

Encuesta
de
**participación
cultural**
en la
Comunidad Foral
de Navarra

Colección de
Estadísticas y Estudios
del Observatorio Vasco
de la Cultura **87**

Informe de resultados 2024



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura

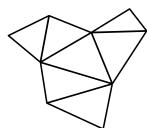


Un registro bibliográfico de esta obra puede consultarse en el catálogo de la Biblioteca General del Gobierno Vasco: <https://www.katalogoak.euskadi.eus/katalogobateratua>

Edición:	abril de 2025
©	Administración Pública de la Comunidad Autónoma de Euskadi Departamento de Cultura y Política Lingüística
Internet:	www.euskadi.eus
Editor:	Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco Donostia-San Sebastián 1, 01010 Vitoria-Gasteiz
Coordinación técnica:	ICC-Consultors Culturals, SL
Trabajo de campo:	SIADECO, S.COOP.L
Diseño y maquetación:	TheNiu
ISBN:	978-84-457-3829-0

Encuesta de **participación cultural** en la Comunidad Foral de Navarra

Informe de resultados



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura





Índice de contenidos

Presentación	11
O1. Caracterización de la muestra	12
O2. Actitudes generales hacia la cultura	16
o2.1. Tiempo dedicado a la cultura	16
o2.2. Actitudes hacia la cultura y barreras culturales	18
o2.3. Nivel de información sobre la oferta cultural	21
o2.4. Motivaciones para la participación cultural	22
O3. Participación cultural receptiva	29
o3.1. Artes escénicas y música	29
3.1.1. Asistencia a espectáculos escénicos	29
3.1.2. Asistencia al teatro	30
3.1.3. Asistencia a espectáculos de danza	31
3.1.4. Asistencia a conciertos	32
3.1.5. Frecuencia de escucha de música grabada	33
3.1.6. Otros espectáculos en directo	34
o3.2. Audiovisuales	36
3.2.1. Asistencia al cine	36
3.2.2. Videojuegos	38
o3.3. Lectura	41
3.3.1. Libros	41
3.3.2. Asistencia a la biblioteca	44
o3.4. Medios de comunicación	49
3.4.1. Periódicos y revistas	49
3.4.2. Televisión y radio	52
o3.5. Museos y patrimonio cultural	55
3.5.1. Asistencia a museos	55
3.5.2. Asistencia a galerías de arte	56
3.5.3. Asistencia a monumentos, edificios o lugares históricos	57
3.5.4. Razones de las visitas a museos, galerías de arte y monumentos	58
o3.6. Resumen comparativo	60

O4. Participación cultural vinculada a la creatividad	63
04.1. Prácticas artísticas nivel amateur	63
04.2. Formación artística	67
04.3. Participación en asociaciones culturales.....	68
O5. Prácticas digitales	70
05.1. Uso de Internet.....	70
05.2. Prácticas culturales digitales.....	71
05.3. Suscripción a plataformas digitales con contenido cultural	73
05.4. Las redes sociales en la participación cultural	76
O6. Participación cultural en euskera	77
06.1. Conocimiento de euskera	77
06.2. Participación general en euskera	79
06.3. Hábitos culturales en euskera	80
6.3.1. Artes escénicas y música en euskera.....	80
6.3.2. Audiovisuales en euskera	83
6.3.3. Lectura en euskera	86
6.3.4. Resumen comparativo	89
06.4. Prácticas digitales en euskera.....	90
6.4.1. Internet y servicios online en euskera.....	90
6.4.2. Redes sociales en euskera	92
06.5. Prácticas creativas nivel amateur: bertsolarismo	93
06.6. Principales razones subjetivas de la participación en euskera	94
06.7. Canales informativos	95
06.8. Sobre la oferta en euskera	97
06.9. Limitaciones de la oferta.....	98
O7. Anexos	100
A.Gráficos de cruce	102
B.Ficha técnica de la encuesta	156



Índice de gráficos

Gráfico 1. Caracterización de la muestra por (A) sexo, (B) tamaño del municipio, (C) edad, (D) nivel de estudios y (E) conocimiento del euskera.....	13
Gráfico 2. Nivel de estudios por edad (%).	15
Gráfico 3. Conocimiento de euskera, por edad (%).	15
Gráfico 4. En qué medida ocupan el ocio con las siguientes actividades.	17
Gráfico 5. Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la cultura (bastante + totalmente de acuerdo) (%).	19
Gráfico 6. Criterios a los que se otorga una mayor importancia a la hora de seleccionar una propuesta artística (bastante + mucho) (%).	20
Gráfico 7. Autovaloración media del nivel de información sobre la oferta cultural (2018-2023) (%).	21
Gráfico 8. Autovaloración del nivel de información sobre la oferta cultural (2018-2023) (%).	21
Gráfico 9. Motivaciones para las prácticas culturales (%).	23
Gráfico 10. Motivaciones para las prácticas nivel amateur (%).	24
Gráfico 11. Motivaciones para las prácticas digitales (%).	26
Gráfico 12. Motivación para la participación cultural en función del tipo de práctica (2018-2023) (%).	28
Gráfico 13. Frecuencia de asistencia a espectáculos escénicos en los últimos 12 meses (2023) (%).	29
Gráfico 14. Frecuencia de asistencia al teatro en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).	30
Gráfico 15. Frecuencia de asistencia a espectáculos de danza en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).	31
Gráfico 16. Frecuencia de asistencia a conciertos en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).	32
Gráfico 17. Frecuencia de escucha de música grabada (2018-2023) (%).	33
Gráfico 18. Ranking de otros espectáculos en directo (2018-2023) (%).	34
Gráfico 19. Frecuencia de asistencia al cine en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).	36
Gráfico 20. Lengua de las películas vistas en el cine (al menos una película en cada lengua) (%).	37
Gráfico 21. Frecuencia de uso de videojuegos (2018-2023) (%).	38
Gráfico 22. Lengua de los videojuegos (lengua en la que juegan habitualmente) (%).	40
Gráfico 23. Número de libros leídos en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).	41
Gráfico 24. Frecuencia de lectura de libros en los últimos 3 meses (%).	42
Gráfico 25. Soportes de lectura (%).	43
Gráfico 26. Frecuencia de asistencia a la biblioteca en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).	44
Gráfico 27. Razones para no acudir a la biblioteca (1 ^{er} y 2 ^º motivo) (%).	46
Gráfico 28. Frecuencia de asistencia a actividades culturales de las bibliotecas en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).	47
Gráfico 29. Préstamo de libros o películas digitales (%).	48
Gráfico 30. Frecuencia de lectura de periódicos y revistas (2018-2023) (%).	49
Gráfico 31. Frecuencia de lectura de periódicos y revistas en soporte digital (2018-2023) (%).	50
Gráfico 32. Frecuencia de consumo de televisión y radio (2018-2023) (%).	52
Gráfico 33. Frecuencia de consumo de televisión y radio de forma digital (2018-2023) (%).	53
Gráfico 34. Frecuencia de asistencia a museos en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).	55
Gráfico 35. Frecuencia de asistencia a galerías de arte los últimos 12 meses (2018-2023) (%).	56

Gráfico 36. Asistencia a monumentos, edificios o lugares históricos (%).	57
Gráfico 37. Razones de las personas que han acudido a museos, galerías de arte y monumentos y lugares históricos (2018-2023) (%).	59
Gráfico 38. Frecuencia de realización de distintas prácticas culturales (2018-2023) (%).	61
Gráfico 39. Evolución de la incidencia de las prácticas culturales en la población (2008-2018-2023) (%).	62
Gráfico 40. Prácticas culturales amateur en el último año (2018-2023) (%).	63
Gráfico 41. Ranking de las principales prácticas culturales amateur (2018-2023) (%).	64
Gráfico 42. Evolución de prácticas nivel amateur (2008-2018-2023) (%).	66
Gráfico 43. Personas que han realizado alguna actividad relacionada con el arte o la cultura fuera del centro o institución (2018-2023) (%).	67
Gráfico 44. Personas que participan en una o más asociaciones culturales (2018-2023) (%).	68
Gráfico 45. Ámbitos de las asociaciones culturales (%).	69
Gráfico 46. Evolución del número de personas que participan en alguna asociación cultural (2008-2018-2023) (%).	69
Gráfico 47. Personas que utilizan Internet y servicios online (2018-2023) (%).	70
Gráfico 48. Nivel de incidencia de prácticas digitales en la población, durante los últimos tres meses (2018-2023) (%).	72
Gráfico 49. Personas suscritas a alguna plataforma digital con acceso a contenido cultural, por grupos de población (2018-2023) (%).	73
Gráfico 50. Tipo de contenido consumido por la población con acceso a plataformas digitales de contenido cultural, por grupos de población (2018-2023) (%).	74
Gráfico 51. Ranking de tipos de uso de las redes sociales entre personas usuarias de Internet u otros servicios online (2018-2023) (%).	76
Gráfico 52. Nivel de conocimiento de euskera, en función de las distintas capacidades (2018-2023) (%).	77
Gráfico 53. Evolución de la población vascohablante (2008-2018-2023) (%).	78
Gráfico 54. Personas que dicen participar habitualmente en actividades culturales en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).	79
Gráfico 55. Personas que han asistido al menos una vez en los últimos 12 meses a una representación teatral en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).	80
Gráfico 56. Personas que escuchan habitualmente músicos o grupos musicales en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).	81
Gráfico 57. Personas que han asistido a alguna actuación de bertsolaris en los últimos 12 meses, por grupos de población (2018-2023) (%).	82
Gráfico 58. Población que prefiere el cine en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).	83
Gráfico 59. Personas que consumen radio y televisión en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).	85
Gráfico 60. Frecuencia de lectura en euskera durante los últimos 3 meses, por grupos de población (2018-2023) (%).	86
Gráfico 61. Personas consumidoras de periódicos y revistas en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).	88
Gráfico 62. Ranking de incidencia de las prácticas culturales en euskera en la población, por grupos de población (2018-2023) (%).	89



Gráfico 63. Evolución de las prácticas culturales en euskera, entre toda la población (2008-2018-2023) (%).....	90
Gráfico 64. Lengua de uso de personas usuarias de Internet y servicios online (%).	91
Gráfico 65. Lengua de uso de las redes sociales con fines vinculados a actividades culturales (%).....	92
Gráfico 66. Personas que practican el bertsolarismo, por grupos de población (2018-2023) (%).	93
Gráfico 67. Evolución del número de personas que practican bertsolarismo en el conjunto de la población (2008-2018-2023) (%).	94
Gráfico 68. Ranking de razones subjetivas que motivan la participación cultural en euskera (%).	94
Gráfico 69. Ranking de los principales canales de información para conocer la oferta cultural en euskera (2018-2023) (%).	96
Gráfico 70. Grado de acuerdo con las afirmaciones sobre la oferta cultural en euskera – totalmente o bastante de acuerdo – (%).	97
Gráfico 71. Principales limitaciones de la oferta (%).	99
Gráfico 72. Autovaloración del nivel de información cultural según las diferentes variables de cruce	103
Gráfico 73. Motivaciones para las prácticas culturales según las diferentes variables de cruce (%).	104
Gráfico 74. Motivaciones para las prácticas amateur según las diferentes variables de cruce (%).	105
Gráfico 75. Motivaciones para la práctica digital según las diferentes variables de cruce (%).	106
Gráfico 76. Frecuencia de asistencia a espectáculos escénicos en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).	108
Gráfico 77. Frecuencia de asistencia al teatro en los últimos 12 meses, según las diferentes variables de cruce (%).	109
Gráfico 78. Frecuencia de asistencia a espectáculos de danza en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).	110
Gráfico 79. Frecuencia de asistencia a conciertos en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).	111
Gráfico 80. Frecuencia con la que escucha la música grabada en función de las diferentes variables de cruce (%).	112
Gráfico 81. Frecuencia de asistencia al cine en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).	113
Gráfico 82. Frecuencia con la que utilizan videojuegos según las diferentes variables de cruce (%).	114
Gráfico 83. Lengua de los videojuegos según las diferentes variables de cruce (%).	115
Gráfico 84. Número de libros leídos en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).	116
Gráfico 85. Frecuencia de lectura en los últimos 3 meses según las diferentes variables de cruce (%).	117
Gráfico 86. Soportes de lectura según las diferentes variables de cruce (%).	118
Gráfico 87. Frecuencia con la que las personas han acudido a la biblioteca en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).	119
Gráfico 88. Frecuencia de asistencia a actividades culturales en las bibliotecas en los últimos 12 meses,	120
según las diferentes variables de cruce (%).	120
Gráfico 89. Préstamo de libros o películas digitales según las diferentes variables de cruce (%).	121
Gráfico 90. Frecuencia con la que leen periódicos según las diferentes variables de cruce (%).	122
Gráfico 91. Frecuencia con la que leen revistas según las diferentes variables de cruce (%).	123
Gráfico 92. Frecuencia con la que leen periódicos en soporte digital según las diferentes variables de cruce (%).	124
Gráfico 93. Frecuencia con la que leen revistas en soporte digital, según las diferentes variables de cruce (%).	125

Gráfico 94.	<i>Frecuencia con la que ven la televisión según las diferentes variables de cruce (%).</i>	126
Gráfico 95.	<i>Frecuencia con la que escuchan la radio en función de las diferentes variables de cruce (%).</i>	127
Gráfico 96.	<i>Frecuencia con la que ven la televisión de forma digital según las diferentes variables de cruce (%).</i>	128
Gráfico 97.	<i>Frecuencia de escucha digital de la radio según las diferentes variables de cruce (%).</i>	129
Gráfico 98.	<i>Frecuencia de asistencia a museos en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).</i>	130
Gráfico 99.	<i>Frecuencia de asistencia a galerías de arte en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).</i>	131
Gráfico 100.	<i>Frecuencia con la que las personas han acudido a algún monumento, edificio o lugar histórico en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).</i>	132
Gráfico 101.	<i>Principal motivo de asistencia a museos, galerías de arte y monumentos, edificios o lugares históricos según las diferentes variables de cruce (%).</i>	133
Gráfico 102.	<i>Personas que han realizado alguna práctica cultural amateur en el último año según las diferentes variables de cruce (%).</i>	135
Gráfico 103.	<i>Frecuencia de realización de alguna actividad relacionada con el arte o la cultura fuera del centro o de la institución educativa, según las diferentes variables de cruce (%).</i>	136
Gráfico 104.	<i>Personas que participan en una o más asociaciones culturales según las diferentes variables de cruce (%).</i>	137
Gráfico 105.	<i>Personas usuarias de Internet y servicios online según las diferentes variables de cruce (%).</i>	139
Gráfico 106.	<i>Personas suscritas a alguna plataforma digital con acceso a contenido cultural según las diferentes variables de cruce (%).</i>	140
Gráfico 107.	<i>Incidencia de las redes sociales en las prácticas culturales según las diferentes variables de cruce (%).</i>	141
Gráfico 108.	<i>Participación general en euskera según las diferentes variables de cruce (%).</i>	143
Gráfico 109.	<i>Personas que han acudido al menos una vez en los últimos 12 meses a ver alguna obra de teatro en euskera, según las diferentes variables de cruce (%).</i>	144
Gráfico 110.	<i>Personas que escuchan músicos o grupos musicales en euskera según las diferentes variables de cruce (%).</i>	145
Gráfico 111.	<i>Personas que han asistido a alguna actuación de bertsolaris en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).</i>	146
Gráfico 112.	<i>Personas que prefieren el cine en euskera (siempre o muchas veces optan por esta versión cuando se proyecta en euskera la película que quieren ver) en función de las diferentes variables de cruce (%).</i>	147
Gráfico 113.	<i>Personas que escuchan radio en euskera según las diferentes variables de cruce (%).</i>	148
Gráfico 114.	<i>Personas que consumen televisión en euskera según las diferentes variables de cruce (%).</i>	149
Gráfico 115.	<i>Lectura en euskera en los últimos 3 meses según las diferentes variables de cruce (%).</i>	150
Gráfico 116.	<i>Personas consumidoras de periódicos en euskera según las diferentes variables de cruce (%).</i>	151
Gráfico 117.	<i>Personas consumidoras de revistas en euskera según las diferentes variables de cruce (%).</i>	152
Gráfico 118.	<i>Uso en euskera de Internet y servicios online según las diferentes variables de cruce (%).</i>	153
Gráfico 119.	<i>Uso en euskera de las redes sociales según las diferentes variables de cruce (%).</i>	154
Gráfico 120.	<i>Personas que practican bertsolarismo según las diferentes variables de cruce (%).</i>	155



Presentación

En este informe se presentan los resultados de la *Encuesta de participación cultural en la Comunidad Foral de Navarra 2024* gestionada por el Observatorio Vasco de la Cultura. En ella, se analizan las costumbres y prácticas culturales de la población de la Comunidad Foral de Navarra. Tanto las que tienen un carácter más receptivo de las distintas expresiones culturales, como de las actividades creativas no profesionales (nivel amateur) de la propia población. Además, se dedica un espacio especial a las

costumbres y prácticas digitales, por un lado, y a las que tienen el euskera como lengua vehicular, por otra parte.

El objetivo principal ha consistido en obtener los indicadores necesarios para completar un retrato detallado de la participación cultural de la población. La encuesta se ha aplicado a una muestra representativa de 1.350 personas de 15 años en adelante, residentes en Navarra. Está ponderada por dimensión del municipio de residencia, edad y conocimiento del euskera, lo que permite conocer la distribución social de la participación cultural de acuerdo con los distintos grupos poblacionales¹.

El informe tiene dos precedentes, la *Encuesta de participación cultural en Euskal Herria 2019* de hace cinco años y la *Encuesta de hábitos, prácticas y consumo cultural en Euskal Herria 2007-2008* de hace quince, la primera operación estadística impulsada por el Observatorio Vasco de la Cultura. Lo que permite realizar una lectura

comparada de la evolución de las principales prácticas culturales de la población en los últimos quince años.

El informe consta de seis apartados. El primero contiene las especificaciones relativas a la muestra utilizada. En el segundo apartado se recogen los indicadores relativos a las actitudes de la población en relación con la participación cultural, la importancia que le otorgan, la información con la que cuentan en relación con la cultura y las motivaciones que impulsan su participación cultural.

En el tercero se recogen detalles de las prácticas culturales organizadas: escénicas y musicales, audiovisuales, de lectura y relacionadas con los museos y el patrimonio.

El cuarto apartado describe las prácticas amateurs, explica la adquisición de conocimientos y recursos culturales y la formación en este campo y analiza la participación en asociaciones culturales.

El quinto profundiza en las prácticas digitales, aspecto clave para conocer la participación cultural actual. El sexto apartado analiza las prácticas culturales en euskera, prestando especial atención a la comparación entre los diferentes territorios del euskera.

Para finalizar, el informe incluye un anexo completo de gráficos detallados y una ficha técnica de la encuesta.

1. La muestra se puede consultar en el anexo.



O1.

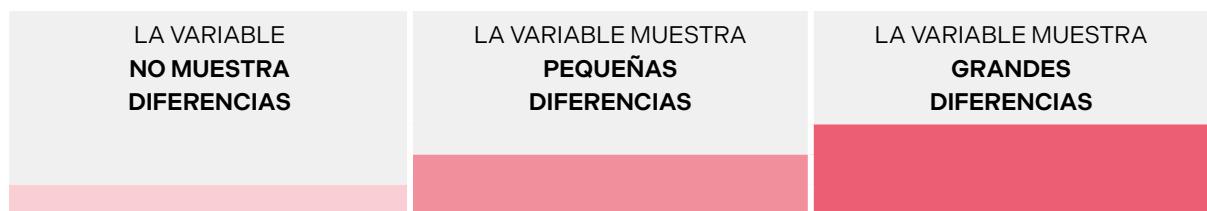
Caracterización de la muestra

La muestra del análisis la forman 1.350 personas mayores de 15 años residentes en la Comunidad Foral de Navarra.

Los datos están ponderados para representar fielmente a la población equilibrando por dimensión del municipio de residencia, sexo, edad y conocimiento del euskera (población vascohablante o no)².

Algunos gráficos tienen una base distinta a “toda la población”³ para el cálculo de los porcentajes. En estos casos se indica el filtro que selecciona al grupo de población que sirve de base y su peso respecto al total.

Las variables mencionadas de caracterización de la muestra, además de las variables de sexo y de nivel de estudios, servirán de variables de cruce. Para indicar en qué grado estas variables ayudan a observar diferencias respecto el porcentaje o la media global se utilizará una escala de color que identifica la intensidad de las diferencias:



2. En el cálculo de este índice no se ha incluido la variable sexo, ya que, por un lado, la muestra se distribuía en una proporción similar a la población y, por otro, no se dispone de datos precisos sobre la distribución de la población por sexo y resto de variables consideradas.

3. En el análisis se utilizarán porcentajes sobre el total de datos válidos. Dentro de esta categoría no se tendrán en cuenta las de “No sabe/No contesta”. Por tanto, en estos casos pueden ser algo menos de 1.350 individuos. En general, es una categoría con un número reducido de casos y, para evitar confusiones y facilitar la lectura e interpretación de los resultados, se elimina.

Las categorías que componen las variables de cruce son:

- **Sexo.** Hombre o mujer.
- **Tamaño del municipio.** Identifica distintos intervalos según tamaño poblacional, considerando aparte la capital.
- **Edad.** Intervalos de 10 años desde los 15 hasta los 65. A partir de los 65 años se considera una sola categoría.
- **Nivel de estudios.** Intentando reducir la

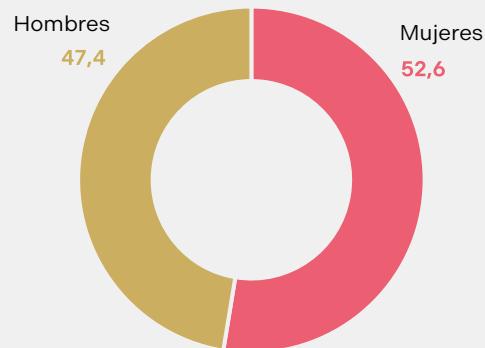
complejidad conformada por la diversidad de títulos según generaciones, a pesar de las dificultades para armonizar en un mismo grupo las diferencias, se distinguen cuatro intervalos para facilitar el análisis usando etiquetas sencillas.

- **Conocimiento de euskera.** Distingue la población según si habla bien o bastante bien el euskera (población vascohablante) o no (población no vascohablante).

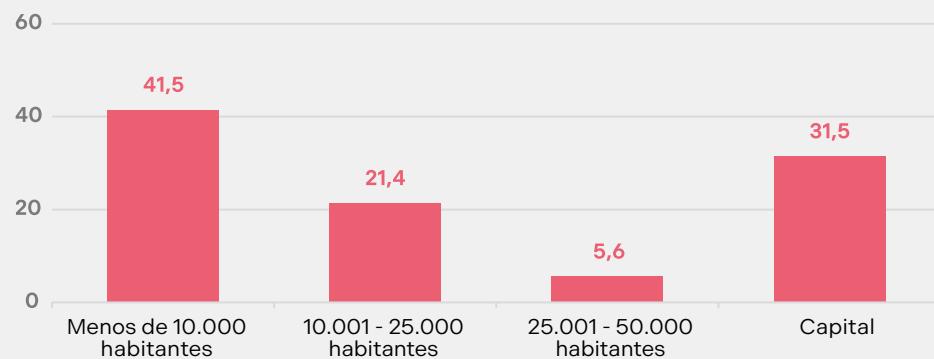
Gráfico 1.

Caracterización de la muestra por (A) sexo, (B) tamaño del municipio, (C) edad, (D) nivel de estudios y (E) conocimiento del euskera.

A. Personas, por sexo (%)

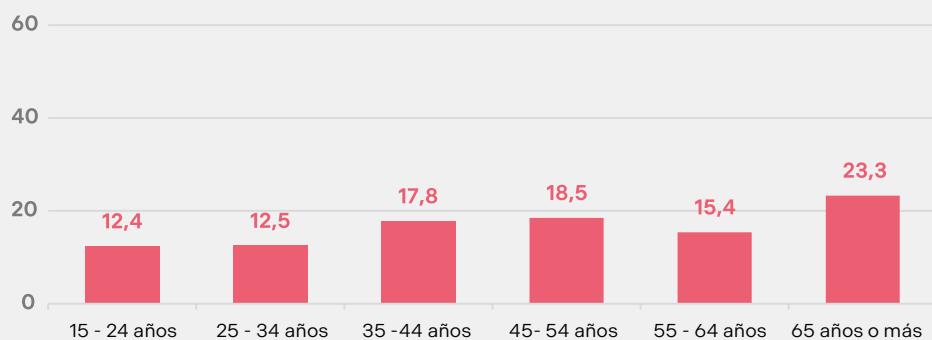


B. Personas por tamaño del municipio de residencia, según número de habitantes (%)

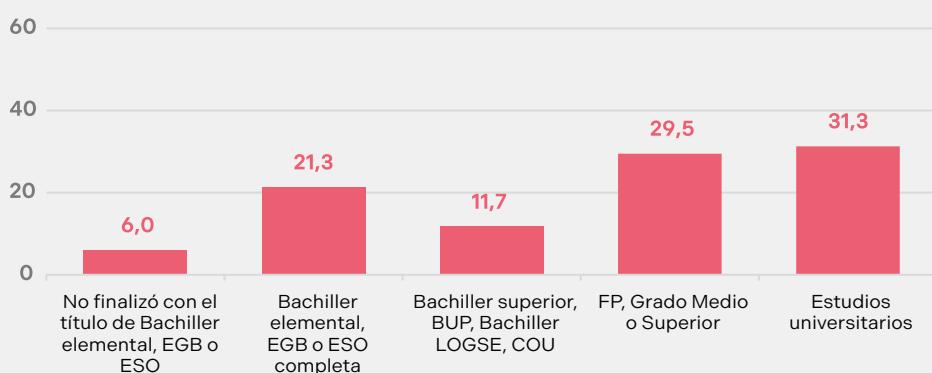




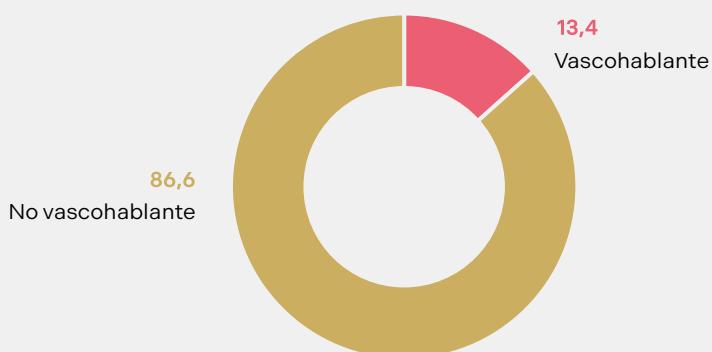
C. Personas por edad (%)



D. Personas, por nivel de estudios finalizado (%)



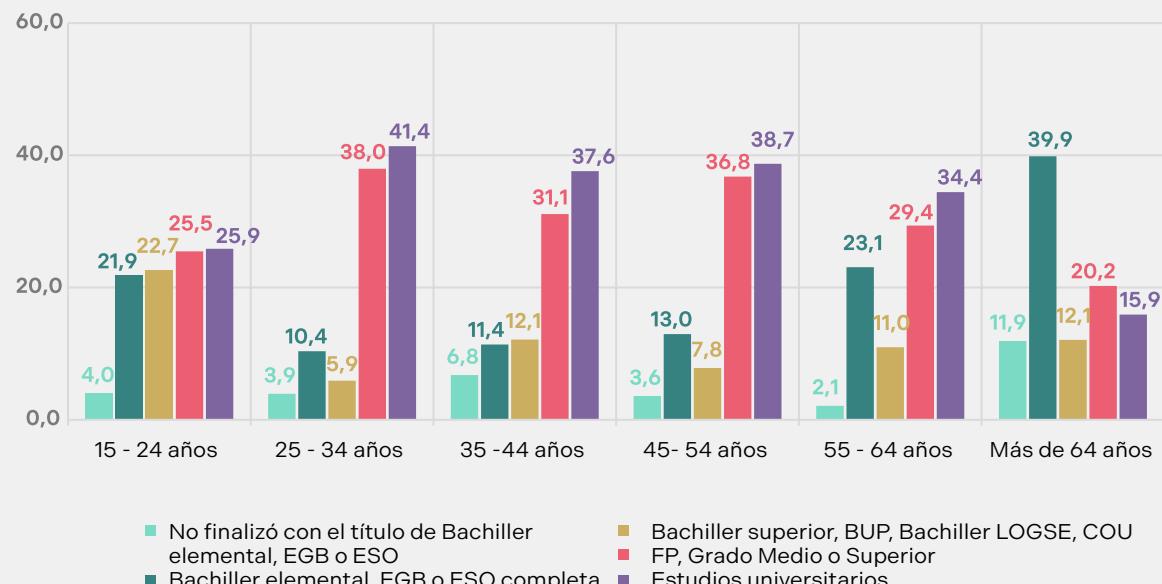
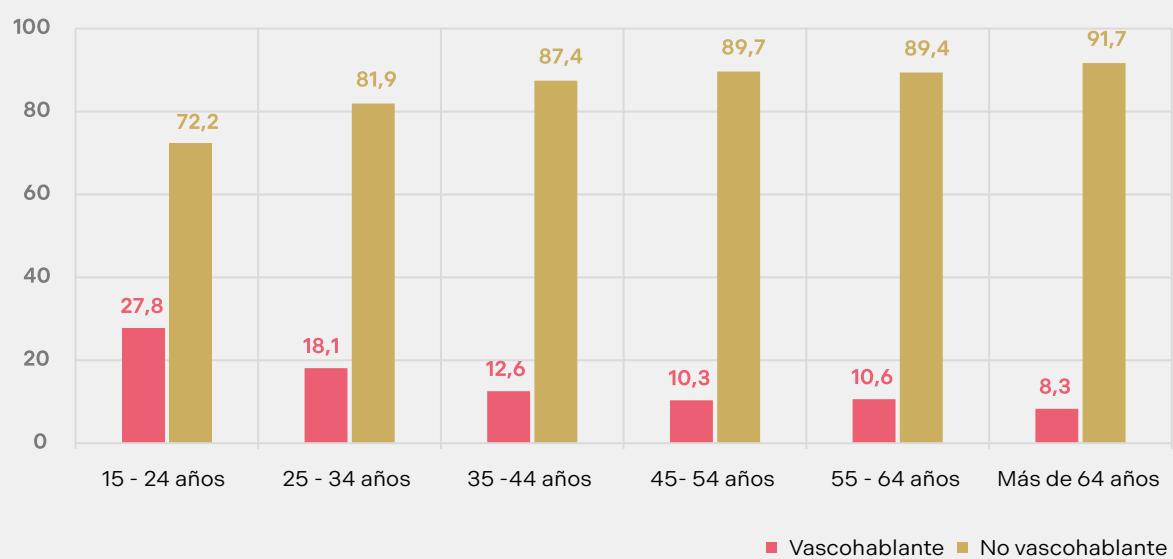
E. Personas, por conocimiento de euskera (%)



El cruce de algunas de estas variables entre sí ayuda a comprender mejor los perfiles que componen la muestra. Concretamente, hemos analizado la relación de la edad con el nivel de estudios y el euskera.

Lo que se observa es que las personas con menos estudios son las más jóvenes — por edad,

porque aún no han terminado los estudios — y las de mayor edad — por efecto generacional, ya que los niveles educativos más elevados se extendieron en épocas posteriores a su juventud y a su escolarización —. Se constata la existencia de una brecha de edad, en cuanto al conocimiento de euskera: cuanto más joven, mayor nivel de conocimiento de euskera.

Gráfico 2.*Nivel de estudios por edad (%).***Gráfico 3.***Conocimiento de euskera, por edad (%).*



O2.

Actitudes generales hacia la cultura

O2. 1.

Tiempo dedicado a la cultura

Las actividades relacionadas con la cultura cobran gran importancia en el tiempo libre de la ciudadanía. En una escala del 1 al 10 (donde 0 significa "nada" y 10 "mucho"), leer libros o revistas (5,4), después de pasear y hacer compras (5,7), es la actividad que obtiene la puntuación media más alta. Navegar por Internet o las redes sociales obtiene la tercera media más alta (5,2).

No obstante, existen grandes diferencias en la distribución del tiempo de ocio. Sobre todo en función de la edad:

- Cuanto más jóvenes, más tiempo dedican a navegar por Internet y redes sociales –en la población de 15-24 años, 7,1– (también a hacer deporte y actividad física, 6,2). La diferencia es elevada, asimismo, en el consumo de audiovisuales: cuanto más jóvenes, más tiempo dedican a ver series

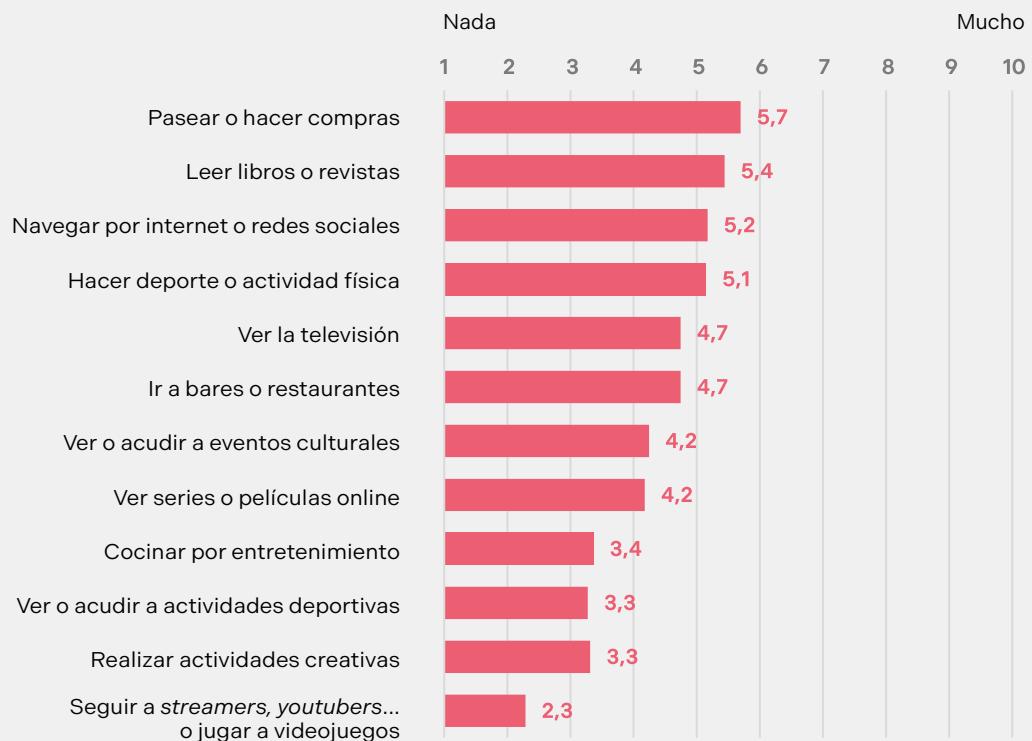
o películas online –en la población de 15-24 y de 25- 34 años, 6,1– y menos a ver la televisión –en la población de 15-24 años, 3,4–.

