

UNA MIRADA A LOS INTERESES Y LAS PRÁCTICAS MUSICALES EN CUBA

Ana Laura Ortiz García
Pedro Emilio Moras Puig
Yisel Rivero Baxter

Instituto
Cubano

Investigación
Cultural
Juan Marinello


EDICIONES
CÚPULAS
ISA, UNIVERSIDAD
DE LAS ARTES

UNA MIRADA A LOS INTERESES Y LAS PRÁCTICAS MUSICALES EN CUBA

Ana Laura Ortiz García
Pedro Emilio Moras Puig
Yisel Rivero Baxter

Edición y corrección: Juan Alexander Padrón García
Cubierta y maquetación: Maydelín Torres Verdecia

© Ana Laura Ortiz García, Pedro Emilio Moras Puig, Yisel Rivero Baxter, 2025

© Sobre la presente edición:

Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello, 2025

Ediciones Cúpulas, 2025

ISBN: 978-959-242-248-3



Ediciones Cúpulas
ISA, Universidad de las Artes
120 e/ 9na. y 13, Cubanacán, Playa
La Habana, Cuba
CP: 11600
ecupulas@isa.cult.cu / www.cupulas.cult.cu



Instituto Cubano de
Investigación Cultural Juan Marinello
Ave. Rancho Boyeros, no. 63,
Plaza de la Revolución, La Habana, Cuba
<https://icic.cult.cu>

Índice

Índice	1
I. INTRODUCCIÓN	2
II. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS	3
2.1 Conceptos necesarios: definiciones operacionales	3
2.2 Recogida de información	3
2.3 Muestra	3
2.4 Estrategia de análisis	5
III. LA MÚSICA: INTERESES, PRÁCTICAS Y PREFERENCIAS DE LOS CUBANOS	5
3.1 Niños	5
3.1.1 Interés por la música y los géneros musicales	5
3.1.2 Prácticas relacionadas con la música.....	6
3.2 Adolescentes	9
3.2.1 Interés por la música y los géneros musicales	9
3.2.2 Prácticas relacionadas con la música.....	15
3.3 Jóvenes y Adultos	18
3.3.1 Interés por la música y los géneros musicales	18
3.3.2 Prácticas relacionadas con la música.....	24
IV. CONSIDERACIONES FINALES	30
V. RECOMENDACIONES	31
VI. Bibliografía	32
VII. Anexos	33
Anexo 1: Cuestionario para población infantil (8 a 11 años)	33
Anexo 2: Cuestionario para Población adolescente (12 a 14 años)	34
Anexo 3: Cuestionario para Jóvenes y Adultos (15 años y más)	36

I. INTRODUCCIÓN

Este informe parte de un análisis desagregado de la música, que se constató en la investigación «Públicos y Casas de Cultura. Un estudio nacional» (Rivero Baxter, Moras Puig, & Piedra Sarria, 2023). Constituye un reprocesamiento a dicho estudio, particularizándolo en esta manifestación artística. De ahí su importancia, pues permite una aproximación a las peculiaridades de la apropiación cultural de la música. De este modo, se posibilita el diagnóstico de los intereses y prácticas culturales musicales de la población cubana.

La música sigue siendo una parte fundamental de la identidad cubana y desempeña un papel clave en la expresión cultural y emocional de su gente. En Cuba es muy diversa, con un gran impacto en los ámbitos tanto nacional como internacional. Ha repercutido en numerosos géneros musicales en todo el mundo debido a su riqueza y variedad, reflejo de las influencias de ritmos africanos y españoles, fundamentalmente.

En la actualidad, con el avance de la tecnología y el acceso a internet, el consumo musical en la Isla ha experimentado cambios significativos. Los cubanos están comenzando a tener acceso a plataformas de streaming como son: el paquete semanal, Netflix, programas de internet, etc. y a escuchar música de artistas internacionales que antes les resultaba difícil encontrar. Además, los conciertos y festivales se han vuelto cada vez más populares, lo que permite a la gente disfrutar de la música en vivo y conocer nuevos artistas.

Tener en cuenta los comportamientos de los sujetos sobre los cuales se implementan las políticas culturales del país y los programas de desarrollo local, permite una mejor retroalimentación a los actores y decisores, con vistas a la definición de acciones concretas para promover cambios. Acercarse a los comportamientos culturales de la población, sus intereses y expectativas es una tarea compleja, pero no imposible. El presente trabajo intenta ubicar la música en el contexto general de las prácticas culturales del cubano de hoy, describir sus gustos musicales y transitar por algunas mediaciones que las condicionan.

II. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

2.1 Conceptos necesarios: definiciones operacionales.

Interés por la música: Orientación afectivo-cognitiva de la personalidad con relación a esta manifestación.

Preferencias de géneros: predilección o inclinación por determinados géneros: reggaetón, popular bailable (casino, salsa, merengue), romántica, baladas, boleros, discoteca, house, tecno, pop, tradicional, rap, hip hop, mexicana, ranchera, rock, nueva trova, clásica, jazz/blues y campesina.

Prácticas culturales: conductas y formas de proceder de los actores, que definen cierta relación con los objetos culturales. Se refiere a la acción directa y conscientemente practicada.

Considerando las prácticas relacionadas con la música se hará referencia a:

- Ir a conciertos o espectáculos musicales en vivo.
- Descargar música, películas u otros materiales.
- Materiales audiovisuales musicales.
- Presentaciones teatrales musicales, de variedades y/o circenses.
- Programas de radio musicales.

Factores sociodemográficos: se refiere a la edad, sexo, nivel educacional, ocupación, color de la piel y lugar de residencia de los encuestados.

2.2 Recogida de información

El estudio tuvo una orientación descriptivo- analítico, de naturaleza cuantitativa. El método utilizado para la recopilación de los datos fue la encuesta, técnica que tiene ventajas e inconvenientes. Por un lado, permite la recogida rápida y exacta de un cúmulo elevado de información. Por otro, el número de preguntas a incluir es limitado y, al ser cerradas, el encuestado no tiene la posibilidad de añadir ninguna alternativa. De cualquier manera, es el más adecuado para los objetivos y fines de esta investigación.

Se confeccionaron tres cuestionarios diferenciados para niños, adolescentes, jóvenes y adultos¹, con diferentes niveles de complejidad y de contenidos, según los sujetos a los que iban dirigidos.

2.3 Muestra

El universo objeto de estudio fue niños, adolescentes, jóvenes y adultos de 15 provincias del país y el municipio especial Isla de la Juventud.

La decisión de integrar estos grupos obedece a poder comparar resultados con las tendencias de estudios nacionales que los concentran, en la aplicación de un mismo cuestionario. Al interior de cada provincia se orientó seleccionar la muestra de manera intencional y estratificada a partir de edad, sexo y tipo de público (real y potencial), con vistas a lograr igual proporción en estos estratos. El muestreo fue aleatorio simple y la selección de los casos se hizo al azar. A pesar de la planificación, no todos los territorios cumplieron con el número de encuestados. El resultado fue una muestra dispar por provincia

¹ Ver Anexo 1

y por estas variables, aunque no se comprometió el valor de los resultados. En total se logró una muestra de 6205 sujetos, distribuidos de la siguiente forma:

Tabla 1: Distribución por edad y provincia (cantidad)

PROVINCIA	<i>Infantil (8 a 11 años)</i>	<i>Adolescentes (12 a 14 años)</i>	<i>Jóvenes y adultos (15 años y más)</i>
1. Artemisa	52	57	67
2. Camagüey	44	39	45
3. Ciego de Ávila	48	48	256
4. Cienfuegos	28	28	28
5. Guantánamo	21	15	32
6. Holguín	205	206	208
7. Isla de la Juventud	10	15	15
8. Las Tunas	315	405	311
9. Matanzas	72	69	201
10. Mayabeque	15	18	29
11. Sancti Spíritus	55	56	55
12. Santiago de Cuba	198	200	210
13. La Habana	-	107	277
14. Pinar del Río	-	-	32
15. Villa clara	338	333	338
16. Granma	256	296	552
Totales	1657	1892	2656
TOTAL			6205

Tabla 2: Distribución según rasgos sociodemográficos y tipo de público (%)

	Infantil	Adolescentes	Jóvenes y adultos
Sexo			
Femenino	53	50	51
Masculino	47	50	47
Color de la piel			
Blanca	48	52	44
Mestiza	28	27	29
Negra	20	21	23
Zona de residencia (nomenclador ONEI)			
Urbano	74	72	89
Rural	26	28	11
Tipo de público			
Real	60	32	28
Potencial	40	61	29

Tabla 3: Distribución según ocupación y nivel educativo (%)

Adultos			
Ocupación	%	Nivel educativo	%
Trabajador del sector estatal	40	Ninguno	0
Desempleado/jubilado	18	Primaria	5
Trabajador cuentapropista contratado	11	Secundaria Básica	16
Quehaceres del hogar	8	Obrero Calificado	8
Trabajador del sector mixto	6	Preuniversitario	18
Trabajador cuentapropista dueño de negocios	19	Técnico Medio	14
Estudiante	4	Universitario	21

El trabajo de campo fue realizado por el personal del Consejo Nacional y el Sistema de Casas de Cultura con sus 350 casas en los 168 municipios, centros provinciales de casas de cultura, los departamentos de Artemisa, Mayabeque y la dirección municipal de la Isla de la Juventud. Destacaron en la recolección de los datos metodólogos socioculturales, profesores instructores de artes, promotores culturales, especialistas en programación cultural, comunicadores sociales, investigadores, estudiantes de las universidades y especialistas de otras áreas del sector de la cultura.

2.4 Estrategia de análisis

A partir de la información recabada en las encuestas, se hizo un nuevo análisis de los datos referidos al interés por la música y sus géneros, así como las prácticas asociadas a la misma. También se realizó un entrecruzamiento de dichas variables, con vistas a analizar los condicionamientos que otorga la pertenencia de los individuos a determinado sexo y grupo de edad, así como el nivel educativo, la ocupación y el lugar de residencia. Todo ello, dirigido a lograr un conocimiento más integral del fenómeno.

Se utilizó la distribución porcentual de cada una de las respuestas referidas al interés por la música y las prácticas asociadas a esta. Para realizar los cruces y tablas de frecuencias y porcentajes, se trabajó con el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales (SPSS).

III. LA MÚSICA: INTERESES, PRÁCTICAS Y PREFERENCIAS DE LOS CUBANOS.

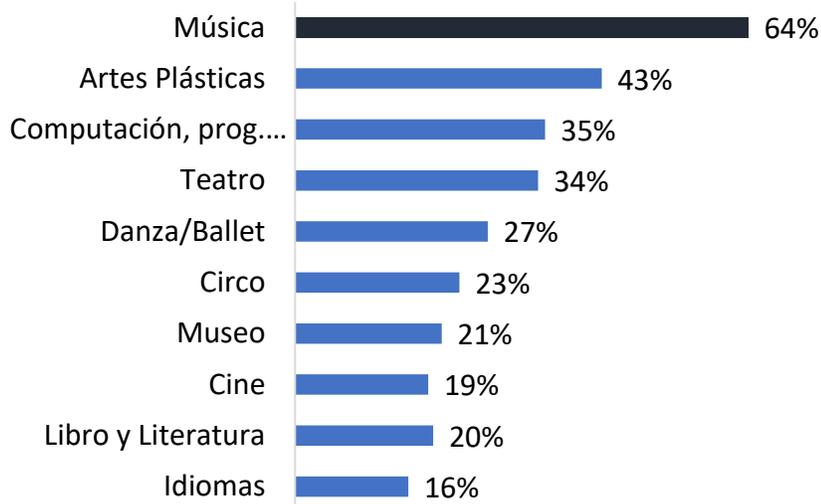
El presente acápite profundiza en algunas interrogantes: ¿Qué lugar ocupa la música en las prácticas culturales? ¿Qué relación tienen los cubanos con la música? ¿Cuáles son sus intereses temáticos y géneros preferidos? Veamos a continuación como dar respuesta a cada una de ellas, teniendo en cuenta los grupos etarios analizados.

3.1 Niños

3.1.1 Interés por la música y los géneros musicales.

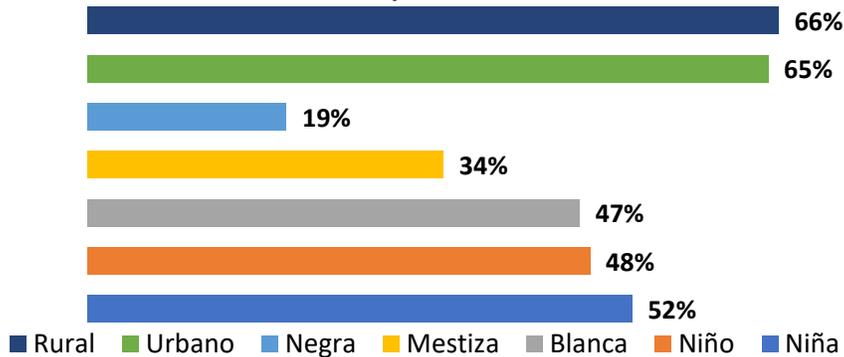
Al analizar los intereses culturales de los infantes se observa que la música alcanza el mayor porcentaje dentro del espectro de los intereses artístico-literario (Gráfico 1).

Gráfico 1. Intereses culturales



Al considerar las variables sociodemográficas, se obtuvo el Gráfico 2. Las niñas destacan por encima de los niños en cuanto al gusto por la música. Las personas con el color de piel blanca sobresalen en el interés por esta manifestación artística. No se apreciaron distinciones por la zona de residencia.

