



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



2025

Segmentación de públicos: patrones y perfiles de participación cultural en la CAE

Análisis de resultados de la Encuesta
de Participación Cultural 2024



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

Segmentación de públicos: patrones y perfiles de participación cultural en la CAE

Análisis de resultados de la Encuesta de Participación Cultural 2024

> Presentación

- 1. Introducción
- 2. Claves conceptuales y metodológica

> Públicos de la CAE: visión general

- 3. Grupos y niveles de participación

> En detalle: cómo se participa y quiénes son

- 4. Cómo se participa: patrones de participación cultural
 - > 4.1 Omnivorismo voraz
 - > 4.2 Omnivorismo relajado
 - > 4.3 Activos y conectados
 - > 4.4 Consumo clásico medio
 - > 4.5 Participación analógica ocasional
 - > 4.6 Solo digital receptivo
 - > 4.7 No-público

5. Quiénes son: perfil sociológico

- > 5.1 Capital cultural heredado
- > 5.2 Perfil sociodemográfico
- > 5.3 Condición socioeconómica
- > 5.4 Dimensión psicológica: barreras, valores y motivaciones
- > 5.5 Otras aficiones y obligaciones

> Síntesis y conclusión

- 6. Ficha de cada perfil
- 7. Interpretación global de los resultados
- 8. Recapitulación: aspectos destacados

> Anexo

- 9. Ficha de la encuesta
- 10. Metodología

Asistencia técnica:
ICC – TEKNECULTURA UTE

Diseño y maqueta:
DIAGONAL 360°

**KULTURAREN EUSKAL
BEHATOKIA**
OBSERVATORIO VASCO DE LA
CULTURA

Donostia-San Sebastián kalea, 1
01010 Vitoria-Gasteiz - Álava
T. 945 016 947
kulturabehatokia@euskadi.eus

Presentación

1. Introducción

La realización de una gran encuesta de participación cultural permite obtener una fotografía general del comportamiento y las opiniones de la población en un ámbito de gran relevancia social como es la cultura. Unas prácticas sociales que, a grandes rasgos, son clave para el desarrollo personal pero también para el desarrollo social.

Conocer en profundidad los patrones de participación, las motivaciones y los factores de dificultad que enfrentan las personas en su acceso a la cultura nos ayuda a identificar áreas de mejora y oportunidades de actuación. Además, este tipo de estudios permite detectar desigualdades y brechas de acceso que deben abordarse para garantizar una oferta cultural más inclusiva y accesible.

Por este motivo la Encuesta de Participación Cultural de la CAE es una operación estratégica del Observatorio Vasco de la Cultura. De la misma forma lo es el presente informe que, dentro de todas las posibilidades que ofrecen los datos, se orienta concretamente a detectar patrones y perfiles de participación cultural.

¿Qué tipo de patrones de participación cultural existen en la CAE? ¿Cómo son las personas que desarrollan estos patrones?

Estas son las preguntas básicas de investigación con el objetivo de profundizar en el conocimiento de los públicos desde una mirada poblacional, relevante para la orientación y diseño de las políticas obteniendo una mirada de conjunto de toda la ciudadanía.

Para este objetivo, el presente informe presenta, en primer lugar, las claves conceptuales y metodológicas para una lectura bien informada de los resultados. En segundo lugar, el bloque principal presenta tanto los patrones de participación detectados como la caracterización de las personas que se agrupan en estos patrones. Es la parte principal del trabajo y, en última instancia, se cierra con una síntesis e interpretación global de los resultados junto con un breve apartado final con lo más destacado.

2. Claves conceptuales y metodológicas

La segmentación de públicos culturales de la CAE realizada se apoya en la aplicación de la técnica del [Análisis de Clases Latentes](#)¹ a los datos de la Encuesta de Participación Cultural en la CAE 2024. Los grupos, segmentos o patrones detectados (clases latentes) surgen del procesamiento de un total de 15 variables de participación cultural.

Se consideran 10 variables de participación receptiva, 2 de participación activa y 3 de participación digital. En el caso de la participación activa y digital, dada la naturaleza de las actividades, se opta por la agrupación de todas las variables en una sola escala, diferenciando por tipos (en la tabla 1 se ofrece un resumen, que puede ampliarse en el anexo con mayor detalle

de las variables que conforman las escalas de prácticas artísticas amateur y digitales). Un algoritmo genera los grupos de público agrupando las personas que muestran un patrón similar de participación cultural en el conjunto de las variables estudiadas.

Un primer valor añadido de este ejercicio es que se observa directamente el comportamiento cultural y, a partir de este, se configuran los grupos. Es decir, no se constituyen grupos demográficos (edad, sexo, lugar de residencia...), sino directamente culturales (qué prácticas realizan y con qué intensidad). Las variables demográficas o las sociales (ingresos, nivel de estudios...) sirven en un segundo paso como caracterización.

Como se ha reseñado en [estudios anteriores del propio Observatorio Vasco de la Cultura](#)², tanto las variables explicativas tradicionales como las formas de participación han cambiado, planteando

un reto a las aproximaciones habituales. El ejercicio realizado parte tanto del reconocimiento de las diversas formas de participación cultural como de las [críticas a las limitaciones de las segmentaciones basadas en datos demográficos](#) de los últimos años³.

1 Si bien la información metodológica se amplía en el anexo, los interesados pueden conocer la técnica atendiendo al manual de aplicación en R:

<https://cran.r-project.org/web/packages/poLCA/poLCA.pdf> (consultado en febrero de 2025)

2 Observatorio Vasco de la Cultura (2019) "[Participación cultural en Euskal Herria: modos, causas e impactos](#)", Observatorio Vasco de la Cultura, Gobierno Vasco.

3 Hadley, S., Johanson, K., Walmsley, B., & Torreggiani, A. (2019) "[Reflections on Audience Data and Research](#)". Cultural Trends, 28(2-3), 81-85.

Tabla 1. Resumen de las variables utilizadas para la construcción de los patrones o grupos de participación cultural

Modo	Ámbito	Categorías
Receptivo	Teatro	- Nunca - Frecuencia baja (1-3) - Frecuencia media (4-6) - Frecuencia alta (7+)
	Danza	- Nunca - Frecuencia baja (1-3) - Frecuencia media (4-6) - Frecuencia alta (7+)
	Conciertos	- Nunca - Frecuencia baja (1-3) - Frecuencia media (4-6) - Frecuencia alta (7+)
	Cine	- Nunca - Frecuencia baja (1-3) - Frecuencia media (4-6) - Frecuencia alta (7+)
	Biblioteca	- Nunca - Frecuencia baja (1-3) - Frecuencia media (4-6) - Frecuencia alta (7+)
	Biblioteca-Otras actividades	- Nunca - Una o más veces
	Lectura	- Ningún libro - Frecuencia baja (1-3) - Frecuencia media (4-6) - Frecuencia alta (7+)
	Conferencias	- Nunca - Frecuencia baja (1-3) - Frecuencia media (4-6) - Frecuencia alta (7+)
	Museos	- Nunca - Frecuencia baja (1-3) - Frecuencia media (4-6) - Frecuencia alta (7+)
	Galerías de arte	- Nunca - Frecuencia baja (1-3) - Frecuencia media (4-6) - Frecuencia alta (7+)
Activo	Asociacionismo	- En ninguna asociación - En una - En más de una
	Prácticas artísticas amateur (inintensidad)	- Ninguna - Intensidad baja - Intensidad media - Intensidad alta
Digital	Prácticas digitales receptivas clásicas	- Ninguna - Un tipo - Dos tipos - Tres tipos o más
	Prácticas digitales receptivas “nativas”	- Ninguna - Un tipo - Dos tipos - Tres tipos o más
	Prácticas digitales activas	- Ninguna - Un tipo - Dos tipos - Tres tipos o más

Fuente: Elaboración propia

De hecho, si bien es posible identificar el efecto de determinantes sociológicos, este informe es una muestra de la fluidez con la que diferentes perfiles demográficos y sociales se ubican en distintos segmentos de público a pesar de compartir estas características.

Un segundo hecho que permite comprender mejor el ejercicio realizado y su valor es que es el propio algoritmo el que reconoce y propone patrones, de manera que no se impone ninguna idea o criterio previo al surgimiento de los grupos⁴.

Como se observa en la tabla 1, el ejercicio diferencia entre intensidad de las prácticas y tipo de prácticas, y ello permite captar mejor la diversidad de formas de realizar (o no) actividades artísticas y culturales.

Una vez presentados los segmentos o grupos de público cultural, se caracterizan sociológicamente con una batería de variables vinculadas a la dimensión de capital cultural heredado, sociodemográficas, socioeconómicas,

⁴ A pesar de ello, la selección del número de grupos y su interpretación es siempre un ejercicio conceptual orientado a constituir grupos que tengan sentido teórico y que sean relevantes a nivel informativo.

psicológicas y otras circunstancias y preferencias vitales (aficiones distintas a la cultura y obligaciones). En este caso se utilizan las siguientes:

— **Capital cultural heredado**

- Infancia con participación cultural activa
- Infancia con participación cultural receptiva
- Nivel de estudio del progenitor

— **Perfil sociodemográfico**

- Tramo de edad
- Tamaño de la ciudad de residencia
- Sexo
- Número de hijos menores
- Origen de nacimiento

— **Condición socioeconómica**

- Nivel de estudios
- Dificultad para llegar a fin de mes
- Ingresos mensuales en el hogar
- Beneficiarios de prestaciones

— **Dimensión psicológica (barreras, valores y motivaciones)**

- Valor personal del arte/cultura
- Barrera psicológica
- Barrera de conocimiento
- Nivel de información cultural

- Barrera de la oferta existente en el entorno
- Barrera económica/de precio
- Tipo de motivación hacia la participación cultural

— **Otras aficiones y obligaciones**

- Otras aficiones
 - Hacer deporte y actividad física
 - Cocinar como pasatiempo
 - Ver deporte o asistir a eventos deportivos
 - Pasear y/o hacer comprar
 - Pasar tiempo en bares y restaurantes
 - Streamers / Youtubers / Videojuegos
 - Navegar por Internet y redes sociales
 - Ver la televisión
- Obligaciones
 - Dedicación a tiempo laboral
 - Dedicación a tiempo de estudio
 - Dedicación a tiempo doméstico/ de cuidados
 - Dedicación a tiempo de voluntariado

En la caracterización de los grupos, un hecho relevante es la observación de

factores que no se relacionan de forma lineal con los grupos (se puede profundizar en ello en el apartado [5 Perfil sociológico](#)). Esto es natural, y confirma que los grupos no solo participan más o menos (lo que implicaría una relación lineal entre una variable y otra), sino que participan de forma diferente (no es solo una cuestión de cantidad o volumen, sino de tipo o forma).

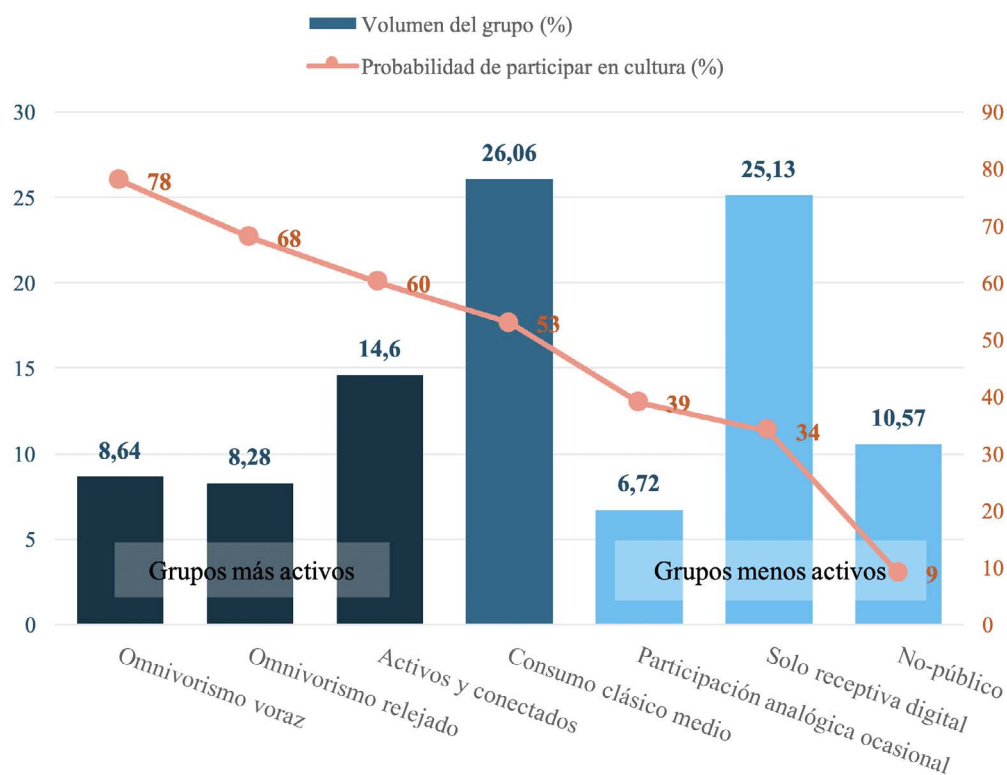
La observación de este hecho añade argumentos a la necesidad de concebir la participación cultural de una forma más amplia a la tradicional y típicamente institucional: más allá de las actividades típicas de participación receptiva presencial como ir al teatro, al cine, a conciertos, museos, leer...

Si bien para la presentación de resultados se usaran medidas bivariantes (diferencias de cada grupo respecto a la media, apartado [5 Perfil sociológico](#)), se han aplicado también técnicas explicativas multivariantes como la regresión logística multinomial para una mejor comprensión global de lo observado (que se puede consultar en el [anexo metodológico](#)).

