

# PANEL DE HÁBITOS CULTURALES

ANÁLISIS DE DATOS DE LA 6ª OLEADA



**Kulturaren  
Euskal Behatokia**  
Observatorio Vasco  
de la Cultura

# INDICE

1. <b>Introducción</b>	3
2. <b>Objetivo de estudio</b>	4
3. <b>Resultados</b>	5
3.1. Descripción de las trayectorias de cambio	5
3.2. Percepción subjetiva del cambio	13
3.3. Condicionantes de la evolución del nivel de participación cultural	19
3.4. Bloque coyuntural: Participación cultural en euskera	28
4. <b>Comentario final</b>	36
<b>ANEXOS</b>	38
• Anexo 1: Tablas adicionales	38
• Anexo 2: Codificación de variables	40

El Panel de Hábitos del Observatorio Vasco de la Cultura tiene por objeto profundizar en la comprensión de los hábitos culturales de la población. Un estudio de panel implica el seguimiento de una misma unidad muestral a lo largo del tiempo y permite observar circunstancias a nivel individual que ayuden a caracterizar patrones de cambio.

La muestra está compuesta por 204 personas que superan un umbral mínimo de participación cultural. Se construye a partir de 3 criterios que la equilibran según:

- Territorios históricos (Araba 15,7%, Gipuzkoa 35,3%, Bizkaia 47,5%; 1 persona actualmente fuera de la CAV).
- Sexo (50% mujeres, 50% hombres).
- Edad (50,5% nacidos entre el 2000 y 1988, 49,5% entre 1987 y 1976).

En esta 6ª oleada la tasa de sustitución ha sido del 4,9% y se han reemplazado atendiendo a los criterios básicos. El trabajo de campo se realizó entre el 5 de diciembre de 2019 y el 13 de enero de 2020. El cuerpo del informe está dividido en cuatro secciones:

1. Trayectorias de cambio. Descripción de las trayectorias de cambio detectadas a partir de la construcción de índices de niveles de participación teniendo en cuenta distintas variables. Ello da lugar a trayectorias de aumento, mantenimiento o descenso según los modos de participación receptiva, creativa o digital.
2. Percepción subjetiva del cambio. Análisis de la evolución autopercibida, también según aumento, mantenimiento y descenso, comparando con los resultados objetivos de la sección anterior y analizando las razones que ofrecen los mismos encuestados.
3. Condicionantes de la evolución del nivel de participación cultural. Análisis del impacto del cambio en los factores explicativos sobre las trayectorias de ascenso o descenso de la participación cultural.
4. Participación cultural en euskera. En esta oleada también se ha preguntado específicamente por esta cuestión, permitiendo la comparación con los resultados obtenidos en la 2ª oleada (2016).

Los resultados se presentan de forma esquemática mostrando en cada caso propósitos, qué se mide, cómo se mide, resultados y comentario interpretativo. En El Anexo 2 se puede encontrar el detalle de las variables y su codificación.

El panel plantea una concepción multidimensional de la participación:

1. Primero, en línea con la concepción más clásica, hay un modo de participación pasivo o receptivo, donde el agente es espectador (receptor) de cultura.
2. Segundo, hay modos de participación cultural activa o creativa. Actividades donde el agente toma el protagonismo y desarrolla su agencia. Las prácticas artísticas amateurs y el asociacionismo cultural ejemplifican este modo de participación.
3. Por último, el cambio digital introduce una dimensión nueva, permitiendo participación creativa o receptiva desde un medio distinto con oportunidades y limitaciones propias. Así, se habla también de participación digital.

Específicamente para el caso del Panel, partiendo de los ítems de la encuesta que operativizan cada uno de los modos de participación (Anexo 1):

- La participación receptiva hace referencia al consumo cultural pasivo a partir de niveles de asistencia y frecuencia de realización de distintas actividades relativas. Así, se mide y se distingue la intensidad en cada una de ellas. Concretamente: lectura de libros y asistencia al cine, conciertos, espectáculos y exposiciones.
- La participación creativa se refiere específicamente a la realización, o no, de distintas prácticas artísticas a nivel amateur (Un total de 13 actividades como pintar, escribir, hacer videos...). Así, en este caso, a diferencia del anterior, no se distingue según la intensidad de realización de cada una de ellas.
- La participación digital, por último, se capta solamente en su vertiente receptiva. Es decir, en el consumo o realización digital de distintas actividades (lectura, cine, exposiciones... a través del medio digital). Para facilitar la lectura, aunque se hable de «participación digital» cuando se comenten los resultados, se estará hablando de «participación digital receptiva».

La principal aportación del panel es su capacidad explicativa sobre los cambios en los niveles de participación cultural de las personas a lo largo del tiempo. Como se ha expuesto, se hace a partir de los 3 modos de participación: receptiva, creativa y digital. Entender qué factores se relacionan con los cambios en los niveles de participación y cómo es el objeto de estudio de este informe.

### 3.1. Descripción de las trayectorias de cambio

---

#### Propósito

- Describir las trayectorias de cambio entre oleadas.

Es importante recordar que la lectura de los datos debe realizarse teniendo en cuenta que el Panel, por sus objetivos principales, no trabaja con una muestra ni representativa ni aleatoria. Por este motivo los resultados no pueden leerse en clave demoscópica, como extrapolables a toda la población. A lo sumo, la muestra está compuesta solo por personas que tienen un mínimo de consumo cultural habitual.

Los datos no deben interpretarse de forma estricta y absoluta, sino que deben ser leídos como tendencias y siempre dentro del perfil que conforma la muestra.

#### ¿Qué se mide?

Se trata de una exploración de las trayectorias de cambio a partir de la comparación de los niveles de participación en las últimas oleadas.

Se miden 5 trayectorias de cambio: aumento pronunciado, aumento moderado, mantenimiento, descenso moderado y descenso pronunciado. Esto se hace para cada uno de los 3 modos de participación.

Se muestra la evolución de cada modo de participación (receptiva, creativa y digital) por pares de oleadas. Esto significa que los datos de la oleada 2 son solo para individuos que también estaban en la 1, para la 3 para individuos que también estaban en la 2, etcétera. Teniendo en cuenta que en cada oleada hay una tasa de reposición de casos que abandonan, se optimiza así la pérdida de información, que se agravaría si únicamente se tomarán los datos de los participantes presentes en todas las oleadas sin excepción.

## ¿Cómo se mide?

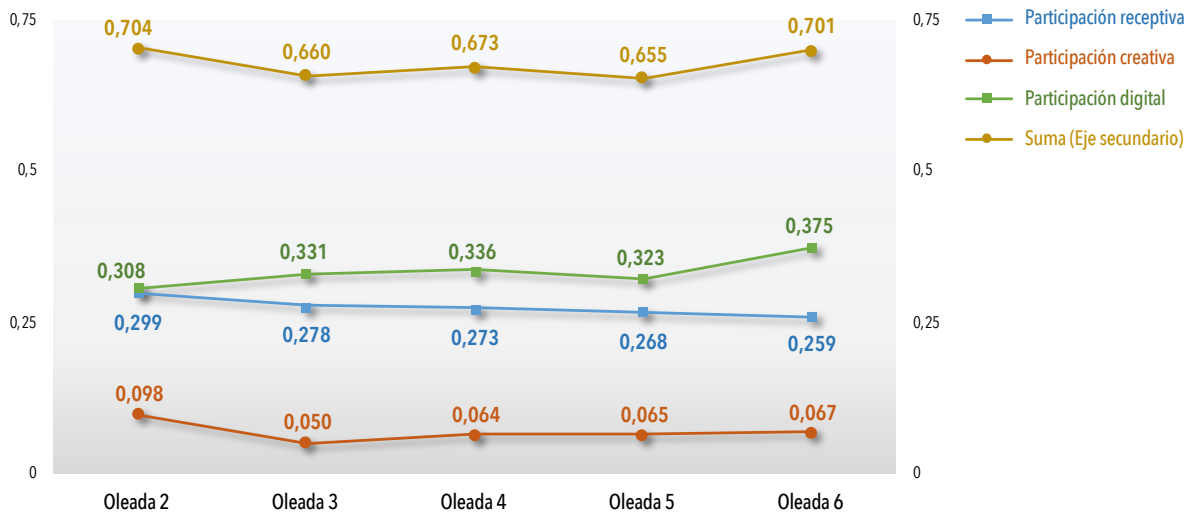
La variable bajo estudio se construye en 3 pasos:

1. Primero, para cada modo de participación se compone una escala que varía de 0 a 1. El 0 es un nivel de participación nulo, y el 1 un nivel de participación máximo. Los individuos varían entre 0 y 1 según el nivel de participación en las distintas actividades que conforman las escalas (Detalle en el Anexo 2).
2. Segundo, para la comparativa entre oleadas, a la puntuación de cada individuo en las distintas escalas (receptiva, creativa, digital) se le resta la puntuación de estas en la anterior.
3. Tercero: en términos estadísticos, en este punto se tiene una variable cuantitativa de tipo continuo. Esta variable se recodifica en 5 categorías, dando lugar a una variable cualitativa categórica: aumento pronunciado, aumento moderado, mantenimiento, descenso moderado y descenso pronunciado. El criterio utilizado para definir cada categoría se explica a pie de página<sup>1</sup>.

## Resultados y discusión

En comparación con los resultados de oleadas anteriores se aprecia un aumento a nivel general, producido básicamente por la evolución de la participación digital (Gráfico 1). La participación receptiva desciende ligeramente, mientras la creativa en gran parte se mantiene (muestra un muy ligero aumento, difícil de catalogar como tal de forma significativa).

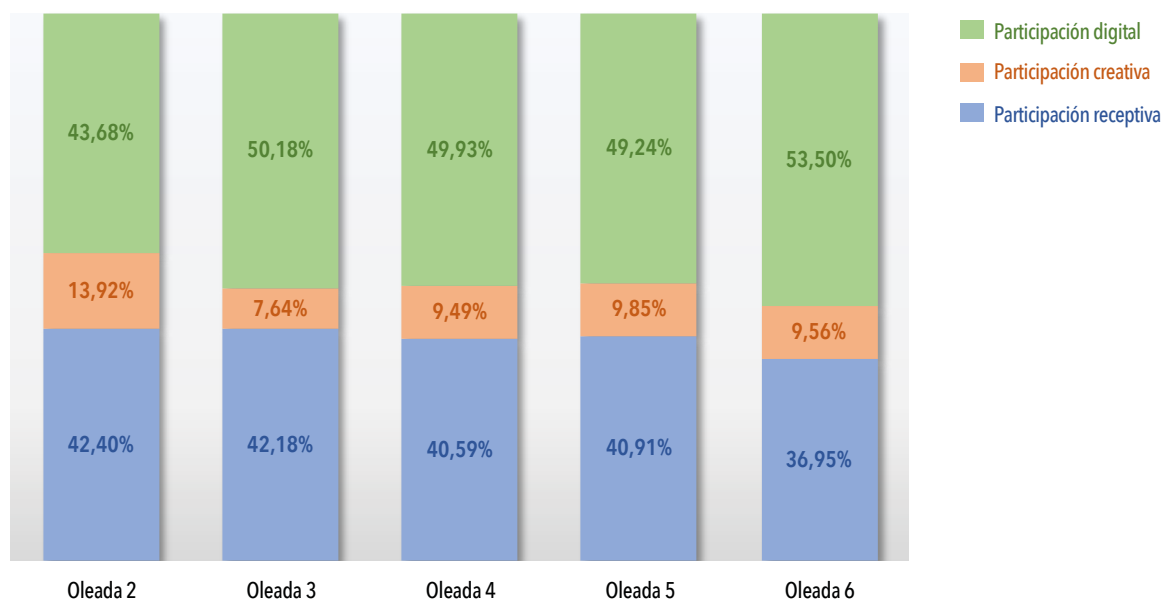
Gráfico 1. Revolución de los niveles de participación entre las oleadas 2, 3, 4, 5 y 6



<sup>1</sup> El criterio utilizado para categorizar la variable continua es el valor de la dispersión típica. Los cambios pronunciados son los situados fuera de la horquilla de la dispersión típica. Los moderados son los situados entre el valor de la dispersión típica y su mitad. El mantenimiento es la mitad de la dispersión típica alrededor de 0. Si la dispersión típica es 0'1, todo cambio mayor a -0'1 o, por el lado contrario, +0'1, será pronunciado. Los cambios entre -0'1 y -0'05 (lo mismo en el lado de signo positivo) serán moderados. Así, la horquilla que define el mantenimiento es  $\pm 0'05$  alrededor de 0.

Desagregar el total en el peso de los distintos modos de participación contribuye a observar esto mejor (Gráfico 2).

Gráfico 2. Distribución de la participación cultural en los distintos modos para cada oleada (%)



En composición, el ascenso del nivel de participación digital provoca que especialmente la participación receptiva sea menos importante con relación al conjunto.

Se refuerza así la tendencia de que gran parte del consumo cultural se realiza a través del medio digital. La participación creativa (entendida como práctica artística amateur) se mantiene aproximadamente como una décima parte del total.

En esta ocasión las diferencias de participación receptiva y digital que se observan a través de la práctica amateur o no de actividades artísticas tiene un efecto menos claro, si bien los que sí las realizan se sitúan en ambos casos justo por encima de la media (Tabla 1).

Tabla 1. Nivel de participación receptiva y digital según la participación creativa

	Nivel de participación receptiva	Nivel de participación digital
No realiza prácticas artísticas amateur	0,25	0,36
Realizas una o más prácticas artísticas amateur	0,27	0,39
Media global	0,26	0,37

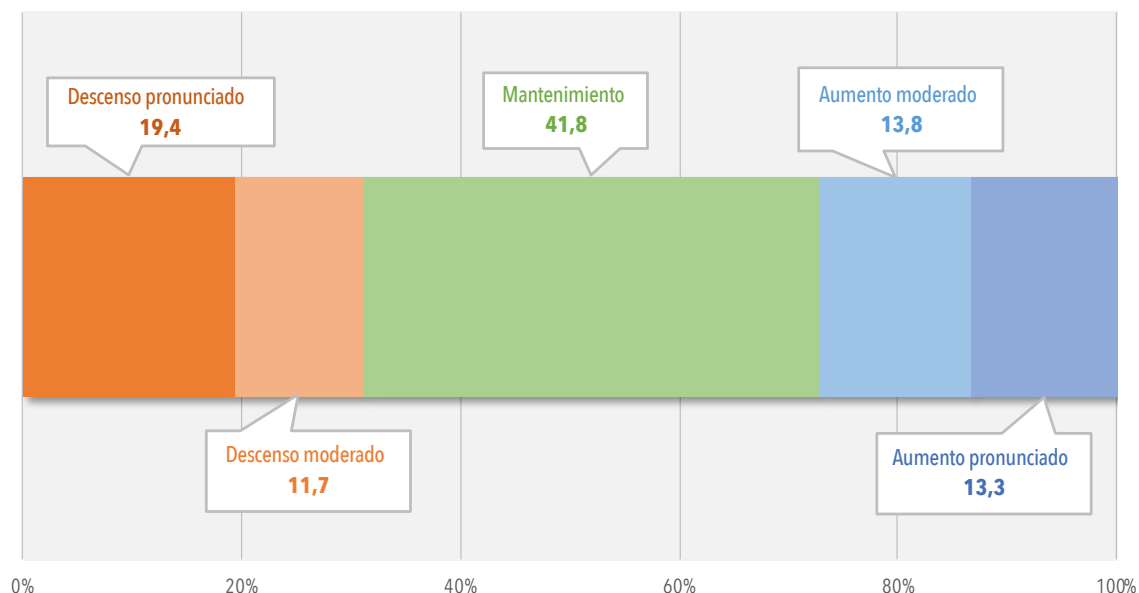
Aunque las diferencias, a pesar de que se producen, son pocas, en la Tabla 2 la mirada longitudinal muestra que la bajada de participación receptiva entre oleadas ha sido menor para los que realizaban prácticas amateurs; mientras que el aumento de la participación digital ha sido mayor.