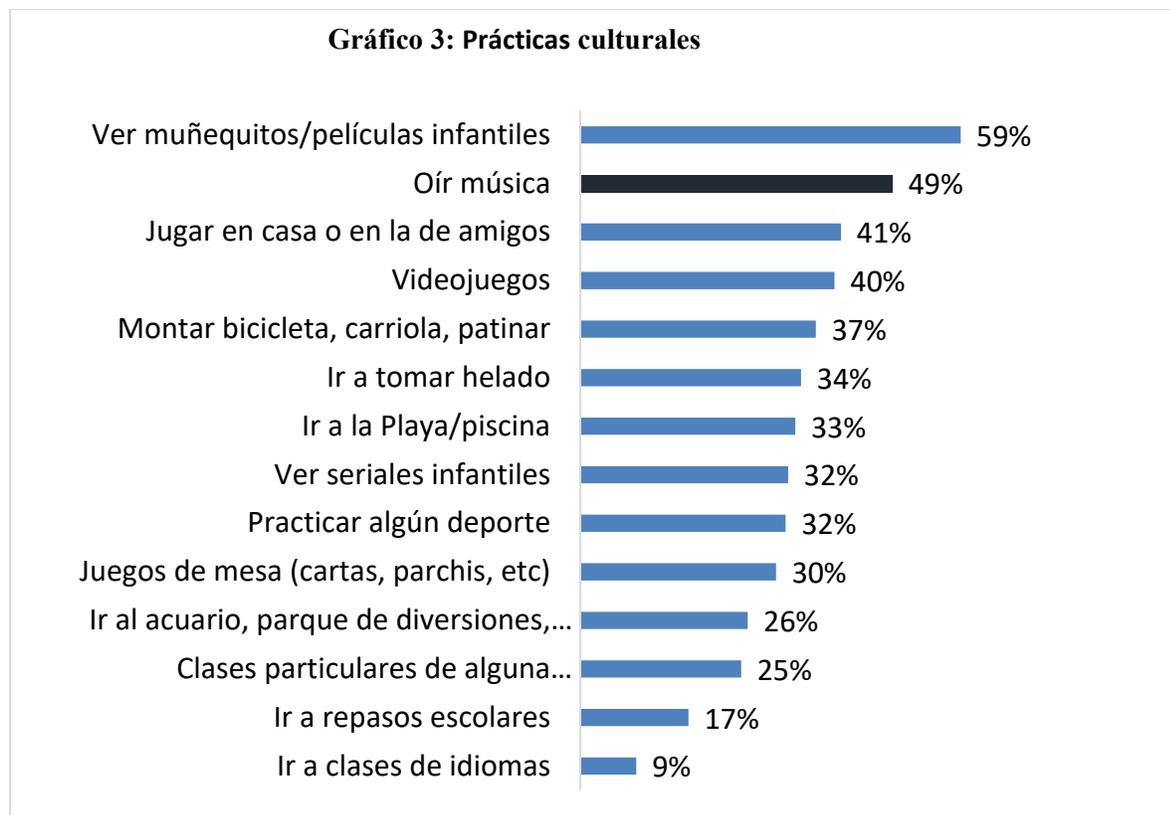
Gráfico 2: Interés por la música según la zona, el color de la piel y el sexo en la población infantil



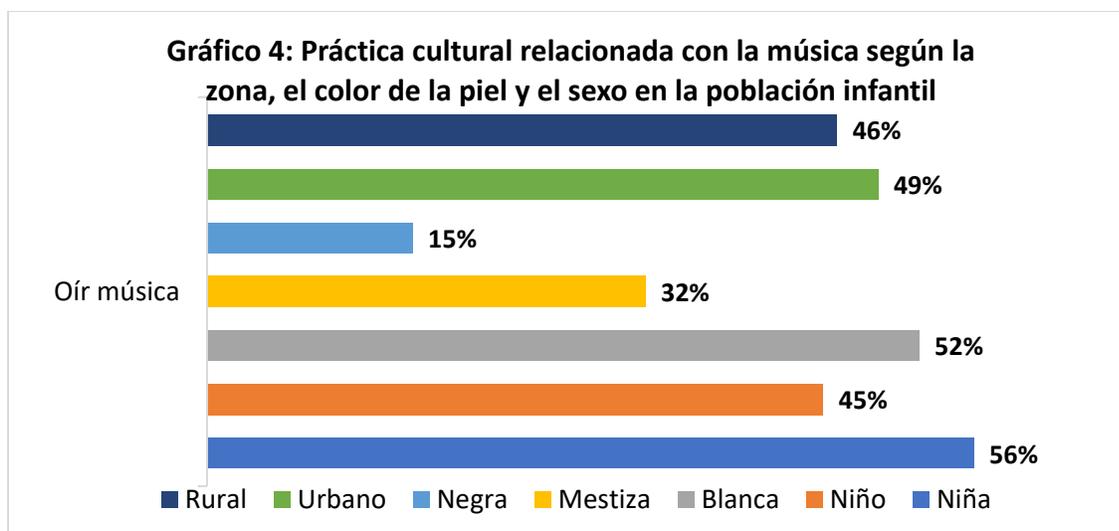
3.1.2 Prácticas relacionadas con la música

Oír música es la segunda práctica cultural más gustada por niños (49%) (Gráfico 3).

Gráfico 3: Prácticas culturales



Se expresan de manera diferente si se particulariza en el sexo, color de la piel y zona de residencia de esta población, tal como refleja el Gráfico 4. En cuanto a la práctica cultural oír música, se encontró que el porcentaje de realización fue superior en las niñas. Según el color de la piel, la escuchan más los caucásicos. No se aprecia una diferencia significativa de esta práctica en las zonas urbanas y rurales. Como plantea Flamand Sánchez (2018), Cuba tiene la virtud de ser una isla musical, donde abundan agrupaciones y exponentes de excelencia y coexisten géneros nacionales y foráneos diversos. Los niños están particularmente expuestos a la influencia de la música por cuanto se encuentran en una fase de sus vidas en la que se adquieren hábitos, actitudes y comportamientos que contribuyen a formar o deformar su personalidad en desarrollo.



Tanto el interés como la práctica cultural tuvieron sus particularidades en dependencia de la provincia donde residen los encuestados. La música alcanza los mayores valores respecto al total de los intereses culturales, aunque con mayor acento en Granma. Villa Clara, Isla de la Juventud y Holguín son las que presentan menores porcentajes. Sin embargo, nótese que sus cifras representan más de la mitad, demostrándose así la gran popularidad que posee este interés cultural en el territorio nacional. Oír música es una de las prácticas de mayor realización en la mayoría de las provincias, aunque resaltan Camagüey y Guantánamo; mientras que Artemisa y Santiago de Cuba alcanzaron cifras inferiores.

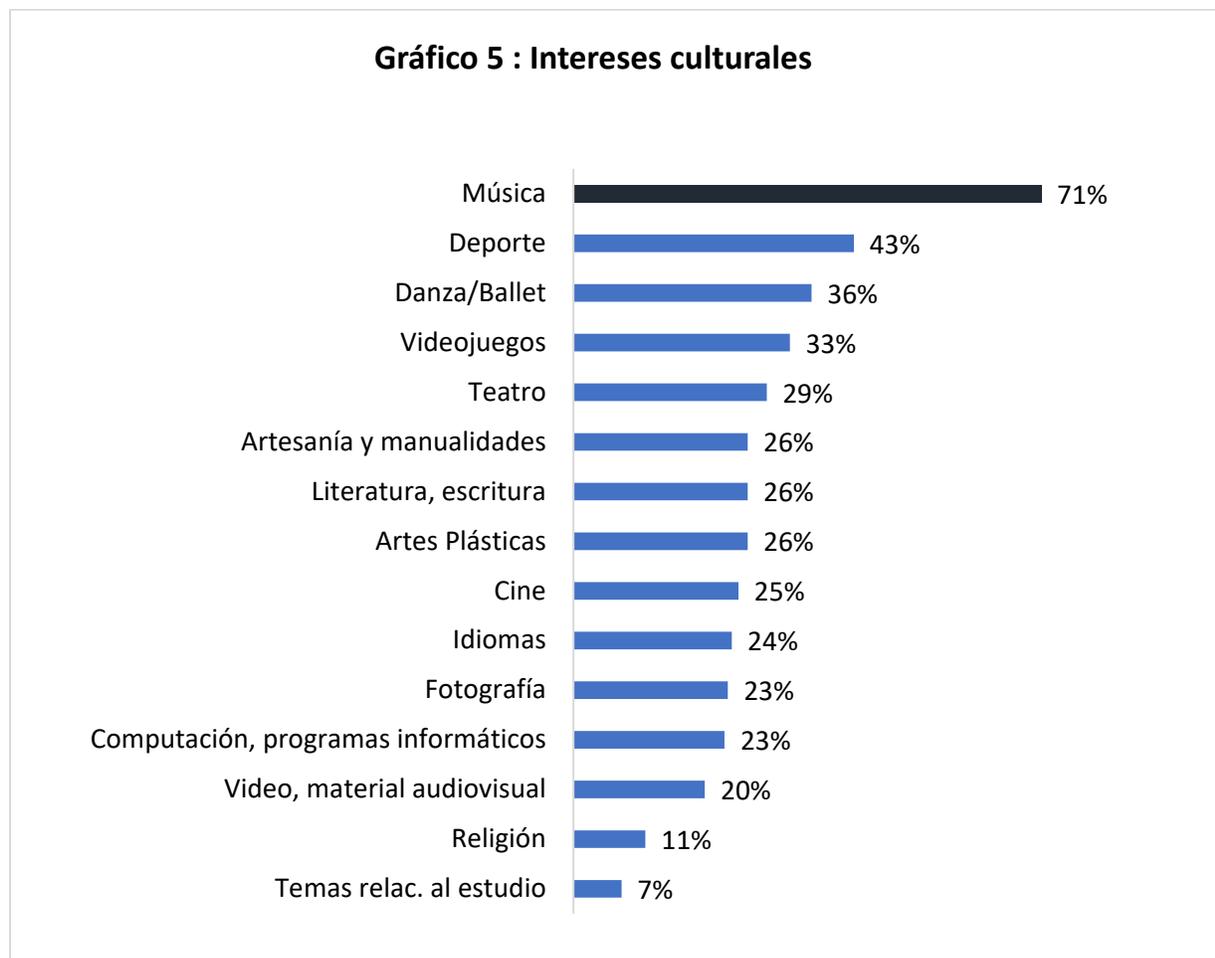
Tabla 4: Intereses y prácticas según provincias (%)

Provincias	Interés por la Música	Practica "Oír música"
Artemisa	83	37
Matanzas	69	43
Villa Clara	55	62
Sancti Spíritus	67	60
Cienfuegos	68	54
Ciego de Ávila	70	67
Camagüey	61	78
Holguín	56	44
Las Tunas	66	46
Granma	92	70
Santiago de Cuba	69	41
Guantánamo	62	81
Isla de la Juventud	55	50

3.2 Adolescentes

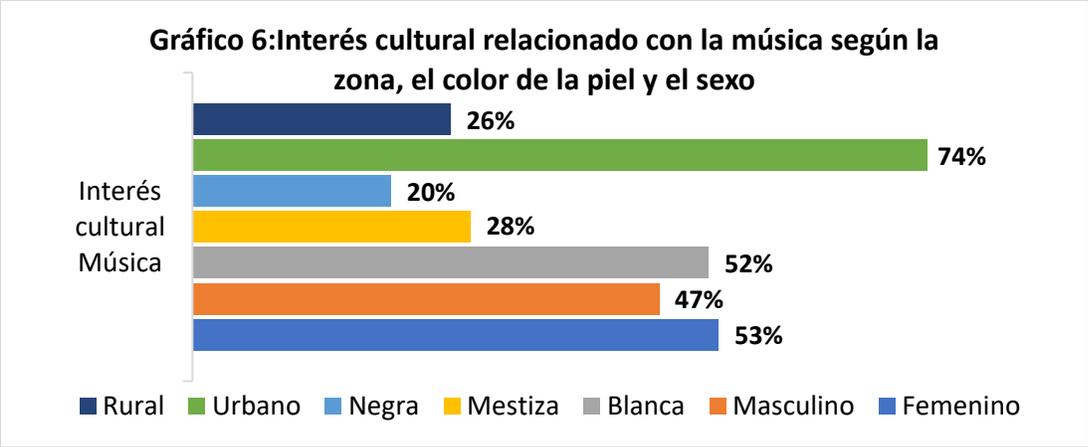
3.2.1 Interés por la música y los géneros musicales.

La música (71 %) es el área cultural que más alto puntúa (ver gráfico 5).



El interés por la música y sus diversos géneros varía en función de las características sociodemográficas de la población. Los datos obtenidos así lo demuestran (Gráfico 6).

Se evidencia que las niñas sobresalen con 53%. De igual manera sucede en las personas con el color de la piel blanca y las residentes en zonas urbanas. Esto último puede estar dado por una mayor presencia en dicha zona de instituciones culturales, donde se realizan conciertos o espectáculos musicales a los que pueden asistir.



En el Gráfico 7 se aprecian las preferencias musicales de los adolescentes. La música preferida es el reggaetón, seguida, con valores no despreciables, por la popular bailable. Los géneros menos seleccionados se direccionan a la campesina (4%), el jazz (4%) y la clásica (5%).

El consumo de reguetón puede estar influenciado por la producción, distribución y promoción acelerada a nivel mundial que tiene. El popular bailable porque en nuestro país este género forma parte de nuestras tradiciones y raíces culturales, lo que contribuye a que se privilegie y se estimule su producción y consumo sobre otros.