Públicos de la CAE: visión general

3. Grupos y niveles de participación

Gráfico 1. Distribución de la población por patrones de participación cultural (Resumen de los siete perfiles según nivel global de participación)



Fuente: Elaboración propia con resultados elaborados de la Encuesta de Participación Cultural en la CAE 2024

Es posible dividir el conjunto de la población mayor de 15 años de Euskadi en 7 patrones o grupos de participación cultural atendiendo al nivel y el modo de participación cultural. Aunque los datos permiten diferenciar el nivel de cada práctica concreta, en esta mirada general (gráfico 1) se ofrece un promedio global que se entiende como “probabilidad de participar en cultura”. La combinación de ambas miradas permite una caracterización con etiquetas cualitativas y a su vez una ordenación de los patrones desde los de participación más intensa a aquellos casi al margen de toda actividad cultural.

Partiendo de esta mirada global, combinando ambos datos, cabe apuntar primero que hay una gran heterogeneidad. La población es muy diversa en lo que respecta a la participación cultural y, como se verá en el apartado que entra en

detalle, no es posible realizar afirmaciones categóricas al respecto.

Así, destaca primero un pequeño grupo tanto en el extremo activo como en el inactivo. En el centro hay un conjunto amplio de grises donde, como se verá más adelante, no todo se trata del nivel de participación sino también del modo.

En estos patrones intermedios destaca un grupo central que es el más voluminoso y con una participación intermedia. Entre el resto, la distribución tiende hacia la derecha por la existencia de un gran grupo amplio que básicamente participa a nivel digital receptivo.

Así, los tres grupos más activos suman un 31,52% y los tres menos activos un 42,42%. Hay que tener en cuenta que el grupo etiquetado como No-público muestra alguna leve probabilidad para distintas actividades, pero son más bien bajas y puntuales y tiene sentido utilizar la etiqueta a pesar de lo categórica que resulta.

En detalle: cómo se participa y quiénes son

4. Cómo se participa: patrones de participación cultural

En este apartado profundizamos en la descripción de cada patrón o grupo de participación cultural, entendiendo qué prácticas les caracterizan y con qué intensidad las realizan.

	Participación receptiva	Participación activa	Participación digital
Omnivorismo voraz Muy alta participación en todas las actividades culturales, tanto receptivas como activas.	- Asistencia muy destacada a teatro, conciertos y cine. - Uso muy frecuente de bibliotecas y lectura muy intensa. - Asistencia frecuente a danza, museos y galerías de arte.	Alta implicación en asociacionismo y prácticas artísticas amateur.	Muy activos en prácticas digitales receptivas y activas.
Omnivorismo relajado Participación cultural muy elevada, pero con un grado inferior que los voraces.	- Frecuencia muy intensa de lectura y uso de bibliotecas más allá del préstamo de libros (asistencia a actividades) - Asistencia con intensidad media a teatro, cine, conciertos y museos. - Intensidad baja en danza, conferencias y galerías de arte.	Asociacionismo y prácticas artísticas amateur importantes, pero no destacadas.	Elevada realización de prácticas digitales, sobre todo en formato receptivo.
Activos y conectados Participación media y equilibrada entre lo presencial y analógico y lo digital.	- Intensidad variable de lectura dentro del grupo. - Frecuencia puntual en teatro y museos.	Inclinación destacada hacia la realización de prácticas artísticas amateur y el asociacionismo.	Plenamente digitales (de lo receptivo a lo activo y de lo más tradicional a lo más moderno).
Consumo clásico medio Participación ocasional centrada en lo presencial y lo más habitual.	- Consumo presencial basado en conciertos, cine y teatro. - Destacan las visitas puntuales a los museos. - Lectores con intensidad variable.	- Niveles bajos pero existentes de prácticas artísticas y actividades digitales activas. - Asociacionismo prácticamente nulo.	Prácticas digitales extendidas solo entre las receptivas.
Participación analógica ocasional Participación cultural de intensidad baja y centrada en lo analógico.	- Participación cultural de intensidad baja y centrada en lo analógico/presencial. - Lectura poco frecuente.	Poca implicación en prácticas artísticas amateurs y actividad asociativa.	Prácticas digitales anecdóticas.
Solo digital receptivo Frecuencia intensa de uso de medios digitales para la realización de un consumo receptivo.	- Participación cultural muy baja en actividades presenciales, centrada en cine, conciertos y en menor medida teatro. - Lectura con intensidad muy baja.	Actividad asociativa nula.	- Muy elevado consumo digital receptivo - Escasa actividad en formatos digitales activos.
No-público Mínima o nula actividad en cualquier modo de participación.	- Asistencia a teatro, conciertos, danza o cine extremadamente baja. - En términos relativos (contexto de muy bajo consumo), destaca la probabilidad de la lectura.	- Alguna práctica artística amateur en casos anecdóticos. - Nulo asociacionismo.	- Cierto consumo digital, pero receptivo y de raíz analógica (ver espectáculos o exposiciones online, leer online...). - Nulas prácticas digitales activas.

4.1. Omnivorismo voraz

Muy alta participación en todas las actividades culturales, tanto receptivas como activas.	Asistencia muy destacada a teatro, conciertos y cine.	Uso muy frecuente de bibliotecas y lectura muy intensa.
Asistencia frecuente a danza, museos y galerías de arte.	Alta implicación en asociacionismo y prácticas artísticas amateur.	Muy activos en prácticas digitales receptivas y activas.

En una gradación de la probabilidad total de participar en cultura se sitúan como líderes diferenciados. Representan una pequeña fracción muy movilizada del 8,64% del total. Su gasto medio en cultura al mes es de 113,95 €.

Hacen prácticamente de todo y con intensidades altas y regulares. Los únicos tipos de participación que no lideran son los digitales, pero igualmente se sitúan en la parte superior de la tabla.

De todas formas, las prácticas que realizan con mayor intensidad son las más extendidas a nivel poblacional: conciertos y cine, en primer lugar, y prácticas digitales receptivas, en segundo lugar.

Como puntos de demarcación especialmente relevantes destacan la lectura voraz (y, de forma relacionada, la asistencia a la biblioteca), la intensidad media y alta de visitar museos, la asistencia a danza y galerías de arte (aunque con

intensidad baja, son los que más realizan estas prácticas con diferencia), un peso mucho mayor del asociacionismo y una intensidad alta de realización de prácticas artísticas amateur.

4.2. Omnivorismo relajado

Participación cultural muy elevada pero con un grado inferior que los voraces.	Frecuencia muy intensa de lectura y uso de bibliotecas más allá del préstamo de libros (asistencia a actividades)	Asistencia con intensidad media a teatro, cine, conciertos y museos.
Intensidad baja en danza, conferencias y galerías de arte.	Elevada realización de prácticas digitales, sobre todo en formato receptivo.	Asociacionismo y prácticas artísticas amateur importantes, pero no destacadas.

Son el segundo grupo de mayor probabilidad de participar en cultura y, con un gasto mensual en cultura de 75,46 €, representan un 8,28%. La participación está muy extendida y es muy variada, pero es un punto menos intensa que la del grupo líder. Si en el grupo de omnívoros voraces las prácticas se realizan con una intensidad media-alta, en este caso la intensidad tiende a ser media-baja en la mayoría de casos (a excepción de la lectura, la asistencia a la biblioteca y las prácticas digitales receptivas).

Además, se empiezan a detectar ciertas actividades -pocas- donde la probabilidad de no realizarlas es mayor que la de realizarlas: la danza, la asistencia a conferencias, las galerías de arte y las prácticas digitales activas.

Así, hay una intensidad alta de lectura, de asistencia a la biblioteca y de prácticas digitales receptivas y una intensidad media en la asistencia al teatro, a conciertos, al cine y a los museos. La asistencia de

bibliotecas destaca por centrarse no solo en el préstamo de libros sino en la asistencia a otras actividades (es el único grupo donde destaca esta práctica).

Las prácticas artísticas amateur están bastante extendidas, pero no son plenamente transversales a todo el grupo, así como el asociacionismo, que es relevante en comparación a la media.

4.3. Activos y conectados

Participación media y equilibrada entre lo presencial y analógico y lo digital.	Plenamente digitales (de lo receptivo a lo activo y de lo más tradicional a lo más moderno).	Inclinación destacada hacia la realización de prácticas artísticas amateur y el asociacionismo.
Intensidad variable de lectura dentro del grupo.	En lo presencial, gran interés por el cine y los conciertos.	Frecuencia puntual en teatro y museos.

Son el tercer grupo más activo, aunque el menos activo de los activos. Representan un 14,6% del total. Tienen, por tanto, un peso más importante que los grupos de mayor probabilidad de participar que les preceden.

Su gasto mensual en cultura es de 76,46 €, casi igual que el grupo anterior (“Omnivorismo relajado”) y que el posterior (“Consumidor medio”). Antecedan al patrón del “Consumidor medio” y les diferencia respecto a estos la mayor probabilidad de realizar prácticas

artísticas amateur, de asociarse y el hecho de ser plenamente digitales. En promedio, con relación a la dimensión digital, cabe destacar que son los que más conectados están de todos los grupos.

En el plano de la participación receptiva, su participación más amplia se da en la asistencia a conciertos y al cine. Con una intensidad variable dentro del grupo practican generalmente la lectura y visitan museos puntualmente.

4.4. Consumo clásico medio

Participación ocasional centrada en lo presencial y lo más habitual (conciertos, cine, teatro).	Destacan las visitas puntuales a los museos.	Niveles bajos pero existentes de prácticas artísticas y actividades digitales activas.
Asociacionismo prácticamente nulo.	Lectores con intensidad variable.	Prácticas digitales extendidas solo entre las receptivas.

Es el grupo central y lo es en dos sentidos: es el grupo mayoritario (26,06%, aunque comparte un peso prácticamente equivalente al patrón etiquetado como “Digitales receptivos”) y es el que se sitúa en un punto medio en cuanto a probabilidad general de participar en cultura.

Su gasto mensual en cultura es de 77,41 €. Es un nivel de gasto equivalente al del patrón de Omnivorismo voraz y al de Activos y conectados.

Como ya se ha destacado anteriormente, les diferencia del patrón de Activos y conectados un grado menor de participación activa en asociaciones o en actividades artísticas amateurs, así como en lo digital activo.

Su preferencia es por la participación receptiva tanto en lo analógico como en lo digital, y participan en las actividades más extendidas. Así, se caracterizan por atender ocasionalmente al teatro, a

conciertos, al cine, a museos (de forma más bien destacada aunque centrada en la visita puntual), por ser generalmente lectores con intensidad variable y por prácticas digitales receptivas.

4.5. Participación analógica ocasional

Participación cultural de intensidad baja y centrada en lo analógico.	Lectura poco frecuente.
Prácticas digitales anecdóticas.	Poca implicación en prácticas artísticas amateurs y actividad asociativa.

En este caso ya pasamos a un grupo donde es más probable no participar en cultura que hacerlo, por bien que la probabilidad promedio de participar se sitúa en un 39%. Es un grupo pequeño, con un peso del 6,72%. Su gasto mensual en cultura es de 56,45 €, mucho más bajo que el grupo que le precede.

Para comprender mejor este patrón es interesante destacar que se diferencia del grupo siguiente por su posicionamiento ante lo digital. Ambos son grupos donde la

participación es limitada, pero en este caso la tendencia es a lo receptivo analógico clásico mientras los siguientes son puramente digitales receptivos.

Es decir, su preferencia es, aunque con una intensidad baja, el teatro, los conciertos, el cine, los museos y, con una intensidad mucho más variable, la lectura.

4.6. Solo digital receptivo

Frecuencia intensa de uso de medios digitales para la realización de un consumo receptivo.	Participación cultural muy baja en actividades presenciales, centrada en cine, conciertos y en menor medida teatro.	Lectura con intensidad muy baja.
Actividad asociativa nula.	Escasa actividad en formatos digitales activos.	

Son el otro gran patrón de participación cultural (25,13%) y en una mirada al promedio de los modos de participación se sitúan con una probabilidad muy baja de participar.

Su participación se limita básicamente a un consumo digital receptivo y solo muy puntualmente realizan algunas actividades de participación física como son atender a conciertos o el cine (y al teatro en menor medida). Danza, conferencias, museos o galerías de arte son actividades muy marginales.

A pesar de lo anterior, es más probable que sean lectores a que no lo sean, aunque su intensidad de lectura es baja.

Su gasto mensual en cultura se sitúa en 40,53 €. Cabe recordar que, por detrás, solo tienen al no-público, quienes realizan un gasto mensual de 14,95 €.

4.7. No-público

Mínima o nula actividad en cualquier modo de participación.	Asistencia a teatro, danza o cine extremadamente baja.	En términos relativos (contexto de muy bajo consumo cultural), destaca la probabilidad de la lectura.
Conciertos y alguna práctica artística amateur en casos anecdóticos.	Cierto consumo digital, pero receptivo y de raíz analógica (leer online, ver espectáculos o exposiciones online...).	Nulo asociacionismo y prácticas digitales activas.

El No-público es un grupo del 10,57% de la población que se encuentra prácticamente al margen de la participación cultural, enormemente desmovilizado. En este caso, el gasto medio es de 14,95 € en cultura al mes.

En términos de participación cultural no hacen nada o muy poco. Solo destaca la lectura, pero únicamente en términos relativos: si la probabilidad de participar es en promedio del 9%, en lectura asciende al 40%. Esto permite declarar la lectura como la práctica más transversal a todos los grupos.

Las otras prácticas que destacan de forma aún más relativa -y siempre con intensidad baja- son las prácticas digitales receptivas (especialmente las que se pueden considerar como “clásicas” frente a las “nativas”, con una probabilidad de ser realizadas del 20%), la asistencia a conciertos (probabilidad del 19%) y las prácticas artísticas amateur (probabilidad del 17%). Son en cualquier caso probabilidad muy bajas, pero son de las pocas actividades que destacan ligeramente, junto a la lectura.