- Unida a la anterior se encuentra también la variable del nivel de estudios. Cuanto mayor es el nivel de estudios, más tiempo se le dedica a la lectura de libros y revistas –en la población con estudios universitarios, 6,1–, así como a la asistencia a eventos culturales –entre la población con estudios universitarios, 4,9–.
- En cuanto al sexo, los hombres dedican más tiempo que las mujeres a practicar deporte y actividad física (5,4), así como a ver eventos deportivos (3,9); las mujeres, en cambio, a pasear o hacer compras (6,0) y a leer libros o revistas (5,8).

Tiempo dedicado a la cultura				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

Gráfico 4.

*En qué medida ocupan el ocio con las siguientes actividades.
(En una escala del 1 al 10 donde 1 es “nada” y 10 “mucho”).*





O2. 2.

Actitudes hacia la cultura y barreras culturales

La actitud hacia la cultura, en general, puede considerarse positiva, ya que el 93,8 % afirma que las artes y la cultura son muy importantes para conseguir una sociedad mejor. En cuanto a las razones que impiden una mayor participación cultural, destacan el precio (54 %) y la oferta limitada (57,9 %), por delante de la falta de compañía (29,1 %) y de conocimiento (25 %).

Analizando esta cuestión en función de las variables, el nivel de estudios y la edad es la que presenta mayores diferencias:

- Las personas con estudios universitarios se sienten más satisfechas (79,7 %) por medio del arte y de la cultura, agradecerían una oferta mayor (66,1 %) y la falta de conocimiento rara vez es un problema para ellas (11,8 %) y solo el 2,9 % afirma que las artes no son para personas como ella.
- Mientras que entre aquellas personas que no tienen estudios el 49,7 % reconoce falta de conocimiento. Además, casi un cuarto afirma que las artes no son para personas como ellas.
- El arte y la cultura satisfacen en mayor medida a la población de 55-64 años (76,4 %), participaría en mayor medida si la oferta fuera más amplia el 67,8 % en la

población de 35-44 años y el precio es más determinante para los más jóvenes, 71,8 % – en la población mayor de 64 años, 37,1 % –.

- El conocimiento del euskera provoca una diferencia significativa: el porcentaje de personas que aseguran que participarían en mayor medida si la oferta fuera más amplia es quince puntos mayor entre las personas vascohablantes: 71,2 % –55,9 % entre las no vascohablantes–. Además, las artes y la cultura satisfacen más a las personas vascohablantes (75,2 %) que a las no vascohablantes (69,1 %).
- El tamaño del municipio marca diferencias: en los municipios con 25-50 mil habitantes un 70,3 % agradecerían una oferta mayor (en la capital un 55 %) y un 57,3 % afirman que el precio es determinante. En los municipios con una población menor a 10 mil reconocen en mayor medida falta de conocimiento y que las artes no son para personas como ella, 29,3 % y 14,3 %.
- El sexo marca también diferencias: las mujeres participarían más si la oferta cultural fuera mayor en su entorno (61,3 %) –54,1 % entre los hombres–; el precio de las actividades y productos culturales es determinante para el 56,8 % de las mujeres. Entre los hombres, lo es para el 49,9 %.

Actitudes hacia la cultura y barreras culturales				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

Gráfico 5.*Grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre la cultura (bastante + totalmente de acuerdo) (%).*

A la hora de elegir una propuesta artística, parece que lo decisivo es la cercanía o el conocimiento previo: la recomendación de alguna persona cercana –80,8 % lo ha considerado bastante o muy importante— o conocer al artista (72 %). Los motivos menos importantes, en cambio, son: que sea creada por una mujer (32,2 %) o sea una propuesta en euskera (25,5 %).

En el análisis por variables, destacan las diferencias que genera el conocimiento lingüístico:

- Para las personas vascohablantes es mucho más importante que para las no vascohablantes que la propuesta sea en euskera (80,9 %), pero también que sea una propuesta local (87,4 %), que la creadora sea una mujer (57,3 %), de un nuevo talento (62,9 %) y también que sea experimental/innovadora (56,7 %)

- Cuanto más joven es la población, mayor importancia le otorga al hecho de que alguien le haya recomendado la propuesta: 87,3 % en la población de 15-24 años – 74,4 % en la población mayor de 64 años—. Las personas más jóvenes también consideran más importante que la creadora sea una mujer (36 %), que la propuesta sea en euskera (32,8 %), que tenga buenas críticas (69,4 %) y sea experimental/innovadora (50,9 %).

- Las personas con estudios universitarios otorgan mayor importancia que las de otros niveles de estudios a que la propuesta sea en euskera (30,8 %), se la haya recomendado alguien (87,6 %) o a conocer al artista (76,9 %).

- Las mujeres otorgan mayor importancia a que la creadora sea una mujer (43,1 %), que sea de un nuevo talento (55,5 %), experimental/innovadora (48,2 %), tenga buenas críticas (67,2 %) y sea una propuesta local (69,3 %).



Importancia de los criterios para seleccionar una propuesta cultural



Gráfico 6.

Criterios a los que se otorga una mayor importancia a la hora de seleccionar una propuesta artística (bastante + mucho) (%).



O2. 3.

Nivel de información sobre la oferta cultural

En una escala de valoración del 1 al 4, en la que 1 es nada y 4 es mucho, la puntuación media es de 2,6 con relación al nivel de información de la

ciudadanía sobre la oferta cultural del entorno. Respecto a 2018 (2,8), esta media ha descendido.

Gráfico 7.

Autovaloración media del nivel de información sobre la oferta cultural (2018-2023) (%).

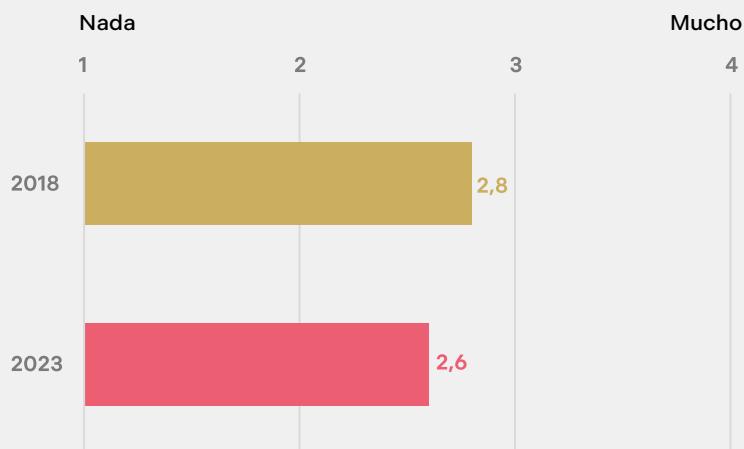
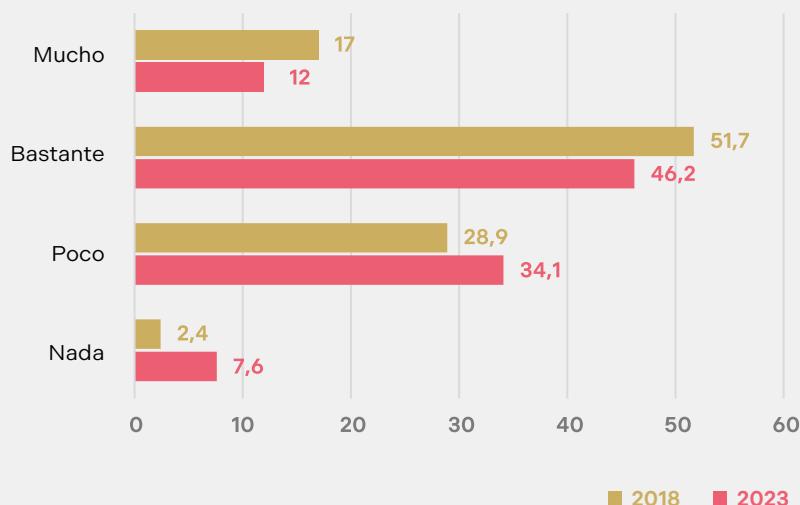


Gráfico 8.

Autovaloración del nivel de información sobre la oferta cultural (2018-2023) (%).





En función de las variables, el nivel de estudios y la edad marcan las principales diferencias:

- Cuanto mayor es el nivel de estudios de la población, mejor valora su nivel de información: 2,2 de media entre las personas sin estudios básicos y 2,8 entre las personas con estudios universitarios.

- La población de los tramos de edad de 35 a 64 años es la que mejor valora la percepción del nivel de información (entre 2,7 y 2,8). Las personas mayores de 64 y las más jóvenes no están tan informadas como las de los tramos anteriores.



O2. 4.

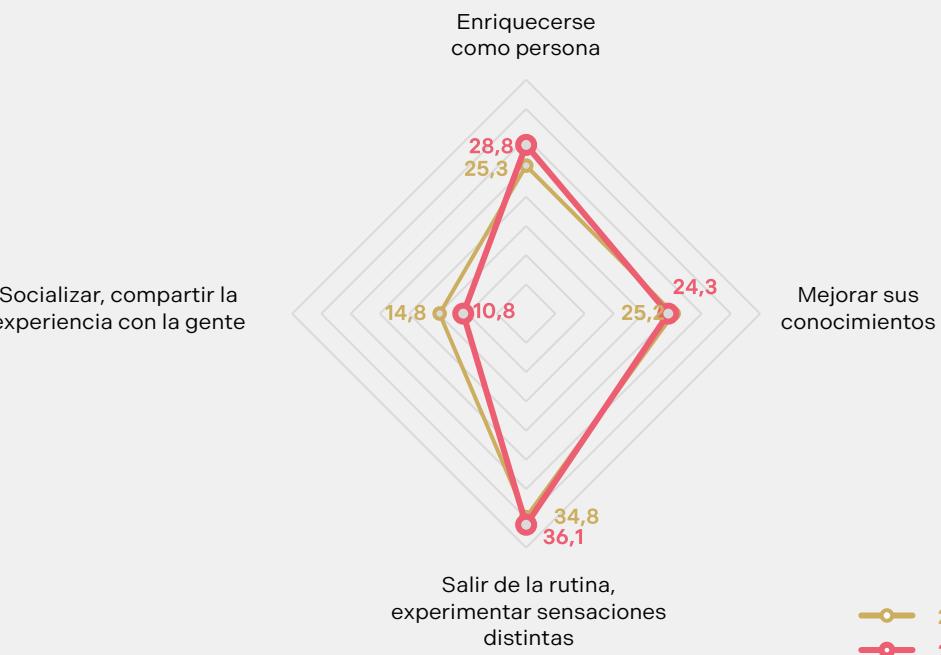
Motivaciones para la participación cultural

Se distinguen cuatro tipos de motivaciones en función de las necesidades que la participación cultural satisface en cada caso:

- **Motivación simbólica:** está relacionada con la necesidad de enriquecerse como persona, de autorrealizarse.
- **Motivación cultural:** tiene que ver con la necesidad de aumentar el nivel de conocimiento.
- **Motivación social:** tiene que ver con la necesidad de relacionarse con otra gente y de compartir la experiencia.
- **Motivación emocional:** está relacionada con la necesidad de desconectar, salir de la rutina y experimentar nuevas sensaciones.

Motivación para la participación cultural receptiva

La motivación emocional (36,1 %) y simbólica (28,8 %) son las más frecuentes en relación con la asistencia a actividades culturales y de consumo pasivo o receptivo. La motivación cultural también está cerca, con un 24,3 %. La motivación social, en cambio, queda muy lejos, con un 10,8 %. En 2018 esta distribución era muy similar, pero la motivación cultural estaba casi al par de la simbólica y la social ocupaba una posición algo mejor.

Gráfico 9.*Motivaciones para las prácticas culturales (%).*

En función de las variables, el nivel de estudios y la edad son las que marcan las mayores diferencias.

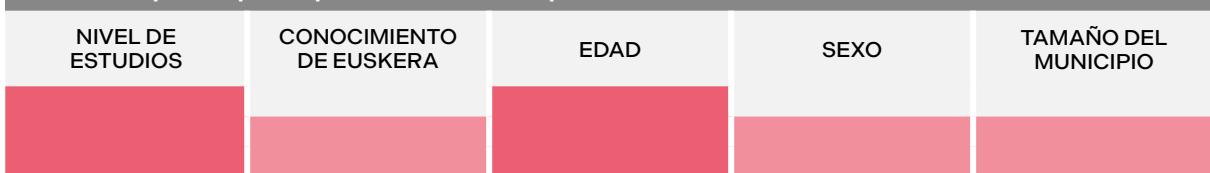
- A medida que aumenta el nivel de estudios, lo hace también el peso de la motivación simbólica: 19,5 % entre quienes no cuentan con los estudios básicos y 38 % entre quienes tienen estudios universitarios. La motivación cultural es la que adquiere un mayor peso entre las personas con menor nivel de estudios (32 %).
- Para la población de edad adulta cobra un mayor peso la motivación simbólica, con un 32,8 % entre las personas de 45 a 54 años y un 33,9 % entre las de 55-64 años. En las cohortes de 25 a 44 años la motivación emocional es la que tiene mayor peso y, por otro lado, la motivación social pierde peso a medida que aumenta la edad (16,7 % entre los 15-24 años y 7,7 % a partir de los 64 años).

Asimismo, es entre los mayores donde la motivación cultural tiene mayor peso: 29,6 %.

- La motivación simbólica tiene el mayor peso en la capital (36,6 %) y la motivación emocional, en cambio, en los municipios de menos de 10 mil habitantes (41,9 %).
- Las personas no vascohablantes otorgan una mayor importancia que las vascohablantes a la motivación emocional: 37 % y 30,2 %, respectivamente. Ocurre lo contrario, en cambio, con la motivación social, 9,9 % frente a 16,2 %.
- Los hombres otorgan algo más de importancia a la motivación cultural que las mujeres, 27,1 % y 21,7 %, respectivamente. En cambio, dan algo menos importancia a la motivación social: 33,7 % y 38,3 %, respectivamente.



Motivación para la participación cultural receptiva



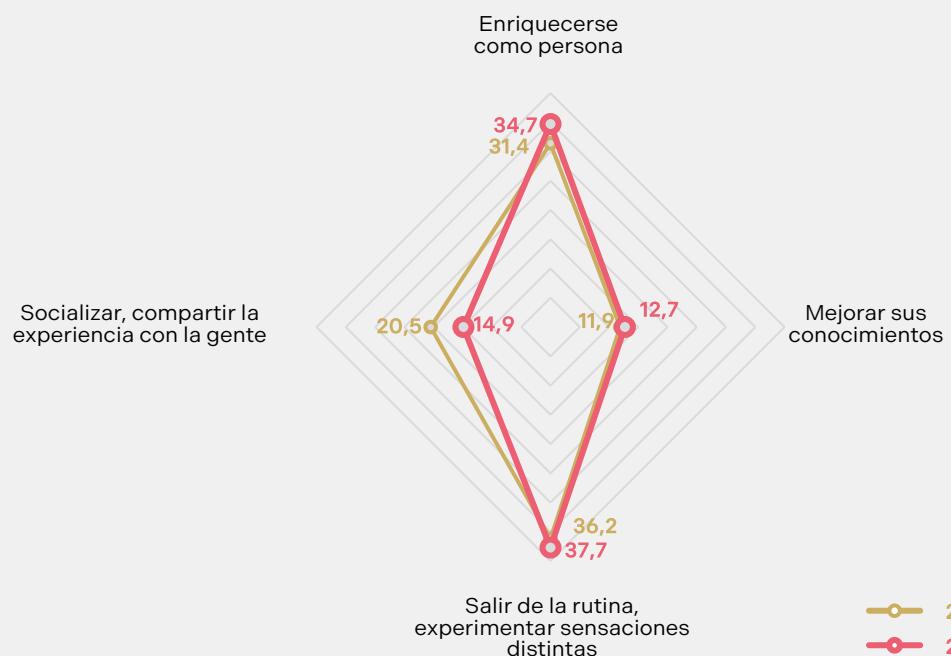
Motivación para las prácticas culturales amateur

En el caso de las actividades creativas no profesionales o prácticas amateur, predomina la motivación emocional (37,7 %) frente a la simbólica (34,7 %). La motivación social

(14,9 %) y cultural (12,7 %) quedan muy lejos. En 2018, la motivación emocional también ocupaba el primer lugar.

Gráfico 10.

Motivaciones para las prácticas nivel amateur (%).



Entre las variables, los estudios y el sexo son las que marcan las mayores diferencias:

- Entre las personas sin estudios básicos es donde cobra mayor importancia la motivación cultural: 48,1%. La emocional, por su parte, destaca entre las personas con Bachiller superior, Bachiller LOGSE o COU, con un 50,7 %.
- En cuanto a la edad, la motivación emocional y la socialización cobran especial relevancia entre las personas mayores de 64 años: 49,2 % y 24,7 %, respectivamente. La motivación simbólica, por su parte, cobra importancia entre las de 15 a 24 años, con un 45,6 %.
- Entre los hombres adquiere mayor importancia la motivación cultural (16,4 %) y entre las mujeres la emocional (41,3 %).
- En la población vascohablante tiene mayor peso la motivación simbólica, 41,5 % – entre los no vascohablantes, 33,5 % – y entre los no vascohablantes, por su parte, la motivación emocional (38,7 %).





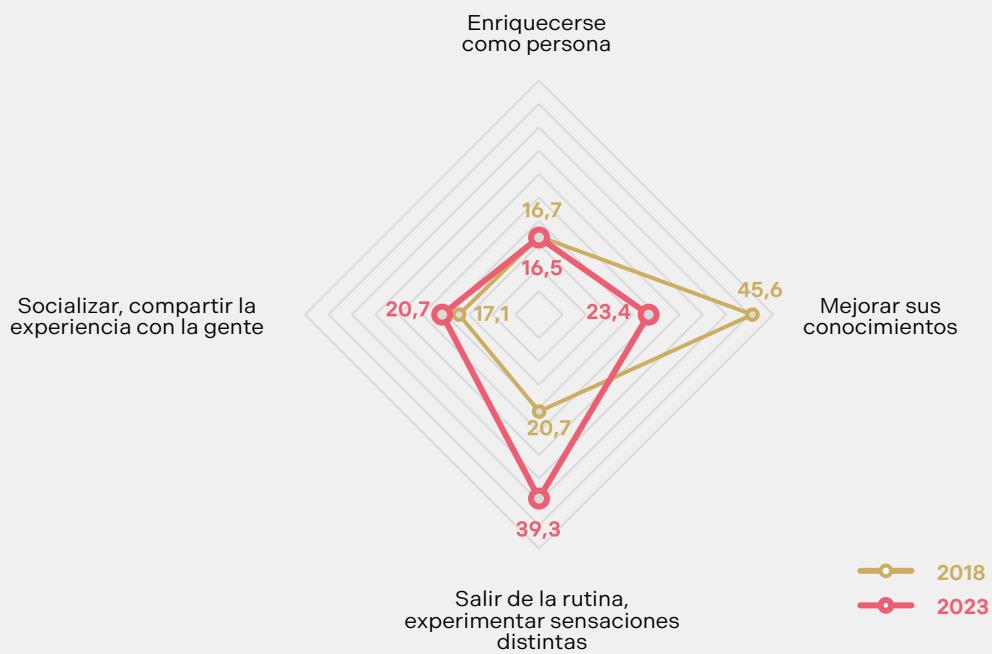
Motivación para las prácticas digitales

En cuanto a las actividades en el ámbito digital, destaca la motivación emocional (39,3 %) por delante de la motivación cultural (23,4 %). La

motivación social (20,7 %) y simbólica (16,5 %) están más descolgadas. En 2018, por el contrario, la motivación cultural se situaba en primer lugar.

Gráfico 11.

Motivaciones para las prácticas digitales (%).



En función de las variables, el nivel de estudios y la edad son las que presentan las mayores diferencias:

- A mayor nivel de estudios, mayor importancia adquiere la motivación cultural: 25,4 % entre quienes tienen estudios universitarios – 0,9 % entre quienes no cuentan con los estudios básicos –. En cambio, a mayor nivel de estudios, el peso de la motivación social disminuye, en ese mismo grupo de quienes no tienen los estudios básicos: 37,3 % – 20,5 % entre quienes tienen estudios universitarios –.
- A medida que aumenta la edad, cobra mayor importancia la motivación cultural. Destaca

el peso de la motivación social entre las personas de 15 a 24 años, con un 27,6 % y entre las mayores de 64 años, con un 27,7 % y la emocional entre las de 25- 34 años, con un 49,9 %.

- La motivación cultural cobra mayor importancia en la capital: 28,4 %. En cambio, en los municipios con una población entre 25- 50 mil cobra mayor importancia la motivación emocional, 50,8 %.
- La motivación emocional cobra mayor importancia para las personas no vascohablantes que para las vascohablantes: 40,6 % y 31,6 %, respectivamente.



Perspectiva comparativa

La importancia de las motivaciones es bastante diferente para cada una de las formas de participación:

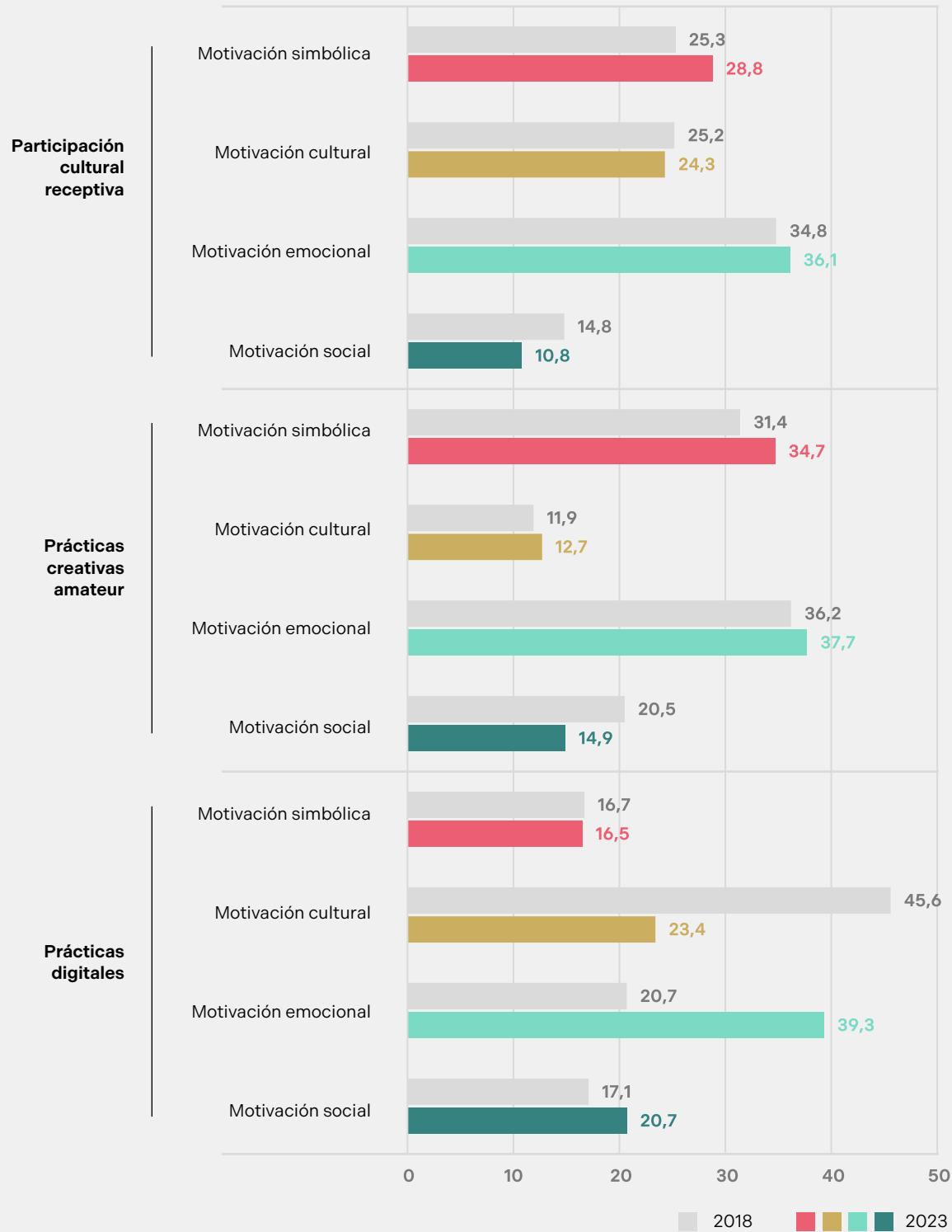
- **En las prácticas culturales receptoras**, la distribución del peso de las motivaciones es bastante homogénea, pero el peso de la motivación social es significativamente menor (10,8 %).
- **En las prácticas creativas amateur**, destacan la motivación simbólica (34,7 %) y la emocional (37,7 %).
- **En el caso de las prácticas digitales**, la principal motivación es la emocional (39,3 %).

Desde el punto de vista comparativo y respecto a 2018, es interesante destacar que las diferencias se muestran en el ámbito de la práctica digital:



Gráfico 12.

Motivación para la participación cultural en función del tipo de práctica (2018-2023) (%).



O3.

Participación cultural receptiva

O3. 1.

Artes escénicas y música

3.1.1. Asistencia a espectáculos escénicos

Seis de cada diez personas han asistido a un espectáculo escénico un máximo de tres veces

en el último año (nunca un 28,2 % y de 1-3 veces un 31,6 %).

Gráfico 13.

Frecuencia de asistencia a espectáculos escénicos en los últimos 12 meses (2023) (%).



En el análisis por variables, la edad y el conocimiento de euskera son los que marcan las grandes diferencias:

- Entre las personas de 25-34 años el 81 % ha acudido a algún espectáculo escénico. En el otro extremo se sitúan las personas mayores de 64 años (57,9 %).
- A mayor nivel de estudios, mayor es la asistencia a algún espectáculo escénico: entre quienes tienen estudios universitarios

el 83,3 % ha asistido y entre las personas sin estudios básicos, en cambio, el 45,7 %.

- Entre la población vascohablante: el 85 % ha asistido a algún espectáculo escénico. La diferencia con las personas no vascohablantes es clara (69,7 %).
- En la capital tienen mayor peso quienes han acudido cuatro veces o más que en el resto de tamaños poblacionales, 45,1 % —frente a un 33,4 % en las ciudades de 25-50 mil habitantes—.



Asistencia a espectáculos escénicos



3.1.2. Asistencia al teatro

En el último año, el 60,3 % de la población ha acudido a ver alguna función de teatro, al menos

una vez. Lo que supone un incremento de nueve puntos respecto a 2018.

Gráfico 14.

Frecuencia de asistencia al teatro en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).



En cuanto al análisis por variables, las mayores diferencias tienen que ver con la edad y el nivel de estudios:

- Cuanto más alto es el nivel de estudios, mayor es el peso de quienes han acudido a espectáculos teatrales: un 72,8 % entre quienes tienen estudios universitarios. En cambio, entre quienes no tienen estudios básicos, el porcentaje es del 31,5 %.
- Las personas de 35 a 44 años son las que en mayor medida han acudido a espectáculos

teatrales: 72 %. Las personas que menos han ido son los mayores de 64 años (45 %).

- En los municipios de menos de 10 mil habitantes han asistido en menor medida que en el resto: 57,3 %.
- Entre las personas vascohablantes, el 67,8 % ha asistido a algún espectáculo teatral. La diferencia con las personas no vascohablantes es de nueve puntos (59,1 %).

Asistencia al teatro				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

3.1.3. Asistencia a espectáculos de danza

Cerca de un tercio de la población ha acudido, en el último año, a presenciar algún espectáculo de danza. El dato es muy similar al de 2018. Se

mantiene también la frecuencia de asistencia a estos espectáculos.

Gráfico 15.

Frecuencia de asistencia a espectáculos de danza en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).



En el caso de la danza, el análisis por variables muestra las siguientes diferencias:

- Las personas de 35 a 44 años son las que en mayor medida han acudido a espectáculos de danza (41,3 %) y con mayor frecuencia, un 11,2 % ha acudido cuatro veces o más. Entre las personas mayores de 64 años, el porcentaje es del 24,1 %.
- Las personas que tienen estudios básicos (Bachiller, EGB o ESO) son las que menos han acudido a espectáculos de danza: el 76,8 % no ha acudido ni una sola vez. Este porcentaje es del 62,9 % entre las personas

con Bachiller Superior, Bachiller LOGSE o COU.

- La asistencia de las personas vascohablantes a espectáculos de danza ha sido superior a la de las no vascohablantes: el 48,1 % ha acudido al menos una vez — 29,3 % entre las personas no vascohablantes—.
- Las personas que viven en poblaciones de menos de 10 mil habitantes son la que en mayor medida asisten a espectáculos de danza: el 34,9 %. En las ciudades de 25-50 mil habitantes, ese porcentaje es del 23,1 %.



Asistencia a espectáculos de danza				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

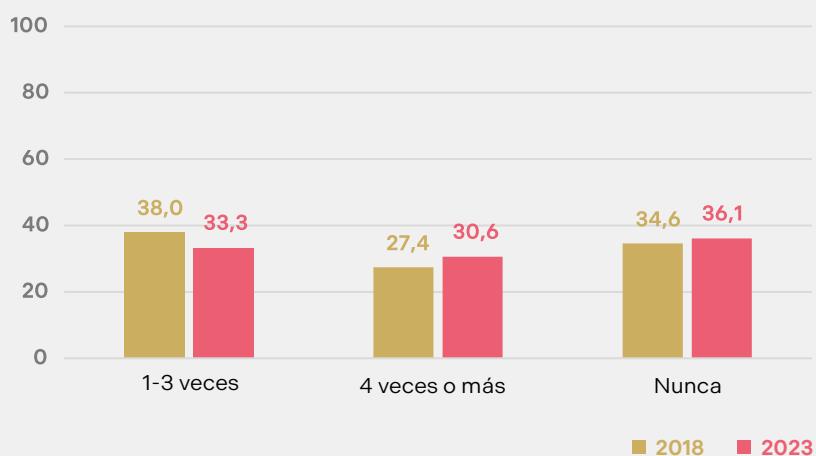
3.1.4. Asistencia a conciertos

El 63,9 % de la población ha asistido, al menos a un concierto, en los últimos doce meses. Casi la mitad de esas personas ha asistido a cuatro o más conciertos en ese mismo periodo de tiempo.

Este dato es algo más alto que en 2018, de modo que ha aumentado la frecuencia de asistencia a conciertos.

Gráfico 16.

Frecuencia de asistencia a conciertos en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).



Existen diferencias significativas, en función de las variables, en cuanto a la asistencia a conciertos.

- Cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es el peso de las personas asistentes a conciertos: 23,6 % entre quienes no cuentan con los estudios básicos y 73 % entre quienes tienen estudios universitarios.
- La diferencia generacional es muy grande. El 44,7 % de las personas de 15 a 24 años ha asistido a cuatro o más conciertos. Entre las personas mayores de 64 años, en cambio, el 49,8 % no ha asistido a ningún concierto.

- El 79,3 % de las personas vascohablantes ha acudido a algún concierto y el 46,9 %, en cuatro o más ocasiones. Entre las personas no vascohablantes, en cambio, el 38,4 % no ha acudido ni una sola vez.
- Los hombres han acudido en mayor medida que las mujeres a los conciertos: el 36,3 % a cuatro o más conciertos. El 40,2 % de las mujeres, en cambio, a ningún concierto.
- El 36,3 % de los habitantes de la capital han acudido a cuatro o más conciertos. En cambio, en las ciudades de 25-50 mil son el 25,6 % quienes han acudido con esa frecuencia.

Asistencia a conciertos				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

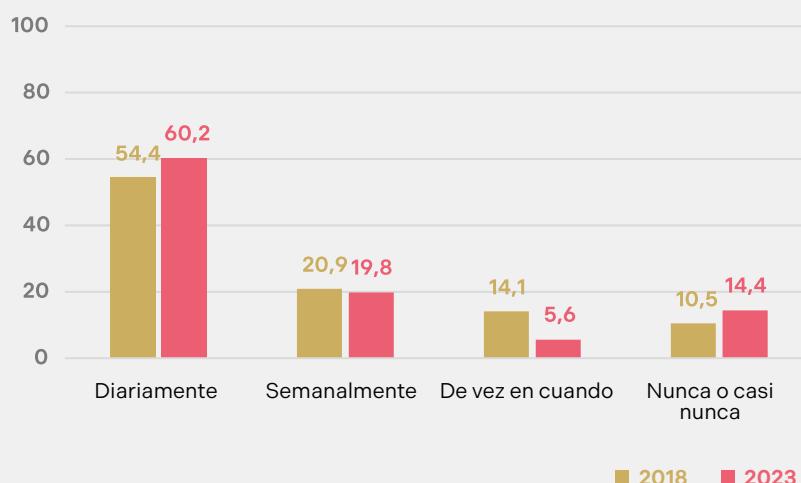
3.1.5. Frecuencia de escucha de música grabada

El 80 % de la población escucha música grabada con mucha frecuencia (diaria o semanal). El dato

es seis puntos superior al de 2018.