Tabla 2. Evolución de de participación receptiva y digital entre las oleadas 5 y 6 según la participación creativa de partida en la Oleada 5

	Evolución de la participación receptiva	Evolución de la participación digital
No realizaba prácticas artísticas amateur	-0,015	0,042
Realizaba una o más prácticas artísticas amateur	-0,011	0,056
Media global	-0,013	0,049

## Participación receptiva

Gráfico 3. Trayectorias de cambio de la participación receptiva entre las oleadas 5 y 6



Existe una tendencia importante al mantenimiento en la participación receptiva. Un 41,8% de los casos quedan clasificados en esta trayectoria. A pesar de ello, el cambio tiene también una presencia importante. Por ejemplo, independientemente del signo positivo o negativo, el cambio pronunciado reúne aproximadamente una tercera parte de la muestra.

En esta oleada adquiere mayor relevancia la tendencia al descenso pronunciado (19,4%), que implica que el descenso en conjunto (31,1%) es mayor que la tendencia al aumento (27,1%).

Se puede observar que los mayores aumentos se producen entre los que menos participaban y los mayores descensos entre los que más participaban (Tabla 1 del Anexo 1). Así, estos resultados de participación receptiva refuerzan la idea de que entre el perfil de un consumidor de cultura mínimamente habitual, tanto el mantenimiento como las grandes fluctuaciones (sin abandonar un suelo mínimo de consumo cultural) son normales.



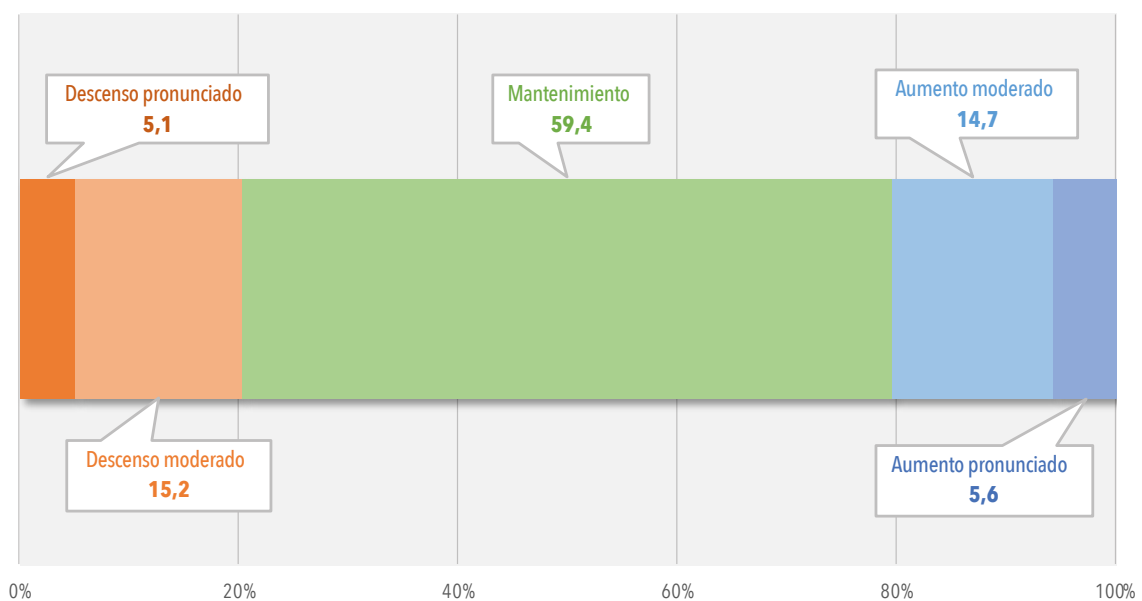
Para acabar de ofrecer una visión más profunda de la evolución de la participación receptiva es interesante observar cómo ha variado cada práctica entre oleadas.

Tabla 3. Actividades de participación receptiva más frecuentes según oleada (Porcentaje que indica haber realizado la actividad como mínimo 1 vez en los últimos 6 meses)					
	Oleada 2	Oleada 3	Oleada 4	Oleada 5	Oleada 6
Conciertos	75,5	80,3	74,7	74,3	75,3
Libros	78,3	76,2	79,9	79,2	76,8
Cine	79,9	72	70,7	68,3	79,4
Espectáculos	59,8	62,2	59,5	61,2	57,7
Exposiciones	56	58	56,7	57,4	54,6
Bibliotecas	39,9	52,6	56,7	50,6	53,6

La asistencia al cine se sitúa en primera posición de nuevo desde la segunda oleada. Mientras la asistencia a conciertos mantiene la tendencia cerca del 75%, la lectura de libros retrocede ligeramente en 2'4 puntos. La asistencia a espectáculos sigue fluctuando, esta vez a la baja (3'5 puntos menos), así como la visita de exposiciones. La asistencia a bibliotecas remonta ligeramente de nuevo, hasta el 53,6%.

## Participación creativa

Gráfico 4. Trayectorias de cambio de la participación creativa\* entre oleadas



\* En el caso de la participación creativa, el mantenimiento implica no variar el número de actividades que se realizan, el cambio moderado cualquier relativo a 1 sola actividad y el cambio pronunciado a 2 o más actividades.

El mantenimiento muestra su centralidad, en este caso de forma mucho más marcada que en el de la participación receptiva, más dependiente de pequeños cambios. La composición de ascensos y descensos es muy similar, siendo 1 de cada 4 cambios moderados. La naturaleza de este tipo de actividades, muy intensivas en tiempo y exigentes de una práctica regular o estable (muy distinta a la asistencia puntual a ver una película, un concierto o un teatro), se alza como la razón principal para entender esta robustez.

Esta robustez identifica la dificultad de realizar más de una actividad a la vez y la tendencia a mantener la trayectoria: bien sea la realización de una sola práctica, bien sea la no realización de ninguna práctica. Como se observa en la Tabla 2 del Anexo 1, hay pocas diferencias en la composición de la participación creativa según el número de prácticas que se realizan.

De nuevo, es interesante observar las prácticas más habituales en las distintas oleadas y su comportamiento a través del tiempo:

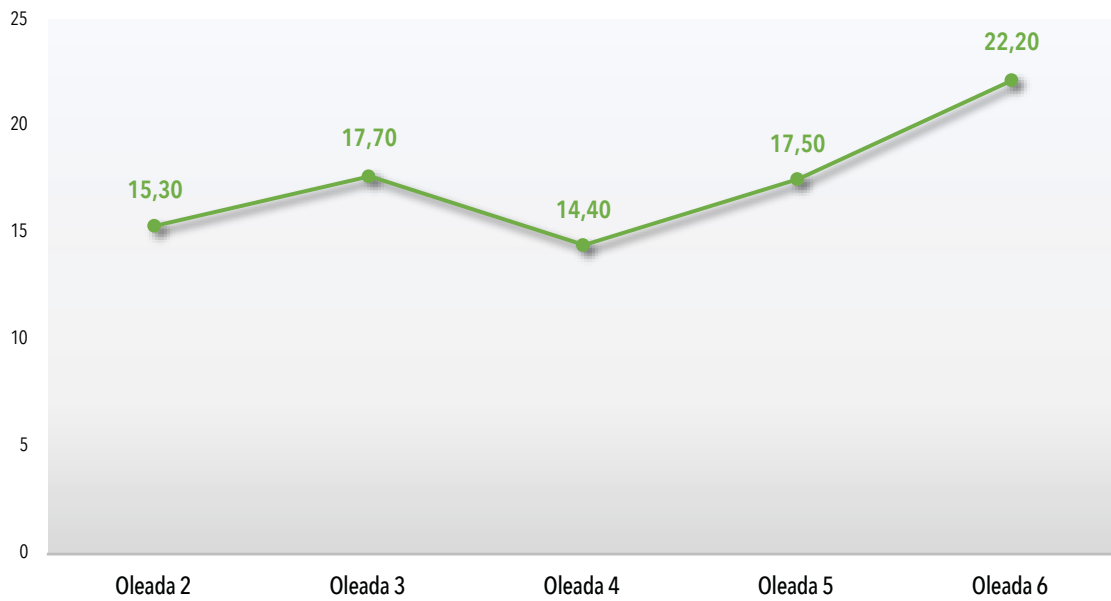
Tabla 4. Actividades de participación activa más frecuentes (Porcentaje que indica haber realizado la actividad los últimos 6 meses)					
	Oleada 2	Oleada 3	Oleada 4	Oleada 5	Oleada 6
Tocar un instrumento musical	17,5	14	13,2	12,6	11,9
Escribir	14,1	10,9	12,6	15,3	12,4
Danza, baile, ballet	10,3	7,3	7,5	9,3	6,2
Hacer fotografías (talleres, cursillos)	ND <sup>2</sup>	7,3	11,5	7,7	10,8
Pintura o dibujo	16,3	6,2	9,2	10,9	3,6

Las prácticas que conforman el top-5 pierden en general peso, especialmente la pintura o el dibujo. La escritura desciende, pero continúa en cabeza muy igualada a tocar un instrumento y hacer fotografía. Excepto el caso de la pintura, en el resto de casos se mantiene una dinámica fluctuante con altibajos.

Para terminar, hay que incidir en que la construcción de la variable de participación creativa no se mezcla la cuestión del asociacionismo, a pesar de que es una dimensión importante de la participación cultural activa. Como muestra el Gráfico 5, se registra de nuevo un porcentaje mayor que en la anterior oleada, marcando un máximo de 22,2%; el mayor de todas oleadas.

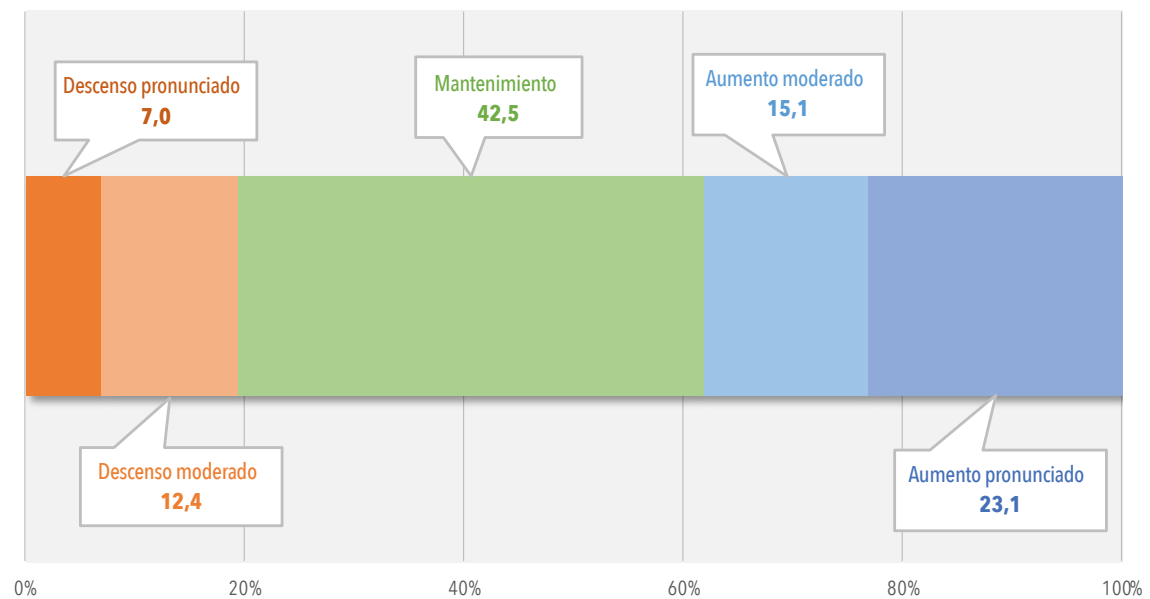
<sup>2</sup> Este dato no se contempla porque presenta un valor anómalo que sesga la interpretación.

Gráfico 5. Evolución de la participación en una o más asociaciones (%)



## Participación digital

Gráfico 6. Trayectorias de cambio de la participación digital entre oleadas



Como ya se observaba al principio de este apartado, en la participación digital se registra un aumento muy importante en esta oleada. Tanto en su forma moderada como, más aún, en su forma pronunciada. Hay casi tantas trayectorias de aumento (38,2%) como de mantenimiento (42,5%).

Los aumentos se producen entre personas que tenían un nivel de participación digital inferior a la media, y los descensos, entre aquellas que estaban muy por encima de la media (Tabla 3 del Anexo 1). El hecho que exista menos mantenimiento apunta a una mayor volatilidad de este modo de participación en comparación a la receptiva y, sin duda alguna, a la creativa.

La mirada a partir de las distintas actividades culturales en el medio digital contribuye a observar mejor el cambio.

**Tabla 5. Actividades de participación digital más frecuentes (Porcentaje que indica haber realizado como mínimo una vez la actividad en los últimos 6 meses)**

	Oleada 2	Oleada 3	Oleada 4	Oleada 5*	Oleada 6
Ver películas, series o vídeos	95,1	92,3	92,5	89,6	95,4
Escuchar o descargar música	62,5	69,4	62,1	66,5	81,3
Leer o descargar libros	39,1	40,4	38,5	37,7	41,8
Acceder a la biblioteca	22,5	23,3	25,9	24,6	25,3
Ver conciertos	14,8	16,7	22,5	20,6	31,2
Ver espectáculos	8,7	13,5	12,6	10,4	10,3
Ver exposiciones	3,3	3,6	2,9	2,2	2,1

\* En esta ocasión no se consideran los casos que fueron repescados de la Oleada 3 con tal de mantener el criterio unificado.

La escucha y/o descarga de música en Internet realiza en esta oleada un salto muy importante. En segundo lugar, mejora también el visionado online de conciertos y, en tercer lugar, asciende ligeramente el visionado de películas, series o vídeos que encabeza el listado de actividades culturales digitales.

Todo esto ocurre sin descensos significativos del lado de las demás actividades. Por eso, la participación digital en conjunto aumenta en esta oleada de forma tan importante.