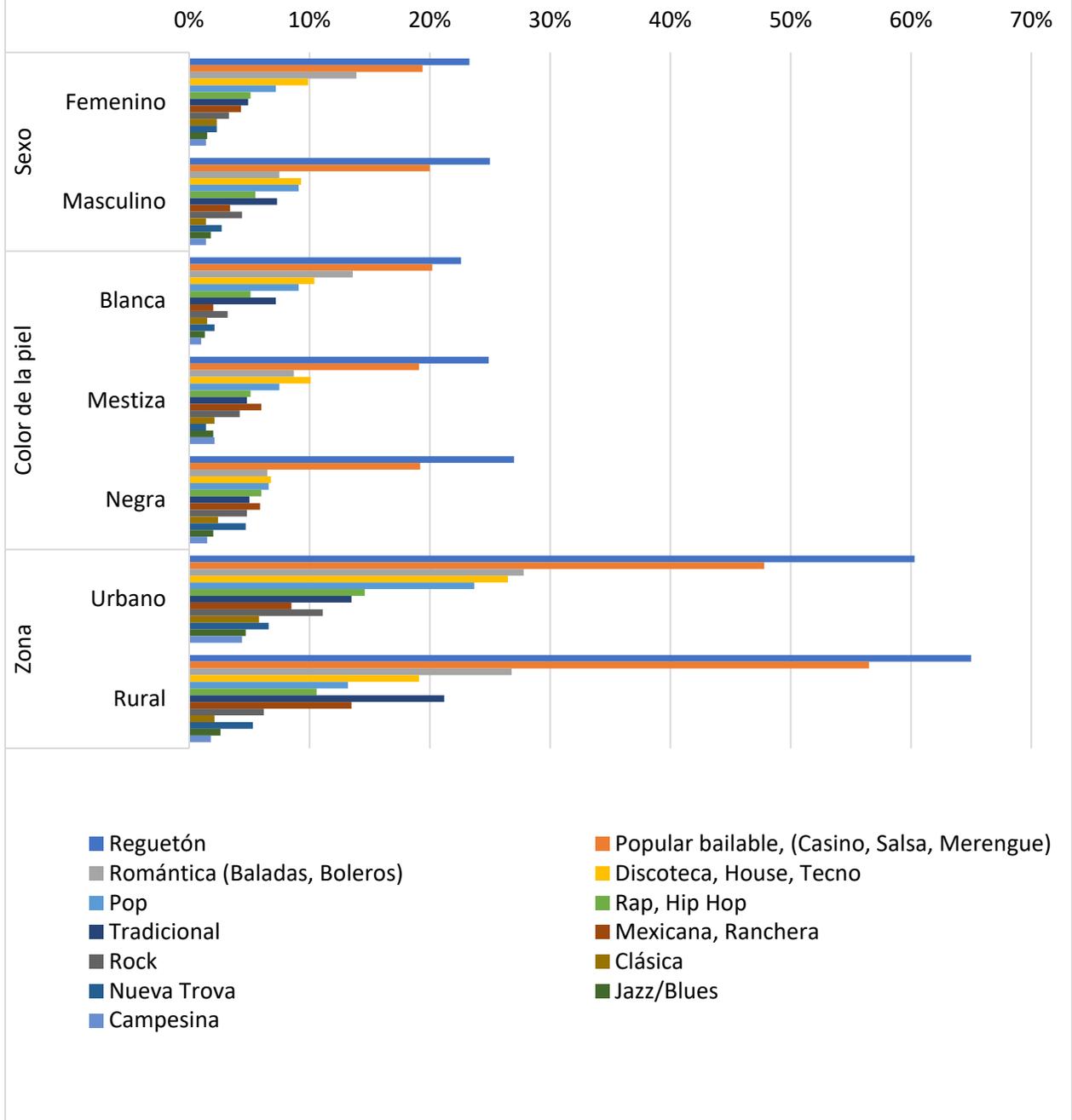


A continuación, en el Gráfico 8, se aprecian las preferencias musicales y su relación con algunas variables sociodemográficas.

- Ambos sexos se inclinan mayormente por el reggaetón.

- El popularailable es mayormente preferido por personas que residen en zonas rurales, sin distinciones significativas en cuanto al sexo o el color de la piel.
- Las rancheras gustan más a las personas que residen en zonas rurales.
- La romántica la consumen en mayor medida las personas caucásicas.
- Los que viven en zonas urbanas y los que tienen el color de piel negro coinciden en el gusto por la nueva trova.
- El jazz gana popularidad en el sexo masculino y residentes en zonas urbanas.
- Los que tienen el color de piel negra y residen en ambientes citadinos disfrutan más del género clásico.
- El pop gana público en las personas de piel blanca, del sexo masculino y los que residen en zonas urbanas.
- Los del sexo masculino, residentes en zonas urbanas y con el color de piel negro coinciden en su gusto por el rap.
- El reggaetón es un género que no se aprecia una distinción en cuanto al género ni color de piel ni zona de residencia.
- Coinciden los adolescentes que radican en zonas rurales con color de piel blanco la preferencia por la música tradicional.
- Discoteca y rock comparten el público que reside en zonas urbanas, este último género además es más escuchado por el sexo masculino.
- El consumo de música campesina destaca más en lo urbano que en lo rural al igual que en las personas con el color de piel mestizo.

Gráfico 8: Preferencias musicales según sexo, color de la piel y zona



En la tabla 5 se expresan los comportamientos por provincias de los géneros musicales:

- Reggaetón es lo más escuchado, particularmente en Sancti Spíritus.

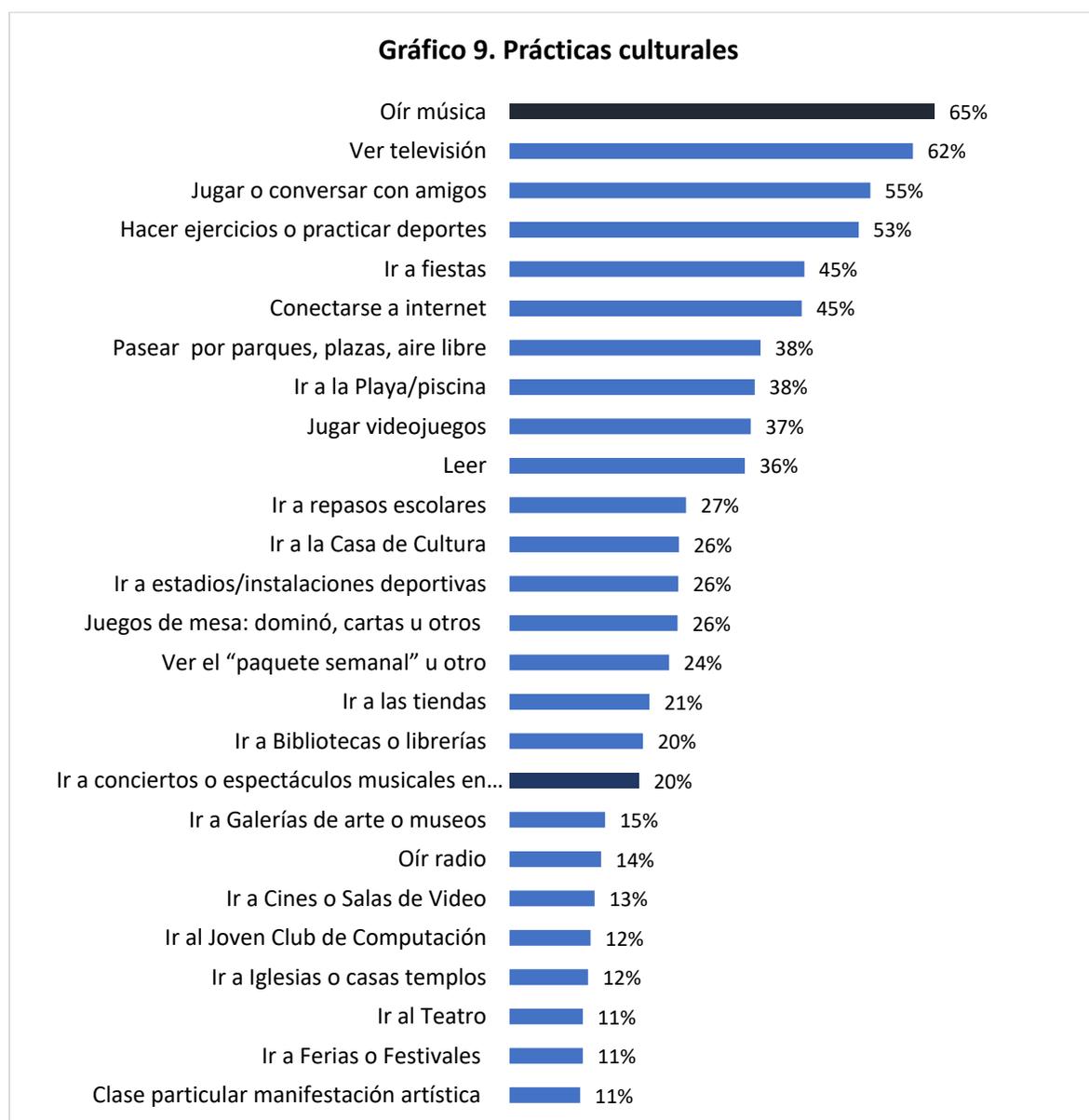
- El segundo género es el popular bailable y sobresale en Las Tunas, Villa Clara y La Habana.
- Existen valores entre bajos o medios en varios géneros:
 - **Nueva trova:** Villa Clara, Sancti Spíritus, Cienfuegos, Ciego de Ávila, Mayabeque, Santiago de Cuba.
 - **Jazz/Blue:** Mayabeque, Cienfuegos, Ciego de Ávila, Santiago de Cuba, Guantánamo.
 - **Clásica:** Santiago de Cuba, Guantánamo y Artemisa.
 - **Campequina:** Santiago de Cuba, Guantánamo, Cienfuegos, Las Tunas.
 - **Mexicana, ranchera:** Artemisa y Mayabeque.
 - **Tradicional:** Santiago de Cuba y Guantánamo.
 - **Rap, hip hop:** Mayabeque y Santiago de Cuba.
- Isla de la Juventud sobresale en géneros notablemente poco aceptados en el resto de las provincias como la romántica, tradicional, nueva trova, mexicana, ranchera, clásica y jazz/ blues.
- Sancti Spíritus, Camagüey e Isla de la Juventud resaltan en la discoteca, House y Tecno, a pesar del comportamiento tan opuesto que se presenta en otros lugares.
- Guantánamo e Isla de la Juventud son las únicas donde es representativo el rap y el hip hop.
- Camagüey destaca por la baja aceptación de reggaetón (5%) y música popular bailable (0%). Sin embargo, es donde único hay un porcentaje distinguible en pop (54%).
- Santiago de Cuba ostenta pocas preferencias musicales, pues concentran los menores valores.

Tabla 5. Preferencias musicales según provincias (%)

MUSICA	Artemisa	Mayabeque	La Habana	Matanzas	Villa Clara	Sancti Spiritus	Cienfuegos	Ciego de Ávila	Camagüey	Holguín	Las Tunas	Granma	Santiago de Cuba	Guantánamo	Isla de la Juventud
Popular bailable, (Casino, Salsa, Merengue)	34	56	58	43	62	50	44	54	0	40	67	51	43	27	33
Romántica (Baladas, Boleros)	41	11	44	29	29	22	32	31	10	31	34	31	0	47	50
Reguetón	59	78	57	68	73	91	76	73	5	65	61	59	58	73	42
Pop	45	11	34	22	5	9	20	35	54	38	11	32	0	13	42
Tradicional	27	6	7	14	2	2	12	4	13	10	31	22	0	0	67
Nueva Trova	13	0	10	10	0	0	0	0	21	4	8	19	0	7	50
Discoteca, House, Tecno	11	6	17	25	32	52	48	21	74	37	23	47	0	27	75
Rock	21	28	7	18	30	6	12	21	49	13	3	15	0	13	75
Rap, Hip Hop	27	0	16	18	18	9	8	17	5	21	12	19	0	53	67
Mexicana, Ranchera	0	0	3	6	3	26	16	10	5	6	14	15	7	20	67
Campesina	11	11	6	3	37	6	0	4	36	2	0	7	0	0	42
Clásica	0	6	8	8	6	6	12	2	28	7	1	3	0	0	75
Jazz/Blues	11	0	4	2	4	2	0	0	33	4	3	6	0	0	50

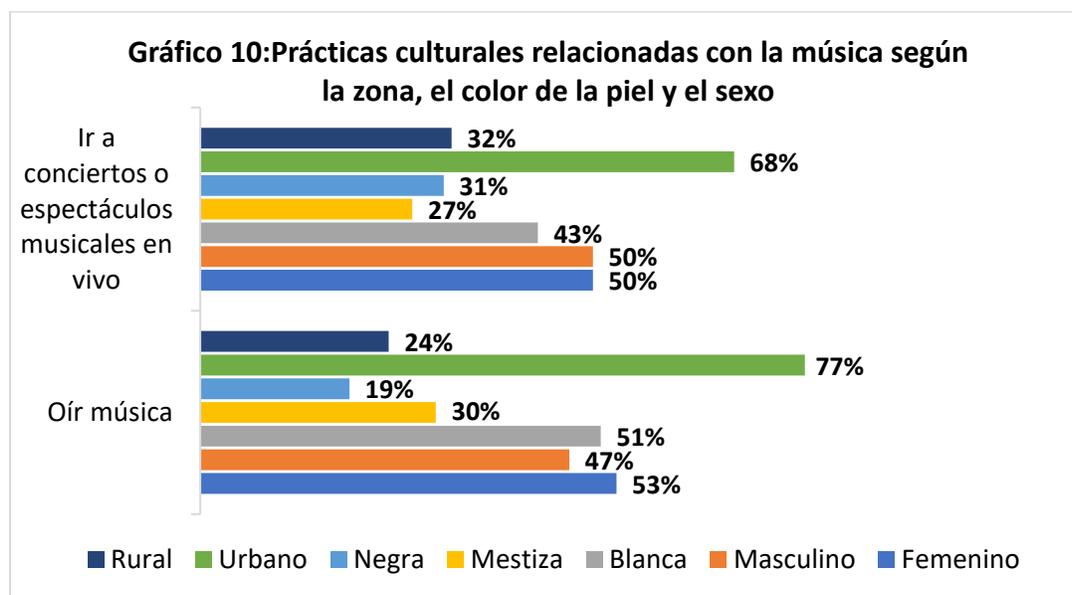
3.2.2 Prácticas relacionadas con la música

Los adolescentes de la muestra estudiada en su tiempo libre realizan algunas prácticas culturales (Gráfico 9), tales como escuchar música (65%) y en menor medida asistir a conciertos y espectáculos musicales (20%). Estos resultados ratifican tendencias de estudios anteriores (Instituto Juan Marinello, 1998), (ICIC Juan Marinello, ONEI, 2009), pues en esta etapa es la práctica por excelencia. La asistencia a conciertos o espectáculos en vivo decrece, pues no alcanzan la mayoría de edad que es un requisito de la gran mayoría de los lugares donde se realizan estas actividades.



Las prácticas varían al considerar algunas variables sociodemográficas, lo que se muestra en el Gráfico 10. No se aprecian distinciones entre géneros en ninguna de las dos prácticas y sobresale un mayor interés en las personas caucásicas y los que residen en las zonas urbanas.

La alta incidencia en la zona urbana de asistencia a los espectáculos y conciertos pudiera deberse a que en las capitales provinciales hay un mayor número de instituciones donde se realizan estas actividades. Esto, si se compara con las zonas rurales, que lo hacen de vez en cuando con algún evento en concreto.



A continuación, se realizará un análisis por provincia del interés hacia la música y las prácticas relacionadas a esta manifestación (Tabla 6).