Gráfico 17.

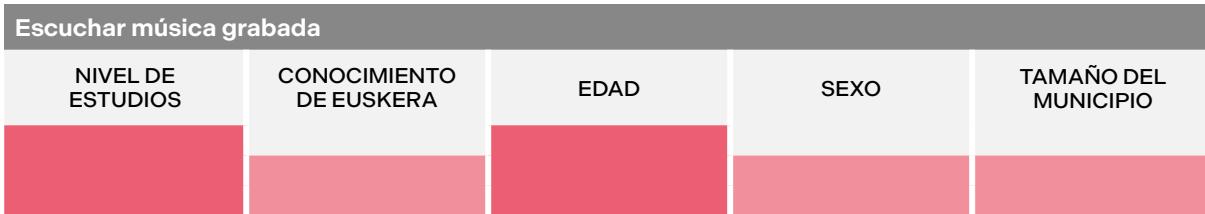
Frecuencia de escucha de música grabada (2018-2023) (%).



La edad y el nivel de estudios son las diferencias más importantes también en lo que se refiere al hábito de escuchar música grabada.

- Cuanto más jóvenes, mayor es el peso de quienes escuchan música grabada a diario: 81,5 % entre quienes tienen entre 15 y 24 años y 40,2 % entre las personas mayores de 64 años.
- El peso de quienes nunca escuchan música es mayor entre quienes tienen Bachiller, EGB o ESO: 25,4 %. En cambio, es del 10,3 % entre quienes tienen estudios universitarios.

- Las personas vascohablantes tienen un mayor hábito de escuchar música todos los días: el 66,5 % – el 59,2 % entre las no vascohablantes –.
- En los municipios de menos de 10 mil habitantes es mayor el peso de quienes nunca escuchan grabada: 18,7 % – el 7,9 % en los de 10-25 mil –.
- El peso de las personas que nunca escuchan música es algo superior entre las mujeres: 16,8 % – 11,7 % entre los hombres –.



3.1.6. Otros espectáculos en directo

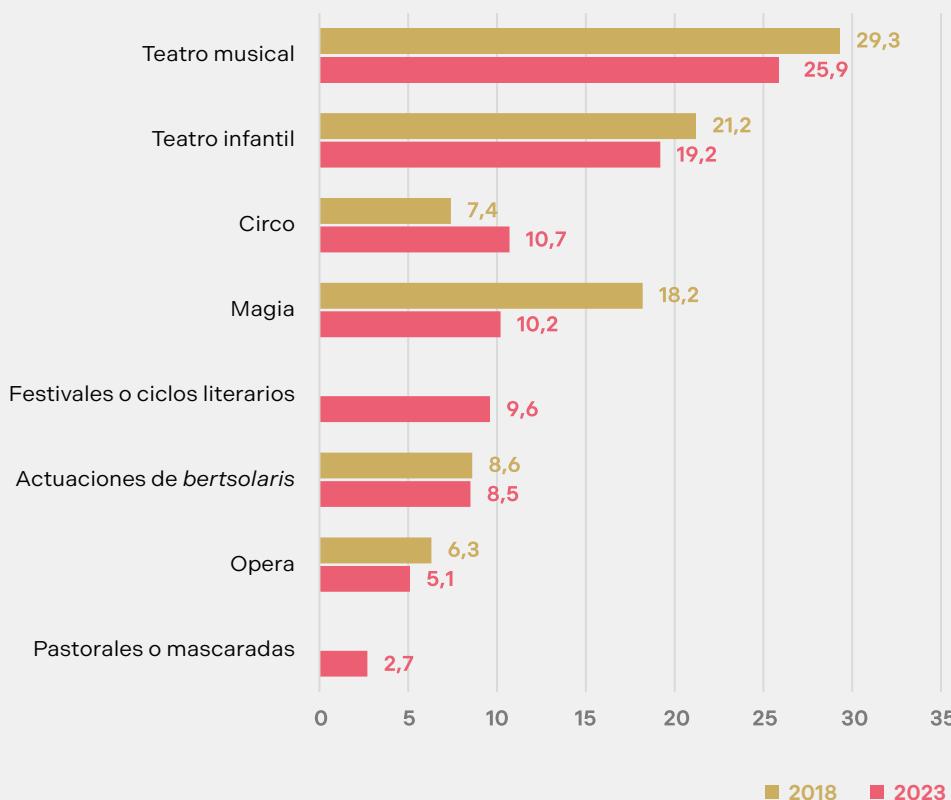
También se preguntó a la ciudadanía sobre espectáculos de géneros concretos. Predominan el teatro musical (25,9 %), seguido del teatro infantil (19,2 %). También en 2018 estos dos géneros ocupaban los primeros lugares del ranking. A diferencia de entonces, en

esta ocasión el circo (10,7 %) precede a los espectáculos de magia (10,2 %).

Con un peso menor aparecen los festivales o ciclos literarios, *bertsolarismo*, ópera, pastorales o mascaradas.

Gráfico 18.

Ranking de otros espectáculos en directo (2018-2023) (%).



Atendiendo a las variables, cabe destacar:

- Entre las personas de 35 a 44 años, junto con las de 45 a 54, el porcentaje de asistentes al teatro musical es muy alto (35,1 % y 33,9 %) en comparación con el resto de los tramos de edad. Asimismo, lo es el de quienes asisten al teatro infantil (46,5 %) – por la influencia de las/los hijas/os –.
- El porcentaje de quienes acuden a actuaciones de *bertsolaris* es superior entre los jóvenes de 15 a 24 años: % 12,8. En cambio, destacan los de 55 a 64 años por ser quienes más acuden a festivales o ciclos literarios (15,1%) y los mayores de 64 años a la ópera (6,4 %).
- En el caso de las personas con estudios universitarios, en general, es mayor que en el resto de los niveles de estudios la asistencia a los espectáculos en directo, excepto en el caso del circo y el teatro infantil.
- Los hombres acuden con ligera mayor frecuencia a este tipo de espectáculos en directo que las mujeres, en el caso del teatro musical y la ópera, sucede al revés.
- Las personas vascohablantes acuden con mayor frecuencia que los no vascohablantes, aunque sucede lo contrario con la ópera y la magia.





O3. 2. Audiovisuales

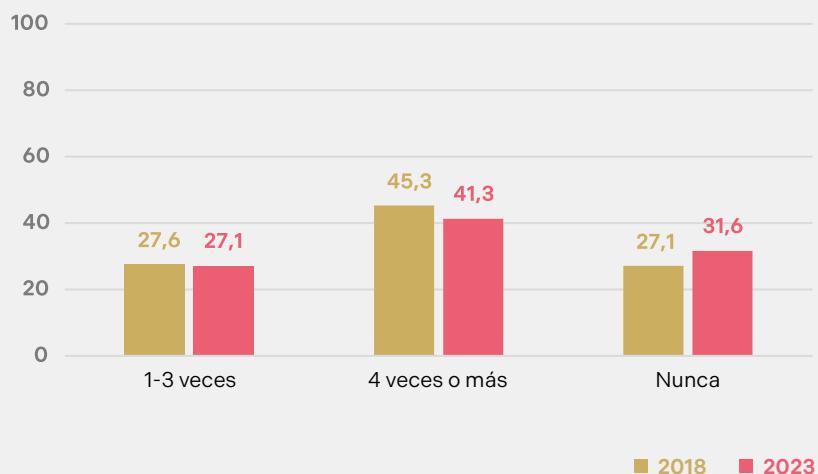
3.2.1. Asistencia al cine

El 68,4 % de la población ha acudido al cine al menos una vez en los últimos doce meses. Se ha producido un descenso de cuatro puntos

respecto a 2018. Un 41,3 % ha acudido al cine en cuatro o más ocasiones, cuatro puntos menos que en 2018.

Gráfico 19.

Frecuencia de asistencia al cine en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).



Con relación al hábito de ir al cine, se observan grandes diferencias en el análisis por variables:

- Cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es el porcentaje de personas que han asistido al cine al menos una vez al año: 35,1 % entre quienes no cuentan con los estudios básicos y 83,9 % entre quienes tienen estudios universitarios.

- A medida que aumenta la edad, lo hace también el porcentaje de quienes nunca han ido al cine: 11,9 % entre quienes tienen entre 15 y 24 años y 59 % entre los mayores de 64 años.

- El tamaño del municipio también influye en el hábito de ir al cine: en la capital el 75,3 % ha ido al menos una vez, en los pueblos de menos de 10 mil habitantes el 60,5 %.

Asistencia al cine				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO
■	■	■	■	■

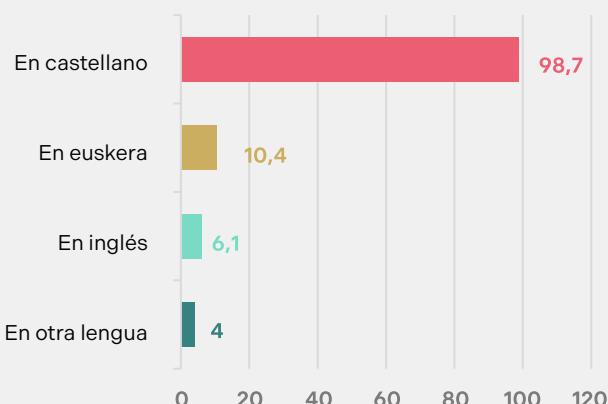
Lengua de las películas vistas en el cine

Entre aquellas personas que han ido al cine al menos una vez al año, la inmensa mayoría ha visto al menos una película en castellano (98,7 %).

Un 10,4 % ha visto una película en euskera, un 6,1 % una película en inglés y un 4 % una película en otro idioma.

Gráfico 20.

Lengua de las películas vistas en el cine (al menos una película en cada lengua) (%).



Universo: personas que han acudido al cine una o varias veces en los últimos 12 meses.
La suma de los porcentajes no es 100, se ha preguntado específicamente respecto a cada idioma.

En el análisis por variables, cabe destacar:

- El peso de quienes han visto al menos una película en el cine en euskera (13,3 %) y en otro idioma (5,5 %) es más elevado entre aquellas personas que tienen estudios universitarios.
- Las personas jóvenes tienen mayor costumbre de ver películas en inglés: el 13 % ha visto alguna película en inglés entre las personas de 15-24 años y el 11,3 % entre las de 25-34 años. Estos últimos son, asimismo, quienes tienen mayor costumbre de ver películas en otro idioma, 7,3 %. Las personas de 35-44 ven en mayor medida que el resto películas en euskera (15 %).
- El peso de quienes han visto alguna película en euskera es más alto entre los hombres: 13,3 % –7,7 % entre las mujeres–.
- En la capital es superior el peso de quienes han visto alguna película en inglés u en otro idioma: 8,8 % y 6,7 %, respectivamente.
- El 41,7 % de la población vascohablante ha visto alguna película en euskera en el cine, en el último año.



Lengua de las películas vistas en el cine

NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

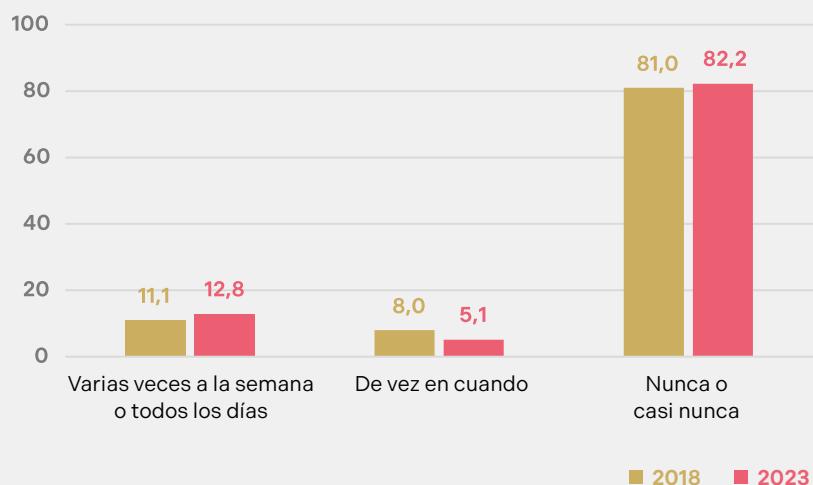
3.2.2. Videojuegos

El 17,9 % de la población ha jugado al menos una vez al año a videojuegos. No se registra casi diferencia con respecto a 2018. Un 12,8 % lo

hace más de una vez por semana. Este último porcentaje es ligeramente superior al de 2018.

Gráfico 21.

Frecuencia de uso de videojuegos (2018-2023) (%).



En el análisis por variables destacan:

- Existen diferencias generacionales notables, cuanto más joven, más juegan a videojuegos: el 34,6 % de las personas de 15 a 24 años juega con videojuegos al menos una vez por semana. Entre las personas mayores de 64 años, el 95,3 % no lo hace nunca.
- En cuanto al sexo, se constata una diferencia de diez puntos en el porcentaje de quienes no juegan nunca a videojuegos: 87,3 % entre las mujeres y 76,5 % entre los hombres.
- Entre las personas que tienen estudios intermedios (Bachiller Superior, BUP, Bachiller LOGSE, COU) destaca el porcentaje de personas que juegan a videojuegos al menos una vez por semana: 25,2 % —entre las personas que tienen estudios básicos 7,6 %—
- En los pueblos con menos de 10 mil habitantes son más que en el resto las personas que no juegan nunca: 85,1 %.

Videojuegos				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

Lengua en la que juegan a videojuegos

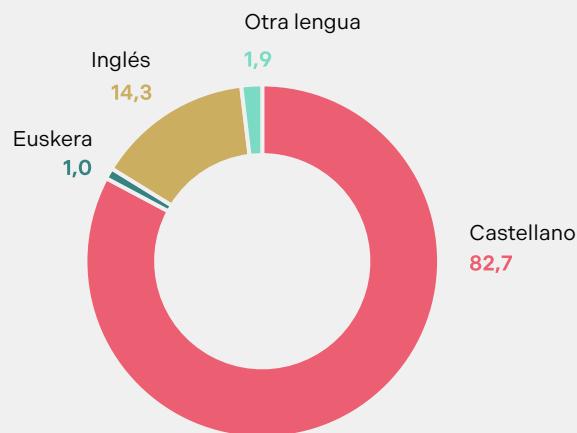
La gran mayoría de las personas que han jugado a videojuegos al menos una vez cada trimestre lo han hecho mayoritariamente en castellano

(82,7 %), 14,3 % en inglés y apenas un 1 % en euskera.



Gráfico 22.

Lengua de los videojuegos (lengua en la que juegan habitualmente) (%).



Universo: personas que juegan a videojuegos al menos una vez cada trimestre.

El conocimiento del euskera y la edad son las principales diferencias en cuanto a la lengua utilizada en los videojuegos.

- La diferencia generacional es notable: un 21 % de las personas de 25 a 34 años juega a videojuegos mayoritariamente en inglés. Entre las personas mayores de 64 años, nadie lo hace en inglés y un 3,6 % lo hace en euskera.
- El 9,3 % de las personas vascohablantes juega mayoritariamente en euskera y el 20,4 % lo hace en inglés – 13,6 % entre las personas no vascohablantes –.

- El 19,7 % de las personas de pueblos con menos de 10 mil habitantes juegan mayoritariamente en inglés – en ciudades de 25 a 50 mil el 3,8 %–. En la capital juegan en mayor medida que en el resto de municipios mayoritariamente en euskera (2,5 %).
- El 16,7 % de los hombres emplea mayoritariamente el inglés en los videojuegos – 10,3 % entre las mujeres–.
- Las personas con estudios universitarios juegan mayoritariamente en inglés en mayor medida que el resto, 17,2 %.

Lengua de los videojuegos

NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

O3. 3.

Lectura

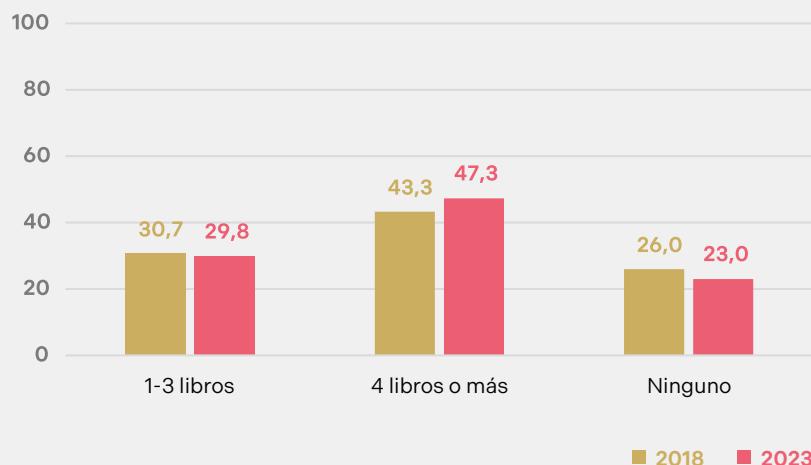
3.3.1. Libros

El 77 % de la población ha leído al menos un libro —por entretenimiento, no vinculado a los estudios o el trabajo—, en los últimos 12 meses. El 47,3 % ha leído cuatro libros o más en el mismo

periodo de tiempo. Con respecto a 2018, se produce un incremento de alrededor de cuatro puntos respecto a este último dato.

Gráfico 23.

Número de libros leídos en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).



La edad, los estudios y el sexo marcan las principales diferencias en cuanto a la lectura de libros de entretenimiento:

- La población de 55 a 64 años es la que más destaca por sus hábitos de lectura: el 85,2 % ha leído al menos un libro y el 62,5 % cuatro o más libros al año. Las personas de 45 a 54 años tampoco están lejos: el 81,6 % ha leído algún libro y el 53,3 % cuatro o más libros. Fuera de ese rango, el hábito de lectura se reduce, —a partir de los 64 años el 31,7 % no ha leído ninguno—.
- Las personas que cuentan con estudios universitarios son los más leen: el 90,9 %

al menos algún libro. Y el 66,3 % cuatro o más libros —entre quienes no tienen los estudios básicos, el 25,9 %—.

- Las mujeres tienen un mayor hábito de lectura: el 78,6 % ha leído al menos algún libro. Y el 52,1 % cuatro o más libros —41,9 % entre los hombres—.
- En la capital tienen un mayor hábito de lectura: el 83,3 % ha leído al menos algún libro. Y un 54,2 % cuatro o más libros, frente al 40 % en los pueblos con menos de 10 mil habitantes.



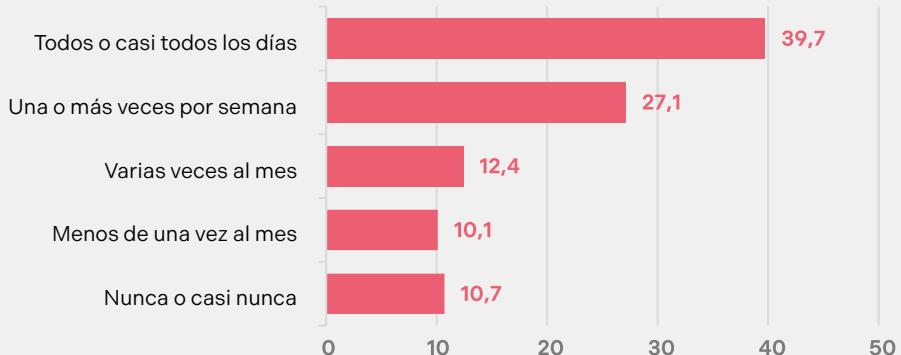
Frecuencia de lectura

Entre aquellas personas que han leído al menos un libro en los últimos 12 meses –77 % de la

muestra total—, el 39,7 % lo ha hecho diariamente (o casi) y el 27,1 % una o más veces a la semana.

Gráfico 24.

Frecuencia de lectura de libros en los últimos 3 meses (%).



Universo: personas que han leído uno o más libros en los últimos 12 meses.

Del análisis de las principales variables, cabe destacar lo siguiente:

- El peso de las personas que tienen la costumbre de leer todos o casi todos los días destaca entre las de edad más avanzada: 56,4 % entre las de 55-64 años y 47,7 % entre las de más de 64 años. Entre los más jóvenes, en cambio, el 25,1 %.
- Entre las mujeres es diez puntos mayor que entre los hombres el peso de quienes

leen diariamente: 44,3 % y 34,5 %, respectivamente.

- El peso de las personas que leen diariamente es mayor entre las personas con estudios universitarios: 47,9 %.
- En la capital es superior el porcentaje de personas que leen diariamente: 43,9 % – 34,2 % en las ciudades de 25-50 mil–.

Frecuencia de lectura				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

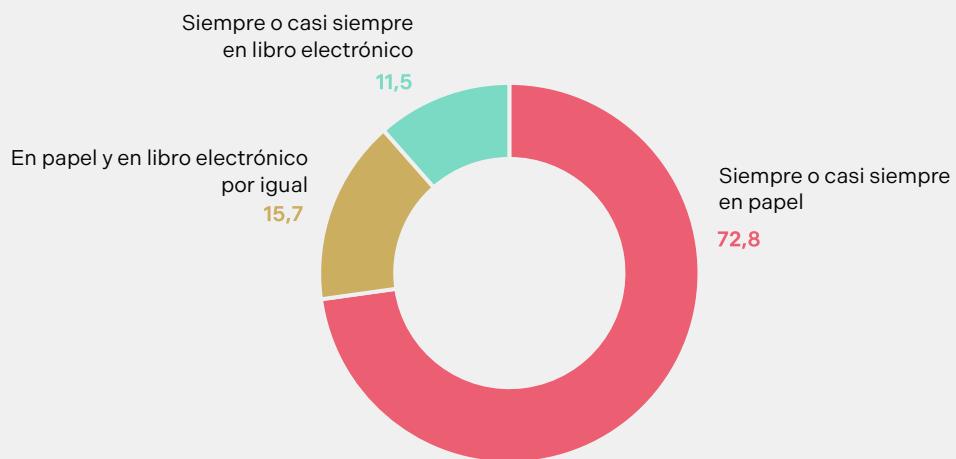
Soportes de lectura

Entre aquellas personas que han leído uno o más libros en los últimos 12 meses, casi tres cuartas partes leen siempre o casi siempre en papel. El

11,5 % siempre o casi siempre en libro electrónico. 15,7 % en papel y en libro electrónico por igual.

Gráfico 25.

Soportes de lectura (%).



Universo: personas que han leído uno o más libros en los últimos 12 meses.

- Cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es el peso de las personas que leen sobre todo en libro electrónico: 3,8 % entre quienes no tienen estudios básicos y 13,5 % entre quienes tienen estudios universitarios. Estos últimos son también quienes más leen en papel y en libro electrónico por igual (18,4 %).
- Las personas de 45 a 54 años son las que más utilizan el libro electrónico: 19,9 %

siempre o casi siempre. En cambio, las de 25 a 34 años son quienes más leen en papel, 78,8 %.

- Las personas de pueblos de menos de 10 mil habitantes son quienes más utilizan el papel, 77,1 %, y quienes menos las de 10-25 mil habitantes, 68,2 %.



Soportes de lectura



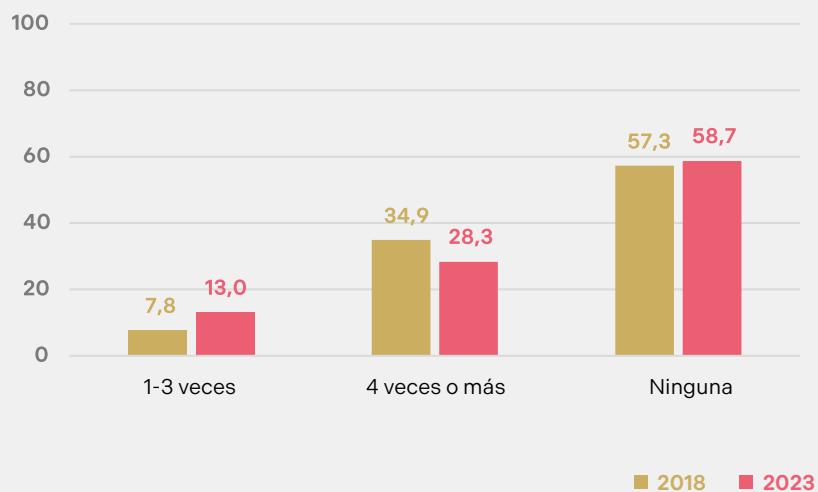
3.3.2. Asistencia a la biblioteca

El 41,3 % de la población ha acudido a la biblioteca al menos una vez en el año de referencia, mientras que el 28,3 % lo ha hecho

en cuatro o más ocasiones. Respecto a 2018, se constata un incremento de un punto entre quienes no han acudido.

Gráfico 26.

Frecuencia de asistencia a la biblioteca en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).



En cuanto al acceso a la biblioteca, se aprecian diferencias en función de la edad, el nivel de estudios y el conocimiento de euskera:

- Más de la mitad de las personas de 15 a 24 años ha acudido a la biblioteca cuatro o más veces en el último año. Entre las personas mayores de 64 años, sin embargo, el 75,4 % no ha acudido nunca.
- Las personas con estudios universitarios son las que más frecuentemente han acudido a la biblioteca: % 39 en más de cuatro ocasiones. Entre quienes no tienen estudios básicos, en cambio, el 79,5 % no ha acudido ni una sola vez.
- Las personas vascohablantes han acudido en mayor medida a la biblioteca: el 50,6 % ha acudido a la biblioteca al menos una vez y el 39 % en cuatro o más ocasiones – el 39,9 % y el 26,7 %, respectivamente, entre las personas castellanohablantes –.
- En la capital y en los pueblos de 25 a 50 mil habitantes han acudido más frecuentemente: 44,8 % y 47,2 %, respectivamente, ha acudido al menos una vez. En los de menos de 10 mil, en cambio, el 35,8 % ha acudido al menos una vez.



Razones para no acudir a la biblioteca

A aquellas personas que no han acudido a la biblioteca ni una sola vez en el último año se les ha preguntado por sus motivos y el 78,8 % afirma no sentir la necesidad de acudir a la biblioteca y, asimismo, lo afirma el 39 % como segunda razón.

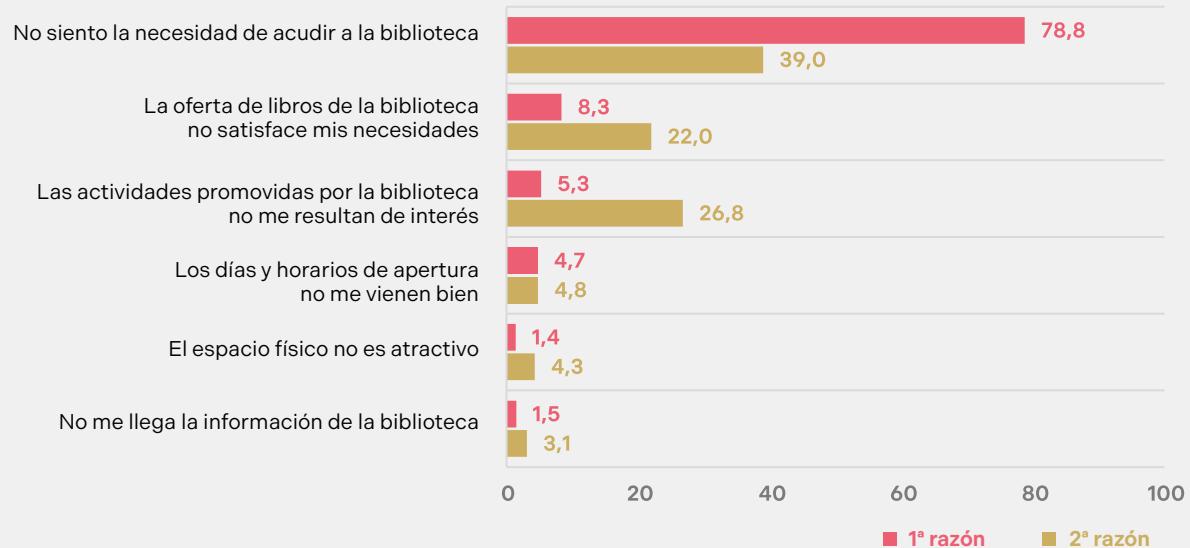
Como primera razón, el 8,3 % ha elegido que la oferta de libros no satisface sus necesidades y el 5,3 % que las actividades promovidas por la biblioteca no le resultan interesantes.

En segundo lugar, que las actividades promovidas por la biblioteca no le resultan interesantes (26,8 %) y que la oferta de libros no satisface sus necesidades (22 %).



Gráfico 27.

Razones para no acudir a la biblioteca (1^{er} y 2^o motivo) (%)



Universo: personas que nunca han ido a una biblioteca en los últimos 12 meses.

Sin pasar por alto que entre los primeros motivos el principal es no sentir la necesidad de acudir a la biblioteca, es entre los segundos motivos donde se pueden apreciar las diferencias más significativas en función de las variables analizadas:

- El 54,9 % de las personas de 15 a 24 años afirma que la oferta de libros no satisface sus necesidades y el 6,8 % también que el espacio físico no es atractivo. El 35 % de las personas de 25-34 años que las actividades promovidas por la biblioteca no le resultan interesantes, el 8,5 % de las personas de 34-45 que no les llega información de la biblioteca y el 8,4 % de las personas de 45-54 años que los días y horarios de apertura no les vienen bien.

- El 31,6 % de quienes tienen estudios universitarios afirma que las actividades promovidas por la biblioteca no le resultan interesantes.
- El 30 % de la población de la capital afirma que la oferta de libros no satisface sus necesidades y el 8,9 % que los días y horarios de apertura no les van bien. Las ciudades de 25-50 mil habitantes destacan, en cambio, por el peso de quienes afirman que las actividades de la biblioteca no les resultan de interés: 39,6 %.
- Las mujeres afirman en mayor medida que los hombres que las actividades promovidas no les resultan de interés (29,7 %) y que la oferta de libros no satisface sus necesidades (24,8 %).

Razones para no acudir a la biblioteca

NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO
■	■	■	■	■

Actividades culturales de las bibliotecas

Tomando en consideración a aquellas personas que han acudido al menos una vez a la biblioteca, el 29,7 % lo ha hecho a raíz de alguna actividad

cultural —exceptuando préstamos o consultas en sala—. Ese dato es muy similar al de 2018.

Gráfico 28.

Frecuencia de asistencia a actividades culturales de las bibliotecas en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).



Personas que han acudido alguna vez a una biblioteca en los últimos 12 meses.

- Las personas mayores de 64 años son las que más han acudido a actividades de la biblioteca aparte de préstamos o consultas de sala (50,6 %). En el otro extremo, entre las personas de 35 a 44 años el 22,5% acude a este tipo de actividades.
- El 37,1 % de las personas sin estudios básicos ha acudido a actividades culturales en bibliotecas. En el otro extremo, el 21,4 % de

las personas con estudios básicos (Bachiller, EGB, ESO) lo ha hecho.

- En los pueblos de menos de 10 mil habitantes el porcentaje de personas que nunca han acudido a este tipo de actividades es mayor (74,1%). En las ciudades de 25-50 mil habitantes, en cambio, han acudido el 57,8 %.

Actividades culturales de las bibliotecas

NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO
■	■	■	■	■



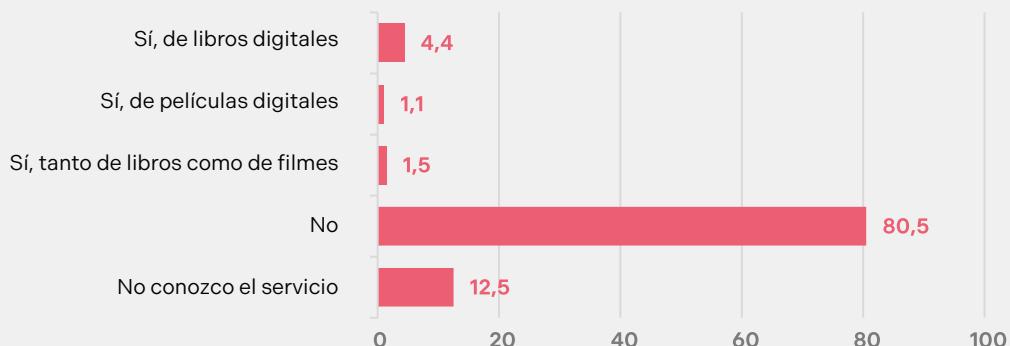
Préstamo de libros o películas digitales

El 7 % de la población ha utilizado el servicio de préstamo de libros o películas digitales de las bibliotecas en el último año: el 4,4 % de libros

digitales, el 1,1 % de películas digitales y el 1,5 % de ambas. Además, cabe destacar que un 12,5 % no conoce este servicio.

Gráfico 29.

Préstamo de libros o películas digitales (%).



- Cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es el peso de quienes utilizan el servicio de préstamo de libros y películas digitales: no lo usan quienes no cuentan con los estudios básicos y el 11 % entre quienes tienen estudios universitarios.
- Las personas más jóvenes son las que más utilizan el servicio de préstamo de libros y

películas digitales, con un 14,6 % entre las personas de 15 a 24 años. Las personas mayores, por su parte, son las que menos lo utilizan, con un 3,3 % entre las personas mayores de 64 años.

- En las capitales se utiliza el servicio de préstamo de libros y películas digitales el doble que en el resto de municipios: 11,8 %.

Préstamo de libros o películas digitales



O3. 4.