## Conclusión

Los resultados denotan la tendencia al mantenimiento y a las fluctuaciones más bien suaves. En el modo de participación creativa hay una mayor tendencia al mantenimiento, mostrando un carácter propio que tiene que ver con la naturaleza de las actividades que se consideran. Lo mismo ocurre con la participación digital, aunque al revés: es más fluctuante, hay mayor cantidad de trayectorias de cambio, incluso de cambio pronunciado.

Distinguir entre distintos modos de participación aporta una mirada más fina, más precisa, que releva la naturaleza multidimensional de la participación cultural y la heterogeneidad de actividades posibles y, por tanto, de factores explicativos distintos (como muestra la sección tercera).

## 3.2. Percepción subjetiva del cambio

---

### Propósito

- Analizar la percepción subjetiva del cambio.
- Analizar las razones subjetivas del cambio.
- Comparar los resultados subjetivos con los resultados objetivos.

Es importante recordar que la lectura de los datos debe realizarse teniendo en cuenta que el Panel, por sus objetivos principales, no trabaja con una muestra ni representativa ni aleatoria. Por este motivo los resultados no pueden leerse en clave demoscópica, como extrapolables a toda la población. A lo sumo, la muestra está compuesta solo por personas que tienen un mínimo de consumo cultural habitual.

Los datos no deben interpretarse de forma estricta y absoluta, sino que deben ser leídos como tendencias y siempre dentro del perfil que conforma la muestra.

### ¿Qué se mide?

Para los propósitos expuestos, es necesario contemplar las siguientes medidas:

- **Trayectoria subjetiva:** percepción que el propio individuo tiene sobre si su trayectoria de cambio ha sido el descenso, el mantenimiento o el aumento. Se mide, así, una percepción global del cambio, sin diferenciar entre un modo de participación receptiva, creativa ni digital. Se trata de una percepción subjetiva, autopercebida.
- **Razones subjetivas:** razones con las que los individuos justifican que haya aumentado, descendido o mantenido su nivel global de participación.
- **Trayectoria objetiva:** Además, las medidas utilizadas anteriormente para la descripción de trayectorias en la participación receptiva, creativa y digital se vuelven a analizar para compararla con la percepción subjetiva. Si bien en la sección anterior se hablaba simplemente de «trayectorias» sin añadirle la etiqueta «objetiva» (en el sentido de trayectorias definidas por la combinación de datos y el cálculo y no por la autopercepción directa), en este caso se añade para diferenciar ambas aproximaciones.

Se muestran datos por pares de oleadas: los datos de la oleada 2 son solo para individuos que también estaban en la 1, para la 3 para individuos que también estaban en la 2, etcétera. Teniendo en cuenta que en cada oleada hay una tasa de reposición de casos que abandonan, se optimiza así la pérdida de información, que se agravaría si únicamente se tomarán los datos de los participantes presentes en todas las oleadas sin excepción.

### ¿Cómo se mide?

La trayectoria objetiva se mide como en el apartado anterior (resultado del proceso de cálculo de índices, diferencia entre oleadas y recodificación en las categorías de ascenso, mantenimiento y descenso).

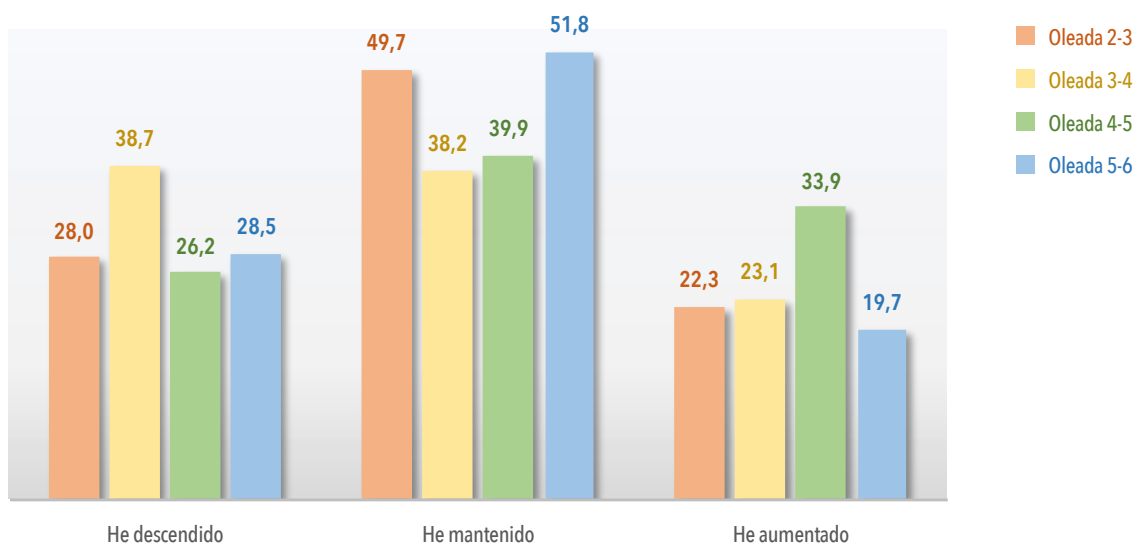
La trayectoria subjetiva se mide usando únicamente la variable en la que los propios encuestados valoraban la evolución de su nivel de participación entre oleadas. En ella apuntaban si creían haber aumentado, descendido o mantenido su nivel de participación.

Las razones subjetivas también tienen que ver con dos preguntas a partir de un listado de razones. En la primera, escogen permitiendo la selección múltiple todas las razones que creen que ha afectado. En la segunda, escogen la que creen que ha sido la principal de las razones.

## Resultados y discusión

En esta oleada, la suma de percepciones individuales subjetivas no coincide con los datos objetivos de evolución. Los datos objetivos mostraban un aumento global, pero la suma de percepciones subjetivas apunta más descensos que aumentos.

Gráfico 7. Resumen de las trayectorias subjetivas (Autopercebidas) de cambio entre las oleadas 4 y 5 (%)



\* En esta ocasión no se consideran los casos que fueron repescados de la Oleada 3 con tal de mantener el criterio unificado.

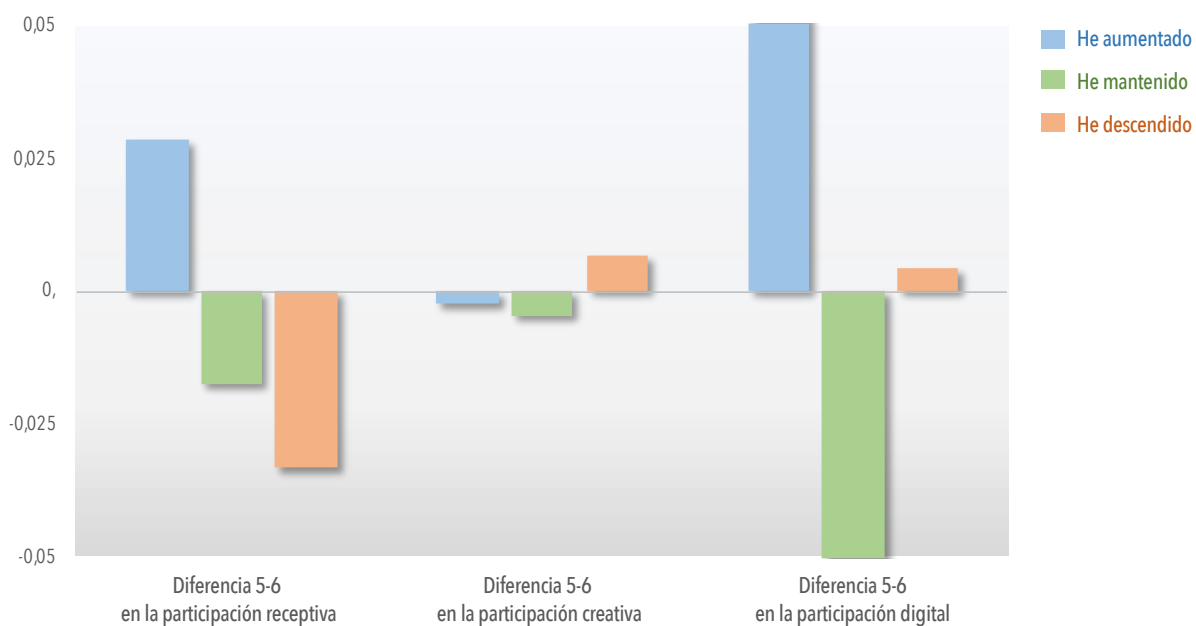
En este sentido, hay que recordar que la percepción subjetiva del nivel de participación cultural está muy arraigada a la participación en un tipo de actividades determinadas (las de participación receptiva como la asistencia al cine, la lectura, la escucha de música...). Por ello, puede entenderse esta falta de encaje entre la evolución global objetiva de la participación, que aumentaba gracias al componente digital, y la percepción subjetiva, que está muy arraigada a la participación receptiva, que incluso descendía ligeramente.

La Tabla 6 y el Gráfico 8 muestran de qué manera la percepción subjetiva concuerda con la mirada objetiva de cada modo de participación (receptivo, creativo y digital); siendo el receptivo el único modo en que la tendencia real encaja mejor con la percepción subjetiva.

Tabla 6. Contraste de la trayectoria objetiva de cambio en la participación cultural (según modos) con la trayectoria subjetiva del cambio de la oleada 6

		Trayectoria subjetiva del cambio		
		He aumentado	He mantenido	He descendido
Trayectoria objetiva del cambio	Diferencia observada en la participación receptiva	0,0285	-0,0024	0,0873
	Diferencia observada en la participación creativa	-0,0175	-0,0045	-0,0614
	Diferencia observada en la participación digital	-0,0334	0,0066	0,0044

Gráfico 8. Contraste de las trayectorias objetivas de cambio en la participación cultural (según modos) con la trayectoria subjetiva del cambio entre las oleadas



Se observa, de esta forma, que ver series o escuchar música con el móvil o el ordenador, así como practicar con un instrumento musical, escribir o hacer fotografía amateur (por citar las más relevantes en cada caso), no son socialmente consideradas como actividades intrínsecamente culturales.

Las razones que dan los entrevistados sigue mostrando un patrón estable con ciertas fluctuaciones (los porcentajes suman más de 100% dado que cada individuo puede seleccionar más de una razón):

Tabla 7. Motivos subjetivos de la evolución de la participación cultural. Oleadas 3, 4, 5 y 6

Motivo	Oleada 3	Oleada 4	Oleada 5	Oleada 6
El tiempo de que dispongo	76,4%	81,7%	76%	80%
Distintas responsabilidades personales (cuidado familiar, estudios...)	50,8%	55%	60,1%	62,6%
Mis otros intereses en el tiempo libre (amistades, otras aficiones...)	66,5%	72,3%	59%	66,3%
Amistades con las que participar conjuntamente	52,4%	57,9%	51,4%	51,1%
Mi interés por la oferta cultural	54,5%	58,9%	45,9%	50%
La satisfacción con las actividades culturales	40,8%	50,5%	43,7%	36,8%
Las recomendaciones (de amistades, prensa, internet...)	47,1%	48%	43,2%	41,1%
La posibilidad de oferta cultural en mi entorno	50,3%	50%	42,6%	50,5%
La información sobre actividades culturales a mi alcance	46,6%	46,5%	38,8%	42,1%
El precio de las actividades	41,9%	44,6%	38,3%	41,6%
Abonos, descuentos, carnets culturales...	24,1%	22,8%	19,1%	20,5%
La posibilidad de hacer lo mismo por internet	18,3%	21,8%	14,2%	11,1%
Otros	2,1%	3,5%	2,7%	4,2%

El tiempo encabeza el *ranking* de factores citados (el 80% de la muestra lo cita como una de las razones principales). Los otros intereses (distintos a los culturales) que tienen las personas pasan a ocupar el segundo lugar (66,3%), pocos puntos por delante de las distintas responsabilidades personales (62,6%).

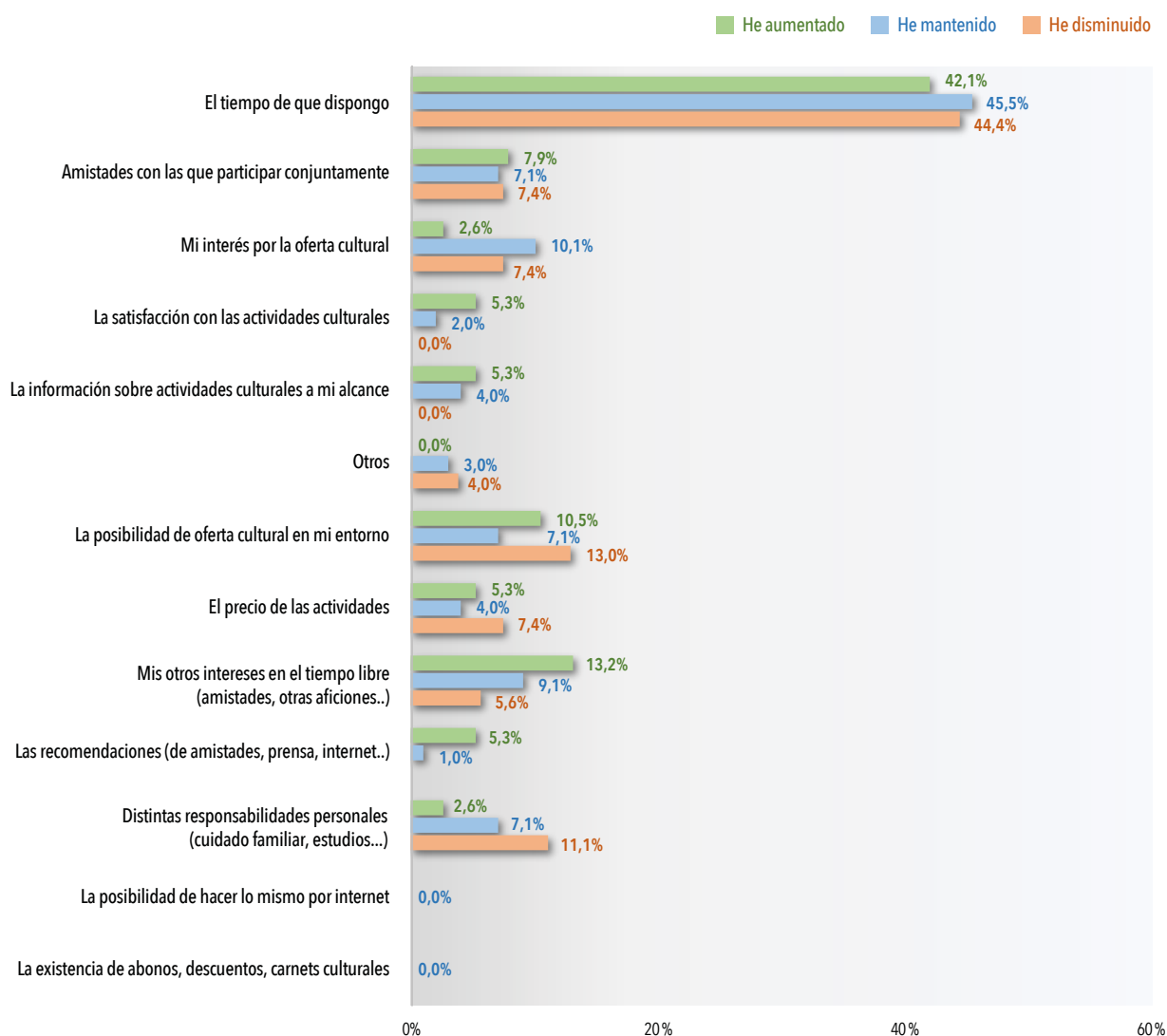
En esta oleada se detecta un aumento de 8 puntos del peso de la posibilidad de encontrar oferta cultural en el entorno (50,5%), mostrando que los cambios en este sentido también son percibidos y tienen efecto. En cambio, otro cambio interesante tiene que ver con la satisfacción con la propia actividad cultural, que pierde peso (de nuevo) entre las razones subjetivas, situándose en el 36,8%, casi 15 puntos menos que en la Oleada 4.