- La música goza de mayor interés, fundamentalmente en Sancti Spíritus, Cienfuegos y Guantánamo.
- Las provincias con menores índices fueron Santiago de Cuba e Isla de la Juventud, aunque sus porcentajes son de 50%.
- Por lo general, tanto las prácticas como el interés presentan resultados elevados lo que se traduce en que la población encuestada gusta de este producto en particular.
- Sobresalen en la escucha de música Sancti Spíritus, Camagüey, Ciego de Ávila y Guantánamo.
- Ir a conciertos o espectáculos musicales en vivo solamente es significativo en Villa Clara e Isla de la Juventud.
- Mayabeque tiene la menor frecuencia en cuanto a la asistencia a espectáculos musicales y conciertos (6%).
- Isla de la Juventud alcanzó un mayor porcentaje en la asistencia a conciertos.

Tabla 6. Intereses y prácticas culturales asociadas a la música según provincias %

Provincias	Interés por la Música	Práctica "Oír música"	Práctica "Ir a conciertos o espectáculos musicales en vivo"
Artemisa	77	54	13
Mayabeque	72	72	6
La Habana	76	81	22
Matanzas	80	71	42
Villa Clara	78	70	61
Sancti Spíritus	89	91	14
Cienfuegos	85	89	21
Ciego de Ávila	83	94	35
Camagüey	74	92	18
Holguín	81	86	12
Las Tunas	67	55	14
Granma	61	67	32
Santiago de Cuba	50	33	31
Guantánamo	86	100	13
Isla de la Juventud	50	33	50

En este apartado se tomarán en consideración otras prácticas con porcentajes considerables, que también están relacionadas con la música:

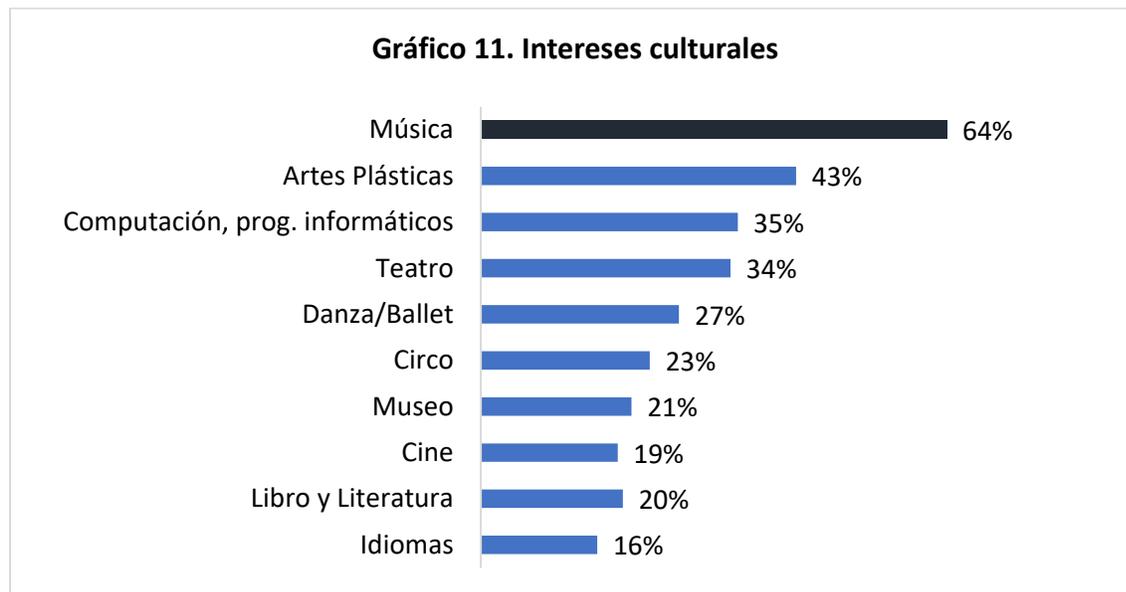
- Los adolescentes sobresalen en el consumo de programas radiales de tipo musicales.
- En Guantánamo las películas de tipo musicales alcanzan la mayor preferencia por los adolescentes.
- El segundo uso que le otorgan al consumo de internet es descargar música y videos (44%).

Hasta aquí, se han abordado las principales prácticas e intereses culturales de los adolescentes encuestados, resultados que ratifican tendencias de estudios anteriores, se mantienen las prácticas que se relacionan con la música con porcentajes elevados.

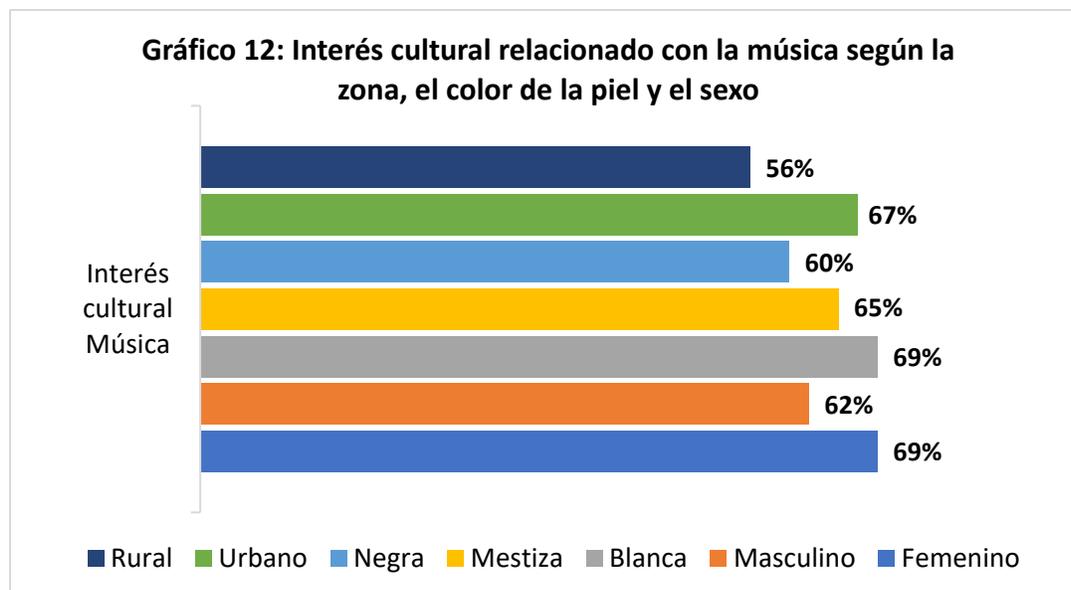
3.3 Jóvenes y Adultos

3.3.1 Interés por la música y los géneros musicales.

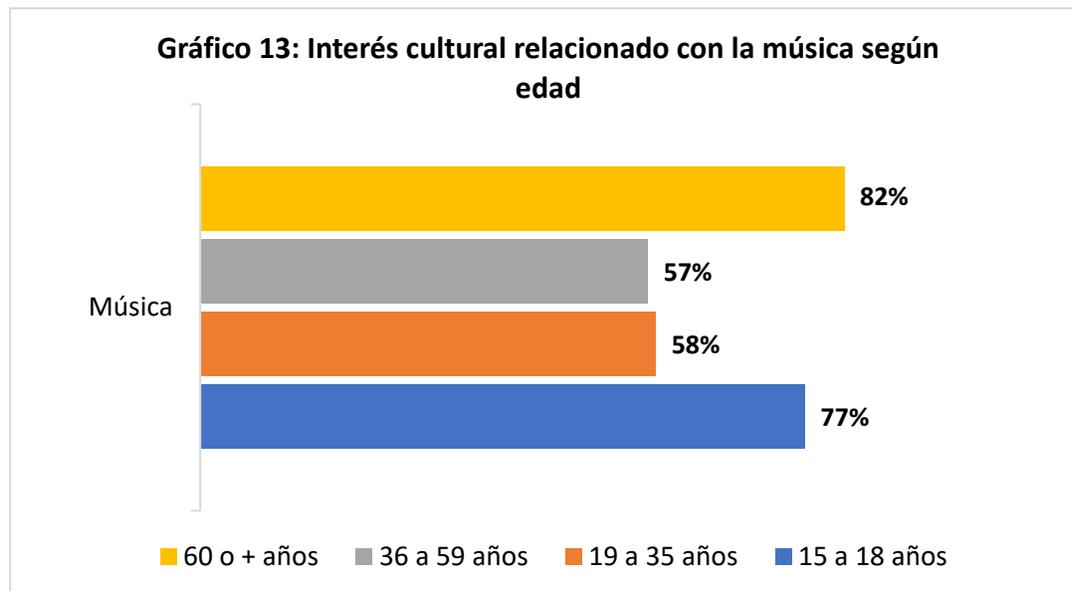
En cuanto a los intereses culturales de la población adulta, se observa (Gráfico 11) que para esta muestra lo que más resalta la música (64%).



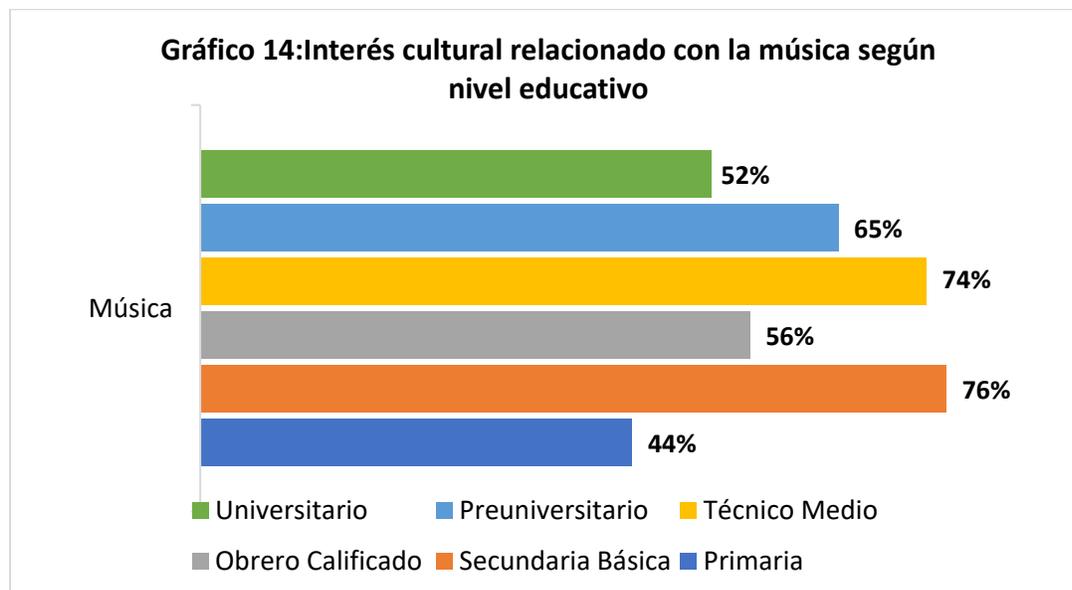
Este interés en particular se diversifica atendiendo al sexo, color de la piel y zona, tal como se revela en el Gráfico 12. El sexo femenino alcanzó porcentajes similares al del masculino en cuanto al gusto por la música. Las personas con el color de la piel blanca (69%) son las de mayor tendencia en cuanto al disfrute de la música. En la zona urbana es donde se evidencia mayor interés.



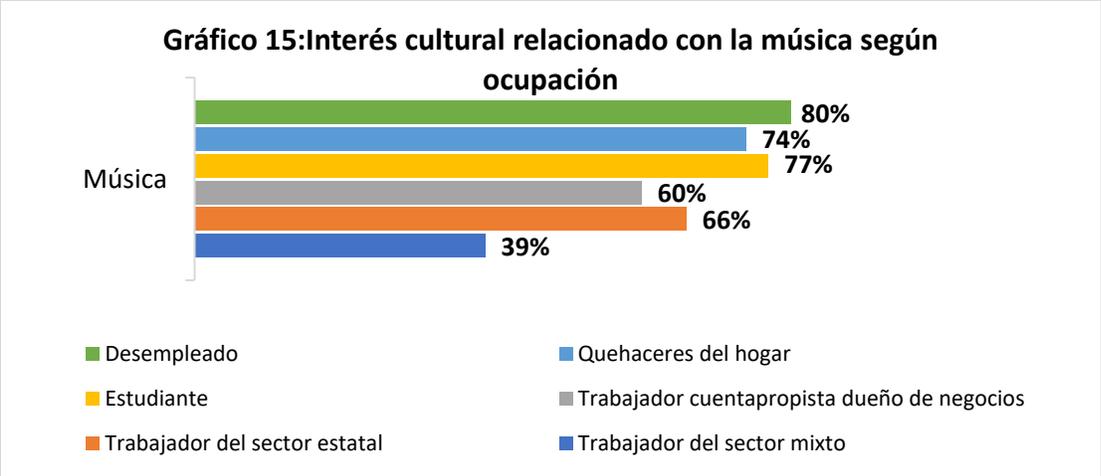
La edad también condiciona los intereses culturales de los sujetos (Gráfico 13). Destaca de manera especial en la tercera edad y en los de 15 a 18 años el interés por la música.



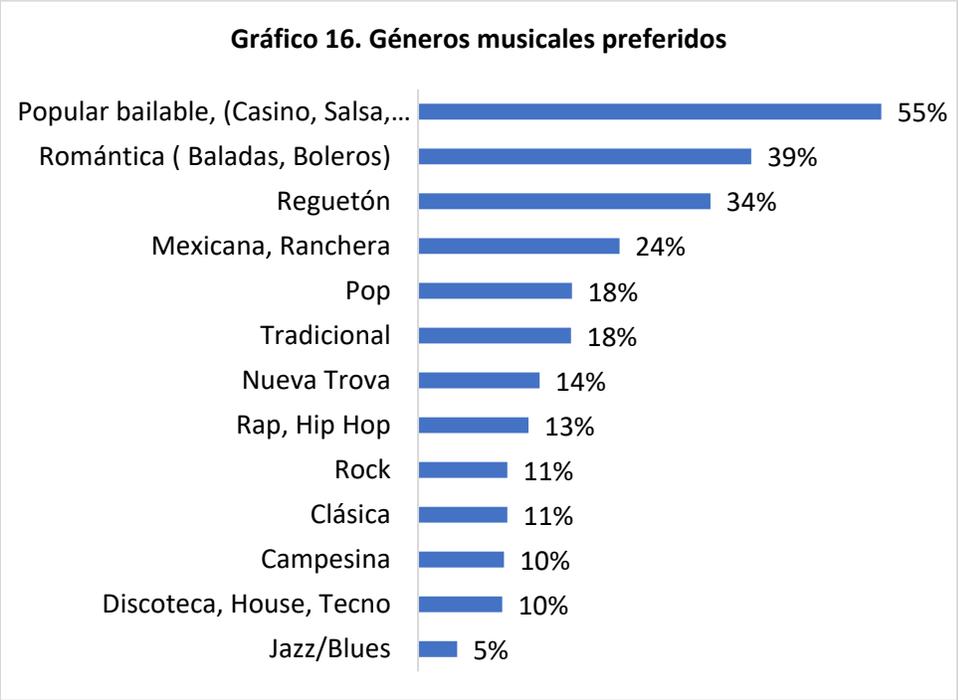
Otro factor es el nivel educativo, que se comportó del siguiente modo para la música (Gráfico 14). Las personas graduadas de secundaria básica, técnico medio y universidad son los que destacan en su consumo.



