel de instrucción</b>							
Sin instrucción	31,1	1,9	27,3	34,9	6,2	1,1	727
Primaria <sup>1/</sup>	23,9	1,0	22,0	25,8	4,1	1,2	2 898
Secundaria <sup>1/</sup>	36,8	1,3	34,2	39,4	3,6	1,1	1 758
Superior <sup>1/</sup>	52,1	1,8	48,5	55,7	3,5	1,1	897

1/ Incluye incompleta y completa.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

CUADRO A.2

Estimaciones de la variabilidad del porcentaje de personas que juega videojuegos según zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre - diciembre 2016

Zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción	Estimación	Error típico	Intervalo de confianza al 95%		Coeficiente de variación	Raíz efecto del diseño	Muestra
			Inferior	Superior			
<b>Costa Rica</b>	<b>35,3</b>	<b>0,7</b>	<b>33,9</b>	<b>36,7</b>	<b>2,0</b>	<b>1,2</b>	<b>6 280</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	36,5	0,9	34,8	38,3	2,5	1,2	3 902
Rural	32,1	1,1	29,9	34,2	3,4	1,1	2 378
<b>Región de planificación</b>							
Central	35,5	1,0	33,5	37,6	2,9	1,1	2 630
Chorotega	33,9	2,0	30,0	37,8	5,8	1,1	687
Pacífico Central	30,2	2,1	26,2	34,2	6,8	1,1	573
Brunca	32,5	1,9	28,8	36,1	5,8	1,1	804
Huetar Caribe	38,5	1,8	34,9	42,1	4,8	1,1	819
Huetar Norte	37,7	2,0	33,8	41,6	5,3	1,1	767
<b>Sexo</b>							
Hombres	40,9	1,1	38,8	43,0	2,6	1,2	2 901
Mujeres	29,7	0,9	27,8	31,5	3,1	1,2	3 379
<b>Grupo de edad</b>							
De 5 a 11 años	74,4	1,3	71,8	77,0	1,8	1,1	1 316
De 12 a 17 años	64,1	2,6	59,0	69,2	4,1	1,1	419
De 18 a 35 años	40,8	1,4	38,1	43,4	3,3	1,1	1 670
De 36 a 64 años	16,9	1,0	15,0	18,8	5,7	1,2	2 085
De 65 años y más	2,7	0,6	1,4	4,0	23,7	1,1	790
<b>Nivel de instrucción</b>							
Sin instrucción	47,0	2,1	42,8	51,2	4,6	1,2	727
Primaria <sup>1/</sup>	32,6	1,0	30,6	34,7	3,2	1,2	2 898
Secundaria <sup>1/</sup>	36,8	1,3	34,2	39,4	3,6	1,1	1 758
Superior <sup>1/</sup>	33,9	1,8	30,3	37,4	5,3	1,1	897

1/ Incluye incompleta y completa.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

CUADRO A.3

Estimaciones de la variabilidad del porcentaje de personas que escucha música grabada según zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre - diciembre 2016

Zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción	Estimación	Error típico	Intervalo de confianza al 95%		Coeficiente de variación	Raíz efecto del diseño	Muestra
			Inferior	Superior			
<b>Costa Rica</b>	<b>51,0</b>	<b>0,7</b>	<b>49,5</b>	<b>52,4</b>	<b>1,5</b>	<b>1,2</b>	<b>6 280</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	52,3	0,9	50,5	54,1	1,8	1,1	3 902
Rural	47,4	1,2	45,1	49,7	2,5	1,1	2 378
<b>Región de planificación</b>							
Central	51,4	1,1	49,4	53,5	2,0	1,1	2 630
Chorotega	48,8	2,1	44,8	52,8	4,2	1,1	687
Pacífico Central	51,5	2,3	47,1	56,0	4,4	1,1	573
Brunca	46,6	2,0	42,7	50,4	4,2	1,1	804
Huetar Caribe	53,7	1,9	50,1	57,4	3,5	1,1	819
Huetar Norte	50,0	2,0	46,1	53,9	4,0	1,1	767
<b>Sexo</b>							
Hombres	53,2	1,1	51,0	55,3	2,0	1,2	2 901
Mujeres	48,8	1,0	46,8	50,7	2,1	1,2	3 379
<b>Grupo de edad</b>							
De 5 a 11 años	46,7	1,5	43,8	49,7	3,2	1,1	1 316
De 12 a 17 años	67,3	2,6	62,3	72,4	3,8	1,1	419
De 18 a 35 años	62,2	1,3	59,6	64,8	2,1	1,1	1 670
De 36 a 64 años	44,3	1,2	41,9	46,8	2,8	1,1	2 085
De 65 años y más	18,6	1,5	15,6	21,6	8,2	1,1	790
<b>Nivel de instrucción</b>							
Sin instrucción	39,2	2,1	35,0	43,4		1,2	727
Primaria <sup>1/</sup>	43,0	1,1	40,8	45,2	2,6	1,2	2 898
Secundaria <sup>1/</sup>	57,3	1,3	54,7	59,9	2,3	1,1	1 758
Superior <sup>1/</sup>	60,9	1,8	57,3	64,4	3,0	1,1	897

1/ Incluye incompleta y completa.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.



CUADRO A.4

Estimaciones de la variabilidad del porcentaje de personas que asiste a conciertos según zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre - diciembre 2016

Zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción	Estimación	Error típico	Intervalo de confianza al 95%		Coeficiente de variación	Raíz efecto del diseño	Muestra
			Inferior	Superior			
<b>Costa Rica</b>	<b>14,9</b>	<b>0,6</b>	<b>13,8</b>	<b>16,0</b>	<b>3,7</b>	<b>1,2</b>	<b>6 280</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	17,3	0,7	15,9	18,7	4,1	1,2	3 902
Rural	8,4	0,7	7,1	9,7	8,0	1,2	2 378
<b>Región de planificación</b>							
Central	17,7	0,8	16,1	19,3	4,6	1,1	2 630
Chorotega	11,6	1,4	9,0	14,3	11,6	1,1	687
Pacífico Central	5,4	1,1	3,3	7,6	20,3	1,2	573
Brunca	11,5	1,3	8,8	14,1	11,7	1,2	804
Huetar Caribe	10,6	1,2	8,3	13,0	11,1	1,1	819
Huetar Norte	11,2	1,3	8,6	13,8	11,8	1,2	767
<b>Sexo</b>							
Hombres	13,0	0,8	11,5	14,5	5,9	1,2	2 901
Mujeres	16,9	0,8	15,4	18,4	4,7	1,2	3 379
<b>Grupo de edad</b>							
De 5 a 11 años	9,9	0,9	8,1	11,8	9,3	1,1	1 316
De 12 a 17 años	12,0	1,7	8,7	15,4	14,0	1,1	419
De 18 a 35 años	19,9	1,1	17,7	22,0	5,5	1,1	1 670
De 36 a 64 años	14,0	0,9	12,3	15,8	6,4	1,2	2 085
De 65 años y más	8,6	1,1	6,4	10,8	13,0	1,1	790
<b>Nivel de instrucción</b>							
Sin instrucción	6,2	0,9	4,4	8,0	14,9	1,0	727
Primaria <sup>1/</sup>	7,2	0,6	6,1	8,4	8,0	1,2	2 898
Secundaria <sup>1/</sup>	15,6	1,0	13,7	17,5	6,3	1,1	1 758
Superior <sup>1/</sup>	33,6	1,8	30,1	37,1	5,3	1,1	897

1/ Incluye incompleta y completa.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

CUADRO A.5

Estimaciones de la variabilidad del porcentaje de personas que lee revistas según zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre - diciembre 2016

Zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción	Estimación	Error típico	Intervalo de confianza al 95%		Coeficiente de variación	Raíz efecto del diseño	Muestra
			Inferior	Superior			
<b>Costa Rica</b>	<b>13,0</b>	<b>0,5</b>	<b>12,0</b>	<b>14,1</b>	<b>4,0</b>	<b>1,2</b>	<b>5781</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	14,1	0,7	12,8	15,4	4,7	1,1	3 649
Rural	9,9	0,7	8,5	11,4	7,3	1,1	2 132
<b>Región de planificación</b>							
Central	15,2	0,8	13,7	16,7	5,0	1,1	2 475
Chorotega	9,1	1,2	6,8	11,4	12,7	1,0	633
Pacífico Central	2,5	0,7	1,2	3,8	26,4	1,0	536
Brunca	8,9	1,1	6,6	11,1	12,8	1,1	705
Huetar Caribe	11,9	1,3	9,5	14,4	10,5	1,1	741
Huetar Norte	12,1	1,3	9,4	14,7	11,2	1,1	691
<b>Sexo</b>							
Hombres	10,3	0,7	8,9	11,7	6,8	1,2	2 654
Mujeres	15,8	0,8	14,3	17,3	4,9	1,2	3 127
<b>Grupo de edad</b>							
De 5 a 11 años	13,2	1,2	10,7	15,6	9,4	1,2	986
De 12 a 17 años	11,5	1,8	8,0	15,0	15,5	1,1	417
De 18 a 35 años	12,1	0,9	10,3	13,9	7,5	1,1	1 647
De 36 a 64 años	15,0	0,9	13,3	16,8	6,0	1,1	2 027
De 65 años y más	10,0	1,2	7,6	12,4	12,4	1,1	704
<b>Nivel de instrucción</b>							
Sin instrucción	10,2	2,3	5,7	14,7	22,5	1,1	228
Primaria <sup>1/</sup>	7,9	0,6	6,8	9,1	7,5	1,2	2 898
Secundaria <sup>1/</sup>	10,7	0,8	9,1	12,3	7,7	1,1	1 758
Superior <sup>1/</sup>	28,8	1,7	25,5	32,1	5,8	1,1	897

1/ Incluye incompleta y completa.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

CUADRO A.6

Estimaciones de la variabilidad del porcentaje de personas que asiste a bibliotecas según zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre - diciembre 2016

Zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción	Estimación	Error típico	Intervalo de confianza al 95%		Coeficiente de variación	Raíz efecto del diseño	Muestra
			Inferior	Superior			
<b>Costa Rica</b>	<b>17,0</b>	<b>0,6</b>	<b>15,9</b>	<b>18,2</b>	<b>3,5</b>	<b>1,2</b>	<b>6280</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	19,4	0,8	18,0	20,9	3,9	1,2	3 902
Rural	10,5	0,8	8,9	12,0	7,4	1,2	2 378
<b>Región de planificación</b>							
Central	20,2	0,9	18,5	21,9	4,3	1,1	2 630
Chorotega	15,4	1,5	12,4	18,4	9,9	1,1	687
Pacífico Central	6,1	1,1	3,9	8,2	18,0	1,1	573
Brunca	11,9	1,3	9,3	14,5	11,3	1,2	804
Huetar Caribe	11,2	1,2	8,9	13,5	10,6	1,1	819
Huetar Norte	12,3	1,4	9,5	15,1	11,5	1,2	767
<b>Sexo</b>							
Hombres	16,0	0,8	14,3	17,6	5,2	1,2	2 901
Mujeres	18,1	0,8	16,4	19,7	4,6	1,2	3 379
<b>Grupo de edad</b>							
De 5 a 11 años	33,6	1,4	30,8	36,3	4,2	1,1	1 316
De 12 a 17 años	45,5	2,7	40,2	50,8	5,9	1,1	419
De 18 a 35 años	17,0	1,1	14,9	19,1	6,2	1,2	1 670
De 36 a 64 años	6,8	0,7	5,5	8,1	9,7	1,2	2 085
De 65 años y más	3,0	0,7	1,6	4,3	22,6	1,1	790
<b>Nivel de instrucción</b>							
Sin instrucción	15,3	1,6	12,2	18,5	10,4	1,2	727
Primaria <sup>1/</sup>	13,6	0,8	12,1	15,2	5,8	1,2	2 898
Secundaria <sup>1/</sup>	15,6	1,0	13,6	17,6	6,6	1,2	1 758
Superior <sup>1/</sup>	27,6	1,7	24,3	30,9	6,1	1,1	897