En la parte inferior de la tabla siguen manifestándose por parte de los propios encuestados (recordamos en este punto que se trata de un perfil mínimamente activo culturalmente) cuestiones de precio como los abonos o la posibilidad de hacer lo mismo por Internet, si bien el precio en sí mismo alcanza un 41,6%: lejos de los factores más importantes pero con una presencia similar a factores como la información disponible, la satisfacción y las recomendaciones.

Una mirada ligeramente distinta, más profunda, se observa al comparar el motivo considerado principal en cada trayectoria subjetiva de cambio (Gráfico 9). Así, se observa los motivos que esgrimen tanto quienes han aumentado, quienes han mantenido, como quienes han disminuido.



Gráfico 9. **Motivos principales que los encuestados expresan según la trayectoria subjetiva de cambio (%)**



En todos los casos el tiempo se erige como el factor clave. En el caso de los aumentos destacan muy por detrás los otros intereses en el tiempo libre, la posibilidad de oferta cultural cercana y las amistades con las que participar. En los descensos aparece también la posibilidad de oferta próxima, así como las responsabilidades personales y, en menor medida, las amistades con quien participar, el interés y el precio.

## Conclusión

La comparativa entre las percepciones subjetivas y la evolución objetiva denota cierta falta de correspondencia entre lo que las personas perciben como actividades culturales y lo que realmente puede entrar en una definición teóricamente fundamentada como actividad cultural.

En esta oleada, en la que se registra un aumento de la participación digital que hace aumentar el global, la percepción subjetiva apunta que ha habido más bien un descenso que un aumento.

El cruce de datos apunta que, de hecho, la percepción subjetiva concuerda lógicamente con la evolución de la participación receptiva, pero no con la de otros modos. En el imaginario colectivo, la actividad cultural son actividades receptivas como ir al cine, al teatro, a conciertos, a bibliotecas o leer.

La exposición de los motivos subjetivos es relevante en si misma pero especialmente porque contribuye a interpretar con más elementos empíricos los resultados de los condicionantes objetivos estudiados en el siguiente apartado. En este sentido, el tiempo se sitúa encabezando la lista. En cualquier caso, otros factores tienen una traducción en la dimensión tiempo (por ejemplo, otros intereses o responsabilidades personales).

Adicionalmente, y considerando resultados de oleadas anteriores, es interesante para diseñar estrategias promocionales dedicar atención a factores como la influencia social, la satisfacción y el papel de la información disponible sobre oferta cercana. Ello puede contribuir a pensar cómo diseñar estrategias de comunicación que impliquen los públicos o el papel de pensar en experiencias culturales valoradas de forma integral para ser satisfactorias, pensando en otros servicios por parte de los equipamientos más allá de la propia actividad cultural.

### 3.3. Condicionantes de la evolución del nivel de participación cultural

---

#### Propósito

Contraste de las siguientes hipótesis de corte longitudinal para los distintos modos de participación:

- El aumento de la disponibilidad de tiempo libre implica un aumento de los niveles de participación.
- El aumento del nivel de estudios implica un aumento del nivel de participación.
- El cambio de hábitat a ciudades mayores aumenta los niveles de participación.
- El hecho de convertirse en padre/madre implica un descenso de los niveles de participación.
- El acceso a un salario (al trabajo) implica un aumento de los niveles de participación.
- Los salarios altos y las facilidades económicas implican un aumento de los niveles de participación.
- Los cambios actitudinales hacia una mayor valoración de la actividad cultural implican un aumento de los niveles de participación.
- Las aficiones incompatibles con la realización al mismo tiempo de actividades culturales implican un descenso de los niveles de participación cultural; al contrario, las aficiones compatibles implican un aumento.
- La adquisición de abonos implica un aumento de los niveles de participación cultural.

#### ¿Qué se mide?

En primer lugar, se mide el **cambio en los niveles de participación** receptiva, creativa y digital.

En segundo lugar, se mide el **cambio en las variables explicativas** (el paso a convivir con hijos, a tener un mayor nivel de estudios, a valorar más la cultura, a acceder a un salario...).

Esto se mide para cada par de oleadas y se mide el grado de correlación.

El análisis contempla únicamente los casos en los que ha habido cambio, excluyendo el mantenimiento<sup>3</sup>.

Es necesario apuntar en este apartado que el valor de los datos del Panel reside en su capacidad para crear un registro de factores explicativos y sus efectos; es decir, como muestra de fenómenos y no de personas.

Resultados válidos especialmente para el perfil que conforma la muestra (personas con un mínimo de consumo cultural).

---

<sup>3</sup> Excepto para las variables nivel de estudios e hijos, en las que se el mantenimiento y el descenso (por imposible o muy poco probable) se contabilizan juntamente.

## ¿Cómo se mide?

Con relación al objeto de estudio, se realiza de la misma forma que anteriormente:

1. Para cada modo de participación se compone una escala que varía de 0 a 1. El 0 es un nivel de participación nulo, y el 1 un nivel de participación máximo. Los individuos varían entre 0 y 1 según el nivel de participación en las distintas actividades que conforman los índices (Detalle en el Anexo 2). Esto se realiza para los datos de todas las oleadas desde la 2ª a la 6ª.
2. Segundo, a la puntuación de cada individuo en los distintos índices (receptivo, creativo, digital) en la 5ª oleada, se le resta la puntuación de estos en la 4ª oleada. De esta forma, se obtiene una diferencia entre oleadas.
3. En términos estadísticos, en este punto se tiene una variable cuantitativa de tipo continuo. Esta variable se recodifica en 2 categorías, dando lugar a una variable dicotómica: aumentos y descensos. Los casos en los que no existe diferencia (el resultado de comparar ambas oleadas es igual a 0) no se incluyen en el análisis: la atención se dirige a los cambios y sus implicaciones.

Con relación a las variables explicativas, se sigue un método similar:

1. Antes del cálculo se ha comprobado y, de ser necesario, recodificado, que las categorías de todas las variables están codificadas de forma ordinal para permitir leer los resultados del cálculo de la diferencia como aumentos o descensos entre oleadas.
2. Con esto hecho, se calcula la diferencia de resultados entre oleadas como en el caso anterior. De esta forma se obtiene un 0 si no ha habido cambio entre oleadas (por ejemplo, si en ambas oleadas no ha habido un cambio en el número de hijos). En cambio, los resultados con signo negativo implican descensos (obtener unos ingresos inferiores, por ejemplo) y los cambios con signo positivo, aumentos (pasar a vivir a una ciudad mayor, por ejemplo).
3. Estos resultados se han recodificado para conservar solo los casos de aumentos y descensos, descartando los mantenimientos<sup>4</sup>.

Hay que remarcar que todo esto implica la construcción de una nueva base de datos. Se trata de un histórico con los cambios que ha habido entre pares de oleada. De esta manera se aumenta la representatividad de la aproximación a cada fenómeno (el paso a convivir con hijos, a tener un mayor nivel de estudios, a valorar más la cultura, a acceder a un salario...): hay (y se consideran) registros de cada oleada.

Para analizar el impacto de las variables explicativas se calcula en qué grado existe asociación con el cambio en la participación cultural<sup>5</sup>. De esta forma, el grado de asociación varía entre -1 y +1:

---

<sup>4</sup> Excepto para los casos de tener hijos y aumento del nivel de estudios, tal como se ha apuntado en una nota al pie anterior.

<sup>5</sup> Al tratarse de variables dicotómicas (0 y 1, descensos y aumentos) se calcula la matriz de correlaciones tetracóricas, que es la forma adecuada para el tratamiento de este tipo de variable.

- El 0 (cero) significa ausencia de relación: un cambio en un factor explicativo no implica un cambio en el nivel de participación. El 1 representa una correlación perfecta. Cuánto más cerca, más asociación.
- El signo negativo o positivo indica el sentido de la correlación, teniendo en cuenta en este caso que las variables se componen de dos categorías (descensos, representados por un 0, y aumentos, representados por un 1): si el signo de la relación es negativo, un aumento del factor implica un descenso de la participación; si es positivo, un aumento del factor implica un aumento de la participación.

Se atienden únicamente los coeficientes de correlación dado que aplicar el criterio de significatividad estadística en casos en los que la muestra es pequeña dificulta la interpretación.

## Resultados y discusión

En esta ocasión se recuperan resultados desde la Oleada 2 (invierno de 2016) hasta la Oleada 6 (invierno de 2019) y, por tanto, la muestra de factores explicativos y sus efectos es mayor. Esto significa que se aporta una mayor cantidad de evidencia acumulada para cada factor, y que algunos fenómenos poco habituales (como tener hijos, obtener abonos o cambiar de ciudad pasan a tener un número mínimamente relevante para un análisis estadístico más adecuado<sup>6</sup>.

En resumen, bajo un esquema conceptual, la diversidad de factores se sintetiza en las siguientes dimensiones:

Dimensión socioeconómica	Dimensión contexto vital	Disponibilidad de tiempo	Posición de la cultura
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Nivel estudios</li> <li>– Nivel de ingresos</li> <li>– Dificultad económica subjetiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tener hijos</li> <li>– Vivir con hijos</li> <li>– Dependencia económica</li> <li>– Hábitat (Tamaño ciudad)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Tiempo libre entre semana</li> <li>– Tiempo libre fin de semana</li> <li>– Jornada laboral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Importancia cultura</li> <li>– Motivación cultural</li> <li>– Aficiones y ocupaciones incompatibles</li> <li>– Aficiones compatibles</li> </ul>

Nota: el detalle metodológico de las variables se puede encontrar en el Anexo 2.

Este listado de factores, a pesar de todo, no está exento de matices:

- La dependencia económica tiene que ver con el acceso a un salario. Es decir, con vivir de rentas del trabajo o con vivir de forma dependiente económicamente (ya sea de prestaciones públicas o del sustento familiar).
- La jornada laboral se incluye en la disponibilidad de tiempo, si bien tiene una estrecha relación con la dependencia económica (por falta de trabajo/jornada laboral) y con los ingresos (por su relación con el tiempo dedicado al trabajo). En este sentido, la dificultad económica subjetiva puede ser más útil en distintos casos.

<sup>6</sup> A pesar de ello, al dividir el análisis en distintos modos de participación, en algunos casos los resultados pueden seguir distorsionados, de manera que la acumulación de oleadas debe servir para ir reforzando los hallazgos.

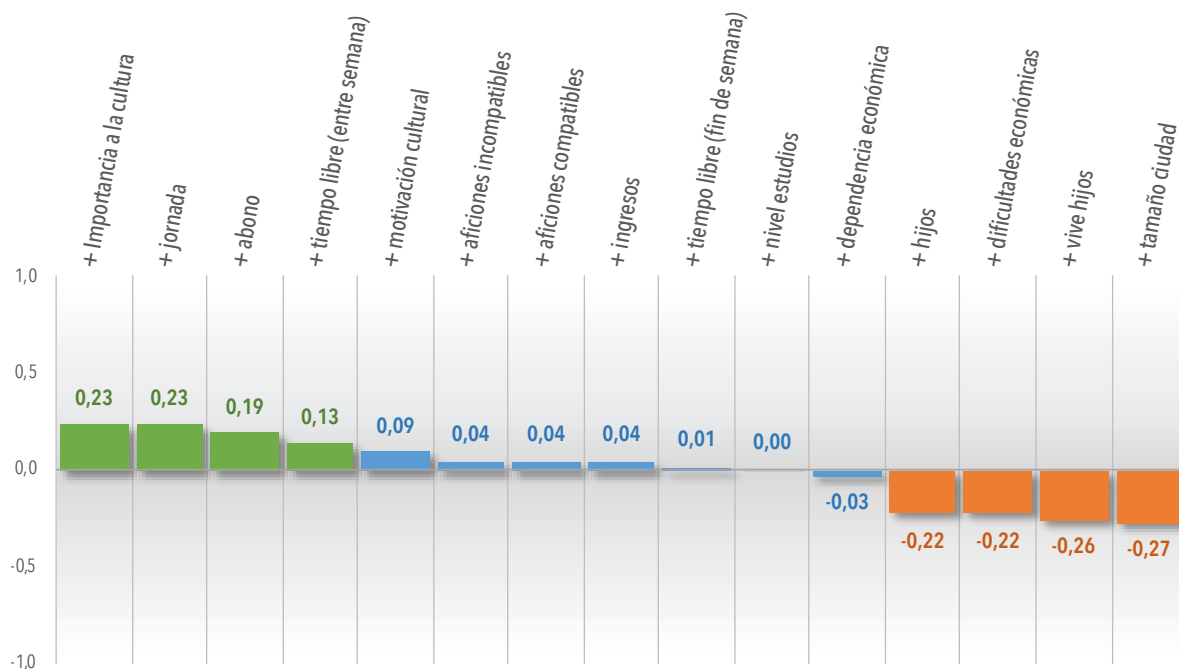
- La importancia de la cultura se define como el grado de importancia que para la persona en cuestión tiene el hecho de realizar actividades culturales. Se trata, por tanto, de un valor personal, de una preferencia.
- Por motivación cultural debe entenderse que varía entre las motivaciones sociales y emocionales (socializarse y salir de la rutina) y las culturales y simbólicas (adquirir conocimiento cultural y autorrealización). Por tanto, un aumento de la motivación cultural significa pasar a valorar estas últimas y, un descenso, a valorar la sociabilización y salir de la rutina.
- Aficiones y ocupaciones incompatibles incluye las tareas de casa, de manera que no solo se trata de aficiones sino también de ocupaciones.

A continuación se recoge el efecto, medido como coeficiente de correlación, de cada factor en los distintos modos de participación (receptivo, creativo y digital).

## Participación receptiva

El siguiente gráfico muestra el nivel de asociación del cambio de distintos factores con el cambio en la participación receptiva. Por encima de una intensidad de asociación de  $\pm 0,1$  se encuentran 8 factores, 4 con signo positivo y 4 con signo negativo.