Por ocupaciones, los intereses se muestran en el Gráfico 15. Se observa que los desempleados son los que gozan de mayor representatividad (80%). Los segundos de mayor frecuencia son los trabajadores del sector mixto (78%). Los de menor incidencia son las personas que realizan los quehaceres del hogar (39%).

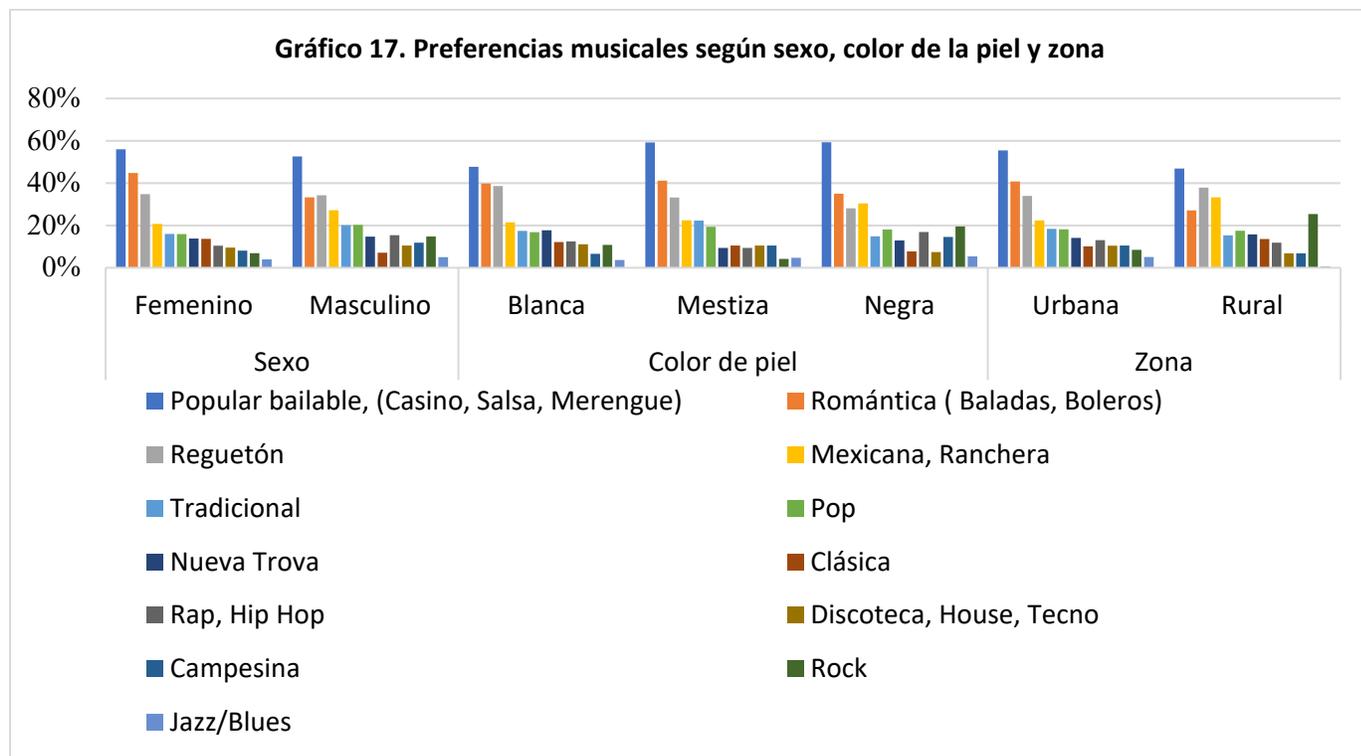


El comportamiento de los géneros musicales según las preferencias de los adultos se evidencia en el gráfico 16. El consumo musical es la práctica por excelencia de la población cubana según Flammang (2018), lo que se ratifica en el presente estudio. La música acompaña a las personas en su vida cotidiana a través de medios diversos que incluyen los tradicionales y otros relacionados con tecnologías de la información y la comunicación. En general, las preferencias se inclinan por el popular bailable (55%), la romántica (39%) y el reggaetón (34%).



El Gráfico 17 nos presenta las preferencias musicales, atendiendo a variables sociodemográficas:

- El reggaetón gusta en similar proporción a hombres y mujeres.
- El sexo femenino predomina en las preferencias por el popular bailable, la romántica y la clásica.
- El sexo masculino destaca en rancheras, tradicional, pop, nueva trova, rap, discoteca, campesina, rock y jazz.
- El popular bailable gusta más a las personas con los colores de la piel negra y mestiza.
- El reggaetón y la romántica gusta más a los encuestados que tienen el color de la piel blanca y mestiza.
- Las rancheras, rap, campesina, jazz y pop no destacan en distinciones de sexo, color de piel ni zona de residencia.
- El popular bailable y la romántica resaltan en las zonas urbanas, así como también tradicional, pop, rap, discoteca, jazz.
- Cada vez se desdibujan más las fronteras entre lo urbano y lo rural en el consumo musical del cubano.



El análisis por provincias se expone en la tabla 7, en la cual se obtuvo:

El popular bailable refleja los mayores valores, excepto en Camagüey, Las Tunas, Granma e Isla de la Juventud (30% aproximadamente). El reggaetón tiene mayores seguidores en Sancti Spíritus, Isla de la Juventud y Camagüey. El jazz/blues son los menos gustados (valores inferiores al 7%), excepto en La Habana, Isla de la Juventud y Granma.

Tabla 7: Preferencias musicales según provincias %

	P. Río	La Habana	Mataanzas	Villa Clara	Sancti Spíritus	Cienfuegos	Ciego de Ávila	Camagüey	Holguín	Las Tunas	Granma	Guantánamo	Isla de la Juventud
Popular bailable, (Casino, Salsa, Merengue)	74	78	66	69	56	75	63	36	62	37	32	74	33
Romántica (Baladas, Boleros)	48	27	65	53	54	61	53	40	51	6	28	48	50
Reguetón	32	22	29	42	60	46	38	58	46	26	26	32	58
Pop	16	50	15	3	19	4	13	33	34	14	15	16	42
Tradicional	26	3	28	37	12	32	21	7	12	18	20	26	67
Nueva Trova	3	46	20	31	6	18	10	16	10	20	13	3	33
Discoteca, House, Tecno	16	0	10	23	19	36	13	20	20	2	20	16	50
Rock	3	2	2	32	0	4	4	16	10	35	16	3	42
Rap, Hip Hop	7	72	8	22	8	0	5	33	15	10	18	7	42
Mexicana, Ranchera	36	56	21	65	31	14	21	4	12	39	20	36	42
Campesina	13	31	12	38	8	4	11	4	2	13	16	13	67
Clásica	10	16	11	16	6	0	6	4	11	20	13	10	42
Jazz/Blues	3	34	3	5	0	0	2	7	4	2	15	3	17

El Gráfico 18 expone las preferencias musicales por edades. En el popular bailable destacan todos los grupos poblacionales, con especial acento los adultos mayores, pudiera ser por la especial incidencia del casino como baile que marcó la esencia de bailadores de los años 70, 80 y 90, décadas donde transcurrió la juventud de estas personas. También en adultos medios puntúa de manera significativa, con acento menor en jóvenes de 19 a 35 años. Llama la atención el alto reclamo en adolescentes de 15 a 18 años

donde puntúa de manera similar al reggaetón. Este género resalta en estos adolescentes, seguido por jóvenes y con menor presencia en adultos medios y muy pequeña representación de la tercera edad.

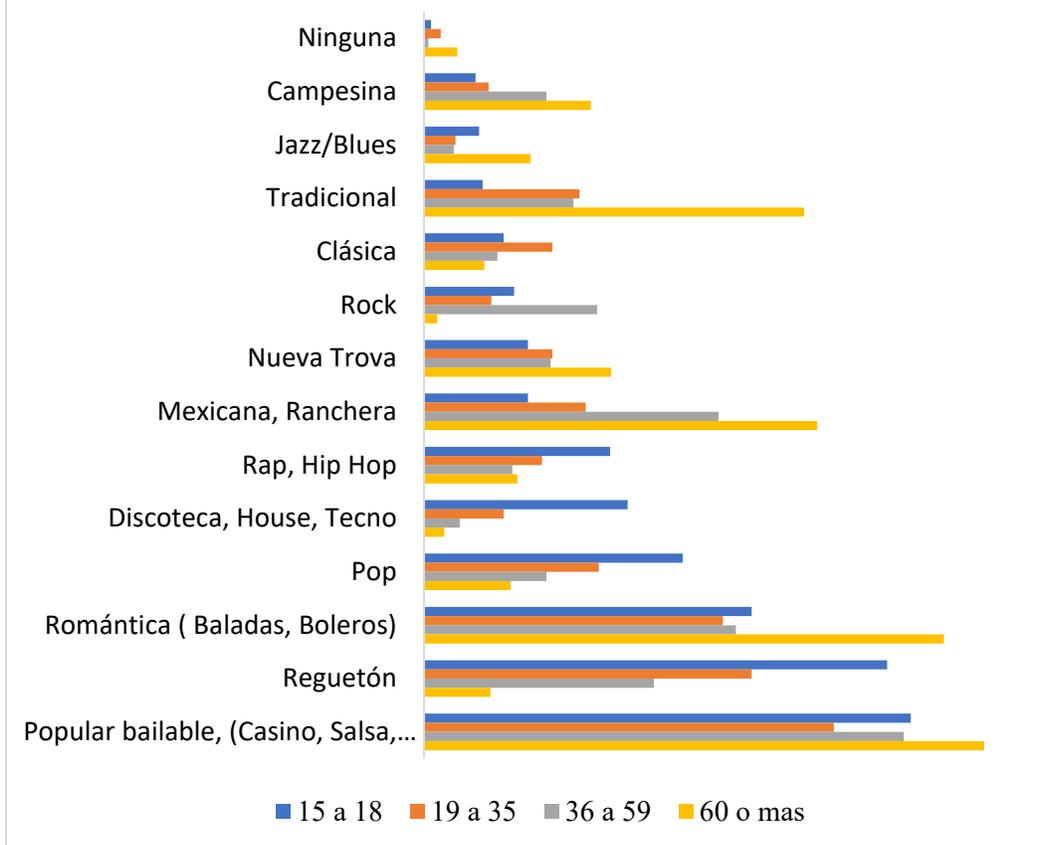
Cabe señalar que los datos evidencian tendencias generales, donde sin lugar a duda estos dos géneros marcan la distinción. Sin embargo, en cuanto al lugar preciso que ocupa el reggaetón —según las declaraciones de los sujetos—, puede estar permeado por la opinión social que en torno al género existe, sobre todo aquel que cuestiona su valor musical. Lo cierto es que, de cualquier manera, posee una alta significación y preferencia para los más jóvenes y que la vida cotidiana denota que acompaña a la juventud en sus espacios festivos y de socialización.

Al explorar los géneros musicales preferidos por los grupos poblacionales, se evidencia que los adolescentes distinguen en el consumo de popular bailable, reggaetón y románticas. Los jóvenes destacan en el pop, rap y discoteca. Los adultos mayores escuchan en mayor medida romántica, ranchera, Nueva Trova, tradicional, jazz y campesina. Resaltan los adultos medios en la preferencia por el rock. En jóvenes se focaliza una atracción interesante por la música clásica (Gráfico 18).

De manera general, en las preferencias musicales destaca un amplio abanico. Se registran consumos diversos, algunos en mayor conexión que otros con identidades distintivas del cubano. No obstante, dado el alcance del estudio no se puede aseverar cuáles pueden estar más relacionadas con fuentes foráneas, en tanto no fue propósito indagar en obras y exponentes consumidos por géneros.

También se evidencian otras distinciones. Resulta curioso que el consumo del rock es superior en la zona rural que en la urbana. La música clásica es más gustada por el sexo femenino. El rap/hip hop goza de un poco más de seguidores con el color de piel negro.

Gráfico 18. Preferencias musicales por edades



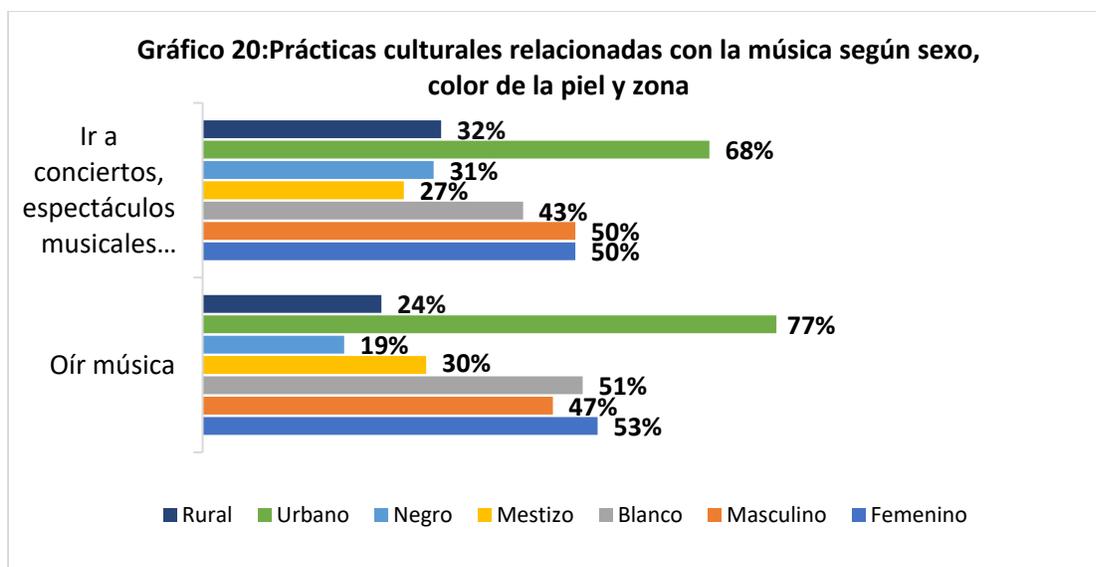
3.3.2 Prácticas relacionadas con la música

Las prácticas culturales generales de este grupo representadas en el Gráfico 19 denotan la escucha de música en un 67%. Sin embargo, apenas asisten a conciertos y o espectáculos musicales en vivo.