Otras prácticas como el asociacionismo o las prácticas digitales activas son nulas (probabilidades de practicarlas del 3% y del 1% respectivamente).

5. Quiénes son: perfil sociológico

	Omnivorismo voraz	Omnivorismo relajado	Activos y conectados	Consumo clásico medio	Participación analógica ocasional	Solo digital receptivo	No-público
Capital cultural heredado	• Nivel muy alto de realización de actividades culturales presenciales tanto activas como receptivas en la infancia. • Nivel educativo elevado de los progenitores.	• Efecto positivo de las experiencias culturales receptivas y, especialmente, activas, en la infancia.	• El nivel formativo medio de sus progenitores es el mayor de todos los grupos. • Infancia con prácticas culturales, especialmente activas, de forma más destacada.	• Se sitúan en una posición intermedia con relación al capital cultural heredado.	• Ligeramente por debajo de la media en la realización de actividades culturales en la infancia. • Progenitores con títulos educativos de niveles inferiores.	• Baja socialización cultural en la infancia.	• Tienen el menor índice de socialización cultural en la infancia.
Perfil sociodemográfico	• Es un grupo intergeneracional pero tendiente a la juventud. • Viven muy mayoritariamente en capitales y grandes ciudades.	• Grupo intergeneracional pero tendiente a joven. • Les diferencia del grupo anterior y siguiente que viven con los hijos en mayor proporción.	• Grupo más joven de todos. • Mayor proporción euskaldunes. • Poca presencia de hijos.	• Grupo marcado por la presencia de adultos de 35 a 54 años. • Viven con hijos en una proporción superior a la media. • Capitales y grandes ciudades. • Concentración levemente superior de hombres.	• Presencia elevada de mayores de 55 años, especialmente de 64 años. • Mayor concentración de mujeres.	• Entre los públicos menos activos, son significativamente más jóvenes.	• Grupo con el mayor peso de personas que superan los 64 años. • Mayor concentración de mujeres.

	Omnivorismo voraz	Omnivorismo relajado	Activos y conectados	Consumo clásico medio	Participación analógica ocasional	Solo digital receptivo	No-público
Condición socioeconómica	- Tienen titulaciones educativas altas, gran concentración de titulados universitarios. - Nivel de ingresos intermedio.	Alta concentración de titulaciones universitarias, como en el caso anterior.	- Dificultades para llegar a fin de mes algo destacadas, pero menos que el grupo de No público y de Solo digital receptivo. - Ingresos por debajo de la media. - Nivel educativo alto, aunque no tan elevado como los omnívoros.	- Tienen las menores dificultades económicas con relación a los otros grupos. - Tienen un buen nivel educativo de media, con mayoría de universitarios.	- Titulación educativa muy transversal, aunque concentración en niveles de secundaria. - Más bien pocas dificultades económicas, con ingresos en la media.	- Peso importante de la formación profesional, seguido del nivel universitario. - Dificultades económicas más marcadas, aunque no son los que tienen los menores ingresos.	- Concentración de personas en sin estudios o primaria y secundaria obligatoria. - Dificultades económicas marcadas, con los ingresos más bajos de la muestra en promedio.
Dimensión psicológica: Barreras, valores y motivaciones	- Valor alto de la cultura tanto a nivel personal como social. - Necesidades culturales y simbólicas antes que sociales y emocionales. - Identidad muy vinculada a la actividad cultural, con las barreras psicológicas y de conocimiento más diluidas. - Participarían aún más si hubiera más oferta cultural en su entorno.	- Arte y cultura son importantes para su satisfacción o realización personal. - El arte y la actividad cultural les resultan naturales. - Identidad muy vinculada a la actividad cultural, con bajas barreras psicológicas y de conocimiento. - Participarían aún más si hubiera más oferta cultural en su entorno.	- Valor personal de la cultura ligeramente superior a la media. - Barrera psicológica y de conocimiento atenuada. - Manifiesta en mayores ocasiones que irían más si tuvieran acompañantes.	Se sitúan en una posición intermedia en los distintos ítems de caracterización psicológica.	- Valor de la cultura a nivel tanto social como cultural en la media. - Nivel de información cultural tendiente a bueno. - Barreras psicológicas y de conocimiento en la media.	- Sienten que el arte y la cultura no son para gente como ellos. - Tienen poca información cultural.	- La barrera de conocimiento y psicológica más marcada. - No participarían más si hubiera más oferta cerca. - El precio no representa un problema.

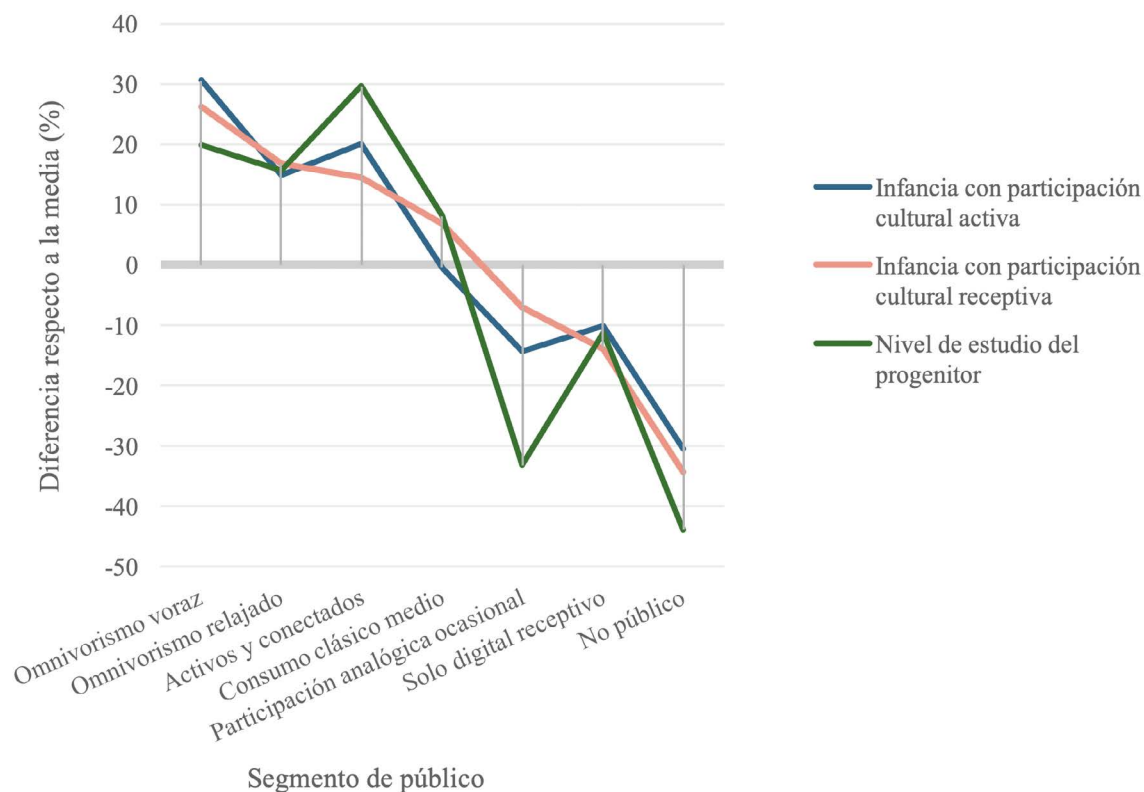
	Omnivorismo voraz	Omnivorismo relajado	Activos y conectados	Consumo clásico medio	Participación analógica ocasional	Solo digital receptivo	No-público
Otras aficiones y obligaciones	• Afición extendida por la práctica del deporte, por los bares y las series online.	• También extendida la afición por la práctica del deporte. • Afición relevante por pasear los bares y ver series online. • Mayor tiempo de dedicación al trabajo doméstico (la proporción de personas con hijos convivientes es mayor) que las personas Omnívoros voraces y las del grupo Activos y conectados.	• Grupo con un mayor número e intensidad de otras aficiones. • Grupo con menos tiempo libre. • Afición muy extendida por el uso de redes y las series online. • Afición relevante por la práctica del deporte, la asistencia a bares y el streaming o los videojuegos. • Junto al grupo de personas de Consumo clásico, tienen la media más elevada de trabajo productivo.	• Afición extendida por la práctica del deporte, las series online y las redes, los bares y los paseos. • Media más elevada de dedicación al trabajo productivo.	• Grupo con más tiempo libre que la media (dada la edad media del grupo, el trabajo productivo les ocupa muy poco de media, aunque están por encima en trabajo doméstico). • Afición por pasear y mirar la televisión por encima de la media.	• La afición más destacada son las redes sociales, las series y pasear.	• Grupo con la mayor cantidad de tiempo libre (teniendo en cuenta la edad media, el trabajo productivo les ocupa muy poco, aunque están por encima en trabajo doméstico). • Pasean y ven la televisión por encima de la media. • No usan redes sociales ni videojuegos ni pasan tiempo en bares.

5.1. Capital cultural heredado

Relación casi lineal entre los grupos y las variables, por bien que el mayor capital cultural heredado es del grupo Activos y conectados si se considera el nivel de estudio del progenitor (escogiendo la variable que en mayor medida representa a progenitoras femeninas).

La realización de prácticas en la infancia es un gran diferenciador entre grupos, con un impacto muy lineal de menos a más. El nivel de estudio del progenitor (mayormente son mujeres) muestra dos singularidades: el gran peso en Activos y conectados y el peso relativamente superior a sus grupos contiguos en el caso de las personas del segmento Solo digital receptivo. Hay que recordar que este último era, de entre los grupos más inactivos, el más joven.

Gráfico 2. Caracterización de los grupos por su capital cultural heredado. Diferencias respecto a la media. %.



Fuente: Elaboración propia con resultados elaborados de la Encuesta de Participación Cultural en la CAE 2024

5.2. Perfil sociodemográfico

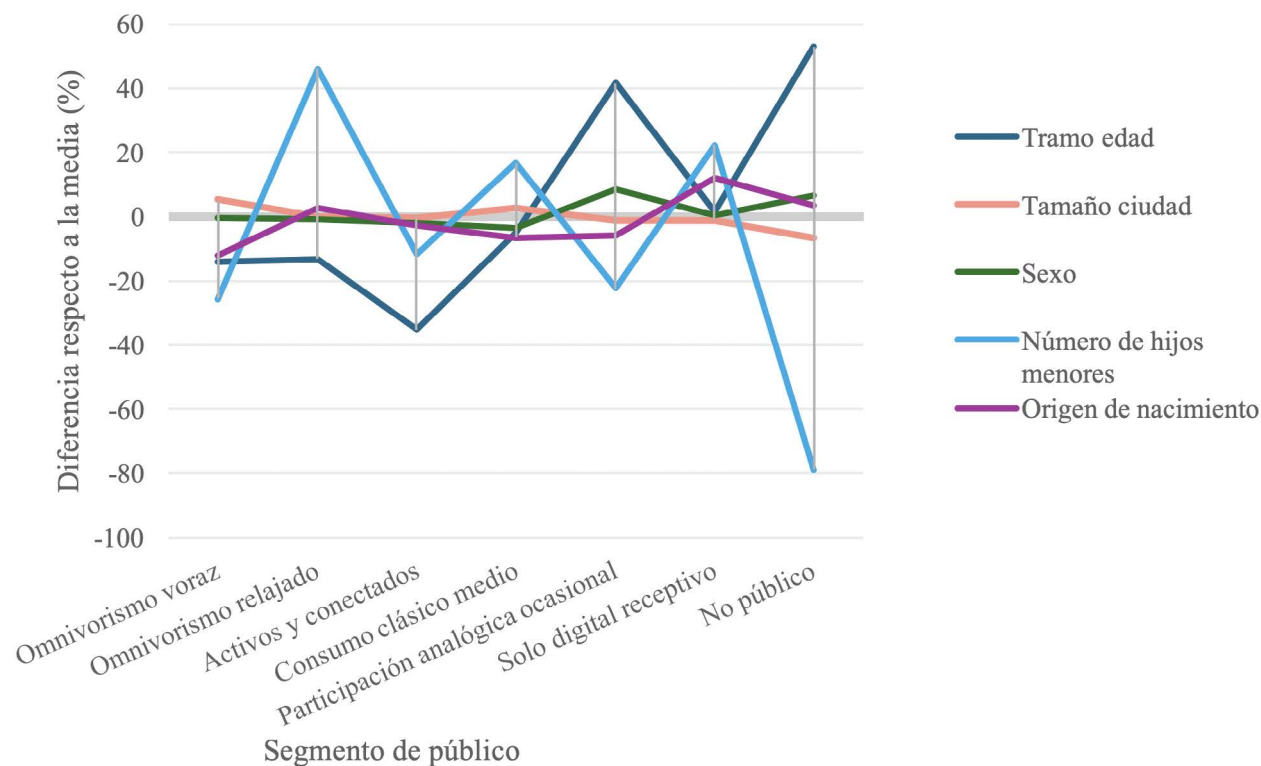
En clave de perfil sociodemográfico es donde en mayor medida se observa que muchas variables no guardan una relación lineal con la segmentación de públicos. La edad es la que más se aproxima, pero no es plenamente lineal. La edad es, de hecho, la que más diferencias provoca entre grupos. Se detectan como especialmente jóvenes el grupo de Activos y conectados, configurando un perfil joven con un comportamiento propio. También destaca el hecho que el grupo Solo digital receptivo es, entre los menos activos, el más joven. Los grupos de participación analógica ocasional y el no-público son principalmente gente mayor.