1/ Incluye incompleta y completa.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

CUADRO A.7

Estimaciones de la variabilidad del porcentaje de personas que asiste a actividades de pintura según zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre - diciembre 2016

Zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción	Estimación	Error típico	Intervalo de confianza al 95%		Coeficiente de variación	Raíz efecto del diseño	Muestra
			Inferior	Superior			
<b>Costa Rica</b>	<b>6,1</b>	<b>0,4</b>	<b>5,4</b>	<b>6,9</b>	<b>6,0</b>	<b>1,2</b>	<b>6280</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	7,2	0,5	6,2	8,1	6,7	1,2	3 902
Rural	3,3	0,4	2,5	4,1	12,4	1,1	2 378
<b>Región de planificación</b>							
Central	7,4	0,6	6,3	8,5	7,5	1,1	2 630
Chorotega	4,5	0,8	2,9	6,2	18,7	1,1	687
Pacífico Central	1,0	0,4	0,2	1,8	42,6	1,0	573
Brunca	4,9	0,8	3,3	6,5	16,9	1,1	804
Huetar Caribe	4,6	0,8	3,0	6,2	17,7	1,1	819
Huetar Norte	4,5	0,9	2,8	6,3	19,2	1,2	767
<b>Sexo</b>							
Hombres	6,2	0,6	5,2	7,3	8,9	1,2	2 901
Mujeres	6,1	0,5	5,1	7,0	8,1	1,2	3 379
<b>Grupo de edad</b>							
De 5 a 11 años	9,7	0,9	7,9	11,5	9,4	1,1	1 316
De 12 a 17 años	7,2	1,4	4,5	9,9	19,3	1,1	419
De 18 a 35 años	5,8	0,7	4,5	7,1	11,6	1,2	1 670
De 36 a 64 años	5,9	0,6	4,7	7,1	10,5	1,2	2 085
De 65 años y más	2,4	0,6	1,2	3,7	25,7	1,1	790
<b>Nivel de instrucción</b>							
Sin instrucción	5,9	1,0	4,0	7,9	16,7	1,1	727
Primaria <sup>1/</sup>	3,8	0,4	3,0	4,6	11,2	1,2	2 898
Secundaria <sup>1/</sup>	4,9	0,6	3,8	6,1	12,1	1,2	1 758
Superior <sup>1/</sup>	13,7	1,3	11,1	16,2	9,6	1,1	897

1/ Incluye incompleta y completa.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

CUADRO A.8

Estimaciones de la variabilidad del porcentaje de personas que asiste a obras de teatro según zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre - diciembre 2016

Zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción	Estimación	Error típico	Intervalo de confianza al 95%		Coeficiente de variación	Raíz efecto del diseño	Muestra
			Inferior	Superior			
<b>Costa Rica</b>	<b>15,6</b>	<b>0,6</b>	<b>14,6</b>	<b>16,7</b>	<b>3,6</b>	<b>1,2</b>	<b>6280</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	18,1	0,7	16,7	19,5	4,0	1,2	3902
Rural	9,0	0,7	7,6	10,3	7,7	1,2	2378
<b>Región de planificación</b>							
Central	18,8	0,8	17,2	20,4	4,4	1,1	2630
Chorotega	9,0	1,2	6,7	11,4	13,0	1,1	687
Pacífico Central	8,4	1,2	6,0	10,9	14,7	1,1	573
Brunca	15,4	1,5	12,4	18,4	9,9	1,2	804
Huetar Caribe	8,3	1,1	6,2	10,4	12,9	1,1	819
Huetar Norte	11,0	1,4	8,3	13,6	12,3	1,2	767
<b>Sexo</b>							
Hombres	14,1	0,8	12,5	15,6	5,6	1,2	2901
Mujeres	17,2	0,8	15,7	18,8	4,6	1,2	3379
<b>Grupo de edad</b>							
De 5 a 11 años	19,4	1,2	17,0	21,8	6,3	1,1	1316
De 12 a 17 años	25,6	2,3	21,1	30,2	9,0	1,1	419
De 18 a 35 años	16,8	1,1	14,8	18,9	6,3	1,1	1670
De 36 a 64 años	12,6	0,8	11,0	14,3	6,7	1,2	2085
De 65 años y más	6,2	0,9	4,3	8,0	15,3	1,1	790
<b>Nivel de instrucción</b>							
Sin instrucción	10,4	1,3	7,9	13,0	12,4	1,1	727
Primaria <sup>1/</sup>	9,4	0,7	8,1	10,6	7,0	1,2	2898
Secundaria <sup>1/</sup>	16,7	1,0	14,7	18,8	6,2	1,2	1758
Superior <sup>1/</sup>	29,2	1,7	25,9	32,5	5,8	1,1	897