Gráfico 19. Prácticas culturales generales



Al tener en cuenta las variables sociodemográficas resulta llamativo que en las zonas urbanas la frecuencia de realización de ambas prácticas (oír música y la asistencia a conciertos) es superior a las de las zonas rurales. De manera similar sucede con el color de la piel blanco, que es mayor en ambas prácticas. En cuanto al sexo no se observan grandes diferencias, aunque existe una ligera prevalencia del femenino en la primera (Gráfico 20).



La tabla 8 muestra el análisis por provincia de las prácticas e intereses culturales relacionados con la música. Oír música constituye una de las prácticas de mayor realización en la mayoría de las provincias (70 % aproximadamente en general). No se comporta así en Isla de la Juventud y Las Tunas que obtuvieron las menores cifras. Villa Clara y Cienfuegos son las que destacan en cuanto a la asistencia a conciertos o espectáculos musicales en vivo.

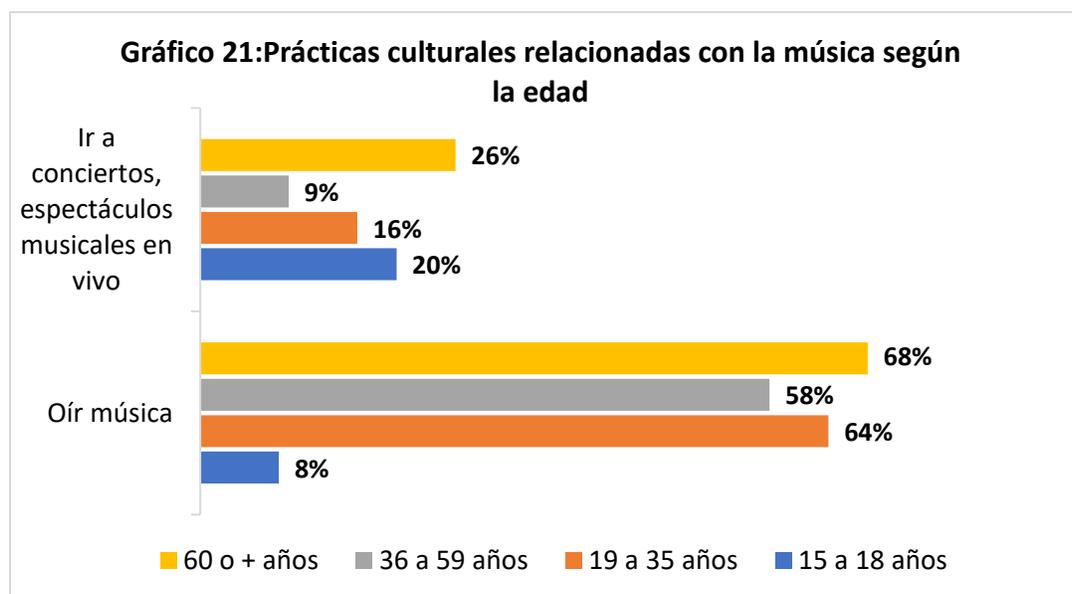
Sin embargo, esta práctica en el resto de los territorios no alcanza cifras significativas. El interés cultural por la música es elevado excepto en Las Tunas, Camagüey y Granma que alcanzan muy bajos valores.

Tabla 8: Prácticas e intereses culturales musicales según provincia %

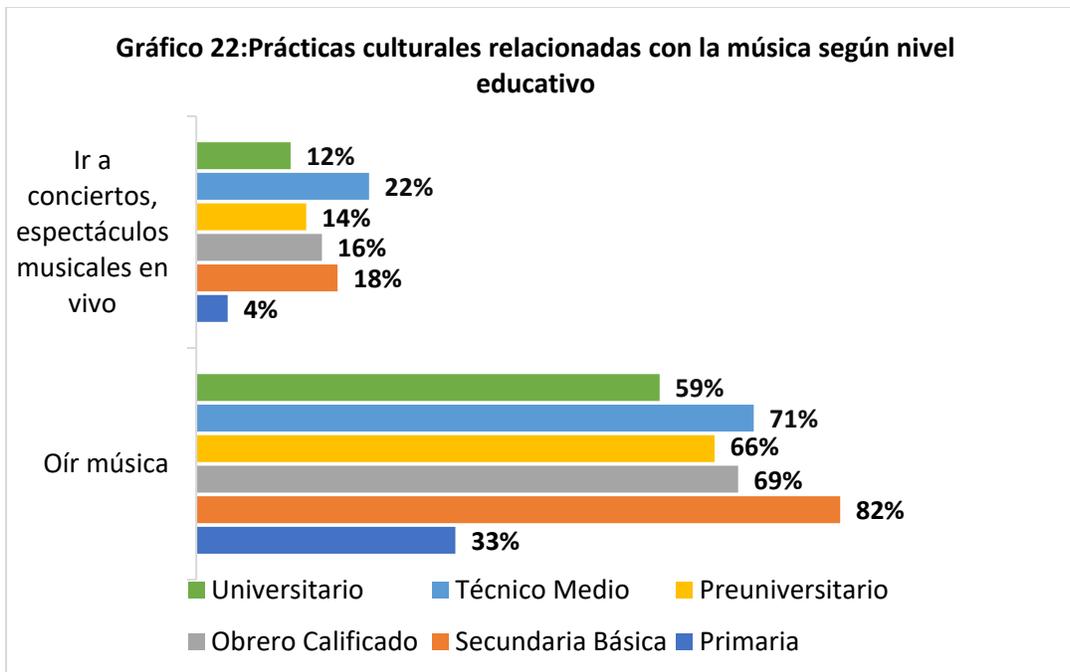
Provincias	Interés por la Música	Práctica "Oír música"	Práctica "Ir a conciertos o espectáculos musicales en vivo"
Pinar del Río	84	75	22
La Habana	91	92	33
Matanzas	87	76	19
Villa Clara	67	69	73
Sancti Spíritus	85	90	26
Cienfuegos	82	79	43
Ciego de Ávila	91	86	29
Camagüey	76	89	13
Holguín	83	91	17
Las Tunas	26	48	3
Granma	34	-	-
Guantánamo	84	75	22
Isla de la Juventud	-	42	33

Se evidencian a continuación las prácticas culturales atendiendo a los diferentes grupos etarios que componen la población adulta (Gráfico 21). En resumen, se puede apreciar que los sujetos encuestados de 15 a 18 y de 19 a 35 años priorizan oír música y los de 36 a 59 años lo hacen con un 59%. Si bien no es una práctica recurrente ir a conciertos o espectáculos musicales en vivo, los de 60 o más años y los de 15 a 18 años son los grupos que destacan.

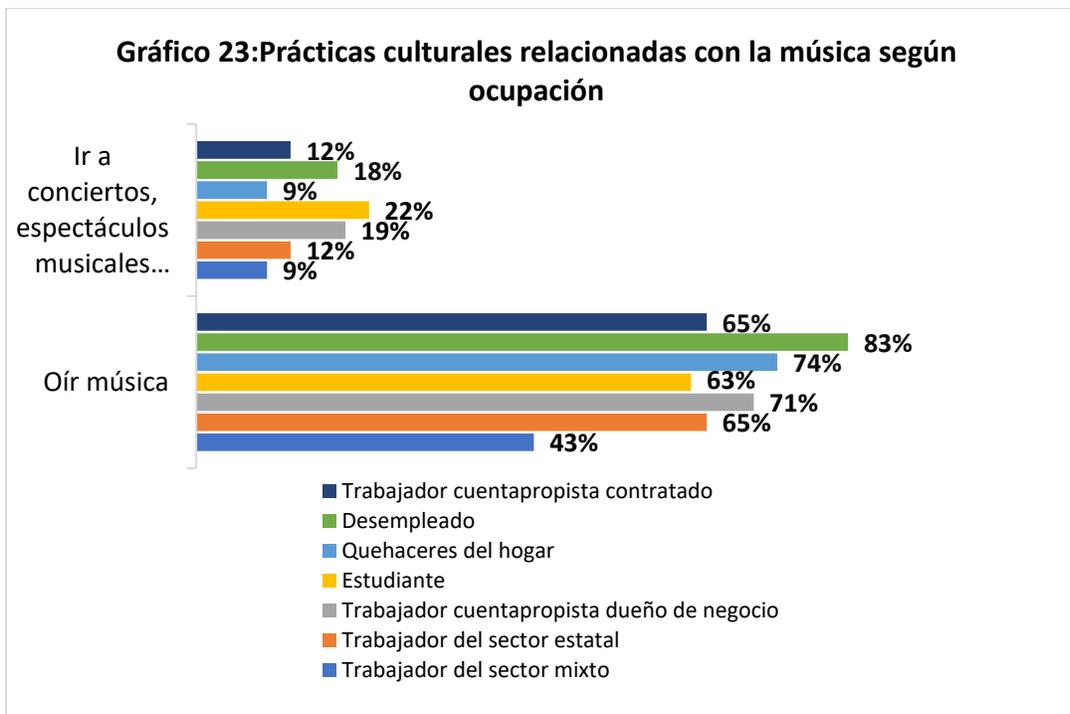
Esta información ratifica la tendencia detectada en las dos encuestas nacionales precedentes (1998), (2009), en tanto se evidencia que las prácticas culturales tienden a disminuir con la edad y que se identifican en los más jóvenes, públicos más activos en la búsqueda de alternativas culturales. En el adulto mayor se comprueban acentos positivos en algunas prácticas culturales respecto a jóvenes y adultos medios, que, si lo comparamos con estudios precedentes, apuntan a su desarrollo creciente como actor de desarrollo cultural.



El gráfico 22 muestra los matices entre las prácticas atendiendo al nivel educacional. Los encuestados que destacan en la práctica de oír música son aquellos con nivel educativo: técnico medio, obreros calificados y nivel medio superior. En cuanto a la asistencia a espectáculos musicales en vivo o conciertos, son en su mayoría los obreros calificados los que asisten.



Tomando en consideración los datos ofrecidos por la Gráfica 23 sobre las prácticas culturales según ocupación, se obtuvo que oír música tiene representación bastante alta en toda la muestra con más de un 40%. Los desempleados ocupan el primer peldaño en el consumo de música. Los de menor porcentaje lo ocupan los trabajadores cuentapropistas contratados.



Algunas prácticas asociadas al consumo cultural en general se vinculan al campo musical. Esto se comportó del siguiente modo:

- Guantánamo y Pinar del Río son las provincias con mayor preferencia por los audiovisuales musicales (81% en ambos casos).
- Los encuestados de 60 o más años de edad sobresalen en el gusto por los materiales audiovisuales de tipo musical (85%) y, en mayor medida, consumen programas radiales musicales (60%).
- Los programas radiales musicales fueron los de mayor puntuación (52%).
- Las presentaciones teatrales de tipo musicales y/o variedades circenses gozan de aceptación para los de 15 a 18 años (55%).
- El 33% alega que descargar música, audiovisuales y películas es uno de los usos que le concede al internet.

En esta población tan diversa se pudo evidenciar los elevados índices de preferencias musicales, ya sean intereses como prácticas culturales.

IV. CONSIDERACIONES FINALES

La música lidera comportamientos culturales en su apropiación y disfrute en todos los segmentos de la población cubana, con prevalencia de los géneros popular bailable y reggaetón. Este último es el de preferencia entre adolescentes, adultos jóvenes y adultos medios. Sin embargo, en los sujetos que tienen 60 o más años decrece su aceptación. Gusta en similar proporción a hombres y mujeres.

La música constituye una de las prácticas e intereses culturales más populares y en las zonas urbanas hay un incremento de éstas, con prevalencia de la población caucásica. Aun cuando se trabaja con un rango de edades estrecho (12 a 14 años) en la adolescencia, hay prácticas que tienden a aumentar con la edad, como es asistir a conciertos. Los intereses culturales y las prácticas asociadas a la manifestación artística que nos compete poseen una alta correspondencia.

A modo general, la asistencia a conciertos y espectáculos musicales en vivo fue baja, mucho menor en las zonas rurales. Los obreros calificados son los que mayormente concurren a esta actividad. Los encuestados que destacan en la práctica de oír música se encuentran: técnico medio, obreros calificados y nivel medio superior.

V. RECOMENDACIONES

- Aumentar presentaciones musicales en vivo para adolescentes, atendiendo a sus demandas e intereses y a la ausencia de escenarios de esta naturaleza para este grupo poblacional en el sector estatal. Esto es aún más urgente en zonas rurales, que tienen menos instalaciones culturales en comparación con las urbanas. En este sentido, las casas de cultura pudieran convertirse en actores claves de este proceso.
- Promover festivales, eventos, competencias y concursos con alcance para todos los públicos, especialmente en las zonas rurales. En ellas se identifica un elevado gusto por la música, en géneros diversos y prácticas asociadas a esta.
- Incentivar presentaciones de música popularailable en todos los grupos poblacionales, dado el destacado interés registrado.
- Atender el mercado atractivo detectado en las más jóvenes generaciones por el reggaetón, estimulando obras con textos menos banales y sexistas. Se pudieran incentivar concursos sobre este género en las casas de cultura y otras instituciones culturales que tributen a su apreciación crítica.

VI. Bibliografía

Flamand Sánchez, M. (26 de Enero de 2018). *!ahora!* Obtenido de La música y los niños:
<https://www.ahora.cu/es/quienes-somos>

ICIC Juan Marinello, ONEI. (2009). *II Encuesta Nacional de Consumo Cultural* . La Habana : ICIC Juan Marinello.

Instituto Juan Marinello . (1998). *I Encuesta nacional sobre Consumo Cultural en Cuba*. La Habana: Instituto Juan Marinello .

Rivero Baxter, Y., Moras Puig, P., & Piedra Sarria, H. (2023). *Públicos y Casas de Cultura. Un estudio nacional*. La Habana. doi:ISBN: 978-959-242-206-3

VII. Anexos:

Anexo 1: Cuestionario para población infantil (8 a 11 años).