Vivir en grandes ciudades y capitales, el sexo, el origen o vivir con hijos, es solo relevante en el caso de algunos grupos; y en estos casos la relación lineal es aún menos lineal, y solo hay asociación de determinadas categorías con determinados grupos: ligera

proporción superior de personas viviendo en capitales y grandes ciudades en el caso de los omnívoros voraces; presencia más relevante de hijos convivientes entre el grupo de Omnivorismo relegado; mujeres

ligeramente superiores en los grupos más mayores (que coinciden con los menos activos); origen de nacimiento extranjero más pronunciado en el grupo de Solo digital receptivo.

Gráfico 3. Caracterización de los grupos por su perfil demográfico. Diferencias respecto a la media. %.



Fuente: Elaboración propia con resultados elaborados de la Encuesta de Participación Cultural en la CAE 2024

5.3. Condición socioeconómica

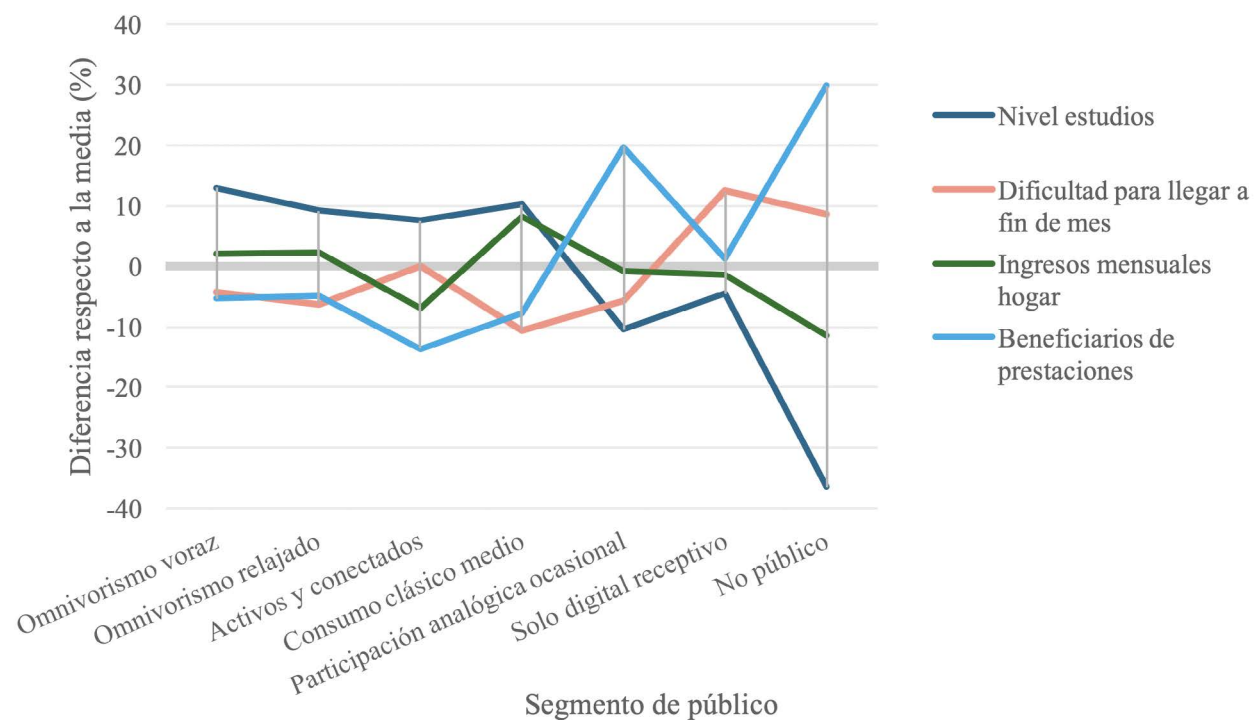
Los títulos educativos son un claro factor diferenciador y guardan una relación lineal con los grupos. A pesar de ello, las diferencias son prácticamente inexistentes entre los grupos más activos y el grupo intermedio (Consumo clásico medio). Hay un cambio de la relación con los grupos menos activos. Destaca ligeramente el caso del grupo Solo digital receptivo, ya que es un grupo con mayor proporción de jóvenes que los grupos contiguos; pero de todas formas el nivel educativo es inferior a la media.

La dificultad económica de llegar a fin de mes guarda también cierta relación lineal pero como con el caso de los estudios, con un cambio de tendencia en los grupos menos activos. De todas formas, destaca cierta dificultad mayor en el grupo de Activos y conectados respecto a sus grupos contiguos: hay que recordar que la proporción de jóvenes es mayor aquí. El hecho de ser beneficiarios de prestaciones

identifica básicamente a los grupos de gente mayor, de manera que no guarda una relación lineal con todos. De hecho, el peso mínimo se encuentra en el grupo de Activos y conectado, el más joven de toda

la muestra. Con los ingresos, es posible observar que no hay relación lineal y está replicando el efecto de otras variables como la edad o ciclo vital.

Gráfico 4. Caracterización de los grupos por su situación económica y nivel educativo. Diferencias respecto a la media. %.



Fuente: Elaboración propia con resultados elaborados de la Encuesta de Participación Cultural en la CAE 2024

5.4. Dimensión psicológica: barreras, valores y motivaciones

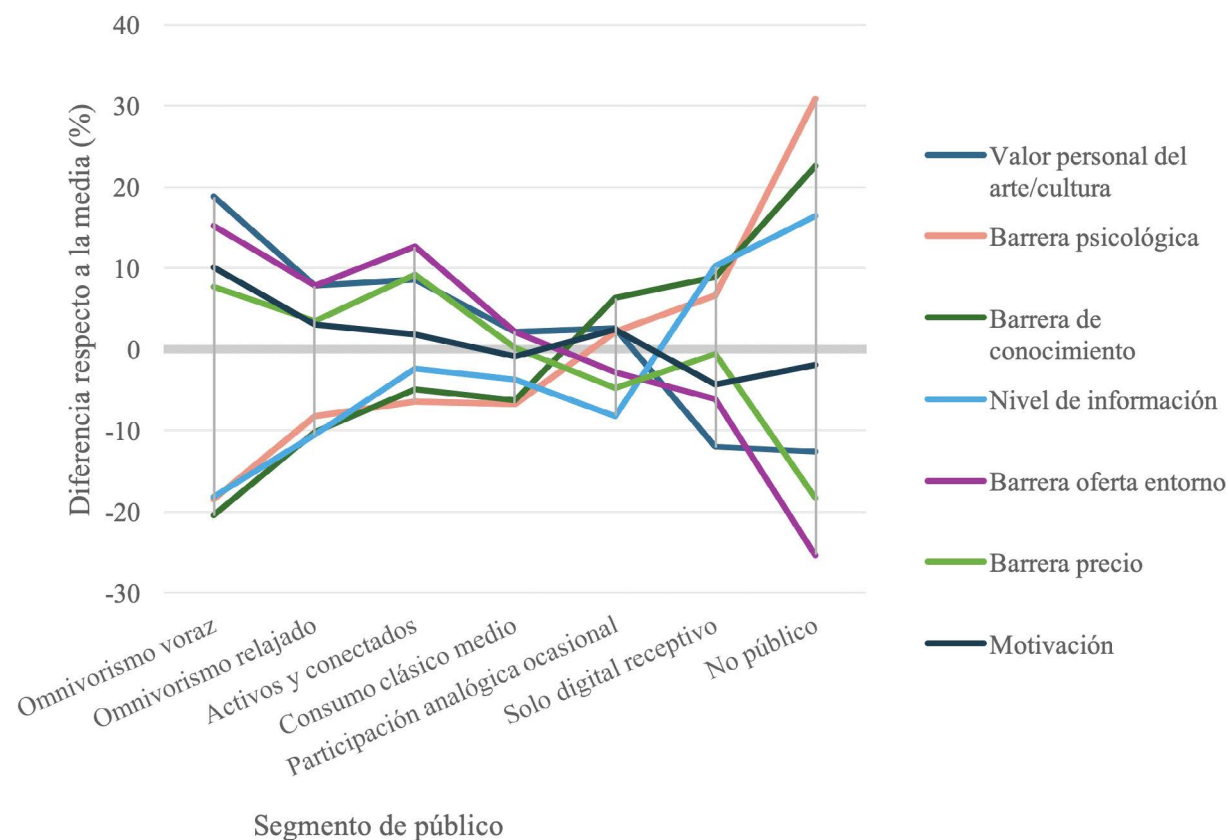
Los factores diferenciadores de la dimensión psicológica más importantes son la distancia psicológica con el arte, la falta de conocimiento para disfrutarlo, el valor del arte y la cultura como fuente de satisfacción personal y el nivel de información cultural.

También destaca la motivación hacia la participación cultural (social-emocional o cultural-simbólica), aunque en este caso se mantiene cierta linealidad la intensidad es mucho menor. Esto muestra de nuevo que este tipo de variables explicativas son más acordes para entender diferencias entre públicos, aunque se entretujan con todo el conjunto de factores.

Las barreras de oferta en el entorno y precio presentan un caso interesante al funcionar a la inversa de lo esperado: son los grupos

más activos los que manifiestan que la oferta en el entorno y los precios son una barrera para consumir aún más.

Gráfico 5. Caracterización de los grupos según su relación con distintas variables de tipo psicológico. Diferencias respecto a la media. %.



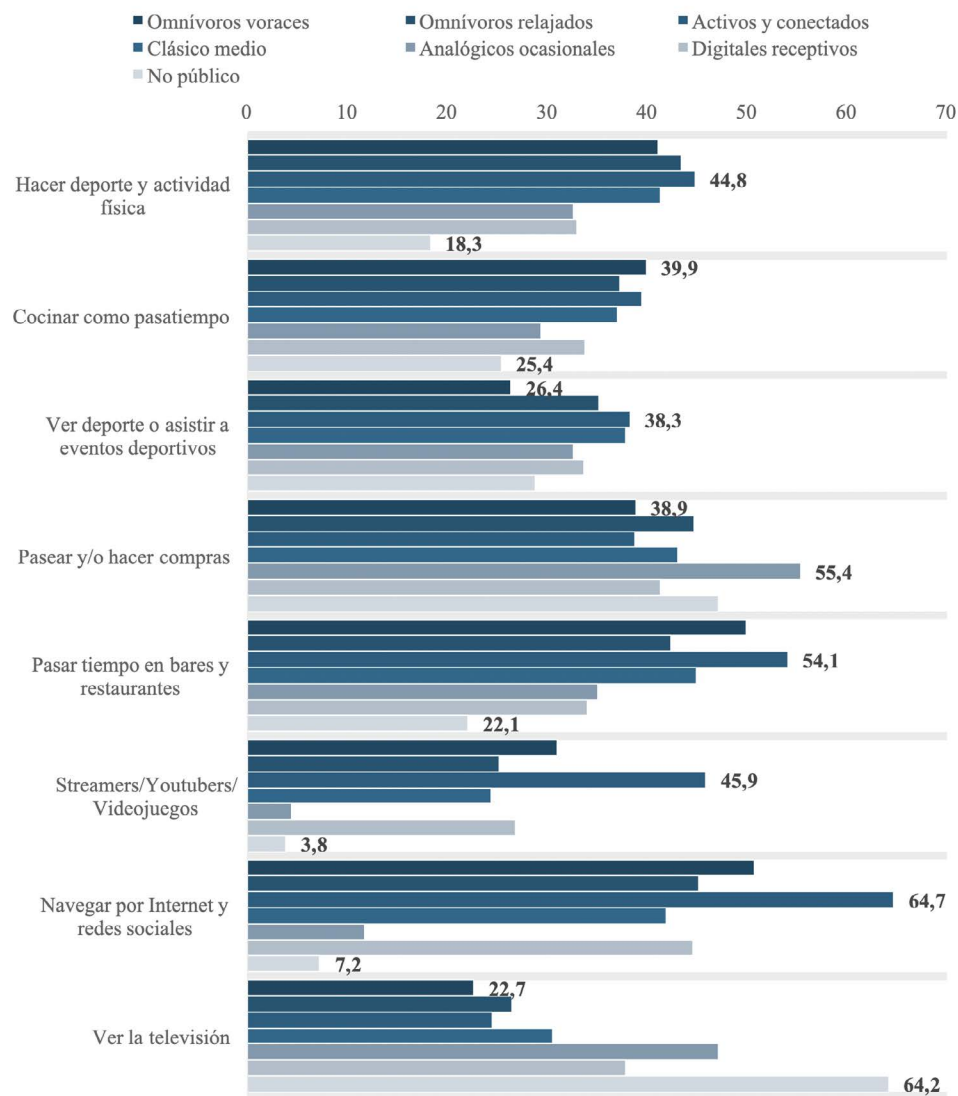
Fuente: Elaboración propia con resultados elaborados de la Encuesta de Participación Cultural en la CAE 2024

5.5. Otras aficiones y obligaciones

En clave de aficiones distintas a la cultura, pasar tiempo haciendo deporte o en bares y restaurantes es lo más común a los grupos más activos culturalmente. En cambio, pasear y/o hacer compras, las redes sociales y ver la televisión es, con diferencias en cada caso, de las actividades más comunes entre los más inactivos.

Por ejemplo, el paseo es muy común entre el grupo de participación analógica digital, las redes sociales en el grupo de Solo digital receptivo y ver la televisión en el No-público. A pesar de todo, las redes sociales son principalmente la afición del grupo de Activos y conectados, quienes también destacan con el tiempo en bares y restaurantes. De hecho, en general se observa cierta dinámica de refuerzo según la cual hay personas activas que lo son de una manera muy general, también en otras aficiones.

