



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura

Resumen ejecutivo

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

Resumen ejecutivo

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.

Ficha de cada perfil

Omnivorismo voraz		Prototipo de grandes aficionados a la cultura
8,64 % de la población	113,95 € Gasto mensual en 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.

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

Análisis de resultados de la Encuesta de Participación Cultural 2024

Omnivorismo relajado		Menú variado con énfasis en la lectura
8,28 % de la población	75,46 € Gasto mensual en cultura	Disfrutan de casi todo en cualquier formato

Perfil cultural

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.

Perfil sociológico

Alta concentración de titulaciones universitarias. Nivel de ingresos intermedio.

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

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

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

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

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

Análisis de resultados de la Encuesta de Participación Cultural 2024

Activos y conectados		100% digitales y consumo audiovisual
14,6 % de la población	76,46 € Gasto mensual en cultura	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.

Segmentación de públicos: patrones y perfiles de participación cultural en la CAE
Análisis de resultados de la Encuesta de Participación Cultural 2024

Consumo clásico medio		Pelotón de consumidores culturales
26,06 % de la población	77,41 € Gasto mensual en cultura	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).	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.

Perfil sociológico

Posición intermedia con relación al capital cultural heredado.	Buen nivel educativo de media, con mayoría de universitarios. Sin dificultades económicas	Grupo marcado por la presencia de adultos de 35 a 54 años. Capitales y grandes ciudades.
Viven con hijos en una proporción superior a la media. Concentración levemente superior de hombres.	Posición intermedia en los distintos ítems de caracterización psicológica.	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.

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

Análisis de resultados de la Encuesta de Participación Cultural 2024

Analógicos ocasionales		Consumen poco y analógico
6,72 % de la población	56,45 € Gasto mensual en cultura	Cierta diversidad, pero poca frecuencia

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.

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

Análisis de resultados de la Encuesta de Participación Cultural 2024

Digitales receptivos		Digitales, audiovisuales y lectores ocasionales
25,13 % de la población	40,53 € Gasto mensual en cultura	Despuntan en el consumo digital

Perfil cultural

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.	

Perfil sociológico

Baja socialización cultural en la infancia.	Peso importante de la Formación Profesional, seguido del nivel universitario.	Dificultades económicas más marcadas, aunque no son los que tienen los menores ingresos.
Entre los públicos menos activos, son significativamente más jóvenes.	Sienten que el arte y la cultura no son para gente como ellos. Tienen poca información cultural.	La afición más destacada son las redes sociales, las series y pasear.

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

Análisis de resultados de la Encuesta de Participación Cultural 2024

No público		Grupo muy alejado y con poco interés
10,57 % de la población	14,95 € Gasto mensual en cultura	Distanciados y con barreras muy marcadas

Perfil cultural

Mínima o nula actividad en cualquier modo de participación.

Conciertos y alguna práctica artística amateur en casos anecdóticos.

Asistencia a teatro, danza o cine extremadamente baja.

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.

La barrera de conocimiento y psicológica más marcada.
No participarían más si hubiera más oferta cerca.
El precio no representa un problema.

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.

Pasean y ven la televisión por encima de la media.
No usan redes sociales ni pasan tiempo en bares.

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 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).