Este cuestionario, de carácter anónimo, pretende conocer algunas prácticas culturales de la **POBLACIÓN INFANTIL (8 A 11 AÑOS)**.
Por tal motivo le agradeceríamos que respondiera las siguientes preguntas con la mayor sinceridad posible. Muchas Gracias

Provincia: _____ Municipio: _____ Consejo Popular _____ No. _____

1. ¿Qué haces en tu tiempo libre? (hasta 5)

Clases particulares de alguna manifestación artística (guitarra, danza, ballet, etc.)	<input type="checkbox"/> 1
Ir a la Playa/piscina	<input type="checkbox"/> 2
Videojuegos	<input type="checkbox"/> 3
Ir al acuario, parque de diversiones, Zoológico	<input type="checkbox"/> 4
Oír música	<input type="checkbox"/> 5
Ver muñequitos/películas infantiles	<input type="checkbox"/> 6
Ver seriales infantiles	<input type="checkbox"/> 7
Ir a clases de idiomas	<input type="checkbox"/> 8
Juegos de mesa (cartas, parchis, etc)	<input type="checkbox"/> 9
Montar bicicleta, carriola, patinar	<input type="checkbox"/> 10
Jugar en la casa o en la de amigos	<input type="checkbox"/> 11
Ir a repasos escolares	<input type="checkbox"/> 12
Practicar algún deporte	<input type="checkbox"/> 13
Ir a tomar helado	<input type="checkbox"/> 14
Otro:	<input type="checkbox"/> 15

2. ¿Qué tipo de actividades artísticas y culturales prefieres? Marca las 3 que más te gustan.

Música	<input type="checkbox"/> 1
Teatro	<input type="checkbox"/> 2
Museo	<input type="checkbox"/> 3
Danza/Ballet	<input type="checkbox"/> 4
Artes Plásticas	<input type="checkbox"/> 5
Circo	<input type="checkbox"/> 6
Cine	<input type="checkbox"/> 7
Libro y Literatura	<input type="checkbox"/> 8
Idiomas	<input type="checkbox"/> 9
Computación, programas informáticos	<input type="checkbox"/> 10
Otra ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 11

Sobre la Casa de Cultura

3. ¿Con qué frecuencia asistes a las actividades? Semanal 1 Mensual 2 1 o 2 veces al año 3 Nunca 4 → Pase a pregunta 4

3.1. ¿A qué actividades? (hasta 3)	
Talleres/clases de alguna manifestación	<input type="checkbox"/> 1
Peñas	<input type="checkbox"/> 2
Actividades infantiles	<input type="checkbox"/> 3
Eventos, ferias y festivales	<input type="checkbox"/> 4
Bailables	<input type="checkbox"/> 5
Otra ¿cuál?	<input type="checkbox"/> 6

3.2 ¿Qué otras actividades le gustaría que se realizaran allí? (hasta 5)	
Juegos de mesa (dominó, cartas)	<input type="checkbox"/> 1
Competencias de canto	<input type="checkbox"/> 2
Payasos	<input type="checkbox"/> 3
Competencias de deporte	<input type="checkbox"/> 4
Competencias baile	<input type="checkbox"/> 5
Juegos de participación	<input type="checkbox"/> 6
Actividades circenses	<input type="checkbox"/> 7
Modelaje	<input type="checkbox"/> 8
Discofíne	<input type="checkbox"/> 9
Ver películas	<input type="checkbox"/> 10
Concursos	<input type="checkbox"/> 11
Otra ¿cuál?	<input type="checkbox"/> 12

Datos sociodemográficos

4. Edad: _____ 5. Sexo: F 1 M 3

6. Color de la piel: Blanca 1 Mestiza 2 Negra 3

Anexo 2: Cuestionario para Población adolescente (12 a 14 años).

Este cuestionario, de carácter anónimo, pretende conocer algunas prácticas culturales de la **POBLACIÓN ADOLESCENTE (12 A 14 AÑOS)**. Por tal motivo le agradeceríamos que respondiera las siguientes preguntas con la mayor sinceridad posible. **Muchas Gracias**

Provincia: _____ Municipio: _____ Consejo Popular _____ No. _____
SECCION I. Casa de Cultura

1. ¿Con qué frecuencia asistes a las actividades? Semanal 1 Mensual 2 1 o 2 veces al año 3 Nunca 4 → **Pase a pregunta 2**

1.1. ¿A qué actividades va? (hasta 3)	
Talleres/clases de alguna manifestación	<input type="checkbox"/> 1
Peñas	<input type="checkbox"/> 2
Actividades infantiles/adolescentes	<input type="checkbox"/> 3
Eventos, ferias y festivales	<input type="checkbox"/> 4
Bailables	<input type="checkbox"/> 5
Otra ¿cuál?	<input type="checkbox"/> 6

1.2 ¿Qué otras actividades le gustarían que se realizaran allí? (hasta 3)	
Juegos de mesa (dominó, cartas)	<input type="checkbox"/> 1
Competencias de canto	<input type="checkbox"/> 2
Competencias de deporte	<input type="checkbox"/> 3
Bailables	<input type="checkbox"/> 4
karaoke	<input type="checkbox"/> 5
Actividades circenses	<input type="checkbox"/> 6
Modelaje	<input type="checkbox"/> 7
Otra ¿cuál?	<input type="checkbox"/> 8

SECCION II. Actividades recreativas, culturales, de esparcimiento u otras

2. Señale las actividades de tiempo libre que más realiza en la actualidad (hasta 10).

Hacer ejercicios o practicar deportes	<input type="checkbox"/> 1
Oír música	<input type="checkbox"/> 2
Oír radio	<input type="checkbox"/> 3
Leer	<input type="checkbox"/> 4
Ir a repasos escolares	<input type="checkbox"/> 5
Ver televisión	<input type="checkbox"/> 6
Jugar o conversar con amigos	<input type="checkbox"/> 7
Clases particulares de alguna manifestación artística (guitarra, danza, ballet, etc.)	<input type="checkbox"/> 8
Jugar videojuegos	<input type="checkbox"/> 9
Pasear por parques, plazas o lugares al aire libre	<input type="checkbox"/> 10
Ir a fiestas	<input type="checkbox"/> 11
Ir a conciertos o espectáculos musicales en vivo	<input type="checkbox"/> 12
Ir a las tiendas	<input type="checkbox"/> 13
Jugar dominó, cartas u otros juegos de mesa	<input type="checkbox"/> 14
Ir a estadios u otras instalaciones deportivas	<input type="checkbox"/> 15
Ir a Bibliotecas o librerías	<input type="checkbox"/> 16
Ir a Galerías de arte o museos	<input type="checkbox"/> 17
Ir a Ferias (libro/artesanía) o Festivales (teatro/ ballet)	<input type="checkbox"/> 18
Ir al Teatro	<input type="checkbox"/> 19
Ir a Cines o Salas de Video	<input type="checkbox"/> 20
Ir a la Casa de Cultura	<input type="checkbox"/> 21
Ir al Joven Club de Computación	<input type="checkbox"/> 22
Conectarse a internet	<input type="checkbox"/> 23
Ir a Iglesias o casas templos	<input type="checkbox"/> 24
Ir a la Playa/piscina	<input type="checkbox"/> 25
Ver el "paquete semanal" u otro material audiovisual informal	<input type="checkbox"/> 26

3. De las siguientes áreas culturales señale las que más le interesa (hasta 6)

Música	<input type="checkbox"/> 1	Literatura, escritura	<input type="checkbox"/> 9
Teatro	<input type="checkbox"/> 2	Idiomas	<input type="checkbox"/> 10
Deporte	<input type="checkbox"/> 3	Computación, programas informáticos	<input type="checkbox"/> 11
Videojuegos	<input type="checkbox"/> 4	Fotografía	<input type="checkbox"/> 12
Danza/Ballet	<input type="checkbox"/> 5	Artesanía y manualidades	<input type="checkbox"/> 13
Artes Plásticas	<input type="checkbox"/> 6	Video u otra materia audiovisual	<input type="checkbox"/> 14
Religión	<input type="checkbox"/> 7	Temáticas relacionadas con el estudio	<input type="checkbox"/> 15
Cine	<input type="checkbox"/> 8		

4. ¿Qué tipos de presentaciones teatrales te gustan más? (hasta 3).

Humorísticas	<input type="checkbox"/> 1
Dramáticas	<input type="checkbox"/> 2
Ballet	<input type="checkbox"/> 3
Danza moderna o folklórica	<input type="checkbox"/> 4
Musicales, de variedades y/o circenses	<input type="checkbox"/> 5
Teatro para niños (guiñol, títeres, otros)	<input type="checkbox"/> 6
Ninguna	<input type="checkbox"/> 7

5. ¿Te gusta leer? SI 1 NO 3 → **Pase a pregunta 7.**

6. ¿Qué lees? (Admite hasta 3 marcas).

Libros de Aventuras	<input type="checkbox"/> 1
Libros de Ciencia Ficción/Fantástico	<input type="checkbox"/> 2
Historietas, fotonovelas, comics	<input type="checkbox"/> 3
Libros Históricos/Políticos-Sociales	<input type="checkbox"/> 4
Novelas Románticas	<input type="checkbox"/> 5
Poesías	<input type="checkbox"/> 6
Periódicos	<input type="checkbox"/> 7
Revistas	<input type="checkbox"/> 8
Otro ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 9

7. ¿Qué material audiovisual prefiere ver? (TV, memoria Flash, antena, paquete, etc.) (hasta 3 marcas).

Musicales	<input type="checkbox"/> 1
Películas	<input type="checkbox"/> 2
Telenovelas	<input type="checkbox"/> 3
Aventuras	<input type="checkbox"/> 4
Humorísticos	<input type="checkbox"/> 5
Informativos/Noticieros	<input type="checkbox"/> 6
Documentales, Programas científicos o educativos	<input type="checkbox"/> 7
Concursos, juegos, de participación	<input type="checkbox"/> 8
Variados (combinan entrevistas, música, humor)	<input type="checkbox"/> 9
Infantiles (Dibujos Animados o muñequitos)	<input type="checkbox"/> 10
Deportivos	<input type="checkbox"/> 11
Culturales	<input type="checkbox"/> 12
Otro ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 13
Ninguno	<input type="checkbox"/> 14

8. Sobre internet, responde:

8.1 ¿Con qué frecuencia te conectas?		8.2 ¿Por cuánto tiempo?	
Todos los días	<input type="checkbox"/> 1	Menos de 1 hora	<input type="checkbox"/> 1
Dos o tres veces a la semana	<input type="checkbox"/> 2	Entre 1 y 3 horas	<input type="checkbox"/> 2
Una vez por semana	<input type="checkbox"/> 3	Entre 3 y 5 horas	<input type="checkbox"/> 3
Al menos una vez al mes	<input type="checkbox"/> 4	Más de 5 horas	<input type="checkbox"/> 4
A veces	<input type="checkbox"/> 5		
Nunca	<input type="checkbox"/> 6		

→ Pase a pregunta 9

8.3 ¿Cuál es el principal uso? (hasta 3 marcas)

Enviar y recibir mails	<input type="checkbox"/> 1
Interactuar en redes sociales	<input type="checkbox"/> 2
Bajar y buscar información	<input type="checkbox"/> 3
Descargar música, películas u otros materiales	<input type="checkbox"/> 4
Ver audiovisuales (YouTube, Videos de Facebook, etc.)	<input type="checkbox"/> 5
Lectura y descarga de periódicos, revistas o libros	<input type="checkbox"/> 6
Para hacer pagos y compras online	<input type="checkbox"/> 7
Otra. ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 8

8.4 ¿Cuál es red social más empleada por UD.? (hasta 2)

Facebook	<input type="checkbox"/> 1
WhatsApp	<input type="checkbox"/> 2
Twitter	<input type="checkbox"/> 3
Instagram	<input type="checkbox"/> 4
LinkedIn	<input type="checkbox"/> 5
YouTube	<input type="checkbox"/> 6
Otra. ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 7

8.5 ¿Qué tan importante son para Ud las redes sociales?

Nada importante	<input type="checkbox"/> 1
No tan importante	<input type="checkbox"/> 2
Indiferente	<input type="checkbox"/> 3
Importante	<input type="checkbox"/> 4
Muy importante	<input type="checkbox"/> 5

11. ¿Qué tipo de música te gusta más? (Admite hasta 3 marcas).

Popular bailable, (Casino, Salsa, Merengue)	<input type="checkbox"/> 1
Romántica (Baladas, Boleros)	<input type="checkbox"/> 2
Reguetón	<input type="checkbox"/> 3
Pop	<input type="checkbox"/> 4
Tradicional	<input type="checkbox"/> 5
Nueva Trova	<input type="checkbox"/> 6
Discoteca, House, Tecno	<input type="checkbox"/> 7
Rock	<input type="checkbox"/> 8
Rap, Hip Hop	<input type="checkbox"/> 9
Mexicana, Ranchera	<input type="checkbox"/> 10
Campesina	<input type="checkbox"/> 11
Clásica	<input type="checkbox"/> 12
Jazz/Blues	<input type="checkbox"/> 13
Otra ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 14
Ninguna	<input type="checkbox"/> 15

SECCION X. Características sociodemográficas

12. Edad: _____

13. Sexo: F 1 M 3

14. Color de la piel: Blanca 1 Mestiza 2 Negra 3

9. ¿Qué tipos de películas te agradan más? (Admite hasta 3 marcas).

Policíacos/Acción	<input type="checkbox"/> 1
Dramas	<input type="checkbox"/> 2
Ciencia Ficción/Fantástico	<input type="checkbox"/> 3
Comedias	<input type="checkbox"/> 4
Histórico Social	<input type="checkbox"/> 5
Artes Marciales	<input type="checkbox"/> 6
Dibujos Animados	<input type="checkbox"/> 7
Horror/Suspense	<input type="checkbox"/> 8
Aventuras/ Del Oeste	<input type="checkbox"/> 9
Otra ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 10
Ninguna	<input type="checkbox"/> 11

10. ¿Cuáles son los tipos de programas que prefieres en la radio? (hasta 3).

Informativos	<input type="checkbox"/> 1
Novelas	<input type="checkbox"/> 2
Musicales	<input type="checkbox"/> 3
Deportivos	<input type="checkbox"/> 4
Humorísticos	<input type="checkbox"/> 5
De participación	<input type="checkbox"/> 6
Infantiles	<input type="checkbox"/> 7
Educativos, de asesoría y orientación	<input type="checkbox"/> 8
Ninguno	<input type="checkbox"/> 9

Anexo 3: Cuestionario para Jóvenes y Adultos (15 años y más).