Gráfico 6. Porcentaje de personas que realizan cada actividad por encima de la media, según grupos de públicos culturales

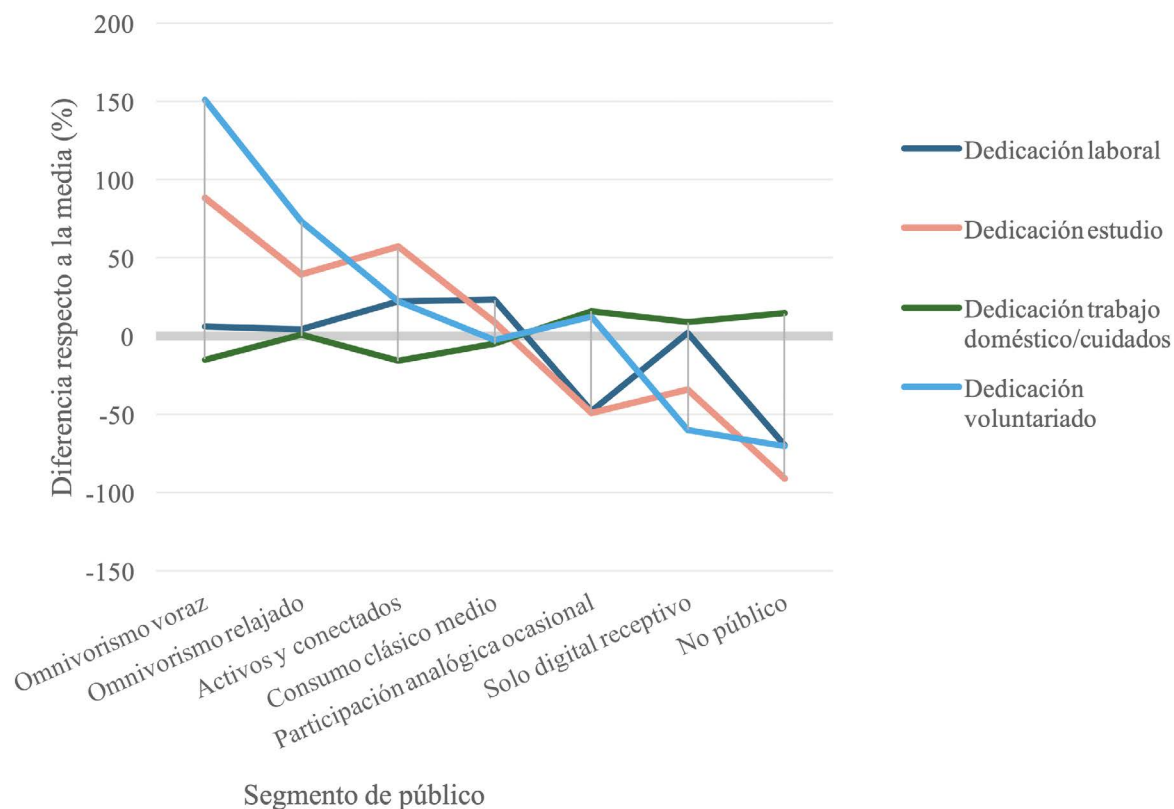


Fuente: Elaboración propia con resultados elaborados de la Encuesta de Participación Cultural en la CAE 2024

Atendiendo a las obligaciones, y conectando con esta cuestión, destaca por ejemplo el trabajo voluntario. Los grupos más activos dedican más horas al trabajo voluntario. Es la relación lineal más clara con los grupos de públicos culturales descubiertos.

El tiempo de trabajo productivo (laboral) y reproductivo (trabajo doméstico y de cuidados) no muestra una relación lineal, sino que se asocia con grupos específicos. Esto pone de relieve el conjunto de características de cada grupo en clave de ciclo de vida. En este sentido, destaca básicamente la dedicación laboral por debajo de la media en el caso de los grupos de mayor edad y la dedicación a tiempo de estudio entre los grupos más jóvenes.

Gráfico 7. Caracterización de los grupos según su dedicación a distintas obligaciones. Diferencias respecto a la media. %.



Fuente: Elaboración propia con resultados elaborados de la Encuesta de Participación Cultural en la CAE 2024

Síntesis y conclusión

6. Ficha de cada perfil

Omnivorismo voraz

8,64 %
de la población

113,95 €
Gasto mensual en cultura

Prototipo de grandes aficionados a la cultura

Hacen mucho y muy variado

Perfil cultural

Muy alta participación en todas las actividades culturales, tanto receptivas como activas.

Asistencia frecuente a danza, museos y galerías de arte.

Asistencia muy destacada a teatro, conciertos y cine.

Alta implicación en asociacionismo y prácticas artísticas amateur.

Uso muy frecuente de bibliotecas y lectura muy intensa.

Muy activos en prácticas digitales receptivas y activas.

Perfil sociológico

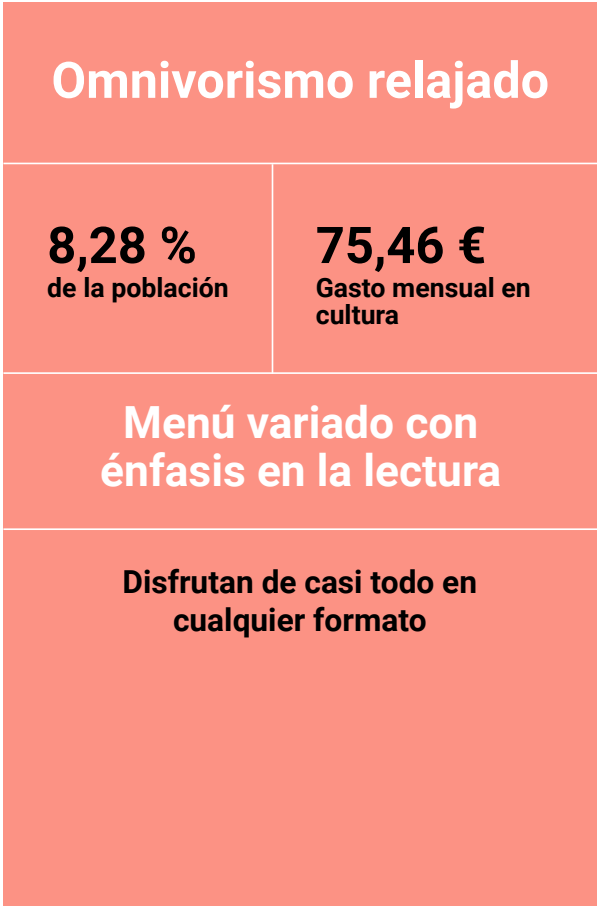
Tienen titulaciones educativas altas, gran concentración de titulados universitarios. Nivel de ingresos intermedio.

La cultura les motiva, les importa y les identifica. Participarían aún más si hubiera más oferta.

Mucha práctica cultural en la infancia. Nivel educativo elevado de los progenitores.

Afición extendida por la práctica del deporte, por los bares y las series online.

Es un grupo intergeneracional pero tendiente a la juventud. Viven mayoritariamente en capitales y grandes municipios.



Perfil cultural

Participación cultural muy elevada, pero con un grado inferior que los voraces.

Intensidad baja en danza, conferencias y galerías de arte.

Frecuencia muy intensa de lectura y uso de bibliotecas más allá del préstamo de libros (asistencia a actividades).

Elevada realización de prácticas digitales, sobre todo en formato receptivo.

Asistencia con intensidad media a teatro, cine, conciertos y museos.

Asociacionismo y prácticas artísticas amateur importantes, pero no destacadas.

Perfil sociológico

Alta concentración de titulaciones universitarias. Nivel de ingresos intermedio.

La cultura les realiza personalmente, les resulta natural y les identifica. Participarían aún más si hubiera más oferta.

Efecto positivo de las experiencias culturales receptivas y, especialmente, activas, en la infancia.

Afición extendida por la práctica del deporte, pasear, por los bares y las series online. Mayor dedicación al trabajo doméstico.

Es un grupo intergeneracional pero tendiente a la juventud. Viven con hijos en mayor proporción.

Activos y conectados

14,6 %
de la población

76,46 €
Gasto mensual en cultura

100% digitales y consumo audiovisual

Ven y crean cultura, también online

Perfil cultural

- Participación media y equilibrada entre lo presencial y analógico y lo digital.

Intensidad variable de lectura dentro del grupo.
- Plenamente digitales (de lo receptivo a lo activo y de lo más tradicional a lo más moderno).

En lo presencial, gran interés por el cine y los conciertos.
- Inclinación destacada hacia la realización de prácticas artísticas amateur y el asociacionismo.

Frecuencia puntual en teatro y museos.

Perfil sociológico

- Práctica cultural activa en la infancia.
Nivel educativo medio de los progenitores.

Valor personal de la cultura superior a la media.
Sin barreras psicológicas ni de conocimiento.
Participarían más si tuvieran acompañantes.
- Les cuesta más llegar a fin de mes.
Ingresos por debajo de la media.
Nivel educativo alto.

Justo tienen la media más elevada de trabajo productivo.
Grupo con menos tiempo libre.
- Es el grupo más joven de todos.
Mayor proporción de euskaldunes.
Poca presencia de hijos.

Grupo con un mayor número e intensidad de otras aficiones.
Afición muy extendida por el uso de redes y las series online.
Afición relevante por la práctica del deporte, la asistencia a bares y el streaming o los videojuegos.

Consumo clásico medio

26,06 %
de la población

77,41 €
Gasto mensual en cultura

Pelotón de consumidores culturales

Ni mucho ni poco y a casi todo en lo receptivo, incluyendo lo digital

Perfil cultural

- Participación ocasional centrada en lo presencial y lo más habitual (conciertos, cine, teatro).

Asociacionismo prácticamente nulo.
- Destacan las visitas puntuales a los museos.

Lectores con intensidad variable.
- Niveles bajos pero existentes de prácticas artísticas y actividades digitales activas.

Prácticas digitales extendidas solo entre las receptivas.

Perfil sociológico

- Posición intermedia con relación al capital cultural heredado.

Viven con hijos en una proporción superior a la media. Concentración levemente superior de hombres.
- Buen nivel educativo de media, con mayoría de universitarios. Sin dificultades económicas.

Posición intermedia en los distintos ítems de caracterización psicológica.
- Grupo marcado por la presencia de adultos de 35 a 54 años. Capitales y grandes ciudades.

Afición extendida por la práctica del deporte, las series online y las redes, los bares y los paseos. Media más elevada de dedicación al trabajo productivo.



Perfil cultural

Participación cultural de intensidad baja y centrada en lo analógico.

Prácticas digitales anecdóticas.

Lectura poco frecuente.

Poca implicación en prácticas artísticas amateurs y actividad asociativa.

Perfil sociológico

Poca práctica cultural en la infancia.
Nivel educativo bajo de los progenitores.

Valor de la cultura en la media.
Nivel de información cultural tendiente a bueno.
Barreras psicológicas y de conocimiento en la media.

Titulación educativa muy transversal, aunque concentración en niveles de secundaria.
Más bien pocas dificultades económicas, con ingresos en la media.

Grupo con más tiempo libre que la media (el trabajo productivo les ocupa muy poco de media, aunque están por encima en trabajo doméstico).

Presencia elevada de mayores de 55 años, especialmente de 64 años.
Mayor concentración de mujeres.

Afición por pasear y mirar la televisión por encima de la media.

Digitales receptivos

25,13 %
de la población

40,53 €
Gasto mensual en cultura

Digitales, audiovisuales y lectores ocasionales

Despuntan en el consumo digital

Perfil cultural

Frecuencia intensa de uso de medios digitales para la realización de un consumo receptivo.

Actividad asociativa nula.

Participación cultural muy baja en actividades presenciales, centrada en cine, conciertos y en menor medida teatro.

Escasa actividad en formatos digitales activos.

Lectura con intensidad muy baja.

Perfil sociológico

Baja socialización cultural en la infancia.

Entre los públicos menos activos, son significativamente más jóvenes.

Peso importante de la Formación Profesional, seguido del nivel universitario.

Sienten que el arte y la cultura no son para gente como ellos. Tienen poca información cultural.

Dificultades económicas más marcadas, aunque no son los que tienen los menores ingresos.

La afición más destacada son las redes sociales, las series y pasear.



Perfil cultural

- Mínima o nula actividad en cualquier modo de participación.
- Asistencia a teatro, danza o cine extremadamente baja.
- Conciertos y alguna práctica artística amateur en casos anecdóticos.
- Cierto consumo digital, pero receptivo y de raíz analógica (leer online, ver espectáculos o exposiciones online...).
- En términos relativos (contexto de muy bajo consumo cultural), destaca la probabilidad de la lectura.
- Nulo asociacionismo y prácticas digitales activas.

Perfil sociológico

- Tienen el menor índice de socialización cultural en la infancia.
- Concentración de personas sin estudios o primaria y secundaria obligatoria. Dificultades económicas marcadas, con los ingresos más bajos.
- Grupo con la mayor cantidad de tiempo libre (teniendo en cuenta la edad media, el trabajo productivo les ocupa muy poco, aunque están por encima en trabajo doméstico).
- Grupo con el mayor peso de personas que superan los 64 años. Mayor concentración de mujeres.
- La barrera de conocimiento y psicológica más marcada. No participarían más si hubiera más oferta cerca. El precio no representa un problema.
- Pasean y ven la televisión por encima de la media. No usan redes sociales ni pasan tiempo en bares.

7. Interpretación global de los resultados

Entender la participación atendiendo tanto al nivel como a los modos

Los resultados siguen reforzando la importancia de concebir la participación y las políticas culturales con una mirada amplia, que incluya distintos tipos de participación cultural (*grosso modo* la participación activa, receptiva y digital).