Gráfico 10. Asociación de factores explicativos con la participación receptiva



Ejerciendo un efecto positivo se encuentra dar más importancia a la cultura como valor personal, pasar a tener más tiempo libre entre semana y adquirir abonos. También encontramos el aumento de la jornada laboral. En relación con este último punto, es necesario mantener en perspectiva la relación entre jornada laboral, tiempo y capacidad económica. En este caso, la pregunta acerca de la jornada laboral es solo válida para los que ya tienen una ocupación y por tanto no son dependientes económicamente. De hecho, en la muestra el aumento de la jornada

laboral está relacionado con el aumento en los ingresos. La cantidad de tiempo libre entre semana, adicionalmente, ofrece una visión más amplia, ya que es una medida válida en todos los encuestados. Es así como, lo que pareciera contraintuitivo (una relación positiva entre aumentar la jornada laboral y aumentar a la par la participación cultural, a pesar de la reducción de tiempo) esconde este criterio metodológico, de definición de la variable y las personas que incluye, así como la lectura a través de la dimensión económica de la jornada laboral.

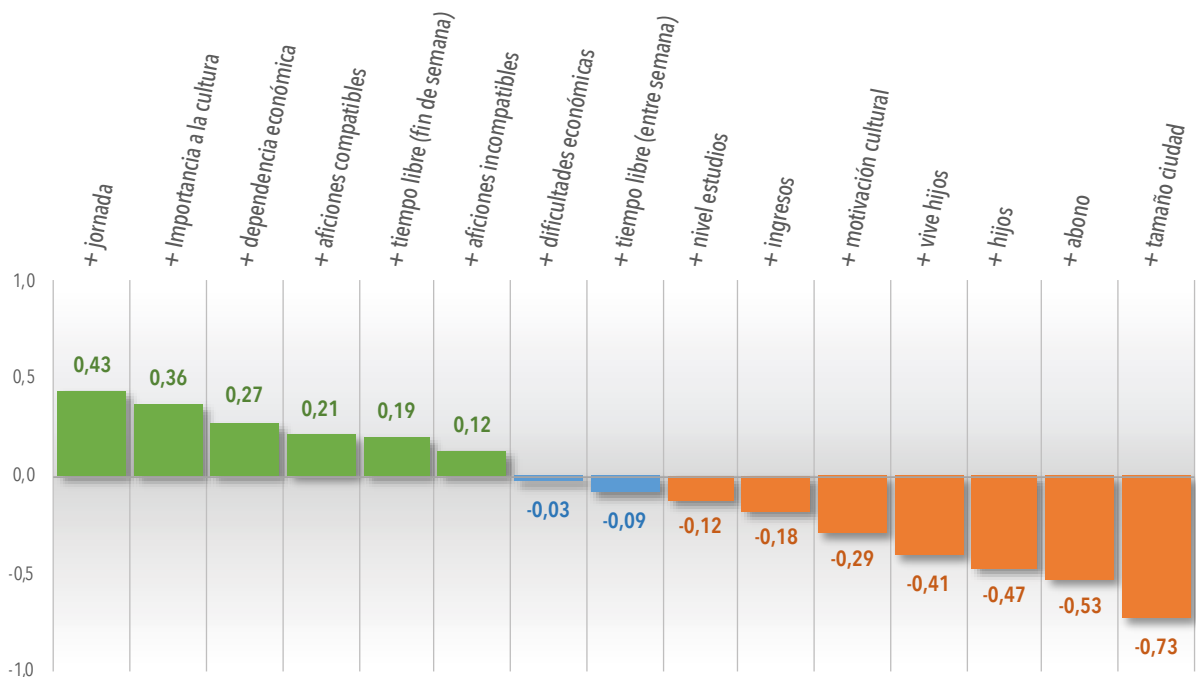
En esta línea, la experimentación de mayores dificultades económicas se transforma en un cambio negativo en la participación receptiva. Lo mismo ocurre con el hecho de tener hijos (adicionalmente la variable de convivir con hijos refuerza este fenómeno) y el hecho de pasar a vivir a una ciudad de mayor tamaño.

Habitualmente la dimensión municipal se usa como indicador de la oferta cultural disponible, con la hipótesis que en los municipios mayores hay más oferta. Es evidente que, de existir un grado de democratización de la cultura, esta variable pierde potencial, resultando en irrelevante. Los resultados apuntan a la posibilidad que este sea el caso. Adicionalmente, es posible pensar en la hipótesis que el cambio de municipio, aunque sea a uno mayor, implica un desconocimiento sobre la oferta existente, sea esta o no mayor. La adaptación, en términos de conocimiento del nuevo entorno, puede estar detrás de estos resultados.

## Participación creativa

Con relación a la participación creativa se observa que los cambios tienen un mayor impacto, y que hay un mayor número de factores asociados. Así, hasta un total de 13 factores se sitúan por encima de una intensidad mayor que  $\pm 0'1$ .

Gráfico 11. Asociación de factores explicativos con la participación creativa



De nuevo, la jornada laboral reproduce el efecto anteriormente observado, con un gran impacto positivo. En relación con el tiempo, se observa que en este caso es más relevante la cantidad de tiempo libre el fin de semana que entre semana. Asimismo se puede interpretar el efecto negativo (aunque no de los más relevantes) de obtener mayores ingresos: puede esconder que se pasa de no trabajar a trabajar o de trabajar más horas, perdiendo tiempo libre.

El hecho de que tener otras aficiones ejerza un efecto positivo, sean compatibles (especialmente) o no, apunta razonablemente a un perfil de personas socialmente muy activo (no solo culturalmente).

El efecto positivo que ejerce la dependencia económica es comprensible considerando que, tal como está construida la variable (como contraposición al hecho de tener una ocupación laboral), un aumento de esta implica una mayor cantidad de tiempo libre.

Con relación a la dimensión subjetiva, la importancia que se da a la cultura aparece de nuevo como un factor positivo relevante. En esta misma dimensión, pasar a tener una motivación cultural más marcada por las necesidades de autorrealización y conocimiento en vez de sociabilización y nuevas experiencias, ejerce un efecto negativo. De esta forma, se refuerza la idea que distintos modos de participación satisfacen en general distintas necesidades.

El tamaño de la ciudad ejerce un efecto negativo como en el caso anterior, pero mucho mayor. De forma similar a como se puede interpretar el efecto de las aficiones distintas a la participación cultural (que apunta a personas socialmente muy activas) y las motivaciones que hay detrás de la realización de prácticas amateur (el factor de sociabilización), parece razonable pensar que tras la participación creativa existen lazos sociales que forman parte de los motivos por los que se realizan. Por eso, se pierden con el cambio de ciudad y afectan negativamente a la hora de continuar o retomar la misma actividad.

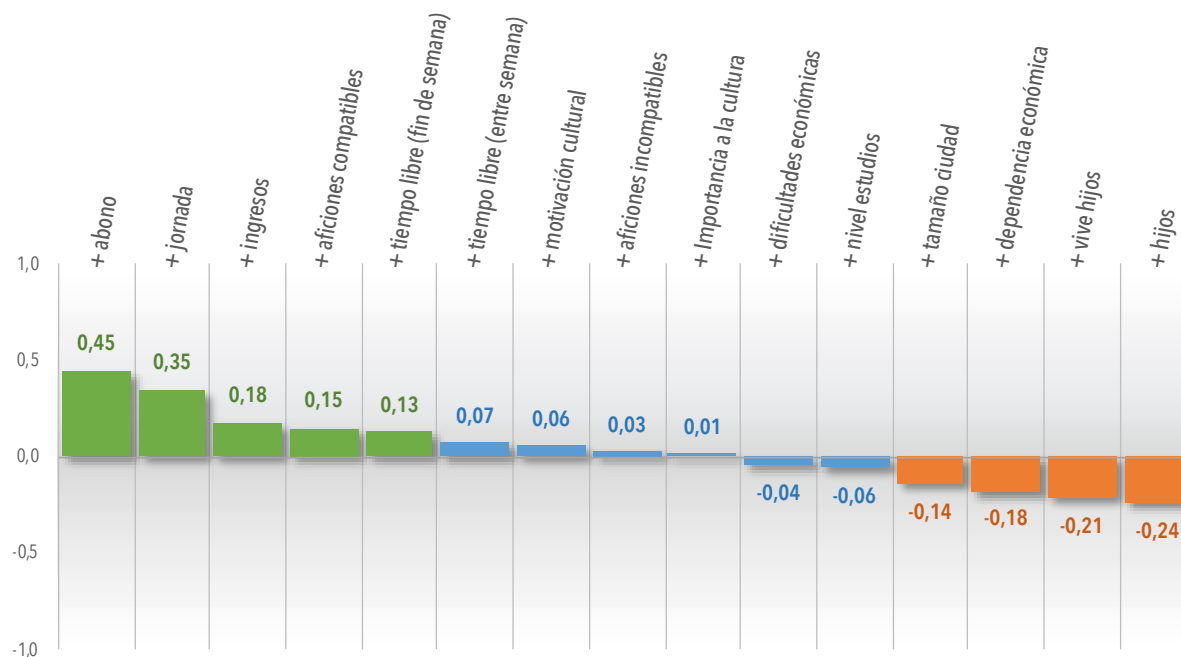
El hecho de tener o convivir con hijos de nuevo ejerce un potente efecto negativo en la participación cultural, en este caso en la realización de prácticas amateur. Dado que la adquisición de abonos es relevante en el caso de actividades receptivas (digitales o no) en este caso su efecto negativo apunta a la diversa composición de la participación cultural en distintos modos: participar más de modo receptivo afectaría negativamente a participar más de modo creativo. Una lectura lógica considerando que el tiempo es un recurso limitado (y, valga la redundancia, limitante), de manera que las personas deben escoger con un costo de oportunidad.



## Participación digital

Finalmente, en relación con la participación digital se observan un total de 9 factores en los que, su cambio, afecta positiva o negativamente a la participación digital.

Gráfico 12. Asociación de factores explicativos con la participación digital



En clave positiva se encuentra la adquisición de abonos, que en este caso deben interpretarse como suscripciones a plataformas digitales de contenido cultural, muy populares en los últimos años. También, de nuevo, la ampliación de la jornada laboral, actuando ahora claramente a la par que el aumento de los ingresos y el equivalente al descenso que provoca por otro lado la dependencia económica. La dependencia identifica casos en los que se pierde o se abandona la ocupación laboral.

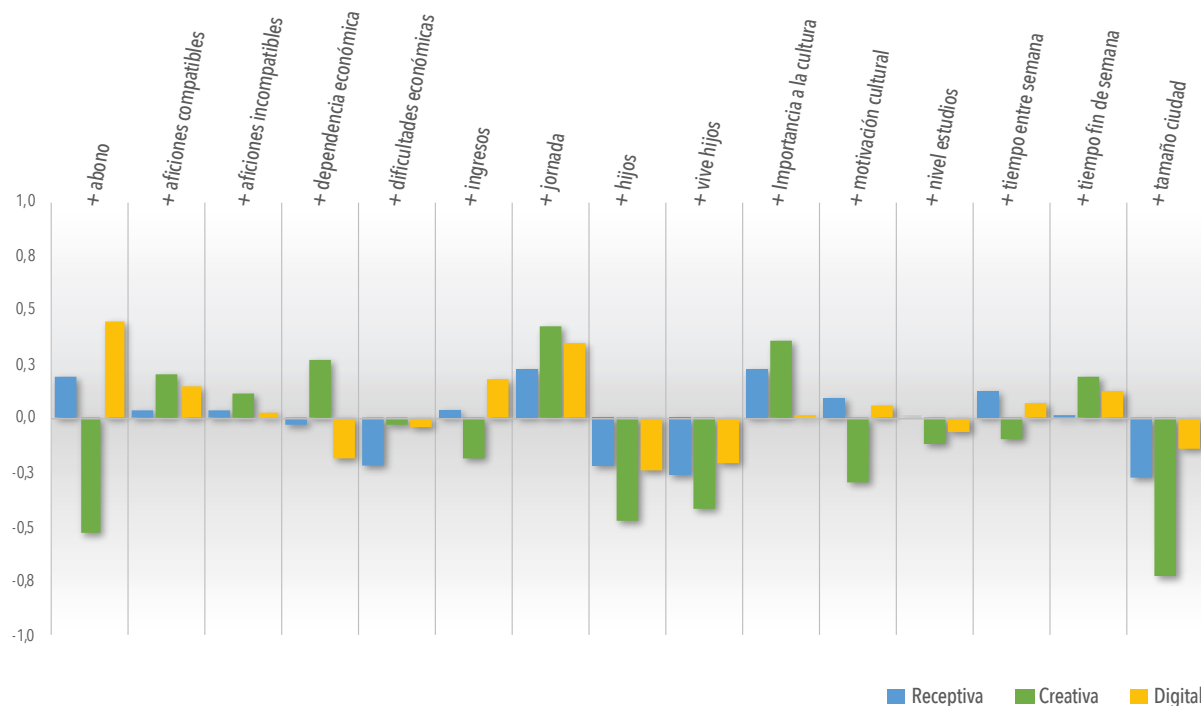
Destaca que en este caso el aumento de tiempo libre el fin de semana es más relevante que el aumento de tiempo libre entre semana, apuntando a que en cierto modo la participación digital es más típica como actividad de fin de semana.

Tener hijos de nuevo muestra un efecto negativo, aunque menos acusado que en el caso de la participación creativa, cosa que apunta a las características intrínsecas de cada modo de participación, especialmente con relación a la flexibilidad en materia de tiempo para la realización de las actividades.

## Conclusión

Una mirada global es insuficiente porque algunos factores como el aumento de jornada o el traslado a una ciudad mayor no actúan como sería esperable *a priori* (el signo de la asociación es importante), y segundo, porque no todos se asocian con el mismo signo con todos los modos de participación. El Gráfico 14 permite realizar una mirada conjunta, pero específica para cada variable y cada modo de participación.

Gráfico 14. Asociación de los factores en los distintos modos de participación



Adquirir abonos se asocia con un impacto positivo en la participación receptiva y, sobre todo, digital. Esto penaliza la participación creativa, que se puede interpretar como un costo de oportunidad teniendo en cuenta que el tiempo es un recurso limitado y las personas deciden a partir de sus preferencias en cada momento.

Aumentar la cantidad de aficiones, sean compatibles o no, es irrelevante para la participación receptiva y, en buena medida, también para la digital. Para la participación creativa, en cambio, existe una asociación positiva. Teniendo en cuenta que se trata de un modo de participación activo, así como lo son las aficiones, este hecho puede estar apuntando a un perfil de personas muy activo.

Los factores de dependencia económica (obtener o perder una renta del trabajo), las dificultades económicas para llegar a fin de mes (valoración subjetiva de la situación por cada persona encuestada), los ingresos y la jornada laboral (cuestión solo válida para personas ocupadas) se entretrejen y complementan de forma compleja, por lo que la interpretación debe realizarse con cuidado.