Este cuestionario, de carácter anónimo, pretende conocer algunos aspectos de la vida cultural de personas **MAYORES DE 15 AÑOS**. Por tal motivo le agradeceríamos que respondiera las siguientes preguntas con la mayor sinceridad posible. Muchas Gracias

Provincia: _____ Municipio: _____ Consejo Popular _____ No. _____

SECCION I. Casa de Cultura

1. ¿Con qué frecuencia asiste a las actividades? Semanal 1 Mensual 2 1 o 2 veces al año 3 Nunca 4 → Pase a pregunta 2

1.1. ¿A qué actividades? (hasta 3)	
Talleres para adultos	<input type="checkbox"/> 1
Talleres infantiles/adolescentes	<input type="checkbox"/> 2
Peñas	<input type="checkbox"/> 3
Clases de alguna manifestación	<input type="checkbox"/> 4
Conferencias, ferias y festivales	<input type="checkbox"/> 5
Bailables	<input type="checkbox"/> 6
Otra ¿cuál?	<input type="checkbox"/> 7

1.2. ¿Qué otras actividades le gustaría que se realizaran allí? (hasta 3)	
Juegos de mesa (dominó, cartas)	<input type="checkbox"/> 1
Competencias de baile o canto	<input type="checkbox"/> 2
Actividades infantiles	<input type="checkbox"/> 3
Actividades culinarias	<input type="checkbox"/> 4
Exposiciones/ferias	<input type="checkbox"/> 5
Actividades circenses	<input type="checkbox"/> 6
Otra ¿cuál?	<input type="checkbox"/> 7

SECCION II. Actividades recreativas, culturales, de esparcimiento u otras

2. Señale las actividades de tiempo libre que más realiza (hasta 10)

Hacer ejercicios o practicar deportes	<input type="checkbox"/> 1
Oír música	<input type="checkbox"/> 2
Tomar alguna bebida en mi casa	<input type="checkbox"/> 3
Oír radio	<input type="checkbox"/> 4
Leer libros	<input type="checkbox"/> 5
Ver televisión	<input type="checkbox"/> 6
Compartir con familiares y amigos en mi casa o en otra	<input type="checkbox"/> 7
Jugar videojuegos	<input type="checkbox"/> 8
Pasear por parques, plazas o lugares al aire libre	<input type="checkbox"/> 9
Asistir a espectáculos humorísticos y/o variados	<input type="checkbox"/> 10
Leer periódicos o revistas	<input type="checkbox"/> 11
Ir a Cines o Salas de Video	<input type="checkbox"/> 12
Ir a conciertos o espectáculos musicales en vivo	<input type="checkbox"/> 13
Ir al Teatro	<input type="checkbox"/> 14
Ir a las tiendas	<input type="checkbox"/> 15
Jugar dominó, cartas u otros juegos de mesa	<input type="checkbox"/> 16
Ir a estadios u otras instalaciones deportivas	<input type="checkbox"/> 17
Ir a Bibliotecas o librerías	<input type="checkbox"/> 18
Ir a Galerías de arte o museos	<input type="checkbox"/> 19
Conectarse a internet	<input type="checkbox"/> 20
Practicar o estudiar alguna materia cultural	<input type="checkbox"/> 21
Ir a la Casa de Cultura	<input type="checkbox"/> 22
Ir al Joven Club de Computación	<input type="checkbox"/> 23
Ver materiales audiovisuales diferentes de la programación televisiva	<input type="checkbox"/> 24
Ir a Iglesias o casas templos	<input type="checkbox"/> 25
Ir a cafeterías o restaurantes	<input type="checkbox"/> 26
Otra	<input type="checkbox"/> 27

3. ¿A través de qué vías se entera de las actividades culturales? (hasta 3).

Radio y Televisión	<input type="checkbox"/> 1
Periódicos o revistas	<input type="checkbox"/> 2
Escuela o Centro de Trabajo	<input type="checkbox"/> 3
Comentarios o recomendaciones de amigos o familiares	<input type="checkbox"/> 4
Cartelera, volantes, carteles u otros recursos de las instituciones.	<input type="checkbox"/> 5
Acción de instructores o promotores culturales	<input type="checkbox"/> 6
Otra ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 7
Ninguna	<input type="checkbox"/> 8

4 Señale las áreas culturales que más le interesa (hasta 5 marcas)

Música	<input type="checkbox"/> 1
Teatro	<input type="checkbox"/> 2
Deporte	<input type="checkbox"/> 3
Danza/Ballet	<input type="checkbox"/> 4
Artes Plásticas	<input type="checkbox"/> 5
Religión	<input type="checkbox"/> 6
Cine	<input type="checkbox"/> 7
Literatura, escritura	<input type="checkbox"/> 8
Idiomas	<input type="checkbox"/> 9
Computación, programas informáticos	<input type="checkbox"/> 10
Fotografía	<input type="checkbox"/> 11
Artesanía y manualidades	<input type="checkbox"/> 12
Video u otra materia audiovisual	<input type="checkbox"/> 13
Temáticas relacionadas con el estudio o profesión	<input type="checkbox"/> 14

5 Señale las presentaciones teatrales que le gustan más (hasta 3 marcas).

Humorísticas	<input type="checkbox"/> 1
Dramáticas	<input type="checkbox"/> 2
Ballet	<input type="checkbox"/> 3
Danza moderna o folklórica	<input type="checkbox"/> 4
Zarzuelas y/o óperas	<input type="checkbox"/> 5
Musicales, de variedades y/o circenses	<input type="checkbox"/> 6
Ninguna	<input type="checkbox"/> 7

6. ¿Qué tipo de música le gustan más? (hasta 3 marcas).

Popular bailable. (Casino, Salsa, Merengue)	<input type="checkbox"/> 1
Romántica (Baladas, Boleros)	<input type="checkbox"/> 2
Reguetón	<input type="checkbox"/> 3
Pop	<input type="checkbox"/> 4
Tradicional	<input type="checkbox"/> 5
Nueva Trova	<input type="checkbox"/> 6
Discoteca, House, Tecno	<input type="checkbox"/> 7
Rock	<input type="checkbox"/> 8
Rap, Hip Hop	<input type="checkbox"/> 9
Mexicana, Ranchera	<input type="checkbox"/> 10
Campesina	<input type="checkbox"/> 11
Clásica	<input type="checkbox"/> 12
Jazz/Blues	<input type="checkbox"/> 13
Ninguna	<input type="checkbox"/> 14

7. ¿Cuáles son los tipos de programas preferidos en la radio? (hasta 3 marcas).

Informativos	<input type="checkbox"/> 1
Novelas	<input type="checkbox"/> 2
Musicales	<input type="checkbox"/> 3
Deportivos	<input type="checkbox"/> 4
Humorísticos	<input type="checkbox"/> 5
De participación	<input type="checkbox"/> 6
Infantiles	<input type="checkbox"/> 7
Educativos, de asesoría y orientación	<input type="checkbox"/> 8
Ninguno	<input type="checkbox"/> 9

8 ¿Cuántos libros se leyó aproximadamente el año anterior?

Al menos 10 1 Entre tres y cinco 2 dos o menos 3 Ninguno 4

Pase a pregunta 10

9. ¿Qué tipo de libros le gustan más?

(a) GENEROS (hasta 3 marcas).

Novelas	<input type="checkbox"/> 1
Cuentos	<input type="checkbox"/> 2
Ensayos	<input type="checkbox"/> 3
Poesías	<input type="checkbox"/> 4
Historietas, fotonovelas, comics	<input type="checkbox"/> 5
Biografías y testimonios	<input type="checkbox"/> 6
	<input type="checkbox"/> 7

(b) TEMATICAS (hasta 3 marcas).

Histórico/Político-Social	<input type="checkbox"/> 1
Policiaco/Suspense	<input type="checkbox"/> 2
Aventuras	<input type="checkbox"/> 3
Científico-Técnico	<input type="checkbox"/> 4
Cocina	<input type="checkbox"/> 5
Manualidades/decoración	<input type="checkbox"/> 6
Horror	<input type="checkbox"/> 7
Ciencia Ficción/Fantástico	<input type="checkbox"/> 8
Romántico	<input type="checkbox"/> 9
Autoayuda	<input type="checkbox"/> 10

10. ¿Qué material audiovisual prefiere ver? (TV, memoria Flash, antena, paquete, etc.) (hasta 3 marcas)

Musicales	<input type="checkbox"/> 1
Películas	<input type="checkbox"/> 2
Telenovelas	<input type="checkbox"/> 3
Aventuras	<input type="checkbox"/> 4
Humorísticos	<input type="checkbox"/> 5
Informativos/Noticieros	<input type="checkbox"/> 6
Documentales, Programas científicos o educativos	<input type="checkbox"/> 7
Concursos, juegos, de participación	<input type="checkbox"/> 8
Variados (combinan entrevistas, música, humor)	<input type="checkbox"/> 9
Infantiles (Dibujos Animados o muñequitos)	<input type="checkbox"/> 10
Deportivos	<input type="checkbox"/> 11
Culturales	<input type="checkbox"/> 12
Otro ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 13
Ninguno	<input type="checkbox"/> 14

11. ¿Qué tipos de películas le agradan más? (hasta 3 marcas).

Policiacos/Acción	<input type="checkbox"/> 1
Dramas	<input type="checkbox"/> 2
Ciencia Ficción/Fantástico	<input type="checkbox"/> 3
Comedias	<input type="checkbox"/> 4
Histórico Social	<input type="checkbox"/> 5
Artes Marciales	<input type="checkbox"/> 6
Dibujos Animados	<input type="checkbox"/> 7
Horror/Suspense	<input type="checkbox"/> 8
Aventuras/ Del Oeste	<input type="checkbox"/> 9
Otra ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 10
Ninguna	<input type="checkbox"/> 11

12. Sobre internet, responda:

12.1 ¿Con qué frecuencia se conecta?

Todos los días	<input type="checkbox"/> 1
Dos o tres veces a la semana	<input type="checkbox"/> 2
Una vez por semana	<input type="checkbox"/> 3
Al menos una vez al mes	<input type="checkbox"/> 4
A veces	<input type="checkbox"/> 5
Nunca	<input type="checkbox"/> 6

12.2 ¿Cuánto tiempo se conecta?

Menos de 1 hora	<input type="checkbox"/> 1
Entre 1 y 3 horas	<input type="checkbox"/> 2
Entre 3 y 5 horas	<input type="checkbox"/> 3
Más de 5 horas	<input type="checkbox"/> 4

Pase a pregunta 13

12.3 ¿Cuál es el principal uso? (hasta 3 marcas)

Enviar y recibir mails	<input type="checkbox"/> 1
Interactuar en redes sociales	<input type="checkbox"/> 2
Bajar y buscar información	<input type="checkbox"/> 3
Descargar música, películas u otros materiales	<input type="checkbox"/> 4
Ver audiovisuales (YouTube, Videos de Facebook, etc.)	<input type="checkbox"/> 5
Lectura y descarga de periódicos, revistas o libros	<input type="checkbox"/> 6
Para hacer pagos y compras online	<input type="checkbox"/> 7
Otra. ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 8

12.4 ¿Qué red social usa más? (hasta 2)

Facebook	<input type="checkbox"/> 1
WhatsApp	<input type="checkbox"/> 2
Twitter	<input type="checkbox"/> 3
Instagram	<input type="checkbox"/> 4
LinkedIn	<input type="checkbox"/> 5
YouTube	<input type="checkbox"/> 6

12.5 ¿Qué tan importante son para Ud las redes sociales?

Nada importante	<input type="checkbox"/> 1
No tan importante	<input type="checkbox"/> 2
Indiferente	<input type="checkbox"/> 3
Importante	<input type="checkbox"/> 4
Muy importante	<input type="checkbox"/> 5

SECCION X. Características sociodemográficas

13. Edad: _____ **14. Sexo:** F 1 M 3

15. Color de la piel: Blanca 1 Mestiza 2 Negra 3

16. Último nivel educativo aprobado

Ninguno	<input type="checkbox"/> 1
Primaria	<input type="checkbox"/> 2
Secundaria Básica	<input type="checkbox"/> 3
Obrero Calificado	<input type="checkbox"/> 4
Preuniversitario	<input type="checkbox"/> 5
Técnico Medio	<input type="checkbox"/> 6
Universitario	<input type="checkbox"/> 7

17. Sobre su vivienda diga:

17.1 Tipo: Casa 1 Apartamento 2 Cuarto/albergue 3

17.2 Cantidad de personas que viven (incluido Ud.) _____

17.3 Condiciones:

Muy buenas 1 Buenas 2 Regular 3 Malas 4 Muy Malas 5

18. ¿Cuál es su principal ocupación?

Trabajador del sector mixto	<input type="checkbox"/> 1
Trabajador del sector estatal	<input type="checkbox"/> 2
Trabajador cuentapropista dueño de negocios (Alquiler, Restaurantes, cafeterías)	<input type="checkbox"/> 3
Trabajador cuentapropista contratado	<input type="checkbox"/> 4
Quehaceres del hogar	<input type="checkbox"/> 5
Desempleado	<input type="checkbox"/> 6
Estudiante ¿De qué? _____	<input type="checkbox"/> 7
Otra, ¿cuál?	<input type="checkbox"/> 8

18.1 En caso de que sea trabajador ¿En qué rama?

Salud	<input type="checkbox"/> 1	Construcción	<input type="checkbox"/> 7
Turismo	<input type="checkbox"/> 2	Embajadas/Firmas extranjeras	<input type="checkbox"/> 8
Educación	<input type="checkbox"/> 3	Cultura	<input type="checkbox"/> 9
Industria	<input type="checkbox"/> 4	Organismos Internacionales (UNICEF, UNESCO, PNUD)	<input type="checkbox"/> 10
Comercio	<input type="checkbox"/> 5		
Gastronomía	<input type="checkbox"/> 6	Otra, ¿cuál?	<input type="checkbox"/> 11

19. ¿Porque vías principales se reciben los ingresos del hogar? (hasta 3)

Salario	<input type="checkbox"/> 1
Remesas familiares	<input type="checkbox"/> 2
Ventas informales	<input type="checkbox"/> 3
Ingresos por actividad cuentapropista	<input type="checkbox"/> 4
Pensión	<input type="checkbox"/> 5
Asistencia social	<input type="checkbox"/> 6
Otra ¿Cuál?	<input type="checkbox"/> 7