Es verdad que intensidad y cualidad son dos cuestiones entrelazadas, pero por ejemplo hay tanto un grupo digital que tiene una participación cultural global muy alta como otro grupo digital que tiene una participación global reducida. En este sentido, la participación digital puede tanto reducir como aumentar la participación cultural. Entender cuando funciona en una u otra dirección implica atender a otros factores, como los de tipo sociológico

(sociales, demográficos, económicos, mentales...). Entre estos dos grupos, por ejemplo, la socialización en la infancia es clave, así como el sentimiento de distancia simbólica respecto al arte y la cultura ("no son para gente como yo").

También ocurre que hay tres grupos con un gasto cultural mensual prácticamente idéntico a pesar de tener perfiles de participación cultural muy distinto, incluso con ciertas diferencias a nivel de intensidad. De forma relevante, esto indica la existencia de un patrón de participación que realiza muchas actividades, pero muestra un gasto cultural contenido, mientras otro grupo menos activo gasta con menores limitaciones. De nuevo, solo mirando a otros factores como los sociológicos es posible entenderlo. En este caso, por ejemplo, el grupo de Consumo clásico medio realiza menos actividades, pero gasta lo mismo que el de Activos y conectados, aunque estos últimos de media participan más. Un factor clave aquí es la edad y el ciclo de vida: el grupo

de Consumo clásico medio son sobre todo personas adultas con una situación económica estable o favorable, mientras el grupo de Activos y conectados son los más jóvenes de la muestra y manifiestan ciertas dificultades e ingresos por debajo de la media.

Es importante reconocer también esta cuestión de los distintos modos de participación para poner en valor determinadas actividades desde la política cultural. Por ejemplo, de forma interesante, las prácticas artísticas amateurs que en muchas ocasiones se desarrollan en equipamientos cívicos. Ponerlas en valor implica reconocer que son parte de la participación artística y cultural y esto puede facilitar que las personas se reconozcan a sí mismas como agentes activos en el arte y la cultura, contribuyendo a romper las barreras psicológicas y de conocimiento observadas.

Efecto San Mateo en la participación cultural: refuerzo involuntario de desigualdades

El efecto San Mateo describe, en el contexto de las políticas públicas, el fenómeno según el cual los que están mejor posicionados inicialmente en una distribución de recursos salen aún mejor posicionados después de aplicar una medida originalmente pensada para reducirlas. Es un efecto de refuerzo, mediante el cual se ensanchan las desigualdades entre los mejor y los peor posicionados.

Los datos han mostrado que hay dos barreras a la participación cultural que podrían generar un efecto San Mateo: la barrera económica y la geográfica. Son los grupos más activos los que en mayor medida ven el precio como una barrera a participar más. De la misma manera, los grupos que más participan son los que manifiestan en mayor medida que, si hubiera más oferta cultural en su entorno, participarían -aún- más.

Esto genera las condiciones ideales para que, ante una política de rebaja de precios o de fomento de mayor actividad cultural en una zona con baja participación/actividad, puedan salir más beneficiados los públicos más activos, y no necesariamente esos públicos a quienes originalmente se orienta la medida.

Superar esta encrucijada implica atender otros factores como, especialmente, las barreras psicológicas y de conocimiento: es necesario fomentar primero el interés y el acercamiento.

Este fenómeno no es singular del ámbito cultural a pesar de que, de forma original, los datos muestran como aplica en este caso. Se trata de un fenómeno común a la política pública (en salud, educación, prestaciones sociales...). Una cuestión que impone retos a la utilidad de determinadas políticas orientadas a los más necesitados (pero que no resultan ser los más beneficiados).

A vueltas con la importancia de lo simbólico: la importancia de la mediación

Los resultados de las investigaciones preliminares del Observatorio Vasco de la Cultura han ido confirmando la necesidad de incluir y entender cómo funcionan los factores de tipo simbólico, comprendiendo la participación cultural más allá de los factores de tipo estructural o material clásicos, tales como los ingresos o los títulos educativos e incluso las cuestiones vinculadas al ciclo de vida (edad, situación laboral, hijos...).

En la última edición de la encuesta se ha mejorado esta dimensión preguntando directamente sobre las barreras psicológicas y de conocimiento, de forma adicional a las creencias sobre el valor personal y social que se otorga a la cultura y de la mirada a las motivaciones hacia la participación cultural.

La inclusión de estas nuevas variables ha permitido captar mejor esta dimensión simbólica. Se establece una relación muy clara especialmente con el nivel de participación cultural. Cuanta mayor distancia psicológica y de conocimiento muestran las personas, menor su participación cultural.

Los estadísticos y la linealidad observada indican que estos factores psicológicos ejercen una fuerza muy importante. Con relación a la reflexión anterior acerca del efecto San Mateo, ponen de relieve la importancia de programas de ampliación de públicos que se orienten a colectivos específicos y que lo hagan de una forma pedagógica, en clave de mediación artística y cultural. Lo uno sin lo otro, atendiendo a lo observado, puede no producir los efectos esperados o no hacerlo con el potencial necesario.

De forma más amplia cabe considerar que, ante esta cuestión, trabajar en la intersección entre cultura y educación o

cultura y servicios sociales es una cuestión estratégica para la garantía de los derechos culturales a un mayor número de población.

El ciclo de vida: la interpretación clave de la variable edad

Los tramos de edad considerados se han revelado como una variable importante en la configuración de los distintos perfiles de participación cultural. Los mecanismos a través de los cuáles la edad juega este papel tienen que ver con la concepción de ciclo de vida. Esta concepción atañe a distintos mecanismos para distintas etapas de este ciclo.

La edad condensa aspectos muy generalizados para las personas que se ubican en cada tramo y que, de forma destacada, tienen que ver con cuestiones relativas a:

- La estabilidad y capacidad económica.
- La disponibilidad y reparto del tiempo.
- El estado de salud.
- El nivel educativo.
- Las habilidades digitales.
- Las preferencias de ocio.

La edad, de esta forma, es un fenómeno tanto biológico como sociológico. En este último sentido, hay fenómenos sociales (vinculados a la economía y el trabajo, al Estado de bienestar y sus programas, al cambio familiar...) que definen lo que es ser joven o ser madre (por citar dos ejemplos). Por ejemplo, un retraso de la edad de emancipación por cuestiones vinculadas a la precariedad entre las personas jóvenes hace que la juventud sea hoy un período más largo de lo que era en décadas anteriores.

Por tanto, la edad representa intersecciones específicas de un entramado de variables que son relevantes para entender la participación cultural de las personas. Son un conjunto de variables que no solo son de tipo material o estructural sino también vinculadas a cuestiones simbólicas y mentales.

Un hecho que añade complejidad en el entramado de variables que la edad condensa es que esta implica tanto el

propiamente llamado “efecto edad” (en el sentido que, por ejemplo, para todos cambia el estado de salud y por tanto se comparten las implicaciones para la participación cultural) como un “efecto generación” y “cohorte” (por ejemplo, la integración de lo digital como parte fundamental de la vida cotidiana y del consumo cultural entre las personas nacidas en décadas más recientes). En este sentido, de hecho, cabe esperar que las personas jóvenes de hoy no muestren el mismo patrón de participación cultural que las personas mayores de hoy, aunque habrá ciertas continuidades debidas al efecto edad.

La complejidad de factores múltiples y entrecruzados... y lo que nos estamos perdiendo

En primer lugar, el ejercicio realizado pone de manifiesto la existencia de una realidad que no siempre se explica con un efecto lineal del tipo “a más X, mayor participación cultural”. El presente trabajo abre la puerta a explorar con mayor profundidad como

funcionan determinadas variables cuando se entrelazan con otras.

Se ha observado que, en ocasiones, las categorías de una misma variable se asocian a determinados perfiles de participación cultural pero no a otros. Reflexiones como la vinculada al ciclo de vida son un ejemplo de este fenómeno: no todas las variables ejercen algún efecto en todas las etapas del ciclo de vida. En determinados momentos algunas variables no tienen sentido alguno para entender la participación cultural, o la misma categoría (ingresos bajos) ejerce el mismo efecto tanto en un extremo de la variable edad (jóvenes) como en el otro (personas mayores). En este sentido, por ejemplo, cabría preguntarse y explorar cuándo mayores ingresos implican mayor participación cultural (y esto, por tanto, implica reconocer que los ingresos son importantes en determinadas situaciones, y que mayores ingresos no se relacionan automáticamente con mayor participación).

En segundo lugar, cabe reflexionar sobre la parte de variabilidad en la participación cultural que no se atañe a los factores que estamos observando (a las variables demográficas, económicas, psicológicas... que forman parte del modelo de estudio); esa parte que nos estamos perdiendo. Si bien la técnica utilizada es básicamente una aproximación orientada a describir una realidad compleja en unos pocos patrones (perfiles culturales), la caracterización de estos pretende aportar también una mirada explicativa. A este efecto la presentación se ha limitado a establecer una comparación de medias o proporciones a nivel bivariable, pero como puede observarse en el [anexo metodológico](#) se han aplicado técnicas explicativas (regresión logística multinomial) para comprender mejor las relaciones. En este sentido, destaca que, como es habitual en las ciencias sociales y en el ámbito de los hábitos culturales, una parte importante de la variabilidad observada queda sin explicar. Así, el estadístico que da cuenta de la parte de variabilidad explicada se queda en

valores más bien bajos; aunque típicos en las ciencias sociales. Que este sea un escenario habitual en las investigaciones sociales no quita el interés a seguir preguntándose como mejorar los modelos estadísticos y como profundizar mediante otras técnicas de estudio que permitan seguir entendiendo cada vez mejor porque las personas participan más o menos y de una u otra forma.

La transversalidad de la lectura: ¿núcleo de la participación cultural?

En cinco de los siete perfiles culturales distinguidos, la probabilidad de haber leído como mínimo un libro en el último año es muy alta, de más del 85% en todos los casos. Incluso en perfiles con una participación media o incluso algo inferior, como las personas del grupo de *Consumo clásico medio* o los *Analógicos ocasionales*, es más probable haber leído 4 o más libros que 3 o menos.

En los dos perfiles restantes del total de siete, donde la probabilidad global de no participar en cultura es más elevada (*Digitales receptivos* y *No público*), la práctica de la lectura muestra la probabilidad más atenuada de no participar.

En el primer caso, de hecho, en el grupo *Digitales receptivos*, es más alta la probabilidad de leer (64%) que la de no hacerlo (36%). En cambio, la probabilidad de no ir al teatro es del 61%, y del 53% y el 48% en los casos de conciertos y danza respectivamente.

En el segundo caso, el del grupo etiquetado como *No público*, hay que remarcar que dentro de las probabilidades de no participar, en la lectura se observa la probabilidad más atenuada: en este caso la probabilidad de no leer se queda en el 60%, mientras en el resto de todas las otras prácticas es siempre superior al 80% e incluso del 90% en muchas de las ocasiones.

Por tanto, incluso teniendo en cuenta la debilidad de esta práctica en algunos casos, cabe considerarla como la práctica más transversal y consolidada. Esto concuerda con lo ya observado en el estudio de [Segmentación y caracterización de los públicos de la lectura](#) (2022) del propio Observatorio Vasco de la Cultura. Los resultados permiten interpretar que la lectura se sitúa en el núcleo de la participación cultural. Combina una extensión transversal y, por la propia naturaleza de la práctica, una intensidad mayor respecto a otras prácticas culturales. Esto significa que puede actuar como puerta de entrada, pero también que es el hilo que se mantiene conectado a la participación cultural cuando esta se reduce a mínimos.

Lo digital, ¿conecta o aísla?

La participación digital receptiva (con la cuestión del visionado de series mediante plataformas de contenido digital en *streaming* como elemento central) sigue planteando controversias.

De hecho, es una de esas cuestiones que en conversaciones cotidianas implica habitualmente juicios de valor respecto lo que es o no es cultura o participación cultural, jerarquizando y legitimando unas prácticas culturales sobre otras. Esto, cabe asumir, contribuye a distanciar a ciertas personas que, realizando este tipo de prácticas, creen que no están participando y consumiendo cultura y que “el arte y la cultura no son para personas como ellos” (barrera psicológica). De la misma forma, esta cuestión tiene que ver con la necesidad de ampliar y no realizar juicios sobre distintos modos de participación.

En este sentido, la participación digital receptiva no es menos que otros tipos de participación. Hay tres hechos que obligan a replantearse determinadas visiones:

- Los Omnívoros voraces y relajados hacen un consumo digital receptivo muy intenso. No hay necesariamente una elección entre participar de una u otra forma, dada la naturaleza de cada modo de participación son combinables. Las prácticas y los productos de este modo

de participación tienen un valor artístico y cultural reconocible.

- La participación digital receptiva es el núcleo de la participación de determinadas personas. Tiene potencial de puerta de entrada a una participación más amplia, tiene transversalidad.
- Hay grupos excluidos de este modo de participación. La participación digital receptiva tiene que ser favorecida, no limitada.

De hecho, en la exclusión del modo de participación cultural digital un componente central es la edad, y se trata de un factor excluyente a nivel general, no solo digital. Por otro lado, son los más jóvenes los que están más inclinados a las prácticas digitales. En este sentido, no hay nada intrínseco en las prácticas o productos digitales que las hagan más o menos “culturales” y justifiquen una jerarquización. En distintos casos aísla o conecta, y el hecho de que lo digital aíse o conecte reside en otros factores como el ciclo de vida, la socialización en la infancia, lo psicológico...

8. Recapitulación: aspectos destacados

Este informe ha presentado los resultados del análisis de la Encuesta de Participación Cultural 2024 en la CAE con el objetivo de identificar perfiles y patrones de participación cultural a nivel poblacional. Este conocimiento es útil para conocer las diferencias y las preferencias de la ciudadanía respecto al arte y la cultura y avanzar en políticas culturales más informadas; orientándolas con apoyo a la evidencia empírica y mejorando la consecución de sus objetivos.