Medios de comunicación

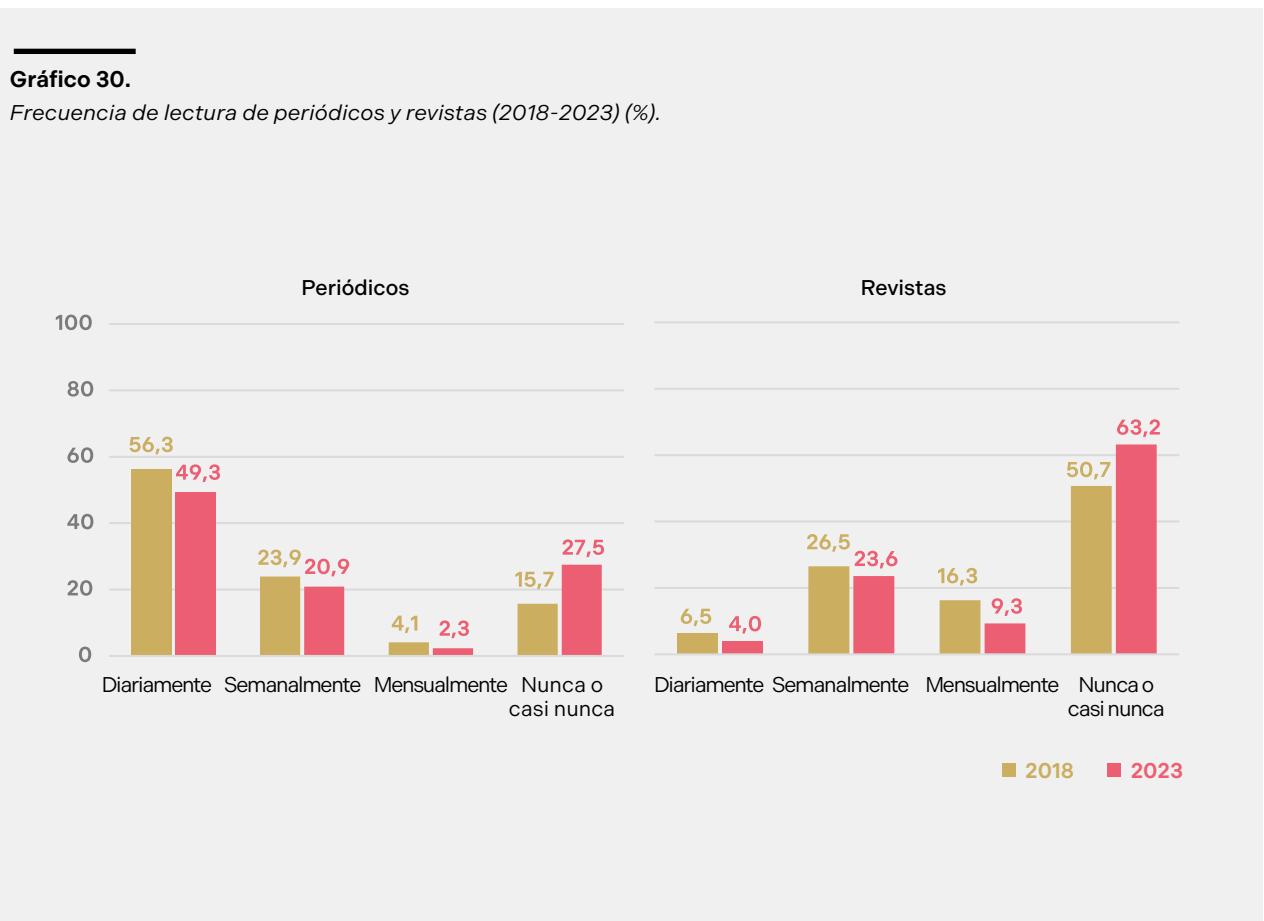
3.4.1. Periódicos y revistas

El 70,2 % de la población lee periódicos diaria o semanalmente. El 27,6 % lee revistas con la misma frecuencia. El consumo de ambos ha

descendido con respecto a los datos de 2018, eran 80,2 % y 33 %, respectivamente.

Gráfico 30.

Frecuencia de lectura de periódicos y revistas (2018-2023) (%).



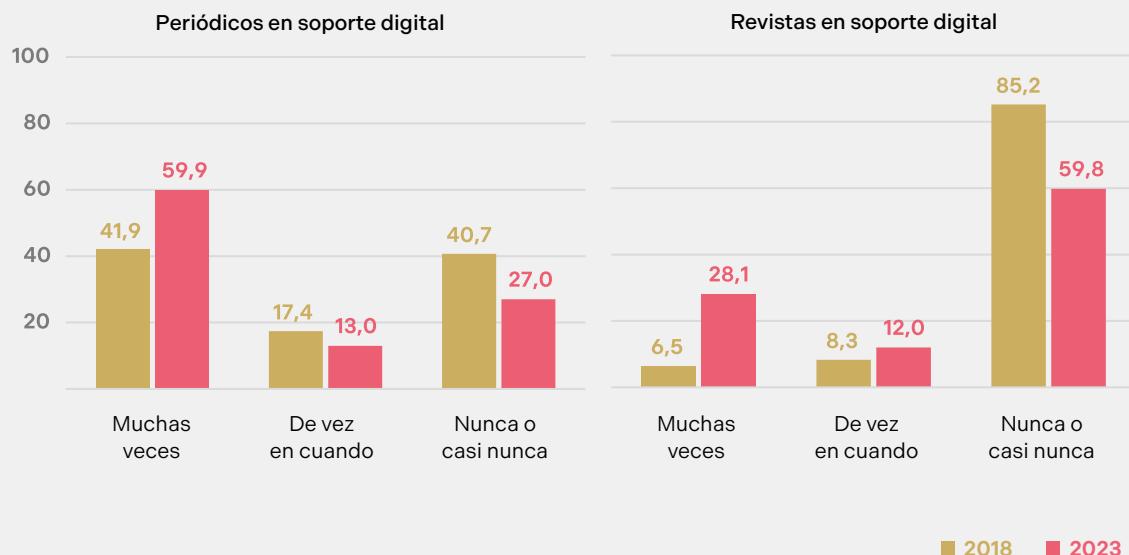
Entre los consumidores de medios de comunicación, tres cuartos utilizan Internet, al menos de vez en cuando, para leer el periódico. Para la lectura de revistas, lo hace

un 40,1 %. El uso de Internet aumenta en ambos casos respecto a 2018 –59,3 % y 14,8 %, respectivamente–. Sobre todo, en el caso de las revistas.



Gráfico 31.

Frecuencia de lectura de periódicos y revistas en soporte digital (2018-2023) (%).



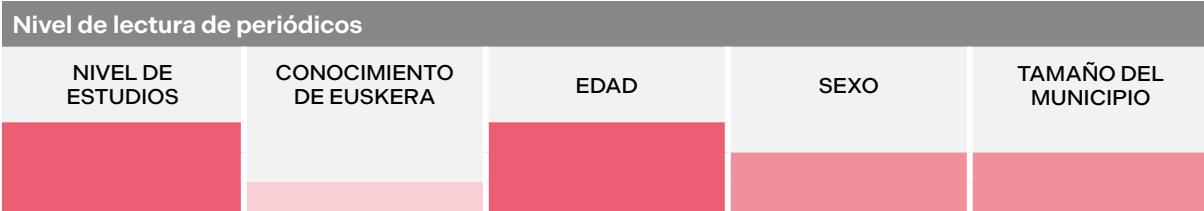
Universo: consumidores diarios o semanales de medios de comunicación.

Niveles de lectura de periódicos

Las diferencias más notables están conectadas con el nivel de estudios y con la edad, aunque también existen diferencias por sexo.

• A mayor edad, mayor es el peso de las personas que leen periódicos habitualmente: el 24,3 % lee diariamente entre las personas de 15 a 24 años y el 69,7 % entre las personas de 55-64 años, desciende nuevamente entre las mayores de 64 años (57,5 %).

- A medida que aumenta el nivel de estudios, aumenta el peso de las personas con hábitos de lectura diaria de periódicos: 37,2 % entre quienes no cuentan con los estudios básicos y 60,1 % entre quienes tienen estudios universitarios.
- El hábito de lectura de periódicos es mayor entre los hombres: el 55,8 % los lee diariamente —el 43,5 % entre las mujeres—.
- El 62 % en la capital lee periódicos a diario. En el otro extremo, en las ciudades de 25 a 50 mil habitantes, lo hace el 35,4 %.



Nivel de lectura de revistas

La edad marca las mayores diferencias:

- Cuanto más adulta es la población, mayor es el peso de las personas que leen revistas habitualmente: el 21,7 % las lee al menos semanalmente entre las personas de 15 a 24 años; el 34 % entre las mayores de 64 años.
- Las personas que cuentan con estudios universitarios son las más habituadas a leer revistas: el 34,1 % las lee semanal o diariamente. Entre quienes no cuentan con los estudios básicos, lo hace un 23,5 %.

- En la capital y en los pueblos con 10-25 mil habitantes es mayor el peso de quienes leen revistas habitualmente: 31,8 % y 32 %, respectivamente, las lee semanal o diariamente. En los pueblos de menos de 10 mil el 22 %.
- El 35,5 % de los vascohablantes lee revistas semanal o diariamente, mientras entre los no vascohablantes lo hace el 26,3 %.





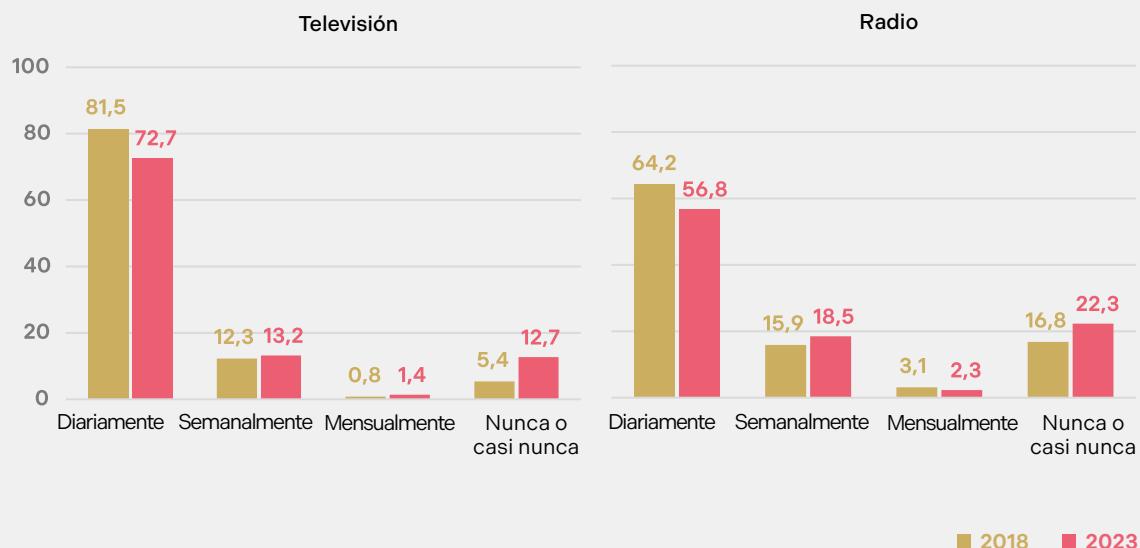
3.4.2. Televisión y radio

El 72,7 % de la población ve la televisión a diario y el 56,8 % escucha la radio a diario. El consumo de ambos medios de comunicación ha descendido

significativamente respecto a 2018 –81,5 % y 64,2 %, respectivamente–.

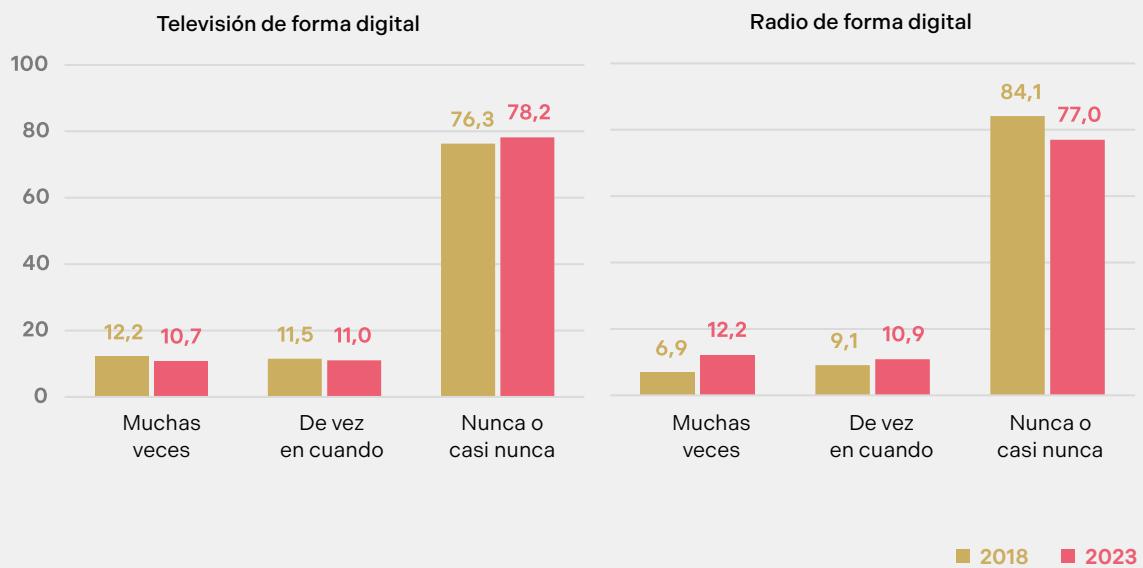
Gráfico 32.

Frecuencia de consumo de televisión y radio (2018-2023) (%).



El uso de Internet para consumir televisión o radio es menos habitual que en el caso de los periódicos y revistas. No obstante, el 21,7 % de quienes consumen medios de comunicación ha utilizado Internet, al menos de vez en cuando, para ver la televisión. El porcentaje es algo mayor en el caso de la radio: 23,1 %.

Respecto a 2018, el hábito de usar Internet para escuchar la radio ha experimentado un incremento significativo, al situarse entonces en el 16 %. En el caso de la televisión, en cambio, ha habido un pequeño descenso, de dos puntos.

Gráfico 33.*Frecuencia de consumo de televisión y radio de forma digital (2018-2023) (%).*

Universo: personas que consumen medios de comunicación de forma diaria o semanal.

Nivel de uso de la televisión

Las mayores diferencias están relacionadas con la edad. Pero, en conexión con el salto generacional, también se observan diferencias en función del nivel de estudios y del conocimiento de euskera.

- La diferencia por edades es muy grande. Cuanto más adulta es la población, mayor es el peso de quienes ven la televisión diariamente: 42,6 % entre las personas de 15 a 24 años y 92,9 % entre las mayores de 64 años.
- Las personas con menor nivel de estudios son las que más ven la televisión: el 89,2 % la ve a diario entre quienes no tienen

los estudios básicos. Entre las personas con estudios universitarios, el porcentaje desciende al 63,6 %.

- En los pueblos con una población de 25 a 50 mil, el 78,6 % ven la televisión a diario. En cambio, en la capital el 70 %.
- Entre las personas no vascohablantes, el peso de quienes ven la televisión diariamente es diez puntos superior al de las personas vascohablantes: 74,2 % y 63,3 %, respectivamente.



Nivel de uso de la televisión



Nivel de uso de la radio

Al analizar este ámbito en función de las distintas variables, destacaríamos lo siguiente:

- La población joven escucha menos la radio: menos de una vez al mes el 44,2 % de las personas de 15-24 años –12,8 % de las personas de 45-54 años–.
- Las personas de mayor nivel de estudios son las que más radio escuchan: el 60,4 % de quienes tienen estudios universitarios y, en el otro extremo, el 47,8 % de quienes no tienen estudios básicos.
- En la capital es mayor el peso de quienes escuchan la radio: un 62,2 % lo escucha a diario –53,8 % en los municipios con menos de 10 mil habitantes–.
- El peso de las personas que escuchan la radio es algo menor entre los hombres que entre las mujeres: menos de una vez al mes el 25,7 % entre las mujeres y entre los hombres, 18,6 %.

Nivel de uso de la radio



O3. 5.

Museos y patrimonio cultural

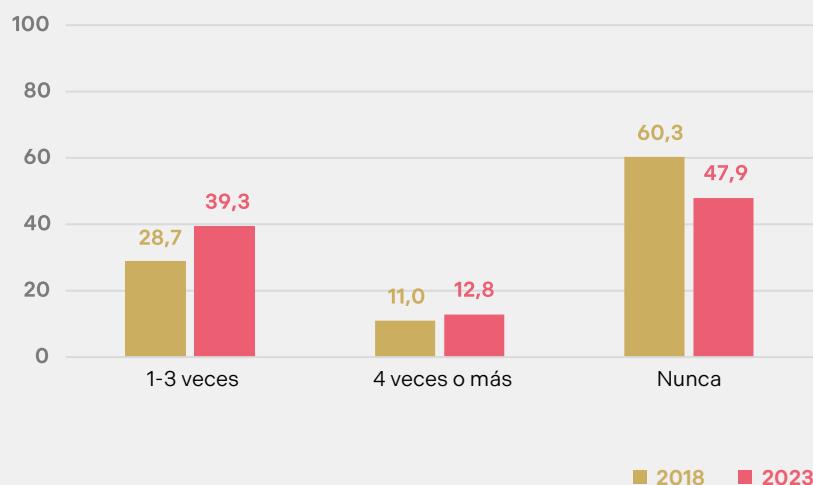
3.5.1. Asistencia a museos

El 52,1% de la población ha visitado algún museo en los últimos 12 meses. Ese porcentaje ha

aumentado mucho con respecto a 2018, el dato era del 39,7 %.

Gráfico 34.

Frecuencia de asistencia a museos en los últimos 12 meses (2018-2023) (%).



El nivel de estudios y la edad destacan en el análisis por variables:

- Cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es la asistencia a museos. El 22,5 % de quienes tienen estudios básicos han acudido a algún museo, frente al 67,1 % de quienes tienen estudios universitarios.
- La diferencia por edades también es significativa: un 39,8 % de las mayores de 64 años han acudido a algún museo; en los grupos de edad inferiores, en cambio, han acudido más de la mitad de la población.

- Las personas de la capital acuden más a los museos y con mayor frecuencia: 54,8 % ha acudido alguna vez y 19,9 % cuatro veces o más. En cambio, en los pueblos de menos de 10 mil habitantes han acudido alguna vez el 48,3 %; cuatro o más veces apenas el 7,4 %.
- La asistencia a los museos es superior entre los hombres: el 56,4 % ha acudido alguna vez, frente al 48,2 % de las mujeres.



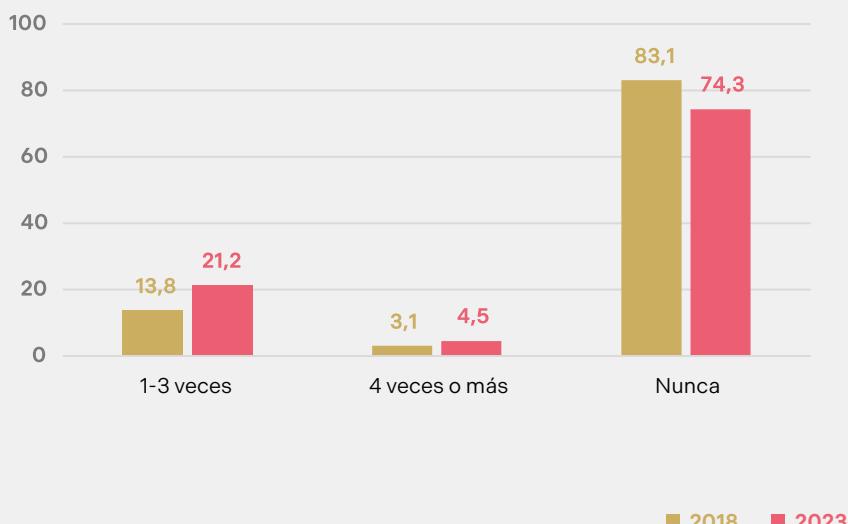
Asistencia a museos				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

3.5.2. Asistencia a galerías de arte

El 25,7 % de la población ha visitado, en los últimos 12 meses, alguna galería de arte. Se trata de un incremento de nueve puntos con respecto a 2018.

Gráfico 35.

Frecuencia de asistencia a galerías de arte los últimos 12 meses (2018-2023) (%).



El nivel de estudios y el tamaño del municipio establecen las diferencias más importantes.

- La diferencia por nivel de estudios es notable: un 8,5 % de quienes no cuentan con los estudios básicos ha acudido a alguna galería de arte, frente al 36,4 % de quienes tienen estudios universitarios.
- En la capital es mayor el peso de las personas que han acudido a alguna galería de arte; 32,6 % ha ido alguna vez. En el otro extremo, en los pueblos con menos de 10 mil habitantes ha acudido alguna vez el 18,5 %.

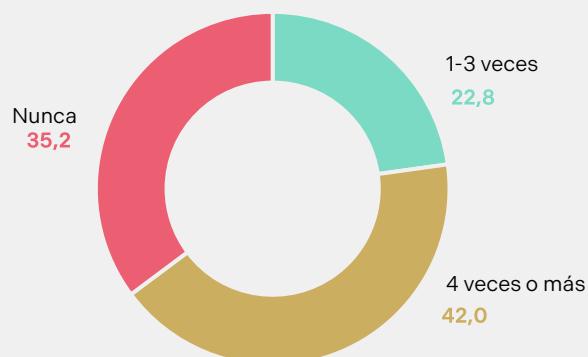
- También se observan diferencias por edad: el 29,7 % de las personas de 15 a 24 años ha acudido a alguna galería de arte, frente al 19 % entre las mayores de 64 años.
- Las personas vascohablantes tienen mayor costumbre de acudir a las galerías de arte: 31,2 % ha acudido alguna vez. Entre los no vascohablantes el 24,8 %.



3.5.3. Asistencia a monumentos, edificios o lugares históricos

El 64,8 % de la población ha visitado, en los últimos 12 meses, algún monumento, edificio o lugar histórico.

Gráfico 36.
Asistencia a monumentos, edificios o lugares históricos (%).





El nivel de estudios es la variable que establece las mayores diferencias:

- Cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es el peso de quienes han acudido a monumentos, edificios o lugares históricos: 28,9 % entre quienes no cuentan con los estudios básicos; 76,4 % entre quienes tienen estudios universitarios.
- En relación con la edad, entre las personas mayores de 64 años desciende notablemente el peso de quienes han visitado monumentos, edificios o lugares históricos: 45,6 %. En el otro extremo, el 50,3 % y el 50,5 %, respectivamente, de las personas de 15 a 24 y de 25 a 34 años han acudido en cuatro o más ocasiones.
- Aunque la variable tamaño de municipio no muestra diferencias respecto al peso de quienes han visitado monumentos, edificios o lugares históricos alguna vez, sí los muestra respecto a quienes han ido cuatro o más veces: en la capital 46,7 % y en las ciudades de 25-50 mil habitantes, 37 %.
- El peso de las personas que han acudido cuatro veces o más a monumentos, edificios o lugares históricos es mayor entre los hombres que entre las mujeres: 47,9 % y 36,7 % respectivamente.

Asistencia a monumentos, edificios o lugares históricos



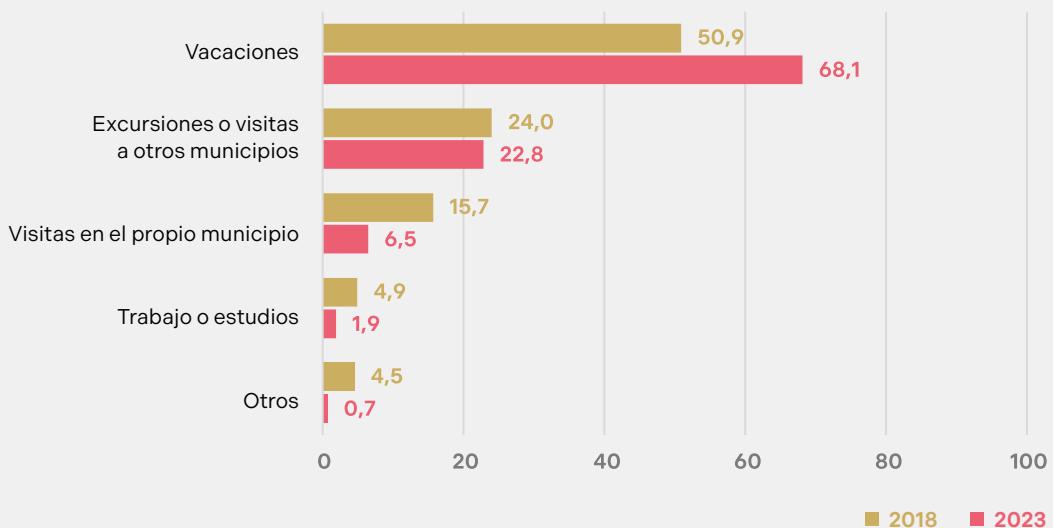
3.5.4. Razones de las visitas a museos, galerías de arte y monumentos

Las vacaciones (68,1 %) son el principal motivo para acudir a museos, galerías de arte y monumentos, edificios o lugares históricos. El peso de este motivo ha aumentado en dieciocho puntos, con respecto a 2018.

Les siguen las excursiones o visitas a otros municipios (22,8 %). Las visitas en la propia localidad las ha mencionado el 6,5 %, nueve puntos menos que en 2018.

Gráfico 37.

Razones de las personas que han acudido a museos, galerías de arte y monumentos y lugares históricos (2018-2023) (%).



Universo: visitas a museos, galerías de arte y monumentos o lugares históricos.

La edad y el nivel de estudios son las variables que marcan las mayores diferencias:

- A medida que aumenta la edad, se reduce el peso de las vacaciones entre los motivos: 77,1 % entre las personas de 15 a 24 años y 50,6 % entre las personas mayores de 64 años. En cambio, adquieren mayor peso las excursiones y las visitas en el propio municipio —sobre todo en el caso de las personas mayores de 64 años—.
- A mayor nivel de estudios, mayor es el peso de las vacaciones: 58,3 % entre quienes no

cuentan con los estudios básicos, 74,3 % entre quienes tienen estudios universitarios. En cambio, es cada vez menor el peso de las excursiones o visitas a otros municipios: 27 % entre quienes no tienen estudios básicos, 16,1 % entre quienes tienen estudios universitarios.

- El peso de las vacaciones es ligeramente superior entre las mujeres que entre los hombres (70,5 %, frente a 65,6 %) y menor, en cambio, el peso de las excursiones o visitas a otros municipios —18,2 % las mujeres y 27,6 % los hombres—.

Razones de las visitas a museos, galerías de arte y monumentos

NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO
■	■	■	■	■



O3. 6.

Resumen comparativo

Una mirada transversal a la frecuencia con la que se realizan determinadas prácticas permite detectar tres bloques entre las distintas actividades culturales.

Por encima del 60 % del total de la población se encuentran las siguientes:

- Lectura de libros (77 %).
- Asistencia al cine (68,4 %).
- Asistencia a conciertos (63,9 %).
- Asistencia al teatro (60,3 %).

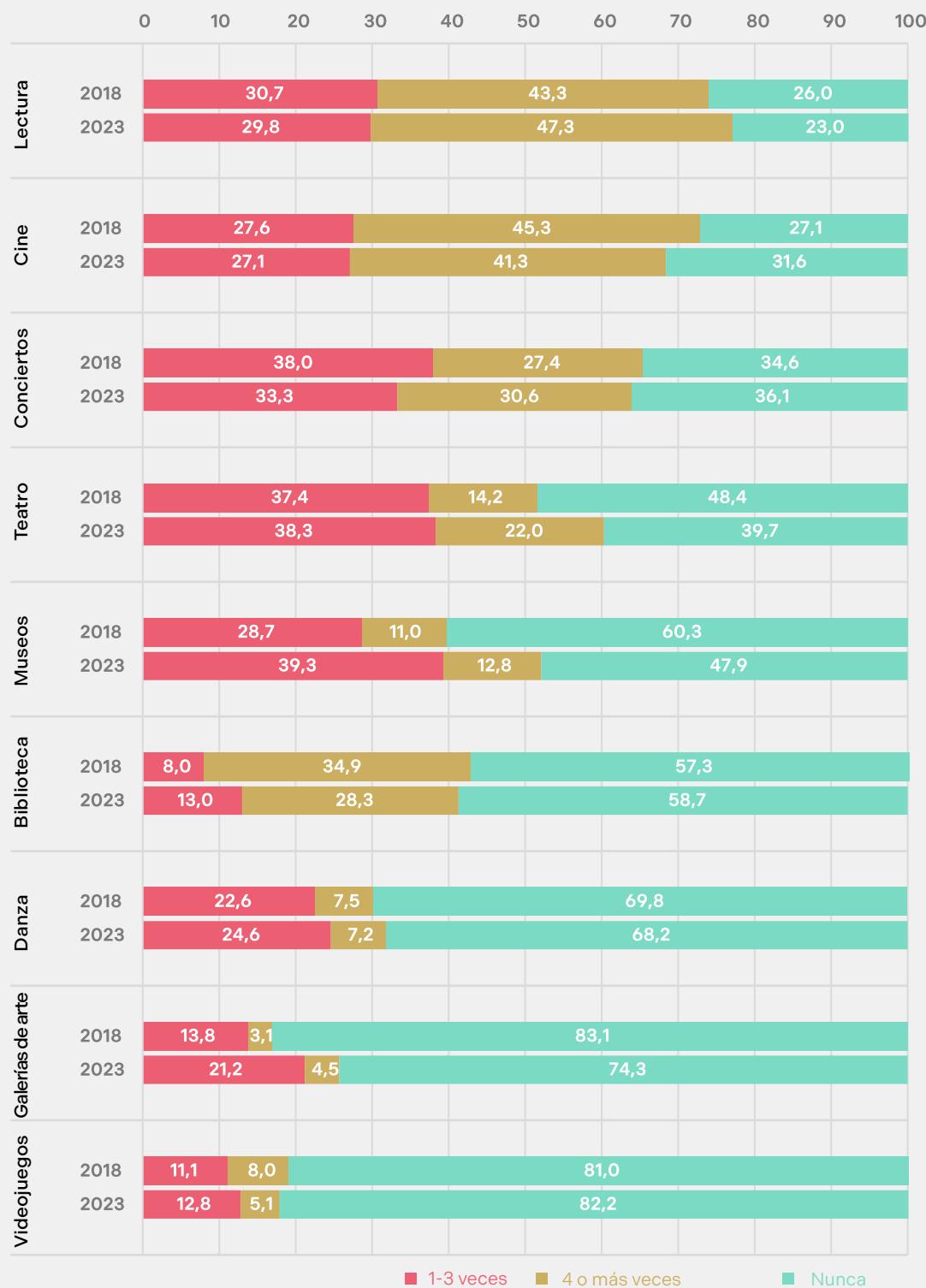
A continuación, y con porcentajes comprendidos entre el 40 % y el 60 % están:

- Visitas a museos (52,1 %).
- Asistencia a bibliotecas (41,3 %).

Por debajo se sitúan los espectáculos de danza (31,8 %), galerías de arte (25,7 %) y videojuegos (17,9 %).

Gráfico 38.

Frecuencia de realización de distintas prácticas culturales (2018-2023) (%).





Además, existe la posibilidad de realizar una comparación histórica de las diferentes prácticas en el periodo 2008-2018-2023. En concreto, se puede comparar escuchar música grabada (diariamente), ver espectáculos de danza (en el último año), asistir a actuaciones de *bertsolaris* (en el último año), leer revistas (varias veces a la semana) y leer periódicos (varias veces a la semana):

- El hábito de escuchar música grabada descendió en 2018 y ha vuelto a aumentar nuevamente superando el dato de 2008.
- El hábito de ver espectáculos de danza experimentó un fuerte incremento en 2018 y un nuevo ligero ascenso en 2023.

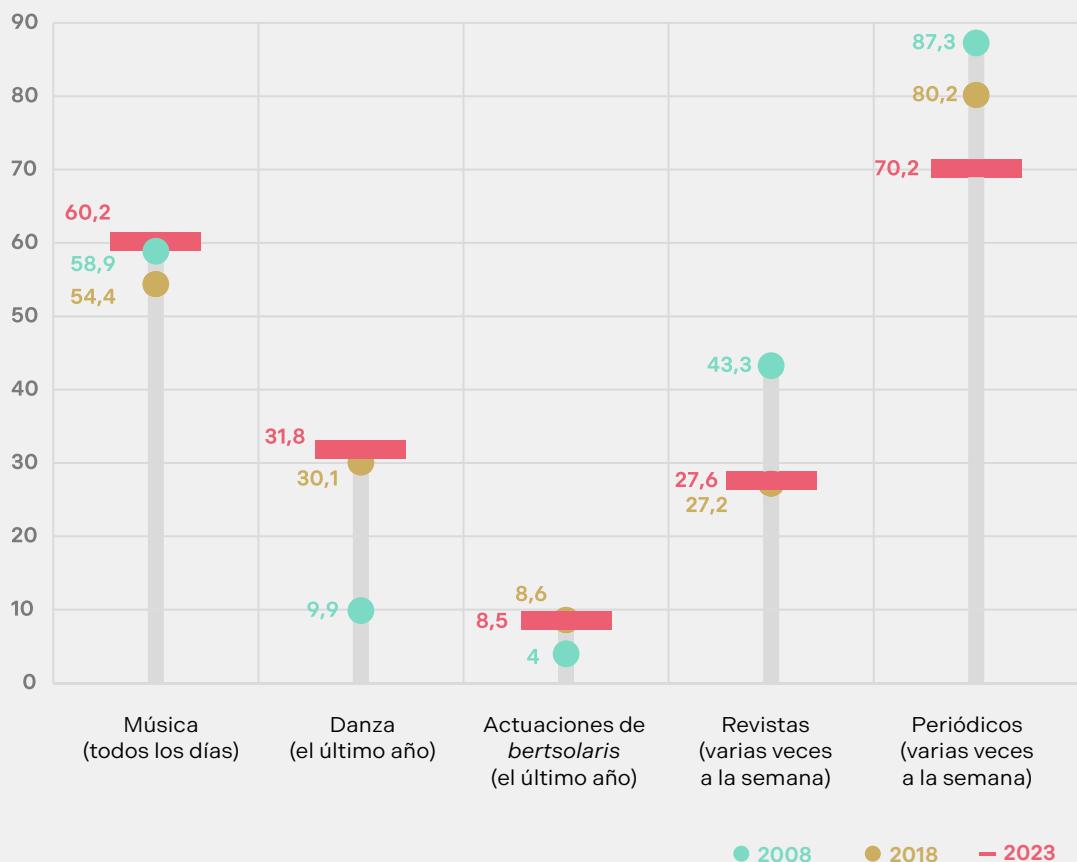
- El hábito de escuchar actuaciones de *bertsolaris* también experimentó un incremento notable en 2018, y se mantiene en 2023.

- El hábito de lectura de revistas presentó una tendencia negativa en 2018 y se mantiene en 2023.

- El hábito de leer periódicos también presenta una tendencia negativa —en total, un descenso de alrededor de 17 puntos—.

Gráfico 39.

Evolución de la incidencia de las prácticas culturales en la población (2008-2018-2023) (%).



O4.

Participación cultural vinculada a la creatividad

O4. 1.

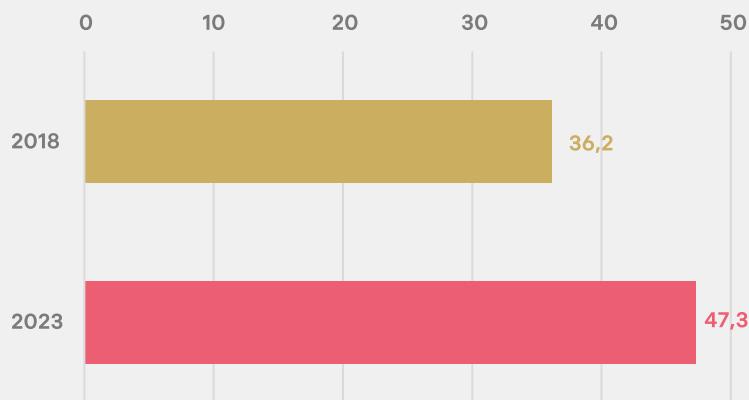
Prácticas artísticas nivel amateur

El 47,3 % de la población declara haber realizado, al menos una vez al año, alguna actividad creativa amateur, como escritura, pintura, danza,

artesanía u otras. Respecto a 2018 (36,2 %), se ha producido un aumento de once puntos porcentuales.

Gráfico 40.

Prácticas culturales amateur en el último año (2018-2023) (%).



En un análisis por variables, destacaríamos lo siguiente:

- A mayor nivel de estudios, mayor es el peso de quienes han realizado actividades creativas: 28,7 % entre aquellas personas que no cuentan con los estudios básicos; 54 % entre quienes tienen estudios universitarios.

- Las personas más jóvenes realizan actividades creativas en mayor medida: el 57,2 % entre las personas de 15 a 24 años. En cambio, se reduce al 35,9 % entre las personas mayores de 64 años.
- Las personas vascohablantes llevan a cabo actividades creativas en mayor medida que las no vascohablantes: 54,9 % y 46,1 %, respectivamente.



Prácticas artísticas nivel amateur

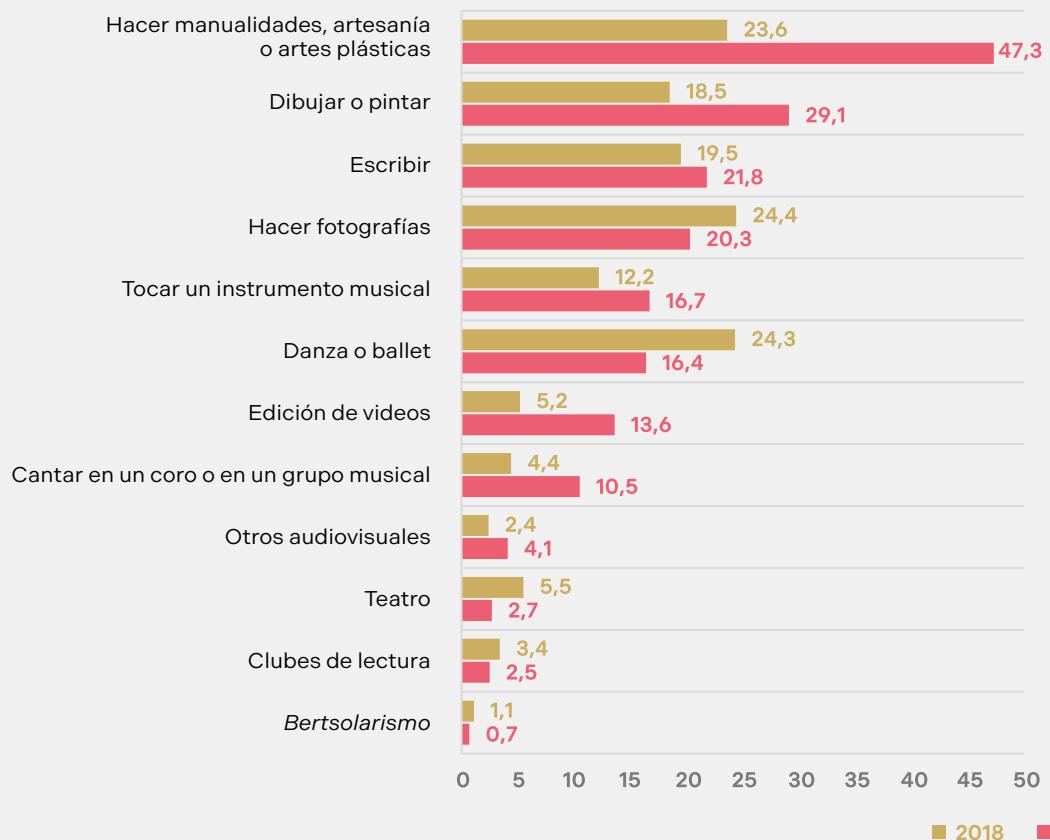


Las manualidades y la artesanía son las prácticas amateur más extendidas, realizadas por el 47,3 % de quienes llevan a cabo actividades creativas. Se situaba en tercera posición en 2018, pero se ha producido un incremento de veinte puntos (era un 23,6 %).

Por encima del 20% se encuentran dibujar o pintar (29,1 %), escribir (21,8 %) y hacer fotografías (20,3 %). Entre el 10 % y el 20 % se encuentran tocar un instrumento musical (16,7 %), la danza y el ballet (16,4 %), la edición de vídeos (13,6 %) y cantar en un coro o grupo musical (10,5 %). Por debajo del 10 % se encuentran otros audiovisuales, el teatro, los clubes de lectura, el *bertsolarismo* y otras actividades.

Gráfico 41.

Ranking de las principales prácticas culturales amateur (2018-2023) (%).



Universo: personas que realizan al menos una actividad creativa una vez al año.

También se ha realizado un análisis por variables con las principales actividades:

- El peso de las personas que realizan manualidades y artesanía destaca entre las personas de 55 a 64 años (60,4 %), las que no tienen estudios básicos (66,7 %), las mujeres (56,4 %), en pueblos de 10 a 25 mil habitantes (54,9 %) y las personas no vascohablantes (49,1 %).
- La actividad de dibujar o pintar destaca entre las mujeres (34,5 %), entre las personas de 15 a 24 años (42,9 %) y entre las que no tienen estudios básicos (41,7 %).

- La escritura entre las personas de 25 a 34 años (29,5 %), en pueblos de 10 a 25 mil (28,6 %), entre las personas con estudios intermedios (Bachillerato Superior, Bachillerato LOGSE, COU) (30,7 %).

Prácticas artísticas amateur				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

En una comparativa histórica 2008-2018-2023⁴, se observa un incremento significativo en las manualidades y en la artesanía, del 5 % al 22,4 %. En los cinco últimos años, ha aumentado

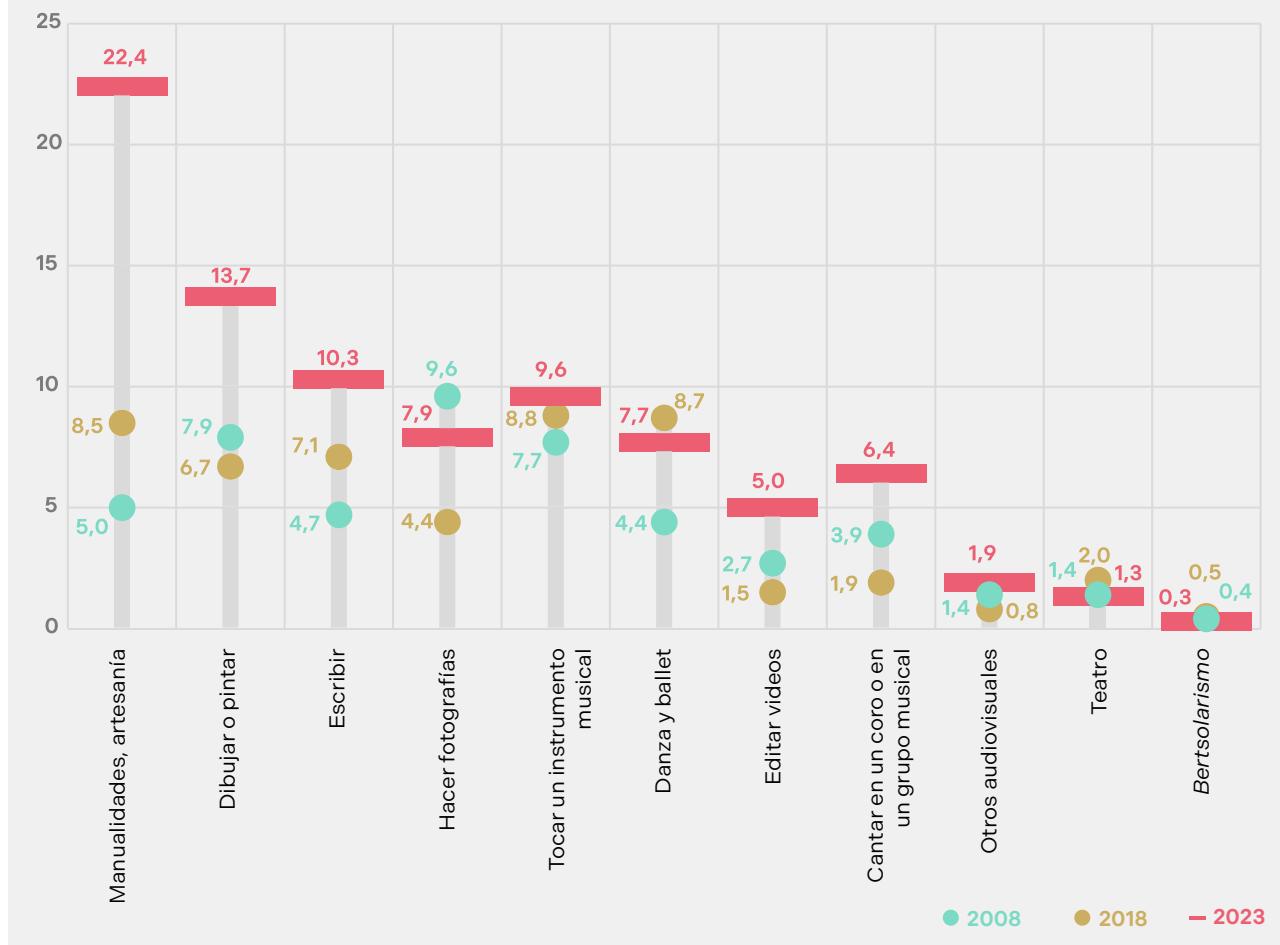
especialmente el peso de las personas que dibujan o pintan y el de las que cantan (seis y cinco puntos, respectivamente), ha aumentado también el de las que escriben y realizan vídeo.

4. A diferencia de los años 2023 y 2018, en 2008 se distinguía entre realizar las prácticas de forma individual o en grupo. En este caso se han añadido los porcentajes de ambas opciones para realizar la comparación.



Gráfico 42.

Evolución de prácticas nivel amateur (2008-2018-2023) (%).



O4. 2.

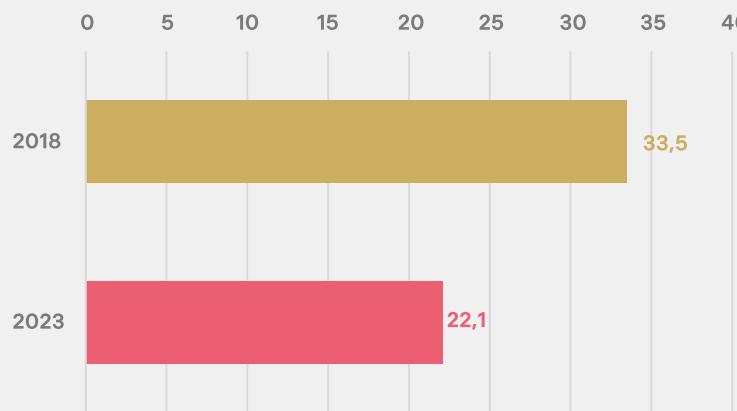
Formación artística

El 22,1% de la población ha asistido a charlas, conferencias o cursos sobre temas artísticos y culturales fuera del ámbito laboral o académico.

Se trata de un descenso de once puntos respecto al dato de 2018 (33,5%).

Gráfico 43.

Personas que han realizado alguna actividad relacionada con el arte o la cultura fuera del centro o institución (2018-2023) (%).



El nivel de estudios y la edad sin las variables que marcan una mayor diferencia.

- A mayor nivel de estudios, mayor es el peso de quienes han asistido a charlas, conferencias o cursos: 10,4 % entre quienes no cuentan con estudios básicos; 29,4 % entre quienes tienen estudios universitarios.
- Las personas de 55 a 64 años son las que más han asistido a charlas, conferencias o cursos: 28,8 %. Un 12,8 % ha acudido en más de cuatro ocasiones.

- Las personas vascohablantes han asistido en mayor medida que los no vascohablantes a conferencias o cursos: 27,9 % y 21,2 %, respectivamente.
- La población de los pueblos con menos de 10 mil habitantes destaca por haber asistido en menor medida que los del resto de municipios: han asistido el 18,4 %.

Formación artística

NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO



O4. 3. Participación en asociaciones culturales

Un 17,5 % de la población participa activamente en alguna asociación cultural. Se trata de un punto más que en 2018.

Gráfico 44.

Personas que participan en una o más asociaciones culturales (2018-2023) (%).



El nivel de estudios es la variable que marca una mayor diferencia. También cabe destacar la incidencia del sexo y del conocimiento de euskera:

- Cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es el peso de quienes participan activamente en asociaciones culturales: 11,2 % entre aquellas personas que no cuentan con los estudios básicos; 23,6 % entre quienes tienen estudios universitarios.

- La población vascohablante participa en las asociaciones culturales algo más que la población no vascohablante: 22,8 % y 16,6 %, respectivamente.

- Los hombres participan algo más que las mujeres en asociaciones culturales: 20,3 % y 14,9 %, respectivamente.

Participación en actividades culturales

NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

Entre aquellas personas que participan activamente en asociaciones culturales, una de cada tres (34,5 %) lo hace en asociaciones relacionadas con la cultura popular (danzas vascas, *bertsolarismo*, coros, folclore...). El

31 % en las que realizan actividades de promoción cultural en general y el 20 % en las relacionadas con prácticas artísticas (teatro, literatura, pintura, artesanía, etc.).

Gráfico 45.

Ámbitos de las asociaciones culturales (%).

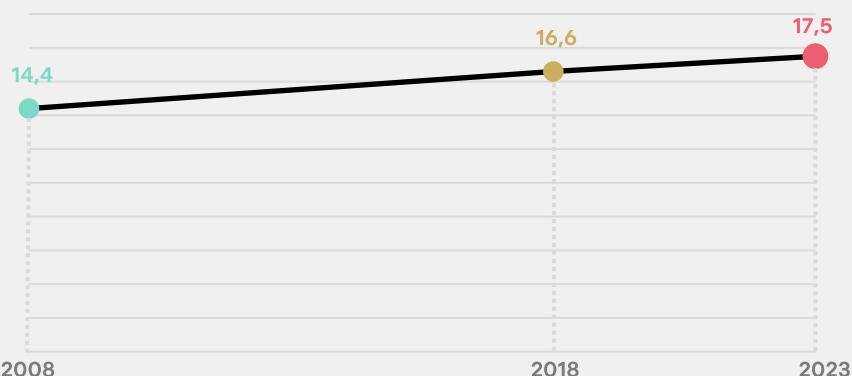


En una comparativa histórica del periodo 2008-2018-2023, se observa un aumento de

dos puntos entre 2008 y 2018, y de un punto, después.

Gráfico 46.

Evolución del número de personas que participan en alguna asociación cultural (2008-2018-2023) (%).





O5.

Prácticas digitales

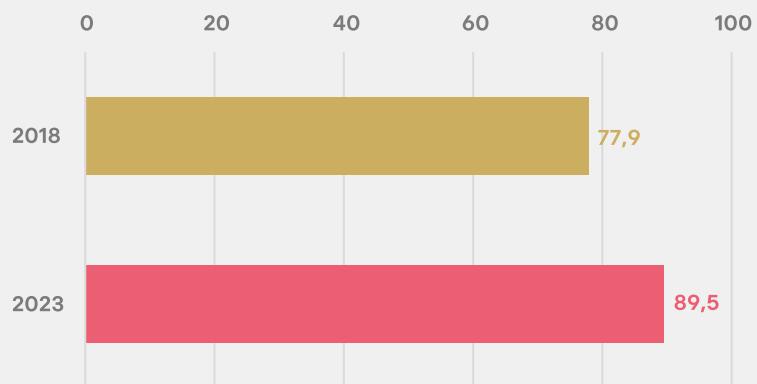
O5. 1. Uso de Internet

El 89,5 % de la población afirma utilizar Internet o servicios online. Se trata de una práctica muy extendida, que además ha experimentado un incremento de casi doce puntos respecto al dato de 2018 (77,9 %). Hay que tener en cuenta,

no obstante, que la pregunta no se formuló de la misma manera y que el dato de 2018 hace referencia a la población que accedía a Internet de forma regular.

Gráfico 47.

Personas que utilizan Internet y servicios online (2018-2023) (%).



El uso o no de Internet está muy relacionado con la edad. Y en consecuencia, en parte, también con el nivel de estudios.

- El peso de quienes utilizan Internet o servicios online es del 60,7 % entre las personas mayores de 64 años. En los tramos de edad inferiores, el porcentaje supera el 95 %, y entre las personas más jóvenes, incluso llega al 100 %.

- Entre las personas que no cuentan con los estudios básicos, el peso de quienes utilizan Internet o servicios online es del 55,5 %. En los siguientes niveles educativos, supera el 75 %; alcanzando el 98,1 % entre las personas con estudios universitarios.
- El porcentaje de personas que usan Internet es algo menor entre las mujeres que entre los hombres: 86,3 % y 92,9 %, respectivamente.



O5. 2.

Prácticas culturales digitales

Tomando en consideración a la población usuaria de Internet y de los servicios online, se ha analizado para qué se utilizan esos servicios.

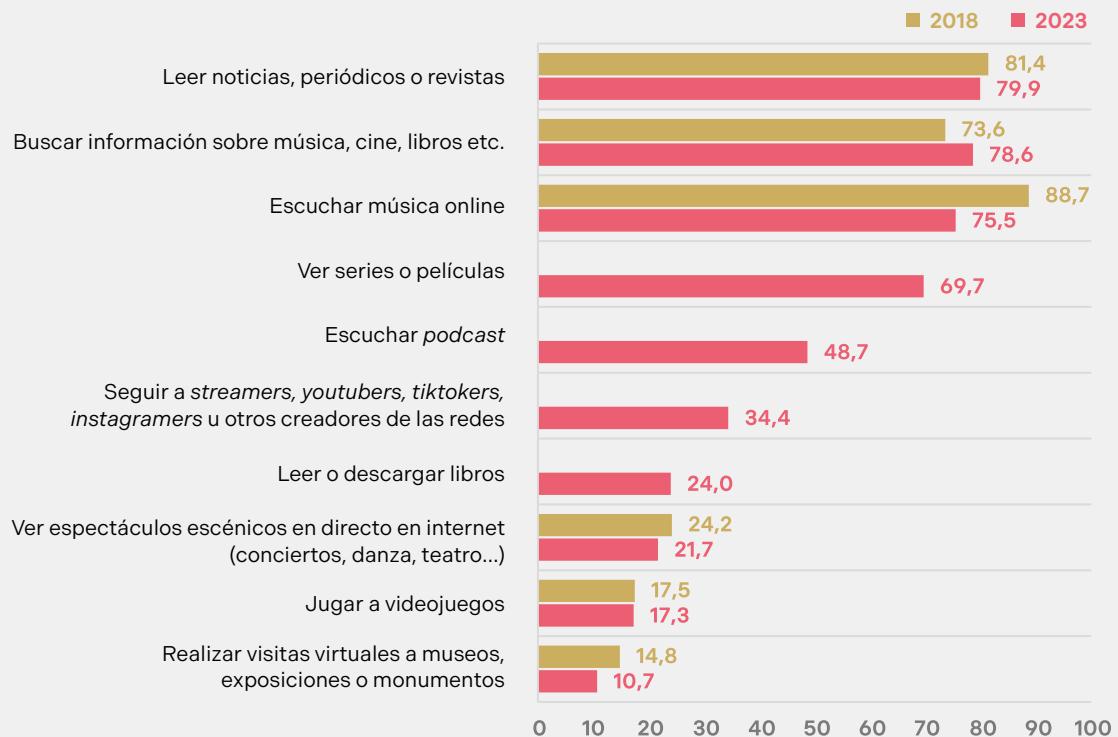
- Ocho de cada diez personas utilizan Internet para buscar información sobre disciplinas culturales (79,9 %). Los siguientes usos son: escuchar música online (78,6 %), para leer periódicos o revistas (75,5 %) o ver series y películas (69,7 %). En 2018, esas mismas prácticas también figuraban en los primeros lugares del ranking pero la lectura de periódicos o revistas ocupaba el primer lugar (88,7 % lo usaba).

- En un segundo bloque se encuentran escuchar *podcast* (48,7 %) y seguir a *streamers*, *youtubers*, *tiktokers*, *instagramers* u otros creadores en las redes (34,4 %).
- Menos de una cuarta parte de la población ha mencionado que lee o descarga libros (24 %), que ve espectáculos escénicos por Internet (21,7 %), que juega a videojuegos (17,3 %) o que realiza visitas virtuales a museos, exposiciones o monumentos (11,2 %).



Gráfico 48.

Nivel de incidencia de prácticas digitales en la población, durante los últimos tres meses (2018-2023) (%).



Universo: usuarios de Internet y servicios online.

En cuanto al análisis de las principales prácticas por variables, se puede destacar lo siguiente:

- Las personas que buscan información sobre música, cine, libros, etc. destacan en la franja de edad de 25 a 34 años (87,2 %), entre quienes tienen estudios universitarios (89,4 %) y entre las personas de pueblos de 10 a 25 mil habitantes (87,4 %).
- Las personas oyentes de música online destacan en las franja de 15 a 24 y de 25 a 34 años (99,8 % y 95,8 %, respectivamente), entre quienes tienen estudios universitarios (82,5 %), quienes residen en ciudades de 25 a 50 mil (84,1 %) y las personas vascohablantes (83,3 %).

- Las personas que leen noticias, periódicos o revistas destacan entre los hombres (81 %), en la franjas de edad de 25 a 64 años (entorno al 85 %) y entre quienes tienen estudios universitarios (87,3 %).
- Las personas que ven series o películas destacan en las franjas de edad de 15-24 y de 25-34 años (96,7 % y 93,7 %), entre quienes tienen estudios universitarios (76,1 %) y entre quienes residen en ciudades de 25 a 50 mil habitantes (80,4 %).
- Las personas que escuchan podcast destacan en la franja de 15-24 años (63,5 %), entre quienes tienen estudios universitarios (51,9 %), entre quienes residen en ciudades de 25 a 50 mil (49,1 %), entre los hombres (46,4 %) y entre personas vascohablantes (48,6 %).

Prácticas culturales digitales				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

O5. 3.

Suscripción a plataformas digitales con contenido cultural

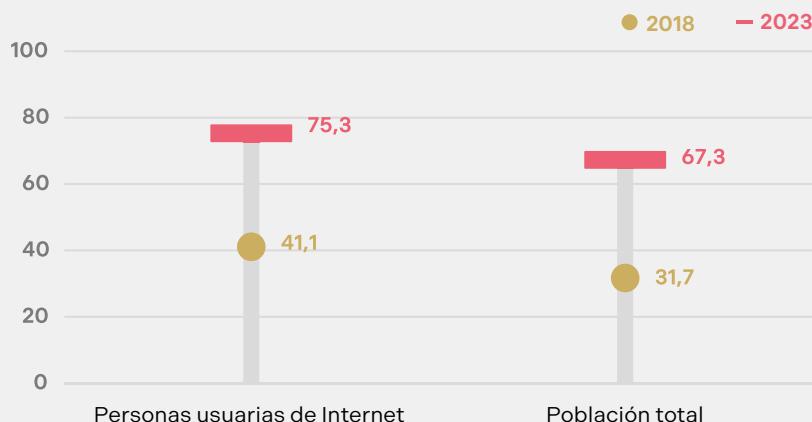
Tres cuartas partes de las personas usuarias de Internet y servicios online tienen una cuenta en alguna plataforma digital con contenido cultural.

Tan solo un 6,3 % tiene, exclusivamente, cuentas gratuitas. 69 % tiene cuentas de pago, ya sean de forma exclusiva o junto con cuentas gratuitas.

Respecto al conjunto de la población, el 67,3 % tiene alguna cuenta en plataformas digitales. El incremento es muy elevado respecto al 31,7 % de 2018. De modo que se puede decir que se trata de una práctica que se ha generalizado.

Gráfico 49.

Personas suscritas a alguna plataforma digital con acceso a contenido cultural, por grupos de población (2018-2023) (%).





La edad es la variable que provoca las mayores diferencias. Aunque también se aprecian en función de los estudios y del tamaño del municipio.

- Cuanto más joven es la población, mayor es el peso de las personas suscritas a plataformas digitales con contenido cultural: 97,1 % entre las personas de 15 a 24 años y 36,9 % entre las mayores de 64 años.

- El 84 % de quienes no cuentan con estudios primarios tiene una cuenta, frente al 58,8 % de quienes tienen estudios básicos (Bachiller, EGB o ESO).

- En los pueblos de 10 a 25 mil habitantes, el 83,5 % tiene una cuenta; en las localidades de menos de 10 mil habitantes, el 70,2 %.

Suscripción a plataformas con contenido cultural				
NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

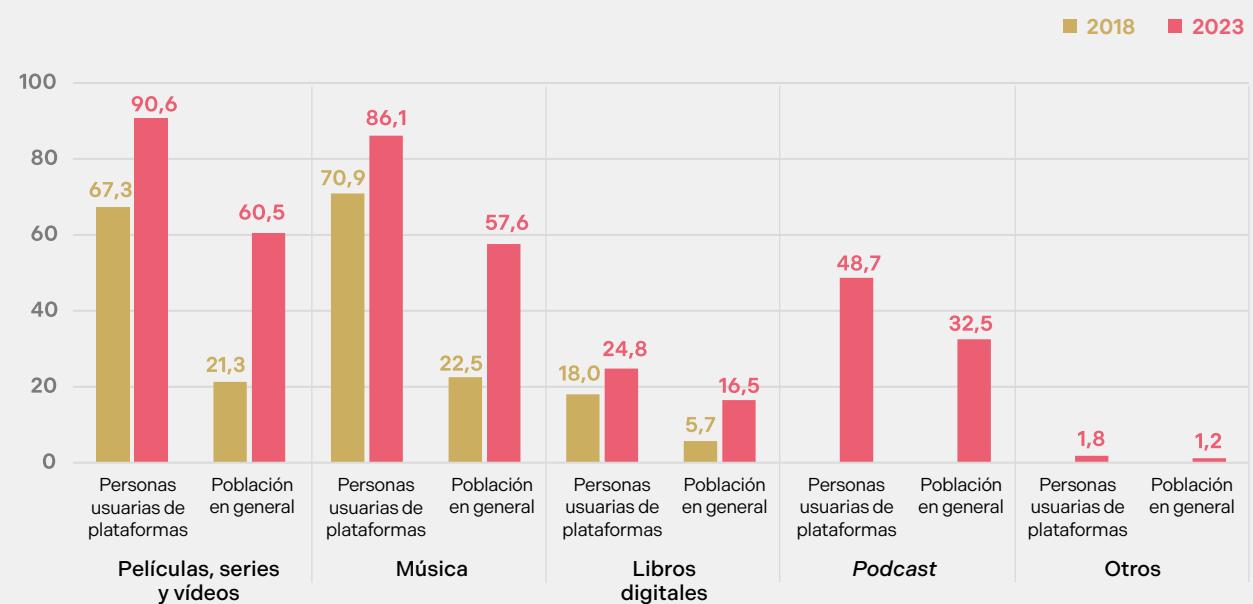
Tipología de contenido cultural

Predominan las plataformas de visionado de películas, series y vídeos (90,6 %), junto a las de contenido musical (86,1 %). Pero también

irrumpen con fuerza las plataformas de escucha de podcasts (48,7 %).

Gráfico 50.

Tipo de contenido consumido por la población con acceso a plataformas digitales de contenido cultural, por grupos de población (2018-2023) (%)



Universo: usuarios de Internet y servicios online.

La edad es, con mucha diferencia, la variable que más influye en el uso de todo tipo de plataformas. En general, cuanto más joven es la población, más elevado es el uso de plataformas digitales. Las plataformas de libros digitales son la excepción, ya que, en ese caso, las personas mayores son las que más las utilizan. Además, cuanto mayor sea la población del municipio, más elevado es el uso.

- Para escuchar música: 98 % entre personas de 15-24 años y 61 % entre personas de más de 64 años.
- Para ver películas, series o videos: 98,4 % entre personas de 25-34 años y 79,5 % entre personas de más de 64 años.
- Para leer libros digitales: las personas de más de 64 años son las que más las utilizan (37,2 %), seguidas de las de 45 a 54 años (26,9 %).
- Para escuchar *podcast*: 65,5 % entre las personas de 15 a 24 años y 19,4 % entre mayores de 64 años.

En cuanto al nivel de estudios, las personas que no cuentan con estudios básicos son las que más se diferencian. Algo que, en gran medida, está muy conectado con la edad:

- Para ver películas, series y videos: nunca o casi nunca un 23,6 %.
- Para escuchar *podcast*: nunca o casi nunca un 84,4 %.

En cuanto al tamaño del municipio, a medida que aumenta el tamaño, más elevado es el uso de plataformas digitales, en algún caso:

- Para escuchar música: en los pueblos de 10 a 25 mil habitantes el 92,3 % y en los de menos de 10 mil el 82 %.
- Para leer libros digitales: en la capital el 30,6 % y, en cambio, en los pueblos de menos de 10 mil habitantes 18,8 %.

También se observa diferencia en función del conocimiento de euskera:

- Para escuchar *podcast*: 53,5 % entre personas vascohablantes y 47,9 % entre no vascohablantes.

Tipología de contenido cultural

NIVEL DE ESTUDIOS	CONOCIMIENTO DE EUSKERA	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO



05. 4. Las redes sociales en la participación cultural

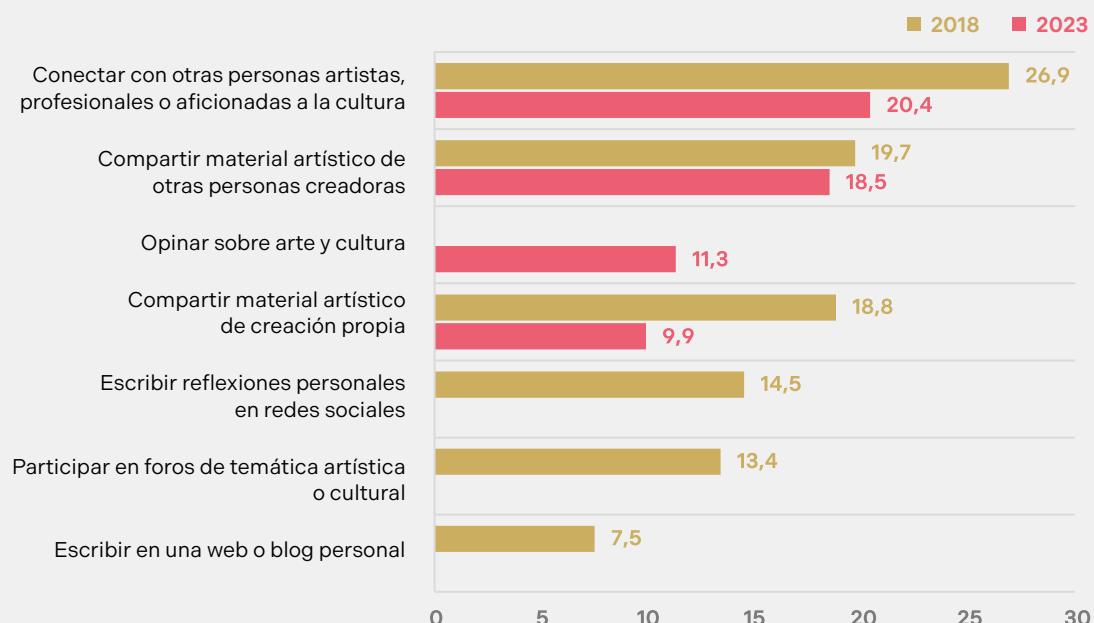
Entre las personas usuarias de Internet y de los servicios online, emplean las redes sociales de la siguiente manera:

- El 20,4 % las utiliza para conocer o conectar con otras personas artistas, profesionales o aficionadas a la cultura.
- El 18,5 % para compartir material artístico de otras personas.
- El 11,3 % para opinar sobre arte y cultura.
- El 9,9 % para compartir sus propias creaciones artísticas.

En comparación con 2018, el orden del ranking es el mismo, aunque han descendido los porcentajes, a la mitad en el caso de quienes lo usan para compartir sus propias creaciones artísticas.

Gráfico 51.

Ranking de tipos de uso de las redes sociales entre personas usuarias de Internet u otros servicios online (2018-2023) (%).



Universo: personas usuarias de Internet u otros servicios online.

O6.

Participación cultural en euskera

O6. 1.

Conocimiento de euskera

El 13,4 % de la población es vascohablante, es decir, habla bien o bastante bien en euskera. Se

ha producido un incremento de casi dos puntos respecto a 2018.

Gráfico 52.

Nivel de conocimiento de euskera, en función de las distintas capacidades (2018-2023) (%).





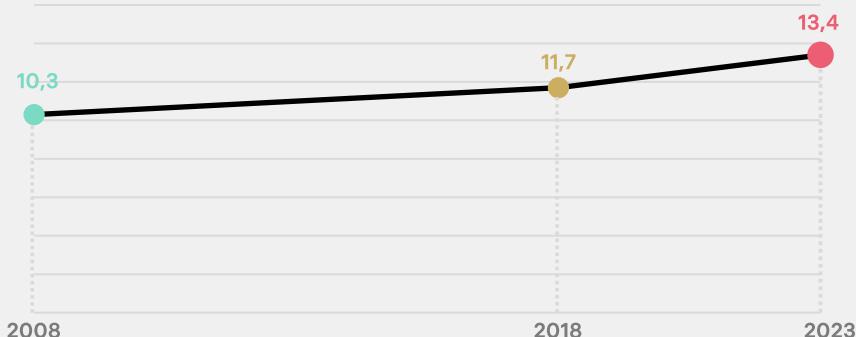
- Cuanto más joven es la población, mayor es el peso de las personas vascohablantes: 27,8 % entre las personas de 15 y 24 años y 8,3 % entre las mayores de 64 años.
- A mayor nivel de estudios, mayor es el peso de las personas vascohablantes: 8 % entre quienes tienen estudios básicos y 19,2 % entre quienes tienen estudios universitarios.
- En los municipios de 25 a 50 mil habitantes solo el 2,1 % son vascohablantes. En el otro extremo, en los pueblos de menos de 10 mil, por el contrario, el 16,4 %.

Conocimiento de euskera			
NIVEL DE ESTUDIOS	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

Tomando como punto de partida los datos de 2008, se observa que la evolución del conocimiento del euskera ha sido positiva, pasando del 10,3 % al 13,4 %.

Gráfico 53.

Evolución de la población vascohablante (2008-2018-2023) (%).



06. 2.

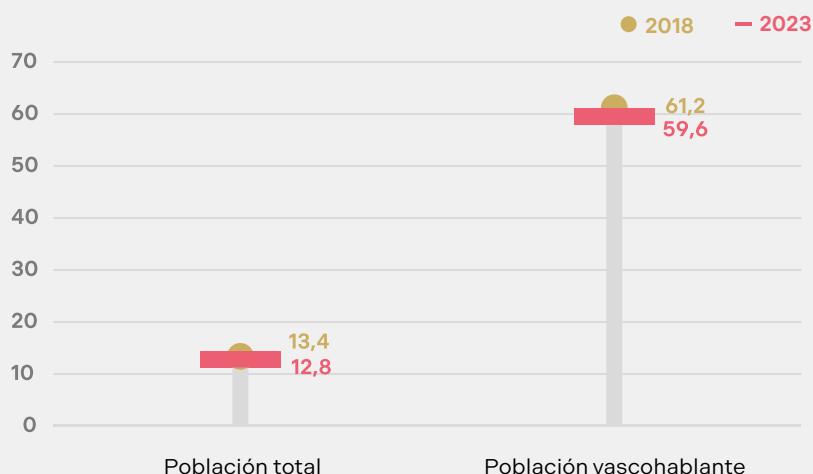
Participación general en euskera

El 12,8 % de la población de Navarra participa en actividades culturales en euskera. Entre la

población vascohablante, lo hace un 59,6 %. Estos datos son similares a los de 2018.

Gráfico 54.

Personas que dicen participar habitualmente en actividades culturales en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).



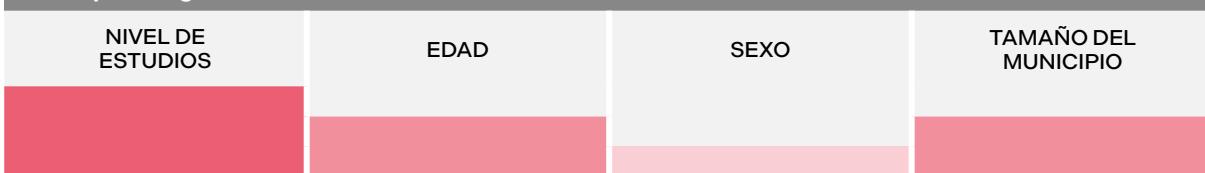
El conocimiento del euskera condiciona casi totalmente la participación cultural en euskera. Es, por tanto, la variable que mayores diferencias establece. Sin embargo, también influyen las distintas características de cada práctica cultural, ya que no es lo mismo escuchar música que leer un libro o una revista, asistir a una actuación de *bertsolaris* o ver teatro en euskera. Cuanto más textual sea la práctica cultural, más difícil resultará para aquellas personas que tienen una competencia limitada en euskera.

El análisis por variables muestra diferencias significativas, además de en el conocimiento de la lengua, en otras: edad, tamaño del municipio o nivel de estudios.

- Las personas de 35-44 años son las que en mayor medida participan en actividades culturales en euskera: el 18,9 %. En el otro extremo, entre las personas mayores de 64 es un 7 %.
- La población de la capital tiene el mayor nivel de participación en euskera: 14,6 %. Las de localidades de 25 a 50 mil habitantes, por el contrario, el menor: 3,5 %.
- Las personas con FP grado medio o superior o estudios universitarios son las que en mayor medida participan en actividades culturales en euskera: 17,4 % y 17,1 %, respectivamente. En el otro extremo, entre las personas que no cuentan con los estudios básicos, 2,3 %.



Participación general en euskera



06. 3. Hábitos culturales en euskera

6.3.1. Artes escénicas y música en euskera

Teatro en euskera

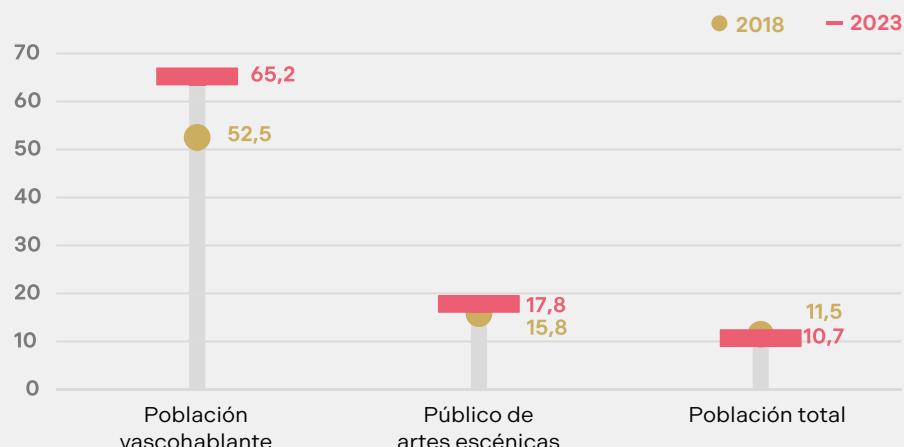
Entre el público de artes escénicas (el 71,8 % de la muestra total) el 17,8 % ha acudido a ver alguna obra teatral en euskera. Se trata de un incremento de dos puntos con respecto al dato de 2018 (15,8 %).

Atendiendo únicamente a la población vascohablante que es espectadora de artes escénicas, seis de cada diez (65,2 %) han acudido a ver una obra de teatro en euskera. En este caso, el incremento respecto a 2018 es de trece puntos (52,5 %).

Sobre el total de la población, el 10,7 % ha acudido a ver alguna obra de teatro en euskera. En este caso, no se constata diferencia significativa respecto a 2018 (11,5 %).

Gráfico 55.

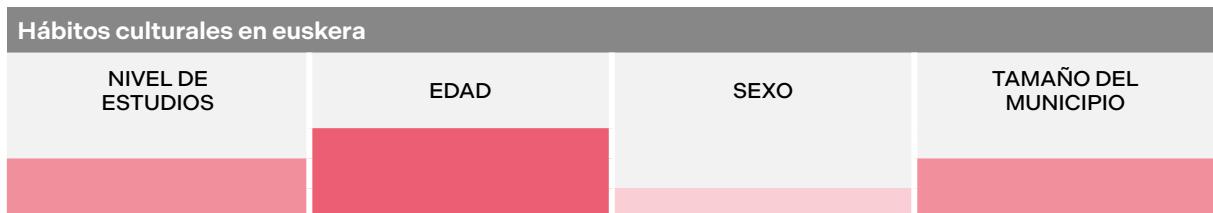
Personas que han asistido al menos una vez en los últimos 12 meses a una representación teatral en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).



La edad, el tamaño del municipio y los estudios son, tras el conocimiento del euskera, las variables que más diferencias provocan en el público de las artes escénicas.

- Las personas de 35 a 44 años son las que en mayor medida han acudido a ver teatro en euskera (29,4 %). Las personas de 55-64 y las mayores de 64 años, por el contrario, son las que menos han acudido (11,6 % y 12,1 %, respectivamente).

- La población de localidades de menos de 10 mil habitantes es la que en mayor medida han acudido a teatros en euskera (23,2 %). En las localidades de 25 a 50 mil, en cambio, en las que menos (3,8 %).
- Aquellas personas que tienen FP, grado medio o superior o estudios universitarios son las que en mayor medida han acudido a teatros en euskera (20,3 %, en ambos casos). Las que tienen estudios básicos (Bachillerato, EGB o ESO) son las que menos (10,8 %).



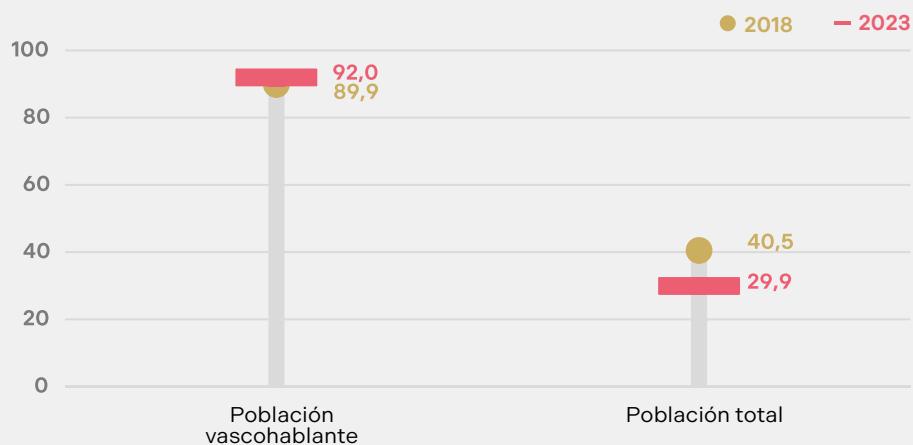
Música en euskera

El 35,7 % de las personas que escuchan música grabada escucha músicos o grupos musicales en euskera. Con respecto al conjunto de la población, se trata del 29,9 % –11 puntos menos que en 2018–.

Teniendo en cuenta solamente a la población vascohablante, el porcentaje es del 92 %, tres puntos más que en 2018. Hay que tener en cuenta que escuchar música es una práctica muy extendida y que, además, en ese caso, la lengua no supone un obstáculo insalvable.

Gráfico 56.

Personas que escuchan habitualmente músicos o grupos musicales en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).



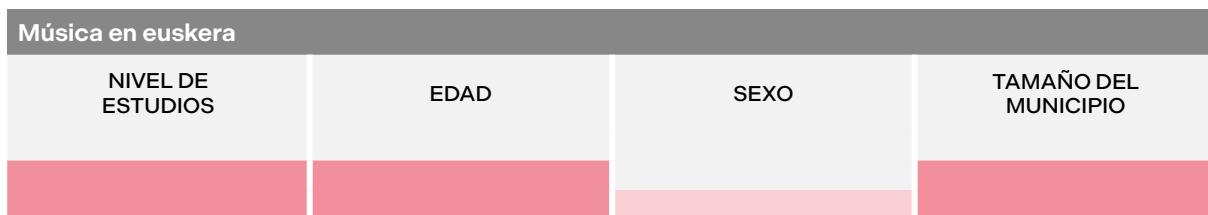


Respecto a las personas que escuchan música grabada, la edad, el tamaño del municipio y los estudios son las variables que, tras el conocimiento del euskera, provocan las mayores diferencias.

- Las personas de 15 a 24 años son los que más oyen música en euskera (39%); las de 25 a 34, en cambio, las que menos (29,4%).
- Entre quienes tienen FP de grado medio o superior es mayor es el peso de quienes

escuchan música en euskera: 46,3 %. En el otro extremo, entre quienes no tienen estudios básicos 17,9 %.

- En los municipios de 25 a 50 mil habitantes es donde menos música en euskera escuchan: el 14 %. En el otro extremo se sitúan las localidades de menos de 10 mil habitantes, con un 40,5 %.
- Entre los hombres es superior el peso de quienes escuchan música en euskera: 39,2%, frente a 32,3 % las mujeres.



Bertsolarismo

Entre el público de las artes escénicas⁵ el 11,8 % ha acudido a alguna actuación de *bertsolaris*. El dato es casi el mismo que el de 2018 (11%). Con respecto a la población vascohablante, el porcentaje es del 42,1 %, ha ascendido siete puntos desde el 2018 (era el 35,8 %).

Con respecto a la población total, el 8,5 % ha acudido a alguna actuación de *bertsolaris* –dato que no cambia respecto a 2018–.

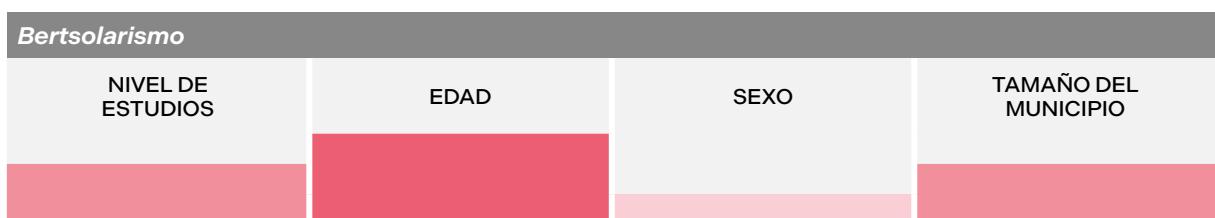
Gráfico 57.

Personas que han asistido a alguna actuación de *bertsolaris* en los últimos 12 meses, por grupos de población (2018-2023) (%).



5. Personas que han asistido al menos a un espectáculo en los últimos 12 meses (71,8% de la muestra total).

- En la franja de edad más joven (15-24) es donde se registra el mayor peso de las personas que han asistido a actuaciones de *bertsolaris* (19 %). Entre las personas mayores de 64 años, ese porcentaje es del 7,5 %.
- En los municipios de menos de 10 mil habitantes, un 13,3 % ha acudido a actuaciones de *bertsolaris*. En las localidades de 25 a 50 mil habitantes, es un 7,4 %.
- El peso de las personas que han asistido a actuaciones de *bertsolaris* destaca entre quienes tienen estudios básicos (13,7 %). Entre aquellas personas que tienen un nivel de estudios intermedio (Bachillerato superior, Bachillerato LOGSE o COU), en cambio, el porcentaje es del 7 %.



6.3.2. Audiovisuales en euskera

Cine en euskera

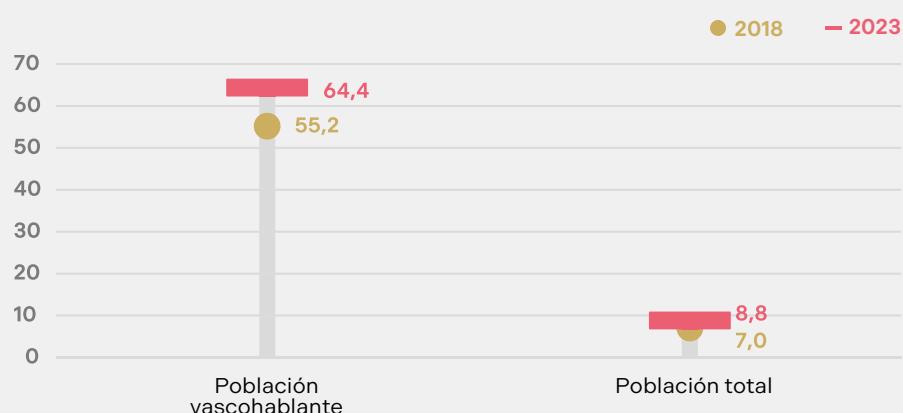
Teniendo en cuenta a la población que ha acudido al cine una o más veces en los últimos 12 meses (68,4 %), cuando la película que quieren ver se proyecta en euskera, el 13,4 % elige esta versión, siempre o en muchas ocasiones.

Respecto al total de la población, este porcentaje se sitúa en el 8,8 % – dato ligeramente superior al de 2018, aunque las preguntas no son del todo comparables –.

Con respecto a la población vascohablante, ese porcentaje es del 64,4 %, nueve puntos superior al de 2018 (55,2 %).

Gráfico 58.

Población que prefiere el cine en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).



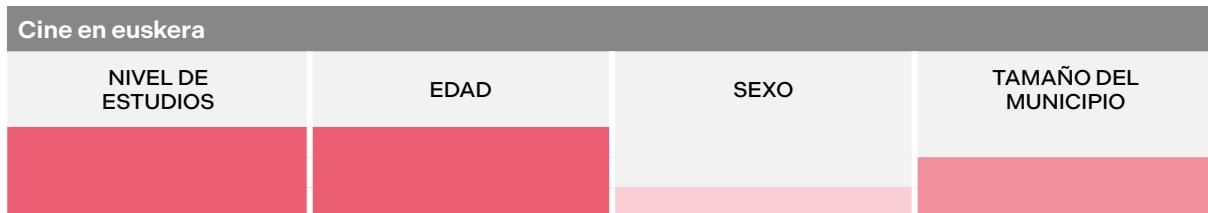


Entre aquellas personas que han ido una o más veces al cine, además del conocimiento del euskera, la edad y el nivel de estudios son las variables que más diferencias provocan en cuanto a priorizar las versiones en euskera.

- El grupo de edad más joven y el mayor priorizan las versiones en euskera: 19,1 % entre las personas de 15 a 24 años y 18 % entre las personas mayores de 64 años.

- El peso de las personas que priorizan siempre o muchas veces las versiones en euskera destaca entre las personas que tienen estudios universitarios: 17,3 %. Entre las que no tienen estudios básicos es un 5 %.

- Entre la población de los pueblos con menos de 10 mil habitantes son el 15,4 % quienes priorizan las versiones en euskera; en el otro extremo, en las ciudades de 25 a 50 mil son el 3,9 %.

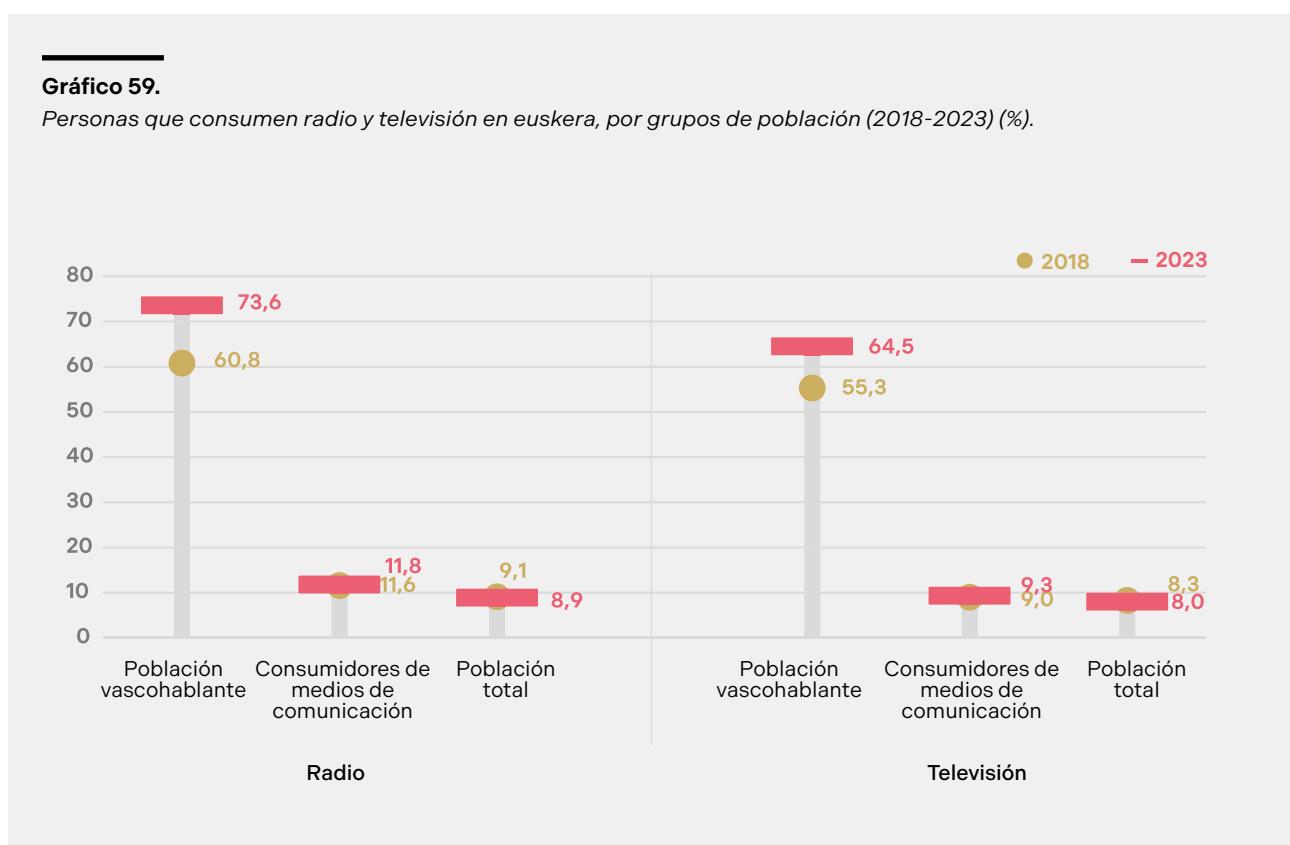


Radio o televisión en euskera

Entre la población consumidora de medios de comunicación, el hábito de escuchar la radio en euskera está más extendido que el de escuchar la televisión: el 11,8 % escucha la radio en euskera y el 9,3 % ve la televisión en euskera. Respecto a 2018, no hay cambios: la radio en euskera era el 11,6 % y la televisión en euskera el 9 %.

Respecto al total de la población, el 8,9 % escucha la radio en euskera y el 8 % ve la televisión en euskera. En comparación con 2018, se mantiene.

Entre la población vascohablante, tres cuartas partes escuchan la radio en euskera (73,6 %) y más de seis de cada diez (64,5 %) ven la televisión en euskera. El consumo de radio en euskera ha aumentado trece puntos y nueve el de la televisión.

Gráfico 59.*Personas que consumen radio y televisión en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).*

Entre las personas consumidoras de medios, las siguientes variables son las que marcan las principales diferencias:

- El peso de las personas que consumen radio y televisión en euskera es mayor entre las personas de 25 a 34 años: 20 % y 12,6 %, respectivamente. En el caso de la televisión, el mismo porcentaje se da en el grupo de 15-24 años (12,8 %). Sin embargo, respecto a la radio, las personas de 35 a 44 años adelantan al grupo de 15-24 años, con el 20 % y el 13,1 %, respectivamente.

- Entre quienes tienen estudios universitarios es mayor el peso de quienes consumen radio y televisión en euskera: 15,3 % y 12,7 %, respectivamente.

- El mayor peso de las personas que consumen radio y televisión en euskera se registra en los municipios de menos de 10 mil habitantes: 15,6 % y 14,1 %, respectivamente. En el otro extremo se sitúan los municipios de más de 25 a 50 mil habitantes con un 2,1 % y un 1,3 %, respectivamente.

Radio y televisión en euskera

NIVEL DE ESTUDIOS	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO



6.3.3. Lectura en euskera

Libros en euskera

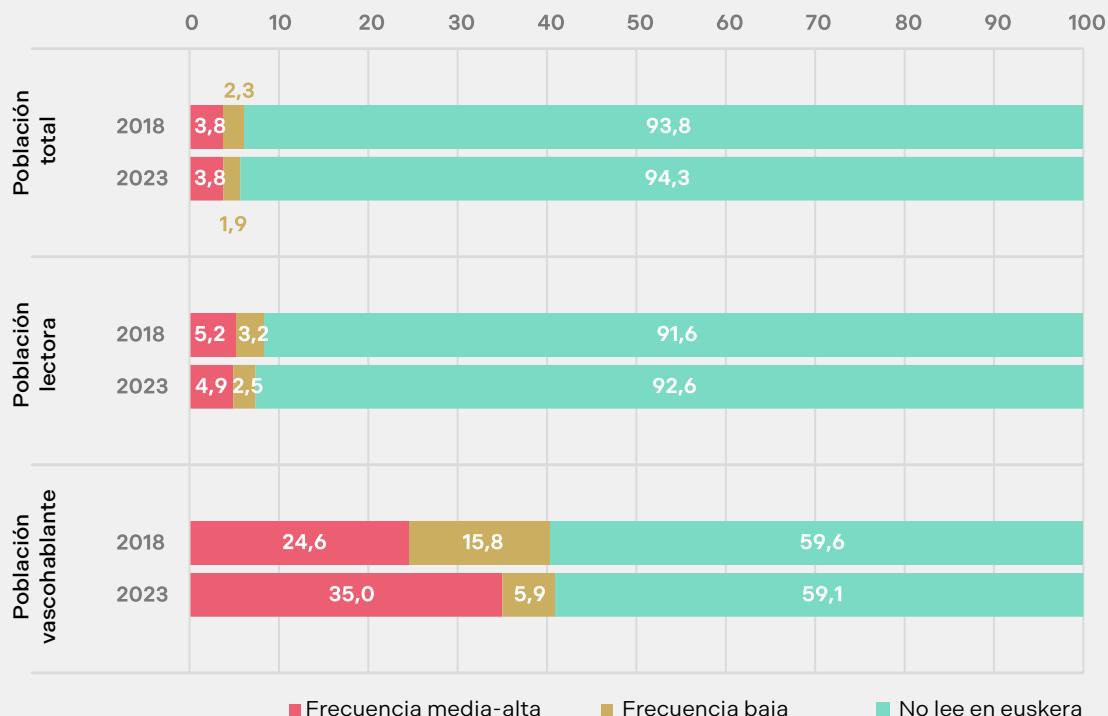
Un 7,4 % de las personas lectoras⁶ ha leído libros en euskera, con una mínima frecuencia, en los últimos tres meses. De modo que se registra un pequeño descenso con respecto a 2018, cuando ese porcentaje alcanzaba el 8,4 %. El análisis por grupos de población también refleja un descenso entre 2018 y 2023.

Con respecto a la población total, el 5,7 % ha leído algún libro en euskera –6,1 % en 2018–.

Entre la población vascohablante, el 40,9 % ha leído algún libro en euskera –40,4 % en 2018–.

Gráfico 60.

Frecuencia de lectura en euskera durante los últimos 3 meses, por grupos de población (2018-2023) (%).



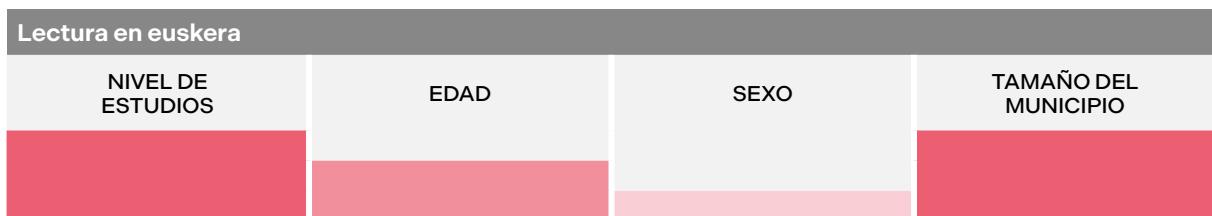
6. Personas que han leído al menos un libro en los últimos 12 meses (77% de la muestra total).

En el análisis de las variables entre la población lectora, destacan el nivel de estudios y el tamaño del municipio.

- Entre las personas de 15 a 24 años es mayor es el peso de quienes han leído libros en euskera (13,3 %) y, el menor, 4,4 %, entre los de 55 a 64 años.
- Cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es el peso de quienes han leído libros en

euskera: 2,4 % entre quienes no cuentan con los estudios básicos; 11,2 % entre quienes tienen estudios universitarios.

- En la capital es donde más peso tienen las personas que han leído libros en euskera: 9,1 %. En los municipios de más de 50 mil habitantes, se trata del 1,1 %.



Periódicos y revistas en euskera

Entre las personas consumidoras de medios de comunicación –70,4 % periódicos y 27,5 % revistas– es algo más habitual leer revistas en euskera que periódicos en euskera: 10,8 % y 8,2 %, respectivamente. Se ha registrado un pequeño incremento con respecto a 2018.

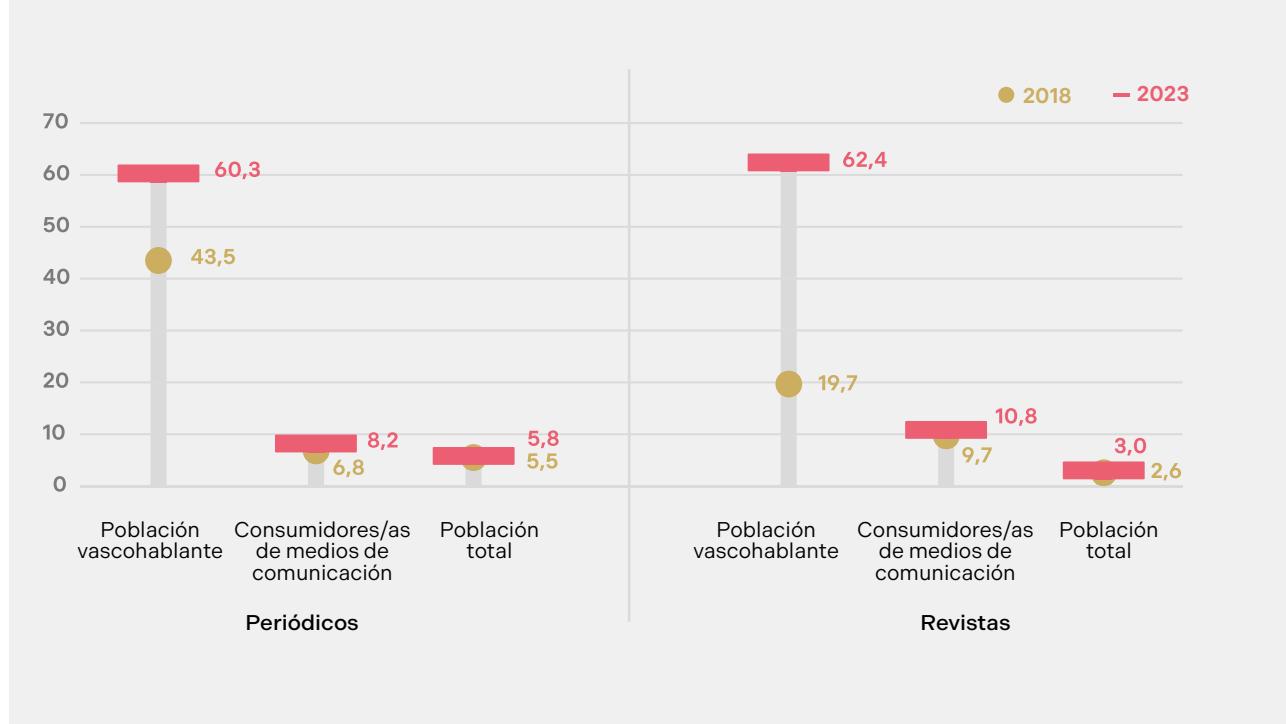
Respecto al total de la población, un 5,8 % lee periódicos en euskera y un 3 % lee revistas en euskera. Estos datos son muy similares a los de 2018.

Teniendo en cuenta únicamente a la población vascohablante, el 60,3 % lee periódicos en euskera y el 62,4 % lee revistas en euskera –en 2018 el 43,5 % y el 19,7 %, respectivamente–.



Gráfico 61.

Personas consumidoras de periódicos y revistas en euskera, por grupos de población (2018-2023) (%).



Entre las personas consumidoras de medios, las variables que presentan mayores diferencias son la edad y el tamaño del municipio:

- Las personas más jóvenes, de 15 a 24 años, son las que en mayor medida consumen periódicos y revistas en euskera: 15,5 % y 15,4 %, respectivamente. En el caso de las revistas, de 25 a 34 años también el 15,5 %. Entre las personas mayores de 64 años, se trata del 5,4 % y del 7,6 %, respectivamente.
- Aquellas personas que cuentan con estudios universitarios son las que más consumen

periódicos en euskera: 11,1 %. Respecto a las revistas en euskera, quienes más los leen son quienes tienen estudios de FP: 12,6 %. Entre quienes no cuentan con los estudios básicos, por el contrario, 4,8 % y 7,2 %, respectivamente.

- El peso de las personas lectoras de periódicos y revistas en euskera es mayor en los pueblos de menos de 10 mil habitantes: 12,3 % y 20,4 %, respectivamente. En el otro extremo, están las localidades de 25 a 50 mil, con el 1 % y el 0,4 %.

Periódicos y revistas en euskera

NIVEL DE ESTUDIOS	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

6.3.4. Resumen comparativo

Adoptando una mirada transversal entre las prácticas, se observa que la práctica en euskera con mayor incidencia en el conjunto de la población es escuchar música (29,9 %). En el caso de la población vascohablante, este porcentaje es del 92 %, tres puntos más que en 2018.

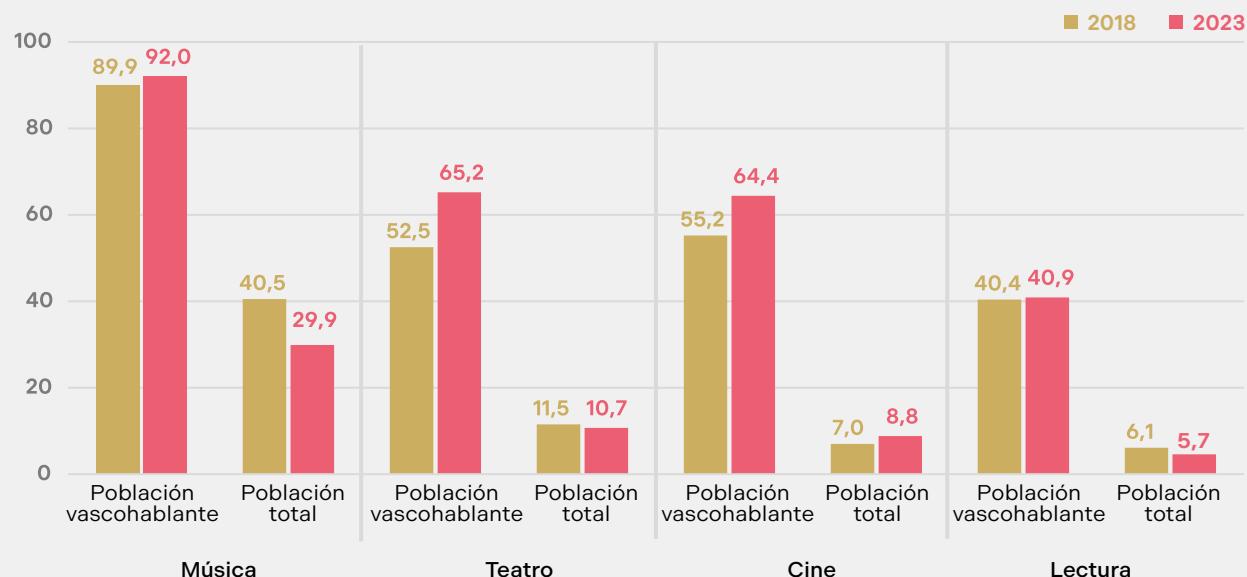
Les siguen la asistencia a espectáculos teatrales (10,7 %) y la asistencia al cine (8,8 %). En cuanto al cine, la pregunta ha sido si se prioriza la

versión en euskera de la película, siempre que esté disponible. El seguimiento del teatro y el cine es superior al del 2018 entre la población vascohablante, con una notable subida de 13 puntos en el caso del teatro.

La lectura ocupa el último lugar, con una incidencia del 5,7 % – si se tiene en cuenta a la población vascohablante, es el 40,9 % –. No hay diferencias respecto al 2018.

Gráfico 62.

Ranking de incidencia de las prácticas culturales en euskera en la población, por grupos de población (2018-2023) (%).



A fin de ofrecer una imagen más completa, la encuesta incluía preguntas que permiten una comparativa histórica del periodo 2008-2018-2023 para algunas prácticas en euskera.

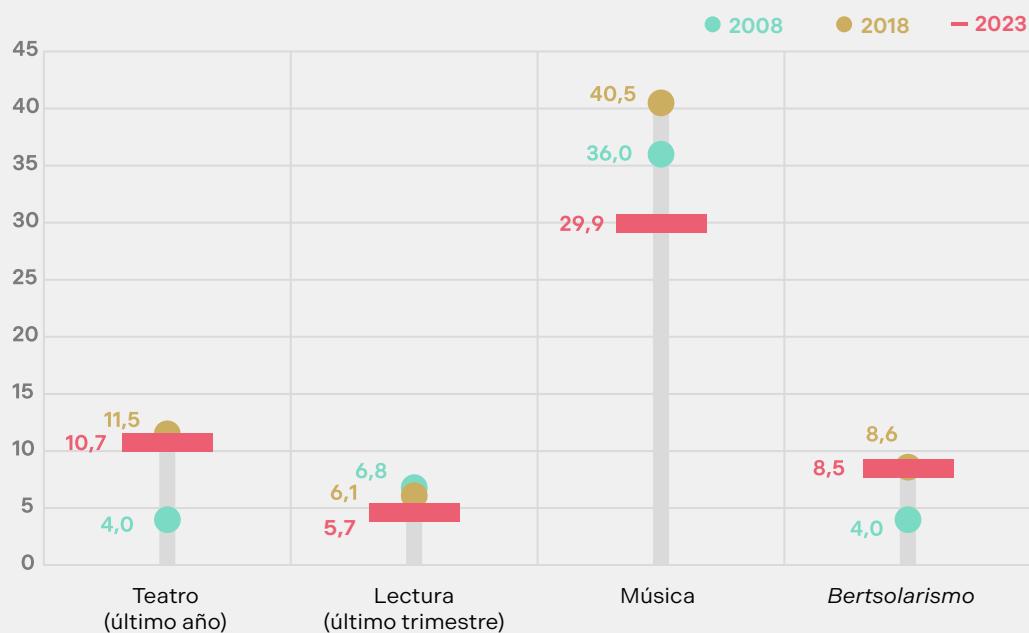
A tenor de los resultados de estas preguntas, el consumo de teatro en euskera experimentó

un notable incremento entre 2008 y 2018, seguido de un pequeño descenso. La lectura en euskera lleva una ligera tendencia a la baja. El consumo de música en euskera aumentó entre 2008 y 2018, pero ha bajado otro tanto después. La asistencia a actuaciones de *bertsolaris* ha descendido entre 2018 y 2023, pero sigue estando por encima del dato de 2008.



Gráfico 63.

Evolución de las prácticas culturales en euskera, entre toda la población (2008-2018-2023) (%).



06.4. Prácticas digitales en euskera

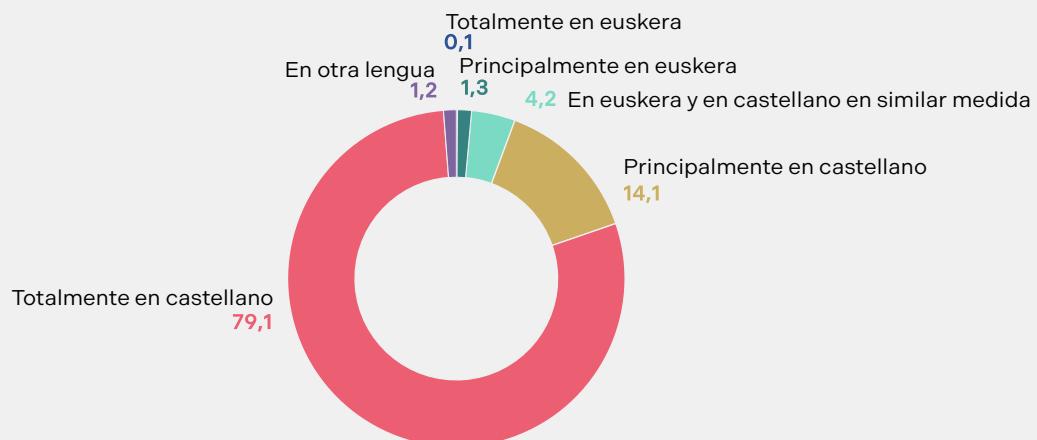
6.4.1. Internet y servicios online en euskera

El 5,6 % de las personas usuarias de Internet y de servicios online –89,5 % de la población– utiliza el euskera (solo el euskera o junto con el

castellano). Este porcentaje del 38,2 % en el caso de la población vascohablante.

Gráfico 64.

Lengua de uso de personas usuarias de Internet y servicios online (%).



Universo: personas usuarias de Internet y servicios online.

La edad, el nivel de estudios y el tamaño del municipio son las variables que marcan las mayores diferencias:

- El mayor peso de quienes utilizan Internet y servicios online en euskera se da entre las personas de 15 a 24 años (9,3 %) y el menor de 55 a 64 años (3,7 %).

- Cuanto más alto es el nivel de estudios, mayor es el peso de quienes utilizan Internet y servicios online en euskera: un 1,9 % entre quienes no tienen estudios básicos y un 7,6 % entre quienes tienen estudios universitarios.
- En los pueblos de menos de 10 mil habitantes es superior el peso de quienes usan Internet y servicios online en euskera: 7,9 %. En el otro extremo están las ciudades de 25 a 50 mil habitantes, con un 1 %.

Lectura y música digital en euskera

NIVEL DE ESTUDIOS	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO



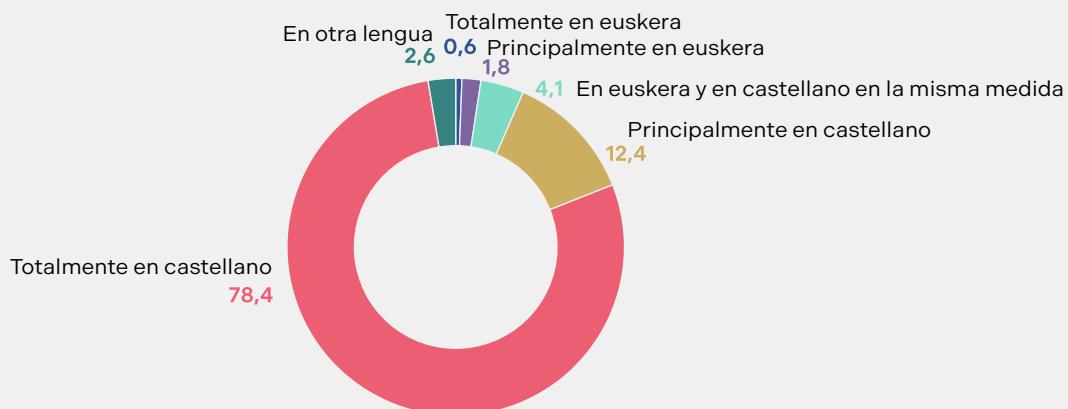
6.4.2. Redes sociales en euskera

Entre aquellas personas que utilizan las redes sociales con fines vinculados a actividades culturales, el 6,6 % utiliza el euskera (solo o

junto con el castellano). Entre la población vascohablante, lo hace el 38,7 %. Y en cuanto a la población total, se trata del 1,9 %.

Gráfico 65.

Lengua de uso de las redes sociales con fines vinculados a actividades culturales (%).



Universo: personas usuarias de redes sociales para actividades culturales.

Realizando un análisis por variables entre quienes utilizan las redes sociales con fines vinculados a actividades culturales, cabe destacar el nivel de estudios, la edad y el tamaño del municipio:

- Las personas más jóvenes son las que en mayor medida utilizan las redes sociales en euskera: un 9,5 % de la población de 15 a 24 años. Las personas mayores de 64 años también las utilizan en mayor medida que el resto de cohortes entre 25 y 64 años: 7,2 %.

- Las personas con estudios universitarios son las que más utilizan las redes sociales en euskera: 9,4 %. Entre quienes no tienen los estudios básicos, en cambio, no se encuentra nadie.

- En la capital y en los municipios más pequeños es donde más se utilizan las redes sociales en euskera: 8,9 % y 7,3 %, respectivamente. En las de 25- 50 mil habitantes, en cambio, solo el 0,3 %.

Redes sociales en euskera			
NIVEL DE ESTUDIOS	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

06. 5.

Prácticas creativas nivel amateur: bertsolarismo

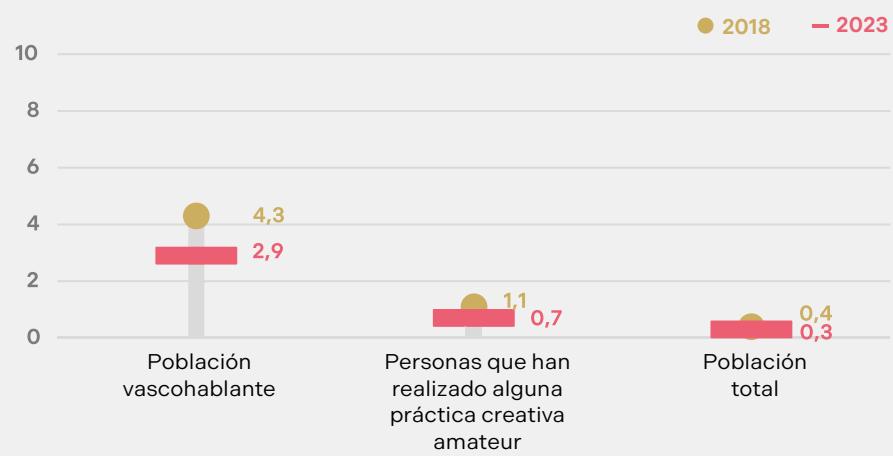
Entre las personas que participan activamente en alguna actividad artística o cultural⁷, el 0,7 % ha practicado el *bertsolarismo*. Se trata de 0,4 puntos menos que en 2018.

Entre las personas vascohablantes este porcentaje alcanza el 2,9 % —algo menos que en 2018—.

Respecto al total de la población, un 0,3 % ha practicado el *bertsolarismo*, casi igual que en 2018.

Gráfico 66.

Personas que practican el *bertsolarismo*, por grupos de población (2018-2023) (%).



Así como la asistencia a actuaciones de *bertsolaris* tiene un peso significativo y ha crecido notablemente desde 2008, la evolución

de la práctica del *bertsolarismo* amateur ha tenido una tendencia contraria, ha descendido.

7. Personas que han declarado haber realizado alguna práctica amateur al menos una vez en los últimos 12 meses (47,3 % de la muestra total).



Gráfico 67.

Evolución del número de personas que practican bertsolarismo en el conjunto de la población (2008-2018-2023) (%).



06. 6.

Principales razones subjetivas de la participación en euskera

Se ha preguntado a las personas que participan en actividades culturales en euskera (12,8 % de la muestra total) por las razones que les impulsan a ello. Destaca, de forma notable, el apoyo a la cultura local y en euskera: 53,7 %. Un 16 % afirma

asistir a actividades culturales que le interesan, independientemente de la lengua. En el otro extremo del ranking, un 6,8 % señala que disfruta más con las actividades culturales en euskera.

Gráfico 68.

Ranking de razones subjetivas que motivan la participación cultural en euskera (%).



Universo: personas que participan en las actividades culturales en euskera.

En el análisis por variables podemos destacar lo siguiente:

- Es una forma de apoyar la cultura local y en euskera: adquiere especial relevancia entre las personas de 45 a 54 y de 55 a 64 años, con un 59,4 % y un 58,9 %, respectivamente. Adquiere su mayor peso en las ciudades de 25 a 50 mil, 65,3 %.
- Me siento identificado/a con los temas que tratan las actividades culturales en euskera: adquiere un mayor peso entre los mayores de 64 años (24,1%) y quienes tienen estudios primarios (Bachillerato Superior, Bachillerato LOGSE o COU), 20,3 %. Tiene una importancia mucho menor para la población de las localidades más pequeñas: 2,9 % –17,2 % en la capital – .
- Participo en actividades culturales que, independientemente de la lengua, me parecen interesantes: destaca su peso entre las personas de 25 a 34 años (20,2 %). Asimismo, destaca entre la población de municipios de 10-25 mil (20,5 %) y quienes tienen estudios de Bachillerato Superior, Bachillerato LOGSE o CO (25,5 %).
- Disfruto más participando en actividades culturales en euskera: destaca especialmente entre las personas de 14 a 25 años (12,1 %) y entre quienes no tienen estudios básicos (18,5 %).
- El euskera es mi lengua habitual: cobra especial importancia entre las personas sin estudios básicos (18,5 %). Asimismo, tiene mayor peso en las localidades con menos de 10 mil habitantes: 11,5 % –no se ha mencionado en las ciudades de 25 a 50 mil–.

Razones subjetivas de la participación en euskera			
NIVEL DE ESTUDIOS	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

06.7.

Canales informativos

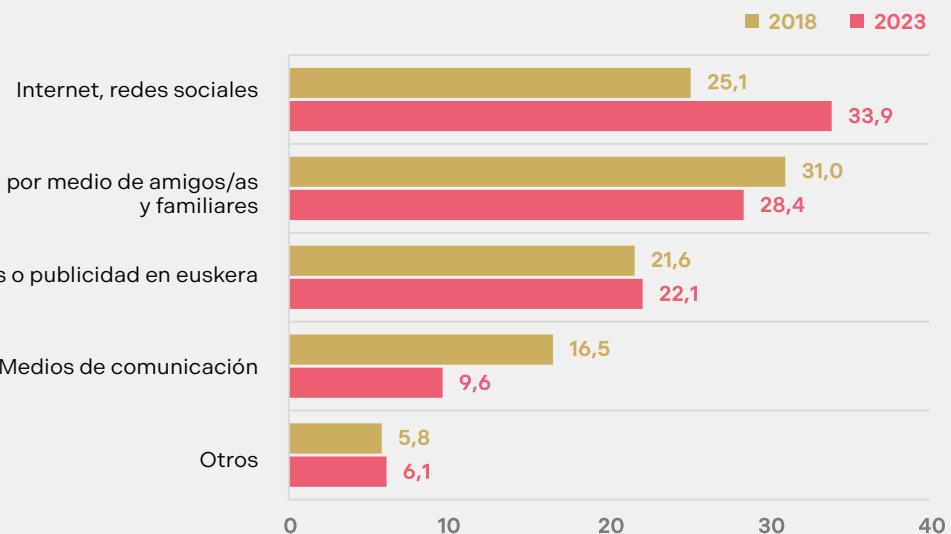
Tomando en consideración a aquellas personas que participan en actividades culturales en euskera, Internet y las redes sociales son los principales canales de información sobre actividades en euskera (33,9 %), superando, por poco, al boca a boca (28,4 %). Los carteles

o la publicidad en papel ocupan el tercer lugar (22,1 %) y los medios de comunicación el cuarto (9,6 %). En comparación con los datos de 2018, los medios de comunicación y el boca a boca pierden peso a favor de Internet y redes sociales.



Gráfico 69.

Ranking de los principales canales de información para conocer la oferta cultural en euskera (2018-2023) (%).



Universo: personas que participan en las actividades culturales en euskera.

En el análisis por variables podemos destacar lo siguiente:

- El uso de Internet y de las redes sociales destaca en la población más joven –48,4 % entre las personas de 15-24 años y 45,2 % entre las de 25-34 años – y entre las personas con estudios intermedios (Bachiller Superior, Bachiller LOGSE, COU) o estudios universitarios (42,8 % y 42 %, respectivamente).
- El boca a boca, por medio de amistades y familiares destaca entre quienes tienen de 35

a 44 años y los mayores de 64 (34,9 % y 33,9 %, respectivamente), en la capital (36,5 %) y entre quienes tienen estudios básicos (44,3 %).

- Los carteles o la publicidad en papel destacan en los municipios de menos de 10 mil habitantes (30,5 %) y entre las personas mayores de 64 años (30,5 %).
- Los medios de comunicación entre quienes no tienen estudios básicos (18,5 %) y entre quienes tienen más de 64 años (19,8 %).

Canales de información

NIVEL DE ESTUDIOS	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

06. 8.

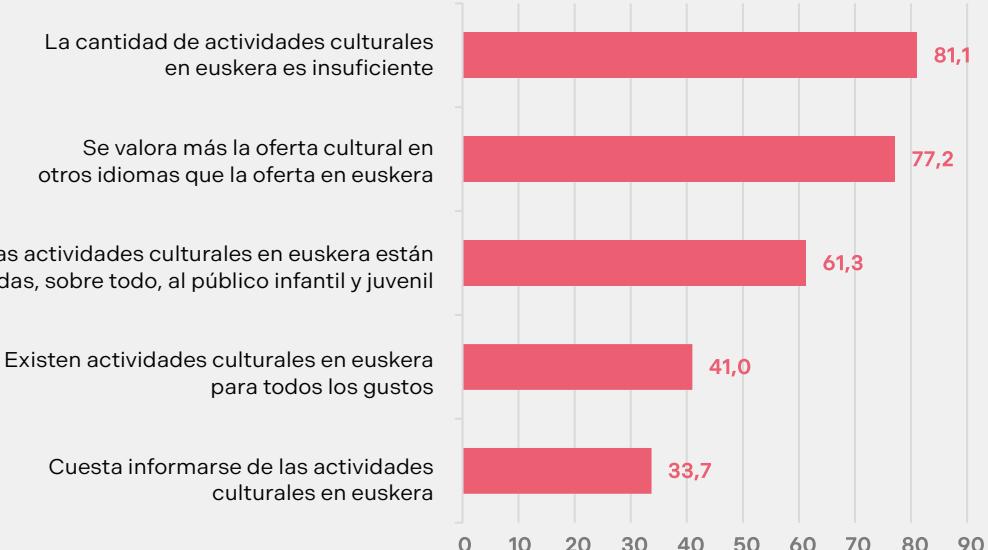
Sobre la oferta en euskera

Se han recogido opiniones sobre la oferta cultural en euskera, preguntando por el grado de acuerdo en torno a determinadas afirmaciones a la ciudadanía que participa en actividades culturales en euskera –12,8 % de la población–. El 81,1 % afirma que las actividades culturales en euskera son insuficientes y otro 77,2 % que se valora más la oferta en otros idiomas que la oferta en euskera.

Seis de cada diez (61,3 %) consideran que las actividades culturales en euskera están dirigidas principalmente al público infantil y juvenil. El 41 % que es difícil obtener información sobre actividades culturales en euskera y el 33,7 % considera que en euskera existen actividades culturales para todos los gustos.

Gráfico 70.

Grado de acuerdo con las afirmaciones sobre la oferta cultural en euskera – totalmente o bastante de acuerdo – (%).



Universo: personas que participan en las actividades culturales en euskera.



En cuanto al análisis por variables tendríamos:

- Consideran, en mayor medida, que las actividades culturales en euskera son insuficientes: tanto las personas más jóvenes (88,7 %) como los grupos de edad de 45 a 54 y de 55 a 64 años (88,4 % y 88,3 %, respectivamente) y las que tienen estudios de Formación Profesional o universitarios (84,8 % y 84 %, respectivamente).
- Que la oferta en otros idiomas se valora más que la oferta en euskera: los hombres (88,7 %), entre los 15-24 y los 25-34 años (82,4 % y 86,6 %, respectivamente), en la capital y en los pueblos de menos de 10 mil (80,3 % y 79,9 %, respectivamente) y las personas con estudios universitarios (81,2 %).
- Que las actividades culturales en euskera se dirigen principalmente a la infancia y a la juventud: personas de 35 a 44 (68,3 %) y de 45 a 54 años (69,2 %), de los municipios de 25 a 50 mil habitantes (88,3 %) y quienes no tienen estudios primarios (69,1 %).
- Que la información sobre actividades culturales en euskera es difícil de obtener: personas de 55 a 44 años (49,4 %), de la capital y de las ciudades con 25-50 mil habitantes (53 % y 60,6 %, respectivamente).
- Que existen actividades culturales en euskera para todos los gustos: las personas de 55 a 64 años (54,5 %) y, especialmente, las que no tienen estudios básicos (82,8 %).

Sobre la oferta en euskera			
NIVEL DE ESTUDIOS	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

06. 9. Limitaciones de la oferta

El insuficiente dominio de la lengua es la principal limitación para quienes no participan en actividades culturales en euskera (71,5 %).

En cualquier caso, teniendo en cuenta únicamente a la población vascohablante, el principal motivo es la oferta limitada (22,3 %), por delante de la falta de atractivo de la oferta actual (21,4 %) y la falta de interés por las actividades culturales (19,6 %). Además, el 24,8 % ha mencionado otras.

Gráfico 71.*Principales limitaciones de la oferta (%).*

Universo: personas que no participan en las actividades culturales en euskera.

En el análisis por variables se pueden detectar las siguientes diferencias:

- Que la cultura en euskera no les interesa: en las ciudades de 10 a 25 mil habitantes (16,7 %) y las que tienen estudios primarios (12,6 %).
- Que la cultura en general no les interesa: entre quienes no tienen estudios básicos (28,5 %), entre las personas mayores de 64 años (13,8 %) y de 15 a 24 años (13,3 %).

- Que la oferta en euskera en el entorno es limitada: entre las personas de 15 a 24 años (7,9 %) y la población de municipios de menos de 10 mil habitantes (6,4 %).
- Que la oferta actual en euskera no es atractiva entre personas de 15 a 24 años (6,8 %).

Limitaciones de la oferta			
NIVEL DE ESTUDIOS	EDAD	SEXO	TAMAÑO DEL MUNICIPIO

Encuesta
de
**participación
cultural**
en la
Comunidad Foral
de Navarra

Anexos

Índice de anexos

A. Gráficos de cruce	102
O1. Actitudes generales hacia la cultura	102
Nivel de información cultural.....	103
Motivaciones para la participación cultural	104
O2. Participación cultural receptiva	107
Artes escénicas y música.....	108
Asistencia al cine.....	113
Lectura	116
Medios de comunicación	122
Museos y patrimonio cultural	130
O3. Participación cultural creativa	134
Prácticas artísticas nivel amateur.....	135
Formación cultural.....	136
Participación en asociaciones culturales.....	137
O4. Prácticas digitales	138
Uso de Internet.....	139
Redes sociales en la participación cultural	141
O5. Participación cultural en euskera	142
Participación general en euskera	143
Hábitos culturales en euskera.....	144
Prácticas digitales en euskera	153
Prácticas creativas amateur: bertsolarismo	155
B. Ficha técnica de la encuesta	156



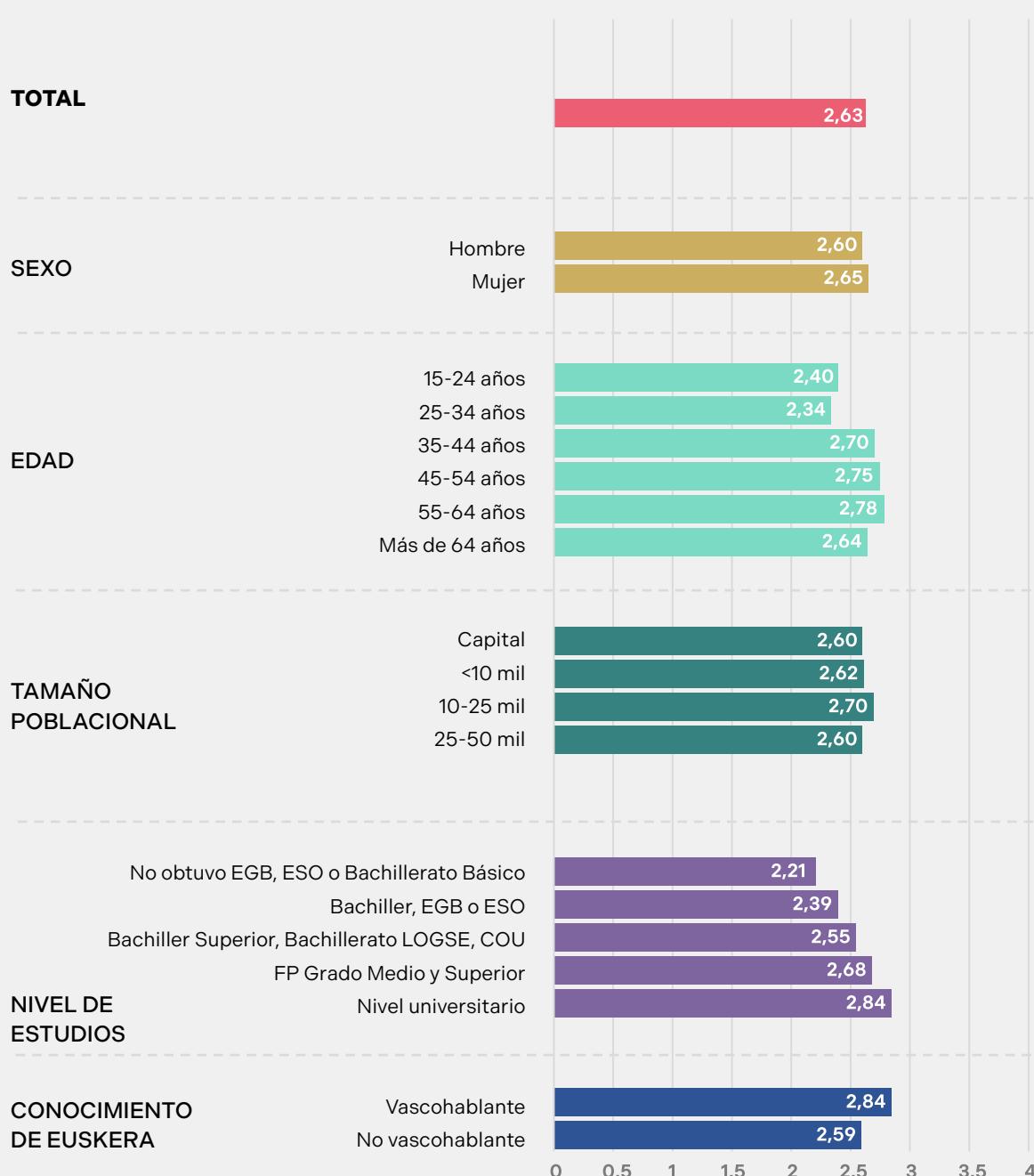
A. Gráficos de cruce

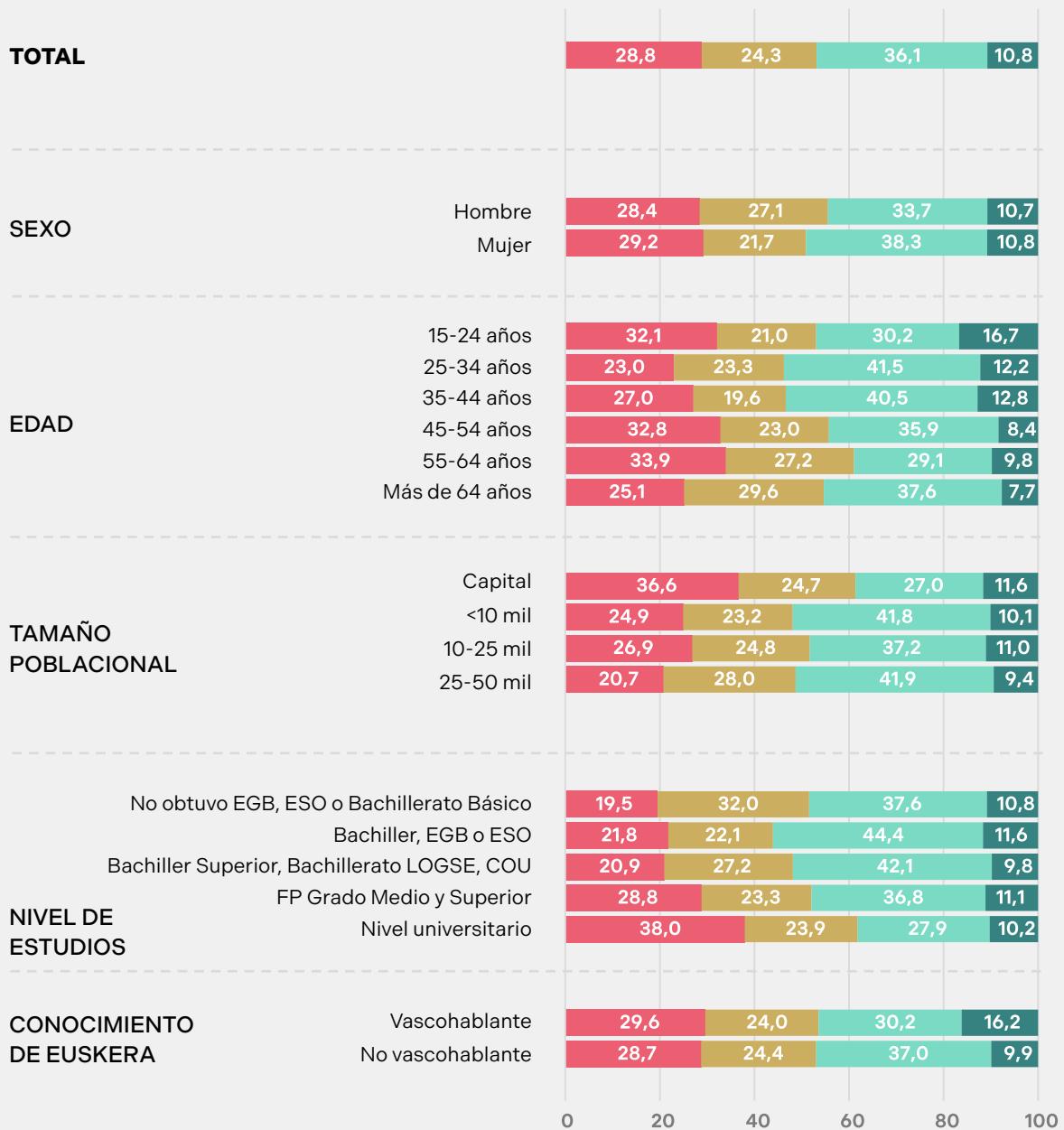
O1. Actitudes generales hacia la cultura

Nivel de información cultural

Gráfico 72.

Autovaloración del nivel de información cultural según las diferentes variables de cruce (en una escala de valoración del 1 al 4 en la que 1 es nada y 4 es mucho).



**Motivaciones para la participación cultural****Gráfico 73.***Motivaciones para las prácticas culturales según las diferentes variables de cruce (%).*

- Enriquecerme como persona
- Mejorar mis conocimientos
- Salir de la rutina, vivir sensaciones distintas
- Socializar, compartir experiencias con la gente

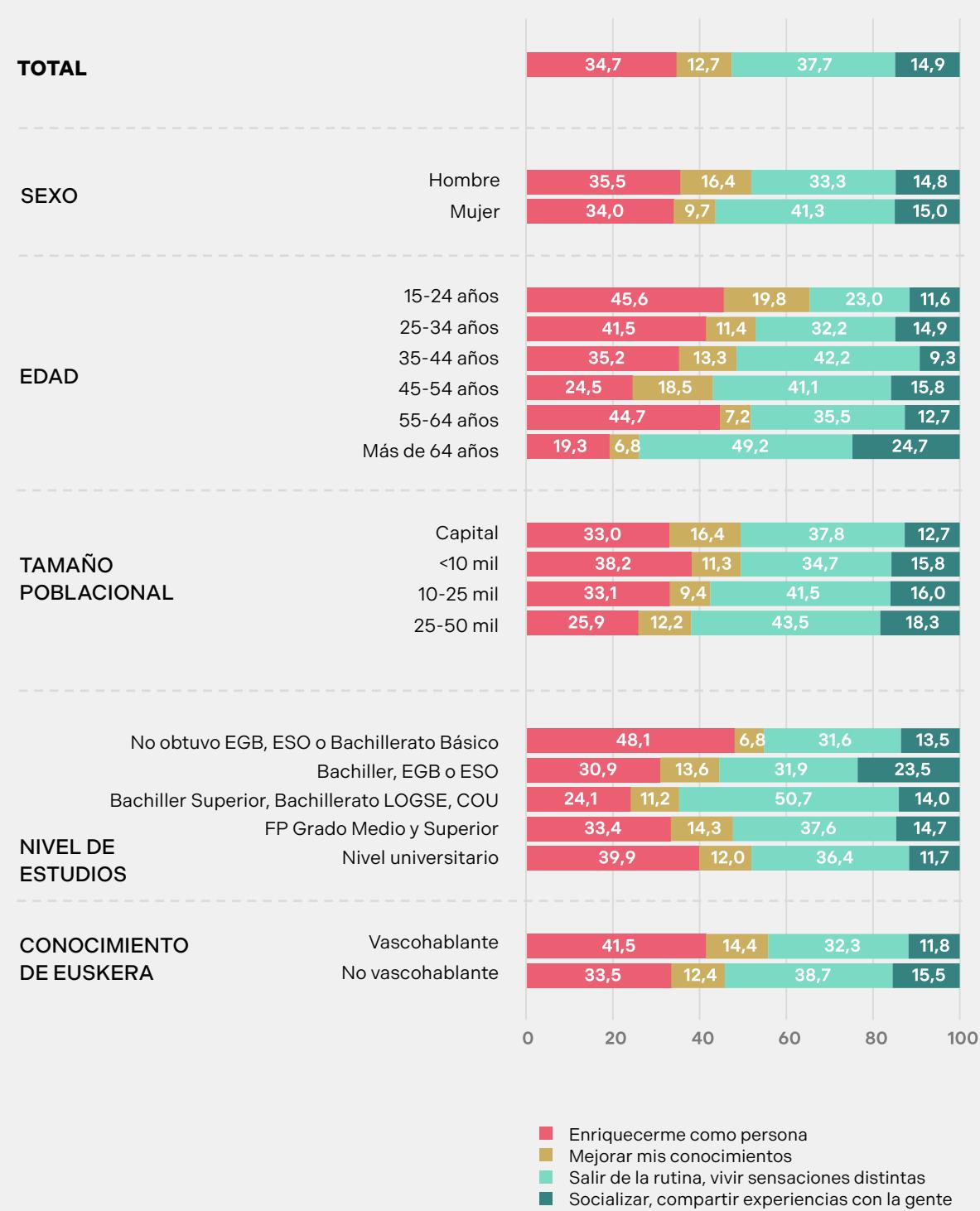
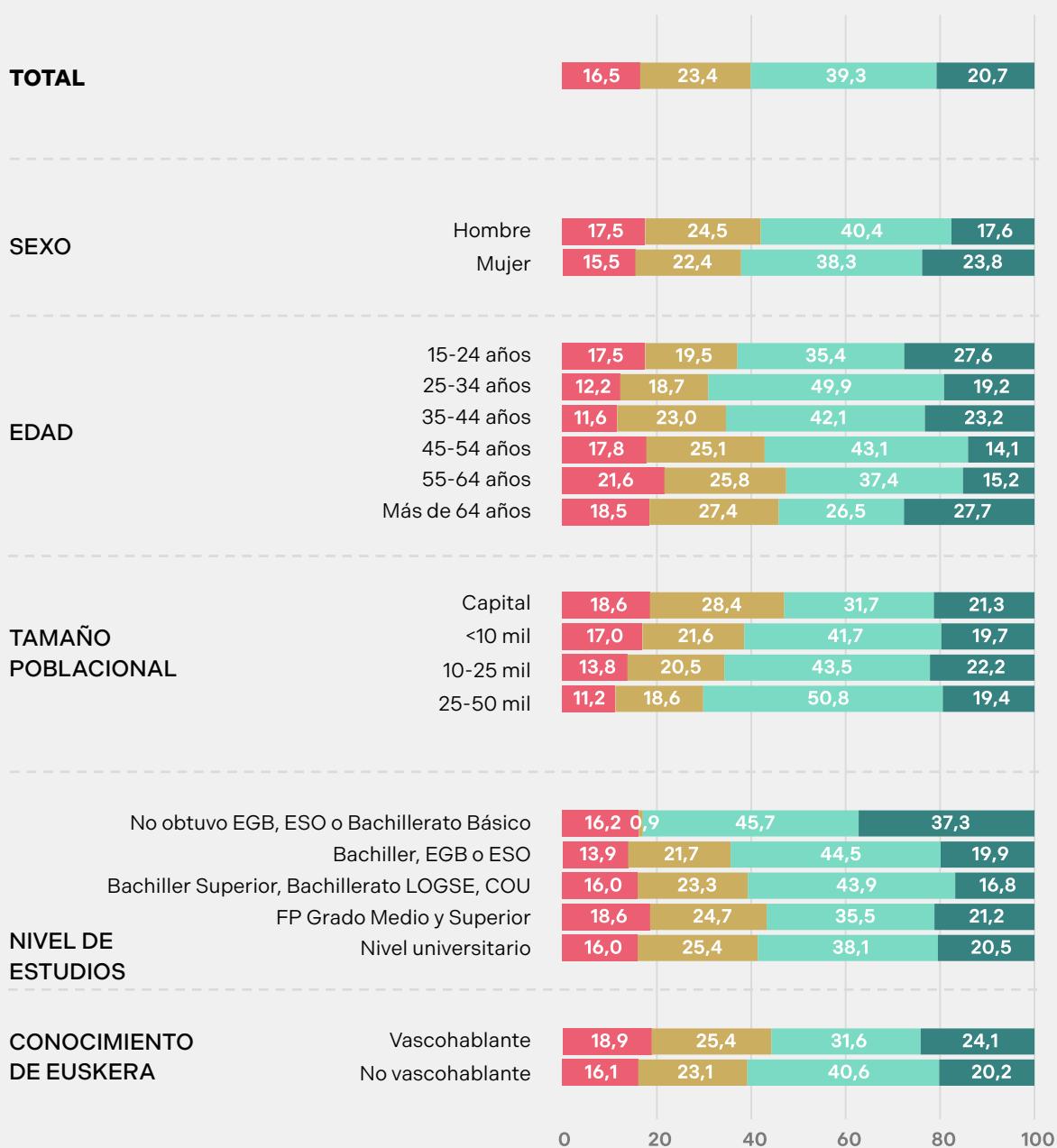
Gráfico 74.*Motivaciones para las prácticas amateur según las diferentes variables de cruce (%).*



Gráfico 75.

Motivaciones para la práctica digital según las diferentes variables de cruce (%).



- Enriquecerme como persona
- Mejorar mis conocimientos
- Salir de la rutina, vivir sensaciones distintas
- Socializar, compartir experiencias con la gente

O2. Participación cultural receptiva

**Artes escénicas y música****Gráfico 76.**

Frecuencia de asistencia a espectáculos escénicos en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).

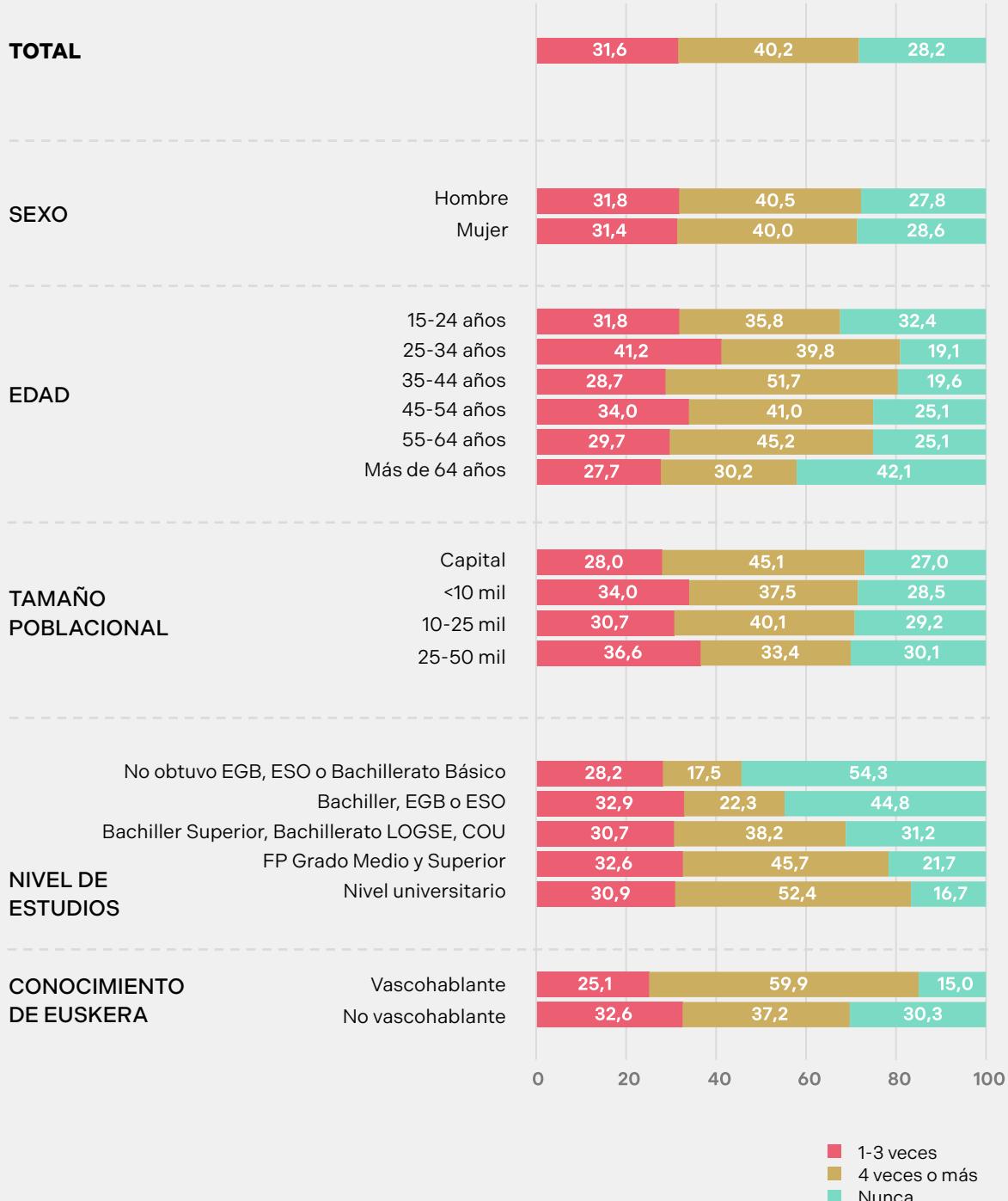


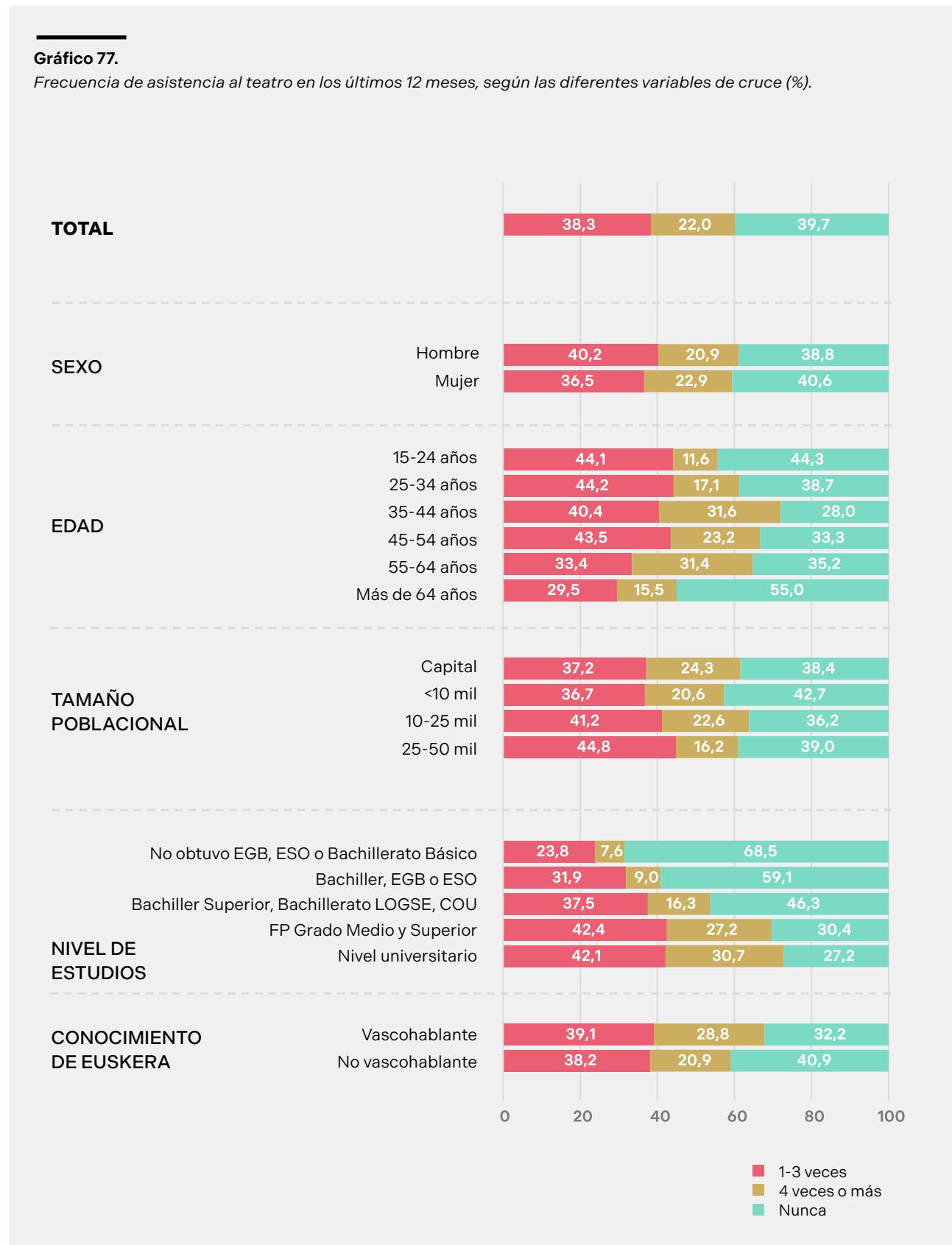
Gráfico 77.*Frecuencia de asistencia al teatro en los últimos 12 meses, según las diferentes variables de cruce (%).*



Gráfico 78.

Frecuencia de asistencia a espectáculos de danza en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).

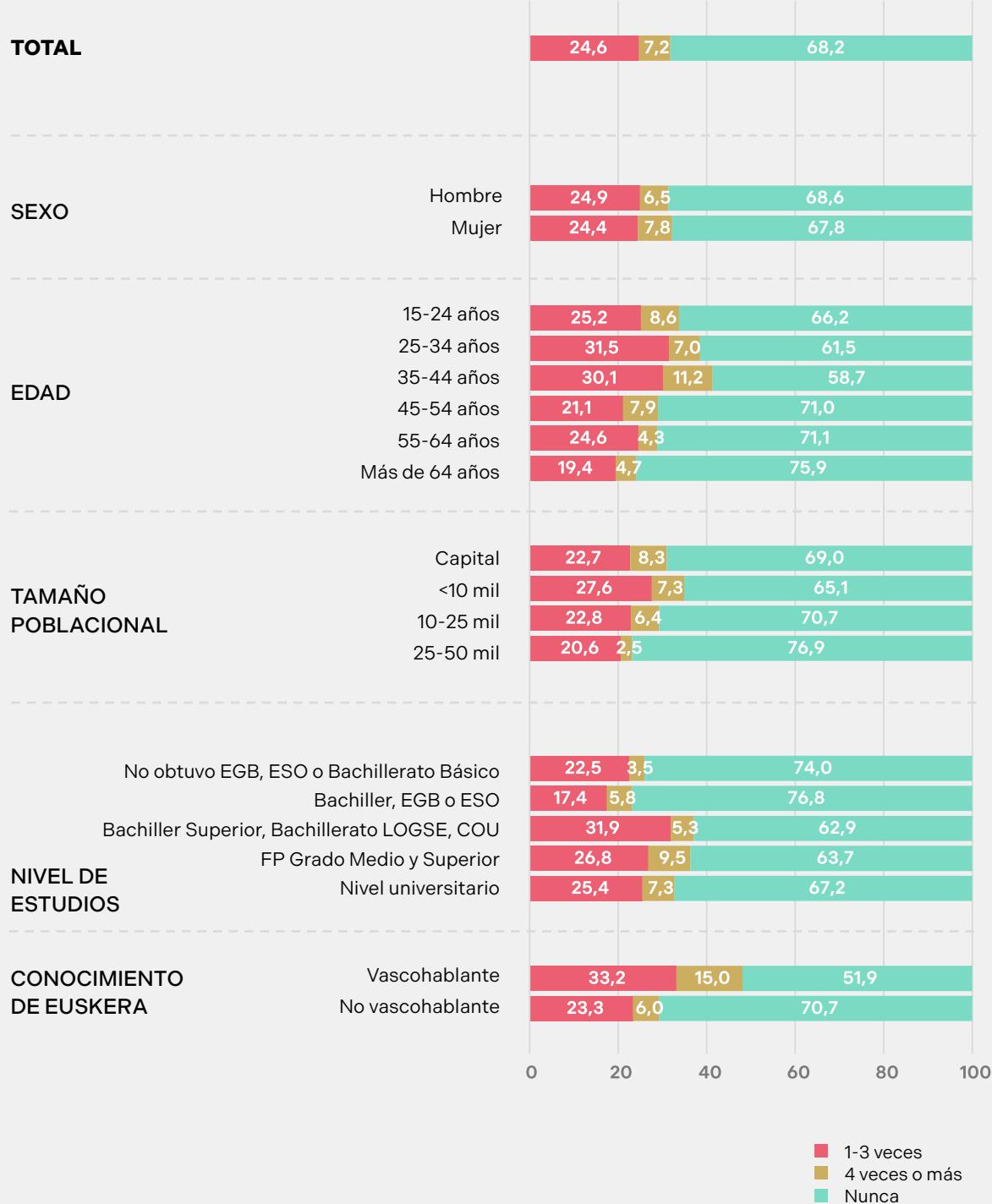


Gráfico 79.

Frecuencia de asistencia a conciertos en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).

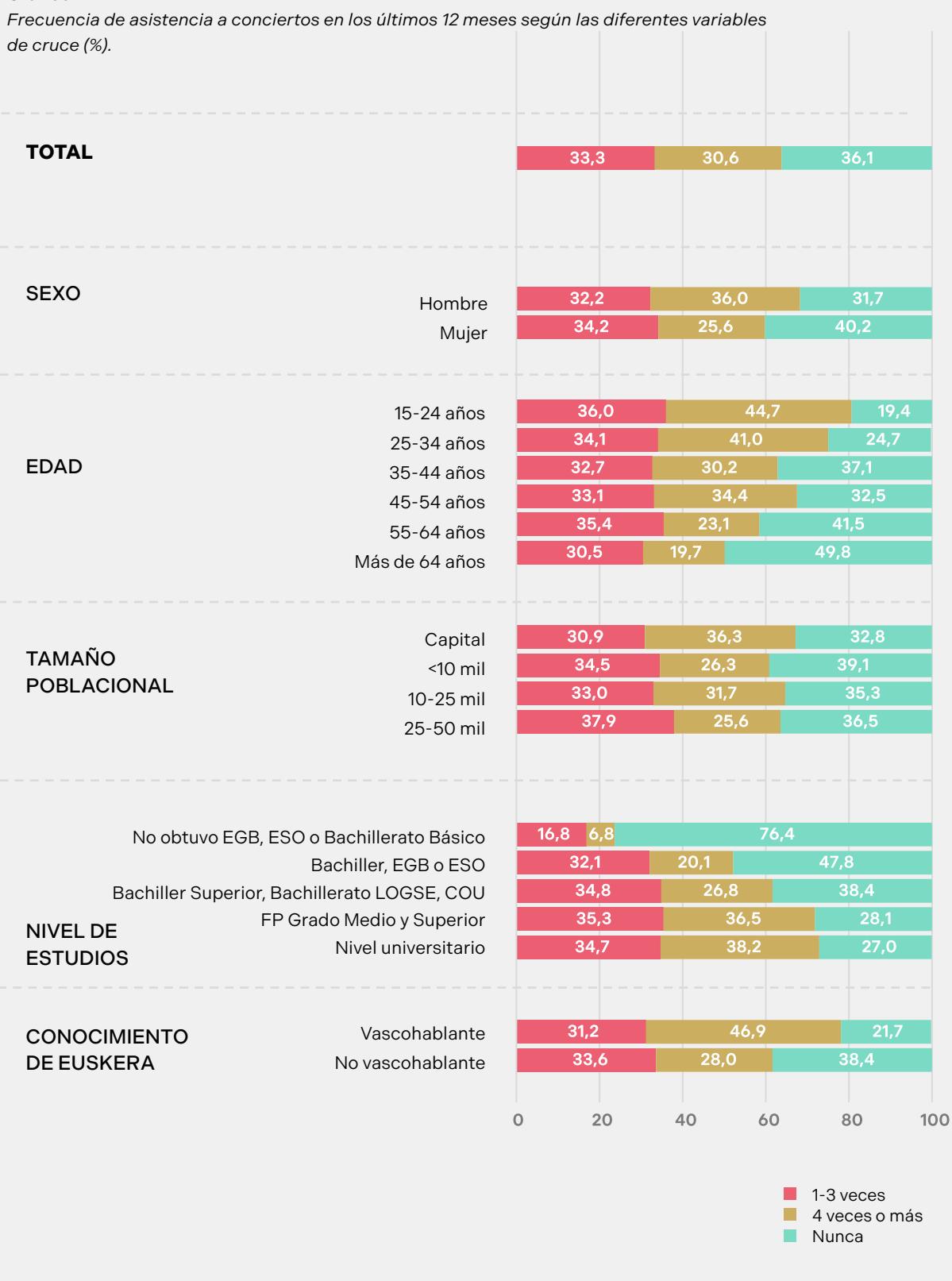
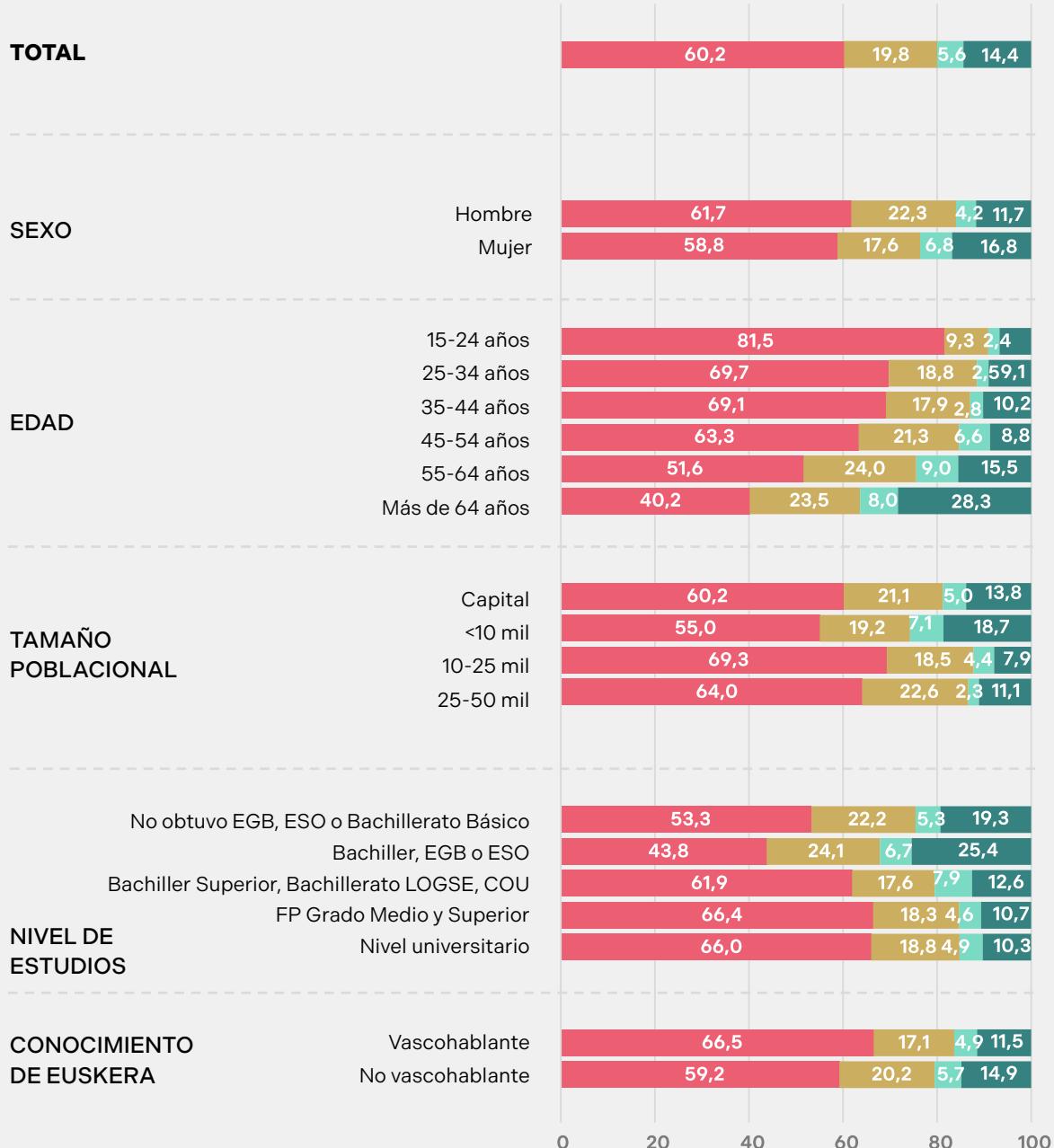




Gráfico 80.

Frecuencia con la que escucha la música grabada en función de las diferentes variables de cruce (%).



■ Todos los días ■ De vez en cuando
■ Semanalmente ■ Nunca o casi nunca

Asistencia al cine

Gráfico 81.

Frecuencia de asistencia al cine en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).

TOTAL

27,1	41,3	31,6
------	------	------

SEXO

Hombre	27,0	42,0	31,0
--------	------	------	------

Mujer	27,2	40,7	32,1
-------	------	------	------

EDAD

15-24 años	30,3	57,7	11,9
------------	------	------	------

25-34 años	29,2	55,4	15,4
------------	------	------	------

35-44 años	34,3	40,6	25,1
------------	------	------	------

45-54 años	31,5	44,3	24,3
------------	------	------	------

55-64 años	23,8	40,8	35,5
------------	------	------	------

Más de 64 años	17,4	23,7	59,0
----------------	------	------	------

TAMAÑO POBLACIONAL

Capital	25,4	49,9	24,7
---------	------	------	------

<10 mil	26,8	33,7	39,5
---------	------	------	------

10-25 mil	31,2	42,6	26,2
-----------	------	------	------

25-50 mil	23,0	44,4	32,6
-----------	------	------	------

NIVEL DE ESTUDIOS

No obtuvo EGB, ESO o Bachillerato Básico	18,8	16,3	64,9
--	------	------	------

Bachiller, EGB o ESO	22,1	26,3	51,6
----------------------	------	------	------

Bachiller Superior, Bachillerato LOGSE, COU	25,8	42,6	31,6
---	------	------	------

FP Grado Medio y Superior	28,2	45,1	26,7
---------------------------	------	------	------

Nivel universitario	31,5	52,4	16,1
---------------------	------	------	------

CONOCIMIENTO DE EUSKERA

Vascohablante	31,0	40,9	28,0
---------------	------	------	------

No vascohablante	26,5	41,4	32,2
------------------	------	------	------

0 20 40 60 80 100

1-3 veces
4 veces o más
Nunca



Gráfico 82.

Frecuencia con la que utilizan videojuegos según las diferentes variables de cruce (%).

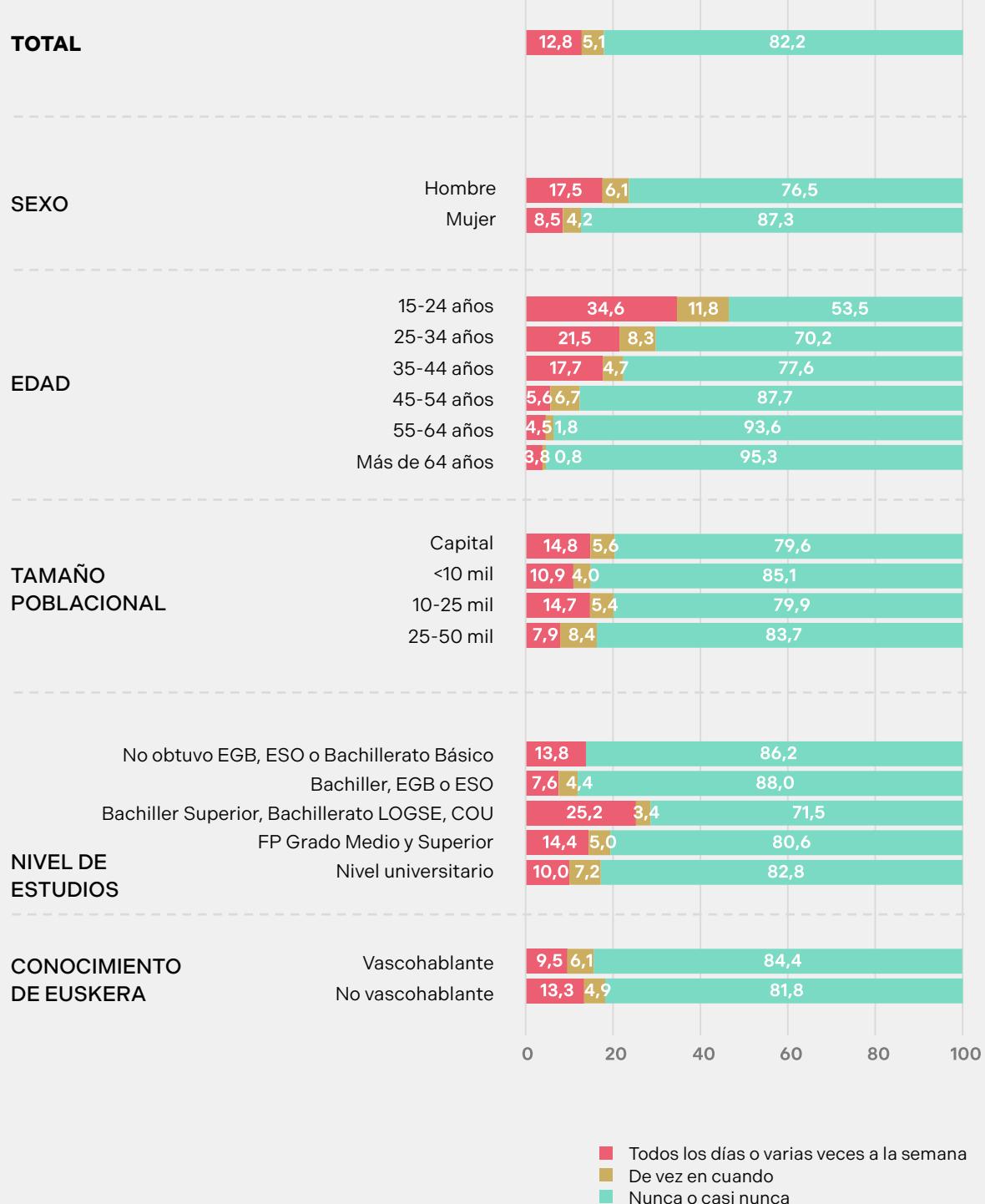