1/ Incluye incompleta y completa.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

CUADRO A.9

Estimaciones de la variabilidad del porcentaje de personas que recibe alguna formación artística según zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción, octubre - diciembre 2016

Zona, región de planificación, sexo, grupo de edad y nivel de instrucción	Estimación	Error típico	Intervalo de confianza al 95%		Coeficiente de variación	Raíz efecto del diseño	Muestra
			Inferior	Superior			
<b>Costa Rica</b>	<b>11,9</b>	<b>0,5</b>	<b>11,0</b>	<b>12,9</b>	<b>4,1</b>	<b>1,2</b>	<b>6280</b>
<b>Zona</b>							
Urbana	13,9	0,6	12,6	15,2	4,6	1,2	3902
Rural	6,6	0,6	5,5	7,7	8,6	1,1	2378
<b>Región de planificación</b>							
Central	13,2	0,7	11,8	14,5	5,4	1,1	2630
Chorotega	12,0	1,3	9,4	14,6	11,2	1,1	687
Pacífico Central	8,4	1,3	6,0	10,9	15,0	1,1	573
Brunca	9,4	1,2	7,1	11,7	12,7	1,2	804
Huetar Caribe	8,8	1,1	6,7	10,9	12,2	1,1	819
Huetar Norte	10,4	1,3	7,8	13,0	12,6	1,2	767
<b>Sexo</b>							
Hombres	9,1	0,7	7,8	10,4	7,2	1,2	2901
Mujeres	14,8	0,7	13,4	16,2	4,9	1,2	3379
<b>Grupo de edad</b>							
De 5 a 11 años	17,6	1,2	15,4	19,9	6,6	1,1	1316
De 12 a 17 años	21,6	2,2	17,2	26,0	10,3	1,1	419
De 18 a 35 años	11,5	0,9	9,8	13,3	7,7	1,1	1670
De 36 a 64 años	9,0	0,7	7,6	10,4	8,0	1,2	2085
De 65 años y más	6,1	1,0	4,2	8,1	16,3	1,2	790
<b>Nivel de instrucción</b>							
Sin instrucción	9,2	1,1	7,0	11,4	12,1	1,0	727
Primaria <sup>1/</sup>	9,9	0,7	8,6	11,3	6,8	1,2	2898
Secundaria <sup>1/</sup>	12,6	0,9	10,8	14,4	7,2	1,1	1758
Superior <sup>1/</sup>	16,0	1,4	13,3	18,6	8,5	1,1	897

1/ Incluye incompleta y completa.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Cultura, 2016.

ISBN 978-9930-525-20-3



[www.inec.cr](http://www.inec.cr)

INEC, de la rotonda de La Bandera 450 metros oeste, sobre calle Los Negritos, edificio Ana Lorena, Mercedes de Montes de Oca, Costa Rica.

Correo e.: [informacion@inec.go.cr](mailto:informacion@inec.go.cr) Apartado: 10163 - 1000 San José, C. R.

Teléfono: 2280 - 9280, ext. 326 o 327, Telefax: 2224-2221