La segmentación de públicos culturales en la CAE revela siete perfiles diferenciados según la intensidad y el tipo de participación: desde los *omnívoros voraces* hasta el *no-público*. Esta clasificación permite captar no solo quién participa más, sino cómo lo hace: con mayor o menor diversidad de actividades, en formatos presenciales, digitales, activos o receptivos.

Los tres grupos más activos representan el 31,5% de la población, mientras que los tres menos activos suman un 42,4%.

Cada perfil se configura según combinaciones específicas de prácticas culturales, no únicamente por el volumen. Algunos grupos muestran una orientación preferente hacia el consumo digital (*solo digital receptivo*), otros combinan lo analógico con lo digital (*activos y conectados*), y algunos se centran casi exclusivamente en actividades tradicionales presenciales (*consumo clásico medio o participación analógica ocasional*). Esta variedad sugiere que el tipo de acceso, los hábitos y las motivaciones son tan importantes como la cantidad de actividades realizadas.

Distintos factores sociológicos destacan como estructuradores de los perfiles, entre los que destacan:

- Edad como ciclo vital: determina o condensa aspectos relativos al tiempo disponible, las competencias digitales,

el contexto familiar y la capacidad económica. Ejerce una gran influencia que cabe entender en esta clave.

- Capital cultural heredado: La exposición a prácticas culturales en la infancia se asocia de forma clara con una participación adulta más elevada, probablemente por la adquisición de capacidades, por el desarrollo del gusto y por evitar barreras psicológicas.
- Barreras psicológicas y de conocimiento (baja “autoestima cultural” y falta de “alfabetización” artística). Estas variables tienen una fuerza explicativa relevante y no siempre se tienen en cuenta. Están altamente correlacionadas con la baja participación, en ocasiones de forma independiente al nivel educativo u otras variables importantes.

Otros factores como los ingresos, el sexo o el tamaño de la ciudad tienen efectos más específicos o limitados. Una observación importante, que añade un grado de

complejidad, es que existen factores que no se relacionan de forma lineal con la participación cultural: hay variables y categorías de estas variables que tienen efecto para algunos perfiles, pero no para otros. Es por ello por lo que la amplia caracterización de los perfiles (resumida en las **fichas** de cada uno), así como la lectura transversal o comparada de todos estos, es importante para entenderlos mejor: en muchos casos son las contraposiciones las que contribuyen a destacar características propias.

Los resultados aquí presentados ofrecen el potencial de ser traducidos desde la segmentación a la promoción de públicos. La segmentación de los públicos es la base para la orientación de acciones estratégicas específicas. A título orientativo, a partir de los perfiles identificados, es posible idear para cada caso medidas ad-hoc:

- Omnívoros voraces (8,6%): Ya muy activos, pueden ser aliados estratégicos

de forma activa, en la forma de “prosumidores”.

- Ofrecerles programación especializada, espacios de coproducción y oportunidades de mediación o voluntariado cultural.
- Omnívoros relajados (8,3%): Participan mucho pero con menor intensidad que los voraces.
 - Fomentar continuidad y fidelización mediante propuestas híbridas (presencial/digital) y facilitar acceso familiar o en grupo.
- Activos y conectados (14,6%): Jóvenes, activos y digitales.
 - Reforzar su rol como creadores implicándolos en programación participativa, en la generación de contenidos digitales y comunidades en línea y facilitar que actúen como embajadores hacia otros jóvenes.
- Consumo clásico medio (26,1%): Grupo mayoritario y estable, pero poco implicado.
 - Diversificar la oferta convencional e incorporar mediación para estimular

nuevas prácticas (ej. talleres previos, visitas comentadas).

- Participación analógica ocasional (6,7%): Participan poco y solo en lo más tradicional.
 - Reforzar aspectos vinculados a la accesibilidad, actuar desde la proximidad y facilitar experiencias introductorias de bajo compromiso.
- Solo digital receptivo (25,1%): Público joven, conectado e interesado digitalmente pero alejados de las prácticas presenciales.
 - Generar puentes con su la oferta digital que consumen y favorecer experiencias en grupo.
- No público (10,6%): Distanciado y con barreras acumuladas, de edad avanzada.
 - Trabajar desde la mediación, lo comunitario y la intersección con otros ámbitos (educación, salud, servicios sociales).

Anexo

9. Ficha de la encuesta

Ámbito poblacional y administrativo	Comunidad Autónoma de Euskadi
Ámbito temporal	Diciembre de 2023-marzo de 2024
Diseño muestral	Muestreo aleatorio estratificado con afijación no proporcional
Tamaño	4.700
Error muestral	±% 1,46 (En el informe metodológico disponible en la web del Observatorio Vasco de la Cultura se puede consultar la estimación del error muestral para las categorías que componen las variables de cruce)
Nivel de confianza	% 95,5 bajo supuesto de máxima indeterminación (p=q=% 50)
Estratos y cuotas	• Ámbitos administrativos • Tamaño poblacional del municipio • Sexo • Edad • Conocimiento de euskera
Método de realización de las entrevistas	Entrevista telefónica asistida por ordenador
Ponderación	Los datos están ponderados para representar adecuadamente a la población, equilibrándolos en función del territorio histórico (Álava, Bizkaia y Gipuzkoa), tamaño del municipio, edad y conocimiento del euskera (vascohablantes o no)

10. Metodología

Tabla anexo 1. Media de cada variable según patrones o grupos culturales

Variable	Interpretación	Omnivorismo voraz	Omnivorismo relajado	Activos y conectados	Consumidor clásico medio	Participación analógica ocasional	Solo digital receptivo	No público	Media general
Tramo de edad	Tramos de edad de 10 años, de menos a más	3,05	3,08	2,30	3,36	5,02	3,60	5,42	3,55
Nivel estudios	Tramos de menos a más	4,35	4,20	4,14	4,24	3,44	3,67	2,44	3,85
Suma infancia receptivas	5 tramos de menos a más	3,61	3,35	3,28	3,06	2,66	2,47	1,88	2,86
Nivel progenitor (madre)	Niveles de estudios de menos a más	3,05	2,95	3,30	2,75	1,70	2,26	1,43	2,55
Gasto cultural	Cantidad mensual en euros	113,95	75,46	76,46	77,41	56,45	40,53	14,95	63,13
Suma infancia activas	5 tramos de menos a más	2,75	2,42	2,53	2,10	1,80	1,89	1,47	2,10
Nivel progenitor 1 (padre)	Niveles de estudios de menos a más	3,15	2,99	3,43	2,93	1,99	2,38	1,59	2,69
Euskaldun	1 = Erdaldun, 2 = Euskaldun	1,59	1,59	1,63	1,47	1,29	1,27	1,17	1,42
Valor personal de la cultura	El arte y la cultura me hacen sentir satisfecho. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	3,45	3,13	3,15	2,96	2,97	2,55	2,53	2,90
Nivel de información cultural		1,96	2,14	2,34	2,31	2,20	2,64	2,79	2,40
Horas estudio	Tramos de menos a más	0,7512	0,5553	0,6268	0,4335	0,2025	0,2625	0,0362	0,3987
Beneficiario prestaciones	1 = No, 2 = Sí	1,24	1,25	1,13	1,21	1,57	1,33	1,70	1,31
Barrera cantidad oferta entorno	Participaría más si hubiera más oferta en el lugar donde vivo en las actividades culturales. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	3,05	2,86	2,98	2,71	2,57	2,48	1,98	2,65
Barrera psicológica	La verdad es que las artes no son para gente como yo. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	1,12	1,26	1,28	1,28	1,40	1,46	1,79	1,37
Valor social de la cultura	Las artes y la cultura son muy importantes para lograr una sociedad mejor. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	3,83	3,70	3,68	3,60	3,64	3,39	3,35	3,56
Barrera conocimiento	En la mayoría de los casos, disfrutar del arte y la cultura requiere unos conocimientos, y yo no los tengo. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	1,37	1,54	1,63	1,61	1,82	1,87	2,10	1,72
Cantidad de aficiones distintas a la cultura	5 tramos de menos a más	3,14	3,12	3,43	3,13	2,50	2,92	2,07	2,97
Horas voluntario	Tramos de menos a más	0,2906	0,2005	0,1414	0,1127	0,1297	0,0466	0,0342	0,1157
Horas laborales	Tramos de menos a más	1,1872	1,1722	1,3659	1,3788	0,5854	1,1431	0,3380	1,1206
Horas ocupadas por obligaciones	5 tramos de menos a más	3,02	3,05	3,15	3,11	2,25	2,90	1,95	2,87
Horas trabajo doméstico y de cuidado	Tramos de menos a más	1,6148	1,9203	1,6015	1,8059	2,2045	2,0716	2,1798	1,9018
Barrera precio	El precio de las actividades y productos culturales es determinante para mí. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	2,75	2,65	2,79	2,56	2,43	2,54	2,09	2,55
Motivación hacia la cultura	1=Social y emocional, 2=Cultural y simbólica	1,63	1,53	1,51	1,47	1,52	1,42	1,45	1,48
Dificultad para llegar a fin de mes	Tramos de menos a más	1,91	1,86	1,99	1,78	1,88	2,24	2,16	1,99
Origen nacimiento	De menos (Euskadi) a más (Mundo). 1 = Euskadi, 2 = Estado español, 3 = Europa, 4 = Resto del mundo	1,23	1,44	1,36	1,31	1,32	1,57	1,45	1,40
Tamaño ciudad	1 = Ciudades de menos 50.000, 2 = Ciudades de más 50.000 y capitales	1,70	1,62	1,61	1,66	1,60	1,60	1,51	1,62
Sexo	Valor 1 = Hombres, 2 = Mujeres	1,50	1,50	1,48	1,45	1,64	1,51	1,61	1,51
Tramo de ingresos	Tramos de menos a más	4,31	4,31	3,92	4,57	4,18	4,16	3,74	4,22
Cantidad hijos menores	0 = Ninguno, 1 = 1 hijo, 2 = 2 hijos, 3 = 3 o más	0,3160	0,6211	0,3752	0,4959	0,3302	0,5200	0,0905	0,4251
Convivencia con hijos sí/no	0 = No, 1 = Sí	0,24	0,40	0,23	0,40	0,34	0,41	0,23	0,34
Convivencia con hijos menores 14		0,0911	0,1080	0,0787	0,1159	0,0949	0,1084	0,0121	0,0934
Convivencia con hijos menores 18		0,0911	0,0925	0,0831	0,1012	0,0728	0,1067	0,0181	0,0877
Barrera grupo	De vez en cuando, me gustaría hacer actividades culturales, pero no tengo con quién ir. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	1,89	1,79	2,08	1,85	1,72	1,93	1,76	1,88
Convivencia con hijos menores 10		0,0764	0,2468	0,1414	0,1559	0,0886	0,1956	0,0382	0,1474

Tabla anexo 2. Porcentaje de diferencia respecto a la media de cada variable según patrones o grupos culturales

		Omnivorismo voraz	Omnivorismo relajado	Activos y conectados	Consumidor clásico medio	Participación analógica ocasional	Solo digital receptivo	No público
Tramo de edad	Tramos de edad de 10 años de menos a más	-14,00	-13,14	-35,16	-5,19	41,56	1,55	52,94
Nivel estudios	Tramos de menos a más	13,00	9,25	7,64	10,25	-10,48	-4,54	-36,48
Suma infancia receptivas	5 tramos de menos a más	26,17	16,83	14,40	6,80	-6,95	-13,90	-34,23
Nivel progenitor (madre)	Niveles de estudios de menos a más	19,81	15,70	29,58	8,10	-33,11	-11,21	-43,80
Gasto cultural	Cantidad mensual en euros	80,49	19,52	21,10	22,61	-10,59	-35,81	-76,32
Suma infancia activas	5 tramos de menos a más	30,58	14,82	20,07	-0,43	-14,29	-10,04	-30,36
Nivel progenitor 1 (padre)	Niveles de estudios de menos a más	17,10	11,27	27,62	8,88	-26,05	-11,51	-40,67
Euskaldun	1 = Erdaldun, 2 = Euskaldun	12,14	11,78	14,75	3,44	-9,23	-10,37	-17,47
Valor personal de la cultura	El arte y la cultura me hacen sentir satisfecho. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	18,82	7,80	8,60	2,17	2,57	-12,01	-12,63
Nivel de información cultural		-18,11	-10,56	-2,42	-3,75	-8,17	10,24	16,49
Horas estudio	Tramos de menos a más	88,41	39,26	57,21	8,71	-49,20	-34,17	-90,92
Beneficiario prestaciones	1 = No, 2 = Sí	-5,30	-4,84	-13,58	-7,67	19,74	1,39	29,85
Barrera cantidad oferta entorno	Participaría más si hubiera más oferta en el lugar donde vivo en las actividades culturales. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	15,22	7,81	12,60	2,19	-2,87	-6,20	-25,35
Barrera psicológica	La verdad es que las artes no son para gente como yo. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	-18,39	-8,25	-6,45	-6,68	2,11	6,62	30,82
Valor social de la cultura	Las artes y la cultura son muy importantes para lograr una sociedad mejor. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	7,35	3,73	3,15	0,95	2,14	-4,74	-5,96
Barrera conocimiento	En la mayoría de los casos, disfrutar del arte y la cultura requiere unos conocimientos, y yo no los tengo. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	-20,43	-10,12	-4,92	-6,25	6,31	8,85	22,63
Cantidad de aficiones distintas a la cultura	5 tramos de menos a más	5,79	5,04	15,74	5,54	-15,61	-1,66	-30,20
Horas voluntario	Tramos de menos a más	151,10	73,24	22,16	-2,67	12,10	-59,76	-70,45
Horas laborales	Tramos de menos a más	5,94	4,60	21,88	23,03	-47,76	2,00	-69,84
Horas ocupadas por obligaciones	5 tramos de menos a más	5,19	6,30	9,64	8,49	-21,73	1,00	-31,94
Horas trabajo doméstico y de cuidado	Tramos de menos a más	-15,09	0,98	-15,79	-5,04	15,92	8,93	14,62
Barrera precio	El precio de las actividades y productos culturales es determinante para mí. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	7,75	3,56	9,21	0,15	-4,82	-0,59	-18,28
Motivación hacia la cultura	1=Social y emocional, 2=Cultural y simbólica	10,07	3,10	1,79	-0,90	2,38	-4,40	-1,95
Dificultad para llegar a fin de mes	Tramos de menos a más	-4,15	-6,20	-0,04	-10,61	-5,62	12,47	8,57
Origen nacimiento	De menos (Euskadi) a más (Mundo). 1 = Euskadi, 2 = Estado español, 3 = Europa, 4 = Resto del mundo	-12,30	2,72	-2,96	-6,51	-6,07	11,95	3,51
Tamaño ciudad	1 = Ciudades de menos 50.000, 2 = Ciudades de más 50.000 y capitales	5,23	0,13	-0,23	2,56	-1,20	-1,21	-6,70
Sexo	Valor 1 = Hombres, 2 = Mujeres	-0,43	-0,85	-2,04	-3,70	8,64	0,33	6,68
Tramo de ingresos	Tramos de menos a más	2,21	2,31	-6,98	8,28	-0,75	-1,28	-11,33
Cantidad hijos menores	0 = Ninguno, 1 = 1 hijo, 2 = 2 hijos, 3 = 3 o más	-25,65	46,13	-11,74	16,67	-22,33	22,33	-78,70
Convivencia con hijos sí/no	0 = No, 1 = Sí	-29,10	16,33	-32,33	16,52	-0,72	19,67	-31,39
Convivencia con hijos menores 14		-2,43	15,59	-15,72	24,10	1,64	16,04	-87,08
Convivencia con hijos menores 18		3,96	5,57	-5,21	15,47	-16,97	21,71	-79,34
Barrera grupo	De vez en cuando, me gustaría hacer actividades culturales, pero no tengo con quién ir. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	0,50	-5,20	10,62	-1,75	-8,87	2,24	-6,44
Convivencia con hijos menores 10		-48,22	67,37	-4,10	5,75	-39,91	32,66	-74,07