En la participación creativa se dan situaciones de personas que son dependientes, lo que puede estar identificando el aumento de tiempo disponible de estas personas al abandonar el mercado laboral. De hecho, se observa por el contrario que perder ingresos se relaciona con el aumento de la participación creativa. Una relación que en la participación digital ocurre a la inversa: entrar en el mercado laboral (y obtener ingresos) se relaciona positivamente con la participación digital. Esto es comprensible considerando que la participación digital es más flexible y conciliable con el trabajo remunerado.

La jornada laboral, por su lado, se relaciona intrínsecamente con el tiempo y el dinero. Los mecanismos a través de los cuáles la jornada laboral genera un impacto en cada modo de participación, por tanto, pueden ser distintos. Más tiempo de trabajo es menos tiempo libre pero a la par es más dinero, por lo que los efectos se contrarrestan. En el caso de nuestra muestra, conformada por personas de entrada orientadas (aunque sea mínimamente) a la

participación cultural, parece que el factor tiempo penaliza menos y que el efecto positivo se respalda en el aumento de capacidad económica y oportunidades para gastar en cultura.

Pasando al factor hijos sus efectos son claros, negativos en todos los modos de participación. El aumento del tiempo de trabajo de cuidados personales y el impacto económico que genera se erigen como mecanismos básicos de este efecto, penalizando la participación cultural. Especialmente penalizada se ve la participación creativa, un hecho razonable teniendo en cuenta la cantidad de tiempo (y su rigidez) que requiere en comparación a las otras.

El aumento de la importancia que cada persona da a realizar actividades culturales como un valor personal es un factor relevante tanto para la participación receptiva como la creativa. En cambio, es totalmente irrelevante en la participación digital. Parte de ello se puede interpretar a partir del hecho que, como muestra el análisis de las percepciones subjetivas realizado con el mismo Panel, las personas tienden a no identificar la participación digital como propiamente cultural. En su imaginario, las actividades culturales son sobretodo esas de tipo receptivo (ir al teatro, conciertos, cine, leer...).

La motivación cultural, por cómo está definida la variable, muestra una asociación relevante con la participación creativa. Estar motivado por satisfacer necesidades más sociales y emocionales (sociabilizarse y salir de la rutina con experiencias nuevas) se asocia con realizar prácticas artísticas amateurs.

El nivel de estudios, en base a los datos del Panel, no muestra ningún efecto significativo. Hay que tener en cuenta que, así como tener hijos es un impacto inmediato, el impacto del aumento del nivel de estudios (aparte de ser en sí mismo un proceso lento) es a más largo plazo.

El traslado a municipios de mayor dimensión se ha situado como uno de los factores relevantes. Si bien la hipótesis habitual es que en los municipios mayores hay mayor oferta y por tanto cabe esperar mayor participación, este mecanismo parece no estar actuando con los datos del Panel. Observando específicamente el impacto sobre la participación creativa parece razonable pensar en el tiempo de adaptación y conocimiento del entorno (físico y social) que este proceso requiere. La asociación negativa con la participación creativa parece indicar que en esta funcionan lazos y redes sociales importantes, tal como las motivaciones para realizar estas actividades revelan. La falta de estos lazos parece penalizar la participación. De hecho, el impacto negativo en la participación digital es mucho menos relevante que en los otros modos; hecho que apoyaría esta lectura. De nuevo, el traslado a un nuevo municipio puede valorarse distintamente en el corto plazo (que identifica el Panel, con un impacto negativo) y el medio y largo plazo, que podría revelar un efecto positivo.

Finalmente, los efectos más significativos del aumento de tiempo libre según las propias personas encuestadas son positivos (si bien en general no se sitúan como efectos muy relevantes). En la participación creativa destaca que la asociación positiva con el aumento de tiempo libre en fin de semana, particularmente.

## 3.4. Bloque coyuntural: Participación cultural en euskera

---

### Propósito

Primero, comparar distintas características de la participación cultural en euskera, específicamente:

- La incidencia de distintas actividades de participación receptiva en euskera.
- La utilización de distintos canales de información sobre la oferta cultural en euskera.
- Los motivos principales para la participación cultural en euskera.
- Los elementos a reforzar de la oferta cultural en euskera.

Segundo, explorar la asociación de distintos factores con la participación global en euskera.

Es importante recordar que la lectura de los datos debe realizarse teniendo en cuenta que el Panel, por sus objetivos principales, no trabaja con una muestra ni representativa ni aleatoria. Por este motivo los resultados no pueden leerse en clave demoscópica, como extrapolables a toda la población. A lo sumo, la muestra está compuesta solo por personas que tienen un mínimo de consumo cultural habitual.

Los datos no deben interpretarse de forma estricta y absoluta, sino que deben ser leídos como tendencias y siempre dentro del perfil que conforma la muestra.

### ¿Qué se mide?

En primer lugar se mide el nivel de realización de distintas prácticas culturales:

- Ir a conciertos en euskera.
- Leer en euskera.
- Escuchar o descargar música en euskera.
- Ir a espectáculos (teatro, circo) en euskera.
- Ir a espectáculos infantiles en euskera.
- Ir a Espectáculos de bertsolaris.
- Ir al cine en euskera.
- Ir a festivales literarios en euskera.

Su consideración conjunta permite medir el nivel global de participación cultural en euskera.

En segundo lugar, se mide la incidencia de:

- Distintos canales de información de la oferta cultural en euskera.
- Distintos motivos de la participación cultural en euskera.
- Distintos aspectos a reforzar de la oferta cultural en euskera.

## ¿Cómo se mide?

El nivel de asistencia a las distintas prácticas, así como la incidencia de canales, motivos y aspectos a reforzar de la oferta cultural en euskera se expresa en porcentajes.

El nivel global de participación cultural en euskera se mide construyendo una escala a partir de la suma de la intensidad de realización de cada práctica cultural del listado anterior. Se obtiene, por tanto, una variable cuantitativa, una escala resultado de la suma.

La asociación entre factores y participación cultural en euskera se calcula a partir de la matriz de correlaciones y se muestran los coeficientes de correlación<sup>7</sup> que varían entre +1 y -1:

El 0 (cero) significa ausencia de relación entre un factor y el nivel de participación. El 1 representa una correlación perfecta, una correlación lineal conjunta de ambas variables. Cuánto más cerca de 1, más asociación.

El signo negativo o positivo indica el sentido de la correlación: si es negativo, un valor más bajo del factor implica un aumento de la participación; si es positivo, un aumento del factor implica un aumento de la participación.

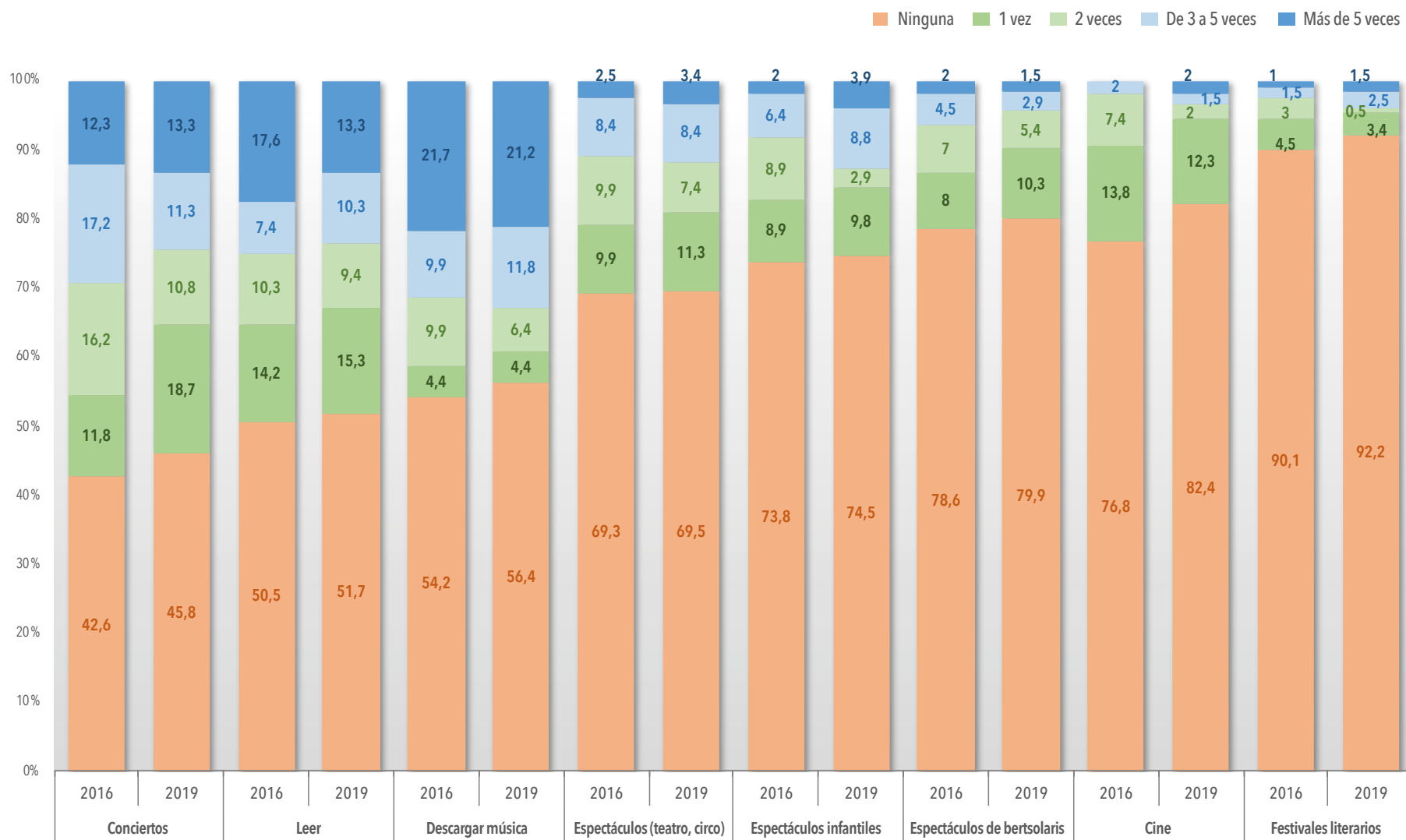
## Resultados y discusión

Tomando los datos de 2019, que en gran medida concuerdan con los de 2016, un total de 3 prácticas tienen una incidencia de asistencia como mínimo una vez al año alrededor del 45%-55% (Gráfico 15):

---

<sup>7</sup> En este caso, dada la naturaleza de las distintas variables, se opta por usar el coeficiente de correlación de Pearson.

Gráfico 15. Nivel de realización de distintas prácticas culturales en euskera



Las 3 prácticas más destacadas en el conjunto de la muestra son:

1. Ir a conciertos en euskera.
2. Leer en euskera.
3. Escuchar o descargar música en euskera.

Justamente se trata de 3 prácticas en que un porcentaje importante de personas realizan de forma bastante frecuente la actividad, donde las categorías de 3 a 5 veces y más de 5 veces tienen más peso que en el resto de casos.

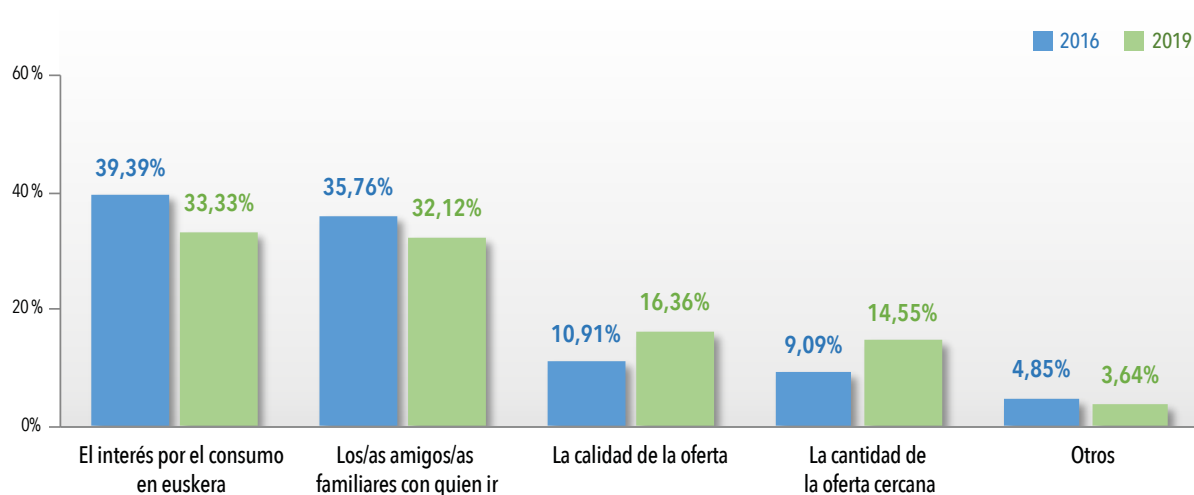
Entre las demás, los porcentajes globales son menores y también la asistencia regular (3 veces o más) es menor. Entre el 18% y el 30% se sitúan, por orden: asistencia a espectáculos de circo o teatro en euskera, asistencia a espectáculos infantiles en euskera, asistencia a espectáculos de bertsolaris y cine en euskera.

Los festivales literarios en euskera se sitúan en última posición, con menos de un 10% de incidencia.

En total, un 80,6% ha realizado como mínimo una actividad en euskera en el año 2019, por un 84,3% en el 2016. Las diferencias entre ambas oleadas, con referencia al 2016 y al 2019, son mínimas. Por la naturaleza del Panel, difícilmente se puede inferir el resultado con seguridad a toda la población. Se muestra, básicamente, un gran mantenimiento<sup>8</sup>.

En relación con los motivos por los cuáles se realizan actividades culturales en euskera el Gráfico 16 resume los resultados de 2016 y 2019. El compromiso por el consumo en euskera (que incluye en algunos casos la comodidad con el idioma) y el hecho de tener personas cercanas con quién realizarlas son los dos motivos principales. Ambos son independientes de factores relacionados con la oferta y atienden a factores relativos al propio público y sus preferencias.

Gráfico 16. **Motivos para la participación cultural en euskera**



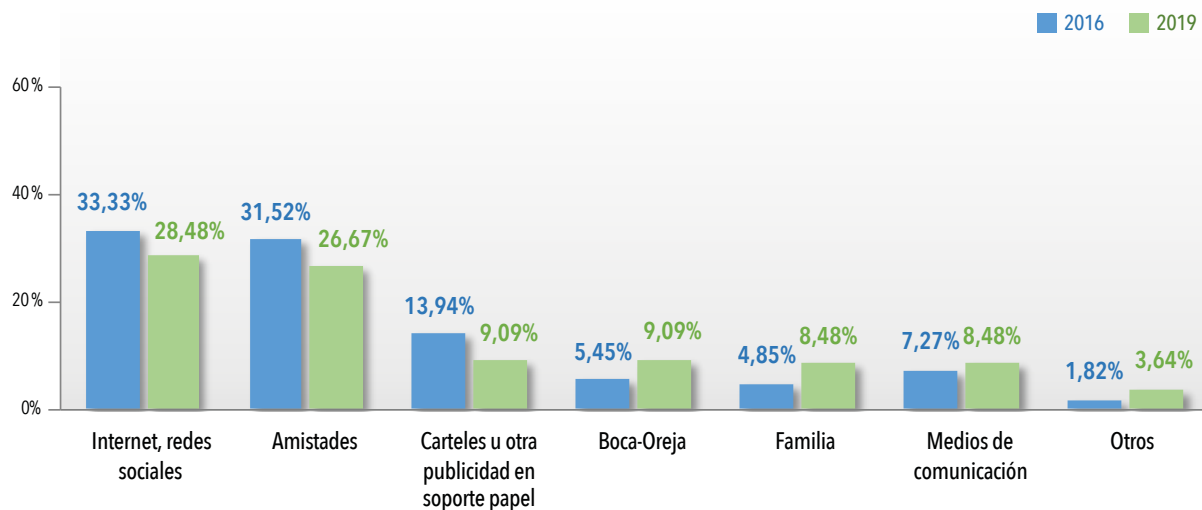
Base: Solo personas que participan culturalmente en euskera.

<sup>8</sup> De hecho, muchas de las diferencias caerían dentro de los márgenes de error de cualquier estudio con una muestra aleatoria y representativa.

Los factores relacionados con la oferta, sea calidad o cantidad, se sitúan por detrás. A pesar de ello, muestran una ligera tendencia a ser más valorados. Esto indicaría un público que paulatinamente es más exigente.

En cuanto a los canales principales por los que se tiene conocimiento de la actividad cultural en euskera destacan Internet y las redes sociales y las amistades (Gráfico 17).

Gráfico 17. **Canales de información acerca de la oferta cultural en euskera**



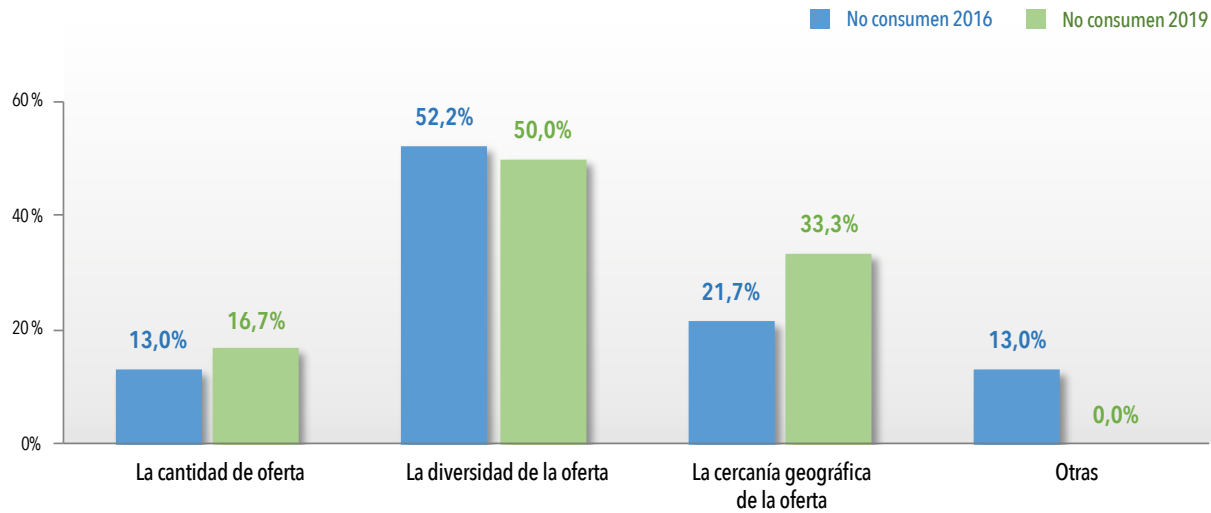
Base: Solo personas que participan culturalmente en euskera.

Si se consideran conjuntamente las amistades, el boca-oreja y la familia como canales informales, por un lado, y Internet y otros medios publicitarios como canales formales, por el otro, en 2016 los canales informales suman un 41,82% y en 2019 un 44,24% y los formales un 54,55% en 2016 y un 46,06% en 2019. Por tanto, la tendencia apunta a un fortalecimiento de los canales informales.

Finalmente, con relación a los aspectos que en opinión de las personas que conforman el Panel se deben reforzar de la oferta cultural en euskera, destaca en general la diversidad de la oferta (cerca del 50%). En este caso se diferencia entre distintos perfiles de consumidores (no público, público ocasional y público regular). Entre el no público adquiere importancia la cercanía geográfica, especialmente respecto los resultados de 2016m ascendiendo al 33% y quedando la cantidad de oferta en última posición con casi un 17% (Gráfico 18).

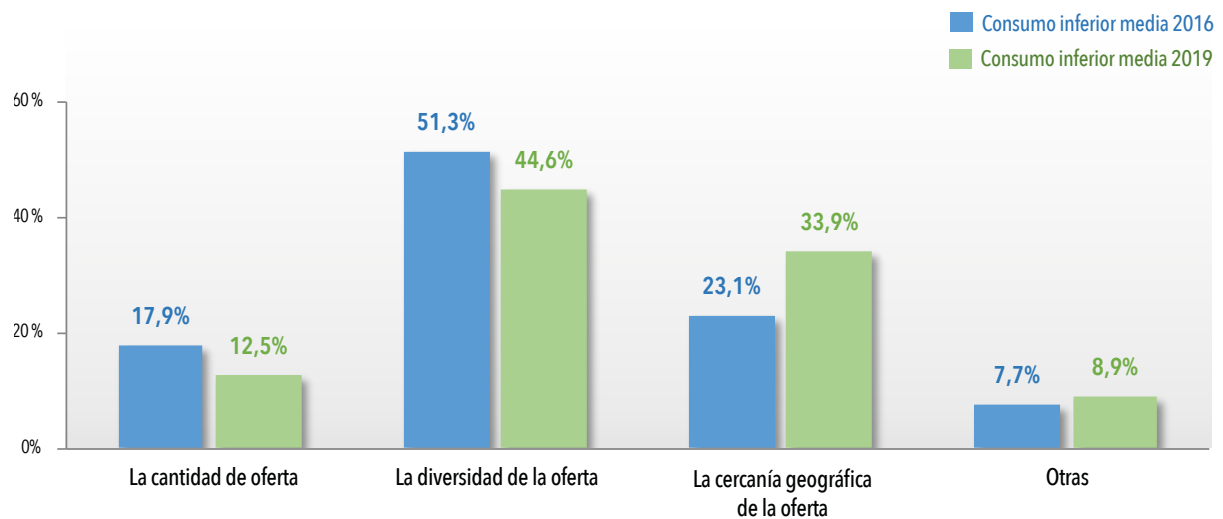


Gráfico 18. Aspectos que se deben reforzar según las personas que no participan culturalmente en euskera



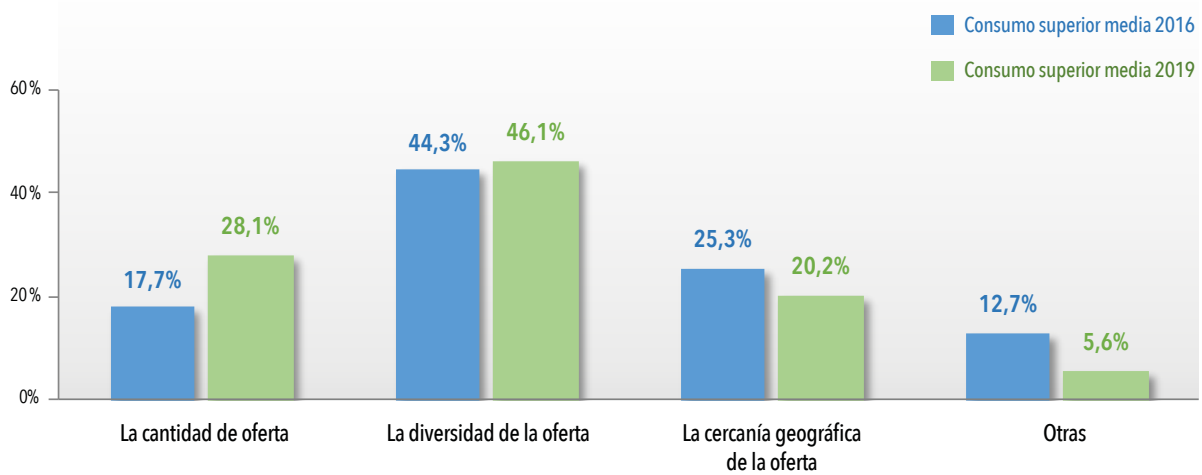
Entre el público ocasional, la cercanía mantiene un peso y tendencia similar al del no público (asciende respecto 2016 y pasa al 34%) pero pierde algo de peso la diversidad de la oferta (Gráfico 19).

Gráfico 19. Aspectos que se deben reforzar según las personas que participan culturalmente en euskera por debajo de la media



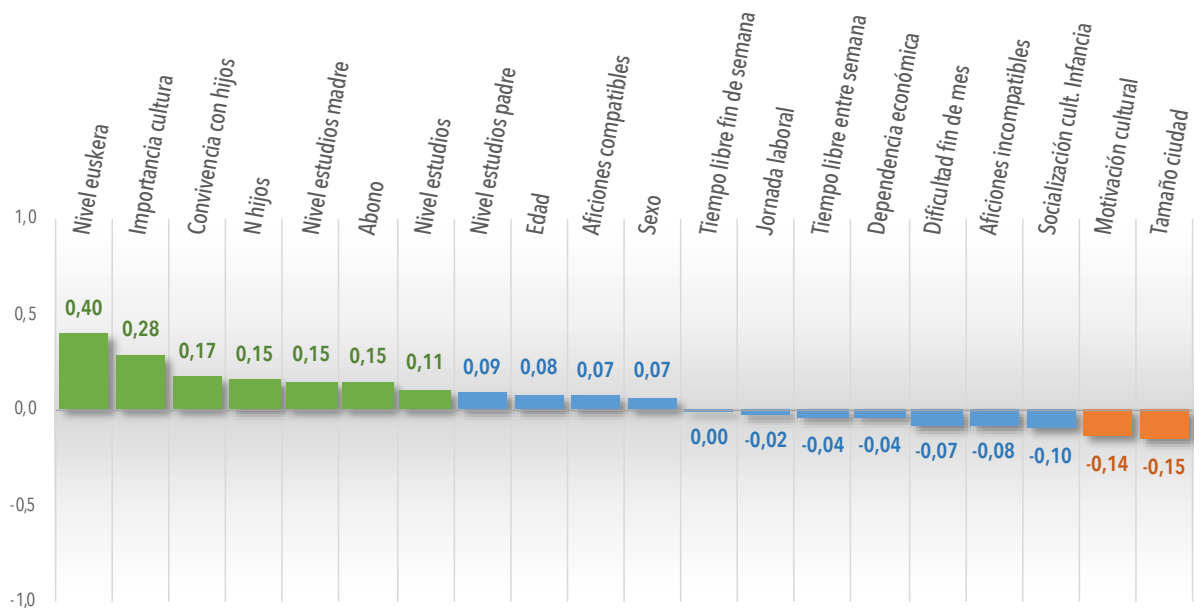
Finalmente, entre el público regular, gana peso tanto respecto como 2016 como respecto al resto de segmentos la cuestión de la cantidad de la oferta, que asciende en 2019 al 28%, mientras la importancia de la cercanía se queda en un 20,2% (Gráfico 20).

**Gráfico 20. Aspectos que se deben reforzar según las personas que participan culturalmente en euskera por encima de la media**



Finalmente, el siguiente gráfico muestra la asociación de distintas variables con el nivel de participación cultural en euskera (Gráfico 21).

**Gráfico 21. Asociación de factores con la participación cultural en euskera (Coeficientes de correlación)**



El nivel de euskera destaca obviamente por encima de los demás, identificando la barrera (u oportunidad, según el caso) lingüística. Le sigue, con una asociación positiva, la importancia que para cada persona tiene realizar actividades culturales.

A diferencia del apartado anterior, en este caso los resultados no tienen una naturaleza longitudinal, y destacan el hecho de tener y convivir con hijos (la extensión del aprendizaje infantil y juvenil estaría, por tanto, podría estar fomentando la participación en euskera de sus mayores), el nivel de estudios de la madre, el nivel de estudios propio y estar abonado a la realización de alguna práctica cultural.

El nivel de estudios de la madre destaca con un efecto más relevante que el del padre, y el efecto de haber sido altamente socializado en un entorno cultural en la infancia no parece jugar un papel relevante en el caso de la participación en euskera.

Los municipios mayores se asocian negativamente con la participación cultural en euskera, en sintonía con los resultados conocidos de penetración del idioma en distintos territorios y dimensiones municipales.

Finalmente, se observa la asociación negativa de las motivaciones propiamente culturales y simbólicas (conocimiento y autorrealización). Toman importancia, por tanto, las de socialización y entretenimiento. Esto concuerda en parte con los mismos motivos que daban las personas que realizan actividades culturales en euskera, donde destaca el hecho de tener personas cercanas con quién realizarlas.

## Conclusión

Los datos muestran la tendencia al mantenimiento del nivel de actividad cultural en euskera en el período 2016-2019. También se mantiene la posición en el *ranking* de incidencia de distintas actividades.

De forma interesante, destaca el efecto positivo de tener hijos y/o convivir con ellos en la participación cultural en euskera.

Entre los motivos, destacan el compromiso con el propio idioma y la comodidad con este y las personas cercanas con quién realizar las actividades (también destaca una motivación más tendiente a la socialización que a la autorrealización y el conocimiento cultural en el análisis de correlaciones). Si bien destacan muy por encima, ganan peso la calidad y cantidad de oferta, apuntando al posible desarrollo de un público más exigente, que da mayor importancia a aspectos de la oferta.

Entre los aspectos a reforzar de la oferta cultural en euskera, en 2019 la diversidad destaca para todos los perfiles, pero para los que realizan un consumo inferior a la media apuntan la falta de oferta cercana como unos de los aspectos a reforzar. Por el contrario, los que realizan un consumo superior a la media, citan más la cantidad de oferta; por lo que podría inferirse que en algunos casos se ha cubierto mejor la oferta cercana y la demanda ha pasado a ser en relación con la cantidad.

Finalmente, entre los canales de información de los participantes en euskera, destaca, primero, el gran peso que en conjunto también tienen los canales informales (cerca de la mitad se informan por estos). Entre los canales formales destaca Internet y las redes sociales, y entre los informales las amistades. Funcionan, por tanto, canales alternativos de información que deben reforzarse mutuamente.

El sexto informe del Panel de Hábitos Culturales del OVC/KEB ha sintetizado las trayectorias de cambio entre el histórico de oleadas realizadas y la percepción subjetiva del cambio en cada una de ellas. En este aspecto los datos reflejan la naturaleza de cada modo de participación cultural. Una distinción útil y necesaria que se puede fundamentar teóricamente, a pesar de que, como muestran los datos, la percepción subjetiva únicamente considere como participación cultural solo la participación en actividades receptivas.

La participación creativa muestra una naturaleza robusta, con más dependencia del camino (los que la practican siguen practicándola, y los que no, no) y menores fluctuaciones. Por el contrario, la participación digital muestra una naturaleza más flexible, mucho más fluctuante. La participación receptiva se encuentra, en este sentido, en una posición intermedia: ni tan robusta como la creativa, ni tan fluctuante como la digital.

Esta realidad que revelan en un primer momento los datos de trayectorias queda reforzada por los resultados del análisis de los condicionantes del cambio de cada modo de participación. En cada modo actúan distintos condicionantes y, en algunos casos, incluso con efectos distintos.

Antes de subrayar los resultados más relevantes de este análisis, es necesario destacar que en este sexto informe se ha optado por iniciar una nueva estrategia de investigación (testada, en parte, en la anterior oleada). Se trata de construir una base de datos acumulativa, que refleje el histórico de cambios por pares de oleadas. De esta forma, se crea una base de datos que no actúa como registro de personas, sino de fenómenos. Es una muestra de cambios, en los factores y en la participación cultural. Su naturaleza acumulativa permite ganar en rigor y capacidad para generar certezas: los hallazgos se respaldan en el histórico de todas las oleadas, en una mayor evidencia. A pesar del camino recorrido, en algunos casos el número de eventos registrado es aún muy bajo (como tener hijos o cambiar de ciudad), pero mínimo para inaugurar esta nueva estrategia de investigación.

Volviendo a los resultados obtenidos, ante los cuáles siempre hay que recordar que se trata con una muestra de personas con una participación cultural mínima de partida (no hay en la muestra, por tanto, público desinteresado o no público), destaca principalmente que:

- Tener hijos se revela como uno de los factores más relevantes con una afectación negativa en la participación cultural, sea cual sea el modo de participación que se considera. Está especialmente asociado con la participación creativa: el cuidado de hijos exige una gran cantidad de tiempo, de manera que parece razonable que la participación creativa, más exigente a nivel de tiempo por su naturaleza, sea la más afectada.
- La importancia que se otorga a nivel personal a la realización de actividades culturales es muy relevante en la participación creativa y receptiva. Tras esta dinámica puede existir un mecanismo de refuerzo a partir del cual cuánto más se participa más se valora y poco a poco la participación cultural y el valor de esta se interioriza en la identidad de las personas, de las creencias y las acciones que las definen. Adicionalmente, los resultados refuerzan la idea que la participación digital, en especial, queda fuera del imaginario colectivo de lo que significa participar culturalmente.

- Por cómo están construidas cada una de las variables, los resultados relativos al nivel de ingresos, a la percepción de dificultades para llegar a fin de mes, a las situaciones de dependencia económica (estar fuera del mercado laboral) y a la jornada laboral se deben interpretar a partir de las relaciones entre ellas. Si bien la jornada laboral implica menos tiempo disponible (factor con afectación teórica negativa) implica a la par más dinero disponible (factor con afectación teórica positiva). El aumento de la jornada laboral, de hecho, se asocia positivamente, y de forma remarcable, con todos los modos de participación. Menos ingresos debería suponer menos participación, pero también puede significar más tiempo libre: la dependencia económica se asocia positivamente con la participación creativa, por ejemplo, y los ingresos negativamente. La participación creativa parecería, así, una estrategia para formarse, desarrollarse o simplemente mantener la actividad en situaciones de desempleo.
- Los resultados relativos al traslado a municipios de mayor dimensión, que indican un efecto negativo especialmente en la participación creativa, aunque también en la receptiva y, finalmente, en la digital, apuntan a la reflexión acerca de los distintos procesos de cambio de hábitos culturales. Si bien en municipios mayores puede existir mayor oferta (algo que una buena red de equipamientos y agentes puede mitigar), el cambio a una nueva ciudad implica un proceso de adaptación. En el corto plazo, por tanto, parece razonable observar descensos importantes de la participación. En el caso específico de la participación creativa, que es la más afectada en estos casos, los datos parecen apuntar al hecho que tras esta existen lazos y redes sociales que forman parte de los motivos por los que se realiza, una interpretación que refuerza los resultados relativos a la motivación cultural (o social).

En último lugar esta oleada del Panel ha incluido un bloque coyuntural sobre participación en euskera. En la segunda oleada (2016) ya se incluyó, de manera que se han ofrecido datos comparativos. Por su naturaleza, los datos del Panel no son extrapolables en cuestiones poblacionales, pero sirven para explorar tendencias. En este sentido se observa el peso de los canales informales de información en la participación en euskera (amigos, boca-oreja...) y el peso que tienen el compromiso con el propio idioma y el hecho de tener personas cercanas con quién realizar las actividades.

El análisis de la asociación de distintos factores con la participación euskera ha mostrado efectivamente que existe una motivación más bien social que puramente cultural. También destaca, de entre los resultados, que tener hijos se asocia favorablemente con participar más en euskera, indicando un posible proceso por el cual el aprendizaje del idioma entre población infantil y juvenil fomenta también la participación de mayores.

Por último, diferenciando los tipos de público (no público, ocasional y regular) en euskera, destaca que para todos ellos la diversidad de la oferta es clave, pero el no público y el público ocasional reclaman más oferta cercana y el público regular más cantidad.

## ANEXO 1. Tablas adicionales

Tabla anexo 1. **Media de la participación receptiva de partida (en la oleada 5) de cada trayectoria de cambio**

	Media
Descenso pronunciado	0,3882
Descenso moderado	0,3177
Mantenimiento	0,2542
Aumento moderado	0,2405
Aumento pronunciado	0,1467
<b>Total</b>	<b>0,2728</b>

Tabla anexo 2. **Comparativa del número de actividades artísticas amateur realizadas en las Oleadas 5 y 6**

	Porcentajes Oleada 5	Porcentajes Oleada 6
Ninguna actividad	53,6	56,2
1 actividad	29,9	27,8
2 actividades	8,8	8,2
3 actividades	4,6	3,6
4 actividades	2,6	2,6
5 o más actividades	0,5	1,5

Tabla anexo 3. **Media de la participación digital de partida (en la oleada 5) de cada trayectoria de cambio**

	<b>Media</b>
Descenso pronunciado	0,5011
Descenso moderado	0,4820
Mantenimiento	0,3357
Aumento moderado	0,2531
Aumento pronunciado	0,2193
<b>Total</b>	<b>0,3258</b>

## ANEXO 2. Codificación de las variables

Variable y referencia cuestionario	Descripción
Edad G2	Se trata de una variable continua construida a partir del año de nacimiento. Hay que recordar que la muestra abarca individuos de los 18 a los 39.
Sexo G1	Se trata de una variable binaria donde el 0 identifica al hombre y el 1 la mujer.
Tamaño del municipio G5	Diferencia entre 4 categorías: 1. <5000 2. 5000 a 20000 3. >2000 4. Capitales
Vivir con hijos G6a	Se construye a partir de la recodificación de la variable G6 entre aquellas categorías que manifiestan vivir con hijos (categoría 1) y las que no (categoría 0). Se trata de una aproximación al hecho de tener hijos a través de la variable de formas de convivencia. * Utilizada solo hasta la oleada 3
Tener hijos G6b	Pregunta directa sobre el número de hijos. * Incorporada en la oleada 3
Nivel de estudios terminados G7	Formada por un total de 8 categorías de menor a mayor nivel de estudios terminado.
Idioma G10	Indica el idioma con el que se expresa más cómodamente y pasa del euskera (1) al castellano (3) pasando por la categoría «ambos» (2). Se elimina la opción otros (solo 1 caso).
Acceso a un salario/trabajo G12	Se construye recodificando la variable G12 en 2 grandes grupos: dependientes (Codificada con un 1: estudiantes, parados e incapacitados permanentemente) e independientes económicamente (Codificada con un 0: trabajadores por cuenta propia o ajena).
Ingresos G14a	6 tramos de ingresos mensuales desde sin ingresos hasta más de 2000.
Dificultad económica subjetiva G14b	Del 1 al 10, capta de menos a más las dificultades para llegar a fin de mes.

.../...



.../...

Variable y referencia cuestionario	Descripción
Capital cultural heredado	<p>Se construye sumando las siguientes variables, estandarizando su medida y escalándolas de 0 a 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros en casa en la infancia</li> <li>• Instrumentos musicales en la infancia</li> <li>• Grabador de CD, radio, equipo de música o de discos vinilo en la infancia</li> <li>• Prensa escrita en casa en la infancia</li> <li>• Asistencia a museos o galerías, teatro, espectáculos, danza, conciertos, bibliotecas o cine en la infancia</li> <li>• Prácticas culturales en la infancia: leer, dibujar, escribir historias, tocar música</li> </ul> <p>Las variables de frecuencia están formadas por 5 categorías: Ninguna vez, una vez, dos veces, entre 3 y 5 veces y más de 5 veces. Cada nivel se escala para dar lugar a valores entre 0 y 1.</p> <p>Las otras variables son resultados de la recodificación según niveles de consumo entre 0 y 1.</p>
Nivel estudios madre y padre G15a y G15b	<p>Igual que la variable Nivel de estudios.</p> <p>No se contempla de forma sistemática dado que en la oleada 1 se pudo observar que su efecto era sobre todo indirecto a través del capital cultural heredado.</p>
Tiempo libre G22 G23	<p>Del 1 (poco tiempo libre) al 4 (mucho) mide el tiempo libre entre semana (G22) o el fin de semana (G23).</p>
Importancia de la actividad cultural G24	<p>Mide en una escala del 1 al 10 la importancia que tiene para el individuo la participación en actividades culturales.</p>
Motivación cultural principal G27	<p>Se miden las distintas motivaciones hacia el consumo cultural:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estimular nuevas sensaciones, salir de la rutina (Emocional)</li> <li>2. Mejorar mi conocimiento (Cultural)</li> <li>3. Autorealización. Satisfacer mis intereses y necesidades personales (Simbólica)</li> <li>4. Compartir la experiencia, relacionarme con mi gente (Social)</li> </ol> <p>Se dicotomiza recodificando conjuntamente las necesidades sociales y emocionales (1) y las simbólicas y culturales (2).</p>
Aficiones y ocupaciones alternativas G29	<p>Se trata de una escala que varía de 0 a 1 (de menos a más) construido a partir del tiempo dedicado a otras aficiones u ocupaciones.</p> <p>Incompatibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Deporte</li> <li>• Videojuegos</li> <li>• Tareas de casa</li> </ul> <p>Compatibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomía</li> <li>• Turismo</li> <li>• Amistades</li> </ul>

.../...

.../...

Variable y referencia cuestionario	Descripción
Asociacionismo G54	Recoge información acerca de la participación en alguna asociación cultural: 1. Ninguna 2. Una 3. Más de una
Abono cultural G44	Recoge información acerca de la tenencia de un abono cultural para alguna actividad/equipamiento o no: 0. No 1. Sí
Trayectoria subjetiva	Recoge la trayectoria de evolución autopercebida por el propio encuestado respecto la anterior oleada. Se refiere al nivel de participación en general. Tiene 3 categorías: He descendido v, he mantenido y he aumentado mi participación cultural.
Razones subjetivas (Selección múltiple + motivo principal)	Se trata de un listado de motivos relacionados con la evolución de la participación cultural entre oleadas. Se pregunta en referencia a la trayectoria autopercebida. Los individuos no solo seleccionan de forma múltiple las distintas razones que perciben como importantes sino también la principal razón a su parecer.
Participación creativa	Se trata de un índice que de 0 a 1 (menos a más) mide la cantidad de distintas prácticas culturales que se practican. Todas ellas tienen el mismo peso. Se trata de variables dicotómicas. Las variables/prácticas que forman parte del índice son: <ul style="list-style-type: none"><li>• Escribir</li><li>• Pintar</li><li>• Artes plásticas</li><li>• Fotografía * En la oleada 2 no se incluye dado que esta variable tomó un porcentaje anómalo que sesgaba la interpretación</li><li>• Vídeo</li><li>• Audiovisual</li><li>• Bertsolaris</li><li>• Teatro</li><li>• Danza</li><li>• Música</li><li>• Otros</li></ul>

.../...

.../...

Variable y referencia cuestionario	Descripción
Participación receptiva	<p>Se trata de un índice que de 0 a 1 (menos a más) mide la intensidad de consumo a partir de distintas variables que tienen el mismo peso en el índice.</p> <p>Se trata de las siguientes variables:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Número de libros leídos</li><li>• Número de conciertos atendidos</li><li>• Frecuencia de asistencia al cine</li><li>• Frecuencia de asistencia a espectáculos</li><li>• Frecuencia de asistencia a exposiciones</li></ul> <p>Las variables de frecuencia están formadas por 5 categorías: Ninguna vez, una vez, dos veces, entre 3 y 5 veces y más de 5 veces. Cada nivel se escala para dar lugar a valores entre 0 y 1.</p> <p>Las otras variables son resultados de la recodificación según niveles de consumo entre 0 y 1.</p>
Diversidad del consumo/  Omnivorismo cultural	<p>Se trata de un índice que de 0 a 1 (menos a más) mide la Diversidad de consumo a partir de distintas variables que tienen el mismo peso en el índice. Se trata de variables dicotómicas (sí/no).</p> <p>Se trata de las siguientes variables:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Cine</li><li>• Libros</li><li>• Conciertos</li><li>• Exposiciones</li><li>• Circo</li><li>• Teatro infantil</li><li>• Teatro</li><li>• Danza</li><li>• Musical</li><li>• Bertsolaris</li><li>• Magia</li><li>• Festival literario</li><li>• Ópera</li></ul>
Participación digital	<p>Se trata de un índice que a partir de variables dicotómicas (sí/no) mide el consumo digital entre 0 y 1 (menos a más) a partir de las siguientes variables:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Escuchar o descargar música de internet</li><li>• Leer o descargar libros de internet</li><li>• Ver series, películas o videos por internet</li><li>• Ver espectáculos a través de internet</li><li>• Ver conciertos por internet</li><li>• Ver exposiciones por internet</li><li>• Acceder a la biblioteca por internet</li></ul>

.../...

.../...

<b>Variable y referencia cuestionario</b>	<b>Descripción</b>
Trayectoria objetiva (Diferencia entre oleadas continua)	Se calcula para el caso de la participación receptiva, creativa y digital. Equivale al resultado de restar el resultado de las escalas de una oleada con el de la anterior oleada. El proceso se detalla en el apartado correspondiente.
Trayectoria objetiva (Diferencia entre oleadas categórica)	La diferencia entre oleadas (Continua) se recodifica en 5 categorías: Ascenso (pronunciado o moderado), mantenimiento y descenso (pronunciado o moderado). El proceso se detalla en el apartado correspondiente.