Tabla anexo 3. Resultados del test ANOVA de las variables respecto a los grupos o patrones de participación cultural

Variable	Interpretación	Valor F de linealidad	Valor F de desviación de la linealidad
Tramo de edad	Tramos de edad de 10 años, de menos a más	867,779	182,178
Nivel estudios	Tramos de menos a más	726,276	85,026
Suma infancia receptivas	5 tramos de menos a más	637,496	8,179
Nivel progenitor (madre)	Niveles de estudios de menos a más	575,132	48,188
Gasto cultural	Cantidad mensual en euros	564,454	14,258
Suma infancia activas	5 tramos de menos a más	532,522	12,462
Nivel progenitor 1 (padre)	Niveles de estudios de menos a más	479,878	40,699
Euskaldun	1 = Erdaldun, 2 = Euskaldun	471,973	12,956
Valor personal de la cultura	El arte y la cultura me hacen sentir satisfecho. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	403,302	6,421
Nivel de información cultural		398,411	13,439
Horas estudio	Tramos de menos a más	347,400	7,123
Beneficiario prestaciones	1 = No, 2 = Sí	335,464	78,596
Barrera cantidad oferta entorno	Participaría más si hubiera más oferta en el lugar donde vivo en las actividades culturales. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	302,188	11,935
Barrera psicológica	La verdad es que las artes no son para gente como yo. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	217,067	11,706
Valor social de la cultura	Las artes y la cultura son muy importantes para lograr una sociedad mejor. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	208,952	3,554
Barrera conocimiento	En la mayoría de los casos, disfrutar del arte y la cultura requiere unos conocimientos, y yo no los tengo. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	191,727	3,949
Cantidad de aficiones distintas a la cultura	5 tramos de menos a más	179,289	35,714
Horas voluntario	Tramos de menos a más	172,563	3,715
Horas laborales	Tramos de menos a más	163,404	70,242
Horas ocupadas por obligaciones	5 tramos de menos a más	161,698	50,127
Horas trabajo doméstico y de cuidado	Tramos de menos a más	78,859	7,500
Barrera precio	El precio de las actividades y productos culturales es determinante para mí. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	76,874	10,101
Motivación hacia la cultura	1=Social y emocional, 2=Cultural y simbólica	48,373	3,656
Dificultad para llegar a fin de mes	Tramos de menos a más	44,938	11,741
Origen nacimiento	De menos (Euskadi) a más (Mundo). 1 = Euskadi, 2 = Estado español, 3 = Europa, 4 = Resto del mundo	36,190	8,237
Tamaño ciudad	1 = Ciudades de menos 50.000, 2 = Ciudades de más 50.000 y capitales	28,577	4,038
Sexo	Valor 1 = Hombres, 2 = Mujeres	15,893	8,957
Tramo de ingresos	Tramos de menos a más	12,922	17,352
Cantidad hijos menores	0 = Ninguno, 1 = 1 hijo, 2 =2 hijos, 3=3 o más	9,627	30,876
Convivencia con hijos sí/no	0 = No, 1 = Sí	7,016	24,239
Convivencia con hijos menores 14		5,617	9,386
Convivencia con hijos menores 18		3,938	7,159
Barrera grupo	De vez en cuando, me gustaría hacer actividades culturales, pero no tengo con quién ir. 1= Muy en desacuerdo, 4 = Muy de acuerdo	2,457	8,413
Convivencia con hijos menores 10		1,608	25,409

Tabla anexo 4. Probabilidad de pertenecer a cada categoría de los distintos perfiles

		Numeración original Ranking	Perfil 6	Perfil 1	Perfil 2	Perfil 3	Perfil 5	Perfil 7	Perfil 4
			1	2	3	4	5	6	7
Modo	Ámbito	Categorías	Omnívoros y voraces	Omnívoros relajados	Activos y conectados	Consumidor medio	Analógicos ocasionales	Digitales receptivos	No público
Receptivo	Teatro	Nunca	0,08	0,23	0,30	0,20	0,26	0,61	0,87
		Frecuencia baja (1-3)	0,32	0,37	0,48	0,51	0,49	0,33	0,12
		Frecuencia media (4-6)	0,28	0,28	0,17	0,18	0,18	0,05	0,01
		Frecuencia alta (7+)	0,33	0,12	0,05	0,11	0,08	0,01	0,00
	Danza	Nunca	0,30	0,55	0,59	0,65	0,56	0,83	0,88
		Frecuencia baja (1-3)	0,45	0,39	0,35	0,27	0,32	0,15	0,11
		Frecuencia media (4-6)	0,15	0,05	0,04	0,06	0,09	0,02	0,00
		Frecuencia alta (7+)	0,10	0,01	0,02	0,02	0,03	0,01	0,00
	Conciertos	Nunca	0,03	0,18	0,07	0,14	0,35	0,53	0,81
		Frecuencia baja (1-3)	0,19	0,39	0,34	0,44	0,39	0,35	0,16
		Frecuencia media (4-6)	0,26	0,18	0,23	0,25	0,18	0,08	0,03
		Frecuencia alta (7+)	0,51	0,24	0,36	0,17	0,08	0,05	0,01
	Cine	Nunca	0,06	0,15	0,16	0,14	0,33	0,48	0,89
		Frecuencia baja (1-3)	0,21	0,34	0,41	0,33	0,32	0,33	0,08
		Frecuencia media (4-6)	0,26	0,24	0,24	0,24	0,20	0,11	0,02
		Frecuencia alta (7+)	0,47	0,26	0,19	0,29	0,15	0,08	0,01
	Biblioteca	Nunca	0,22	0,00	0,51	0,52	0,52	0,76	0,93
		Frecuencia baja (1-3)	0,12	0,18	0,17	0,17	0,16	0,11	0,03
		Frecuencia media (4-6)	0,12	0,16	0,08	0,09	0,08	0,05	0,01
		Frecuencia alta (7+)	0,54	0,66	0,24	0,22	0,23	0,09	0,02
	Biblioteca-Otras actividades	Nunca	0,67	0,24	1,00	1,00	0,87	0,99	1,00
		Una o más veces	0,33	0,76	0,00	0,00	0,13	0,01	0,00
	Lectura	Ningún libro	0,04	0,06	0,16	0,11	0,14	0,36	0,60
		Frecuencia baja (1-3)	0,16	0,19	0,39	0,29	0,30	0,32	0,22
		Frecuencia media (4-6)	0,19	0,30	0,20	0,24	0,18	0,14	0,08
		Frecuencia alta (7+)	0,61	0,45	0,25	0,36	0,39	0,18	0,10
	Conferencias	Nunca	0,32	0,54	0,74	0,85	0,74	0,95	0,99
		Frecuencia baja (1-3)	0,33	0,34	0,21	0,13	0,17	0,05	0,01

Tabla anexo 4. Probabilidad de pertenecer a cada categoría de los distintos perfiles

	Museos	Frecuencia media (4-6)	0,17	0,06	0,04	0,02	0,05	0,00	0,00
		Frecuencia alta (7+)	0,18	0,05	0,01	0,00	0,04	0,00	0,00
		Nunca	0,03	0,21	0,28	0,15	0,34	0,74	0,92
		Frecuencia baja (1-3)	0,28	0,56	0,59	0,59	0,51	0,25	0,07
		Frecuencia media (4-6)	0,34	0,17	0,11	0,18	0,11	0,01	0,00
		Frecuencia alta (7+)	0,34	0,07	0,02	0,08	0,04	0,00	0,00
	Galerías de arte	Nunca	0,27	0,64	0,66	0,65	0,73	0,95	0,98
		Frecuencia baja (1-3)	0,44	0,36	0,33	0,31	0,24	0,05	0,02
		Frecuencia media (4-6)	0,18	0,00	0,00	0,03	0,03	0,00	0,00
		Frecuencia alta (7+)	0,10	0,00	0,00	0,01	0,01	0,00	0,00
Activo	Asociacionismo	En ninguna asociación	0,60	0,76	0,78	0,92	0,82	0,95	0,97
		En una	0,28	0,19	0,17	0,08	0,16	0,04	0,03
		En más de una	0,12	0,05	0,05	0,00	0,02	0,01	0,00
	Prácticas artísticas amateur (intensidad)	Ninguna	0,09	0,37	0,32	0,59	0,60	0,68	0,83
		Intensidad baja	0,06	0,13	0,11	0,13	0,08	0,09	0,04
		Intensidad media	0,24	0,18	0,25	0,18	0,19	0,15	0,11
		Intensidad alta	0,61	0,32	0,32	0,11	0,13	0,08	0,02
Digital	Prácticas digitales receptivas clásicas	Ninguna	0,02	0,00	0,00	0,00	0,70	0,02	0,80
		Un tipo	0,04	0,09	0,07	0,14	0,20	0,25	0,13
		Dos tipos	0,30	0,46	0,41	0,50	0,08	0,53	0,06
		Tres tipos o más	0,64	0,45	0,52	0,35	0,02	0,20	0,01
	Prácticas digitales receptivas "nativas"	Ninguna	0,02	0,00	0,00	0,00	0,72	0,02	0,90
		Un tipo	0,05	0,09	0,01	0,14	0,20	0,27	0,09
		Dos tipos	0,19	0,25	0,12	0,32	0,08	0,33	0,01
		Tres tipos o más	0,74	0,67	0,87	0,54	0,00	0,38	0,00
	Prácticas digitales activas	Ninguna	0,36	0,57	0,19	0,78	0,98	0,75	0,99
		Un tipo	0,11	0,17	0,21	0,19	0,01	0,14	0,01
		Dos tipos	0,16	0,15	0,30	0,03	0,00	0,07	0,00
		Tres tipos o más	0,37	0,10	0,29	0,01	0,00	0,04	0,00

Tabla anexo 5. Resultados principales de la regresión logística multinomial

Pseudo R cuadrado	
Cox y Snell	0,581
Nagelkerke	0,597
McFadden	0,240

Pruebas de la razón de verosimilitud				
	Criterios de ajuste de modelo	Pruebas de la razón de verosimilitud		
	Logaritmo de la verosimilitud -2 de modelo reducido	Chi-cuadrado	gl.	Sig.
Tramo de edad	12141,568	263,180	30	0,000
Nivel de información	12078,785	200,397	18	0,000
Nivel de estudios	12015,746	137,358	24	0,000
Valor personal	11980,620	102,232	18	0,000
Cantidad de aficiones distintas	11977,450	99,061	24	0,000
Actividades activas en la infancia	11976,269	97,881	18	0,000
Horas de estudio	11970,600	92,212	6	0,000
Actividades receptivas en la infancia	11945,724	67,336	24	0,000
Horas laboral	11937,021	58,633	12	0,000
Dificultad a fin de mes	11936,016	57,628	24	0,000
Total de hijos menores en el hogar	11935,092	56,704	18	0,000
Barreras psicológicas	11931,654	53,266	18	0,000
Barreras geográficas	11928,916	50,528	18	0,000
Barreras de conocimiento	11914,866	36,478	18	0,006
Nivel educativo del progenitor (madre)	11914,377	35,989	24	0,055
Origen de nacimiento	11912,630	34,242	18	0,012
Barreras económicas	11911,879	33,491	18	0,015
Tamaño de ciudad recodificado	11911,693	33,305	6	0,000
Sexo	11909,192	30,804	6	0,000
Euskaldun	11908,942	30,554	6	0,000
Motivaciones	11905,411	27,023	6	0,000
Intersección	11878,388 ^a	0,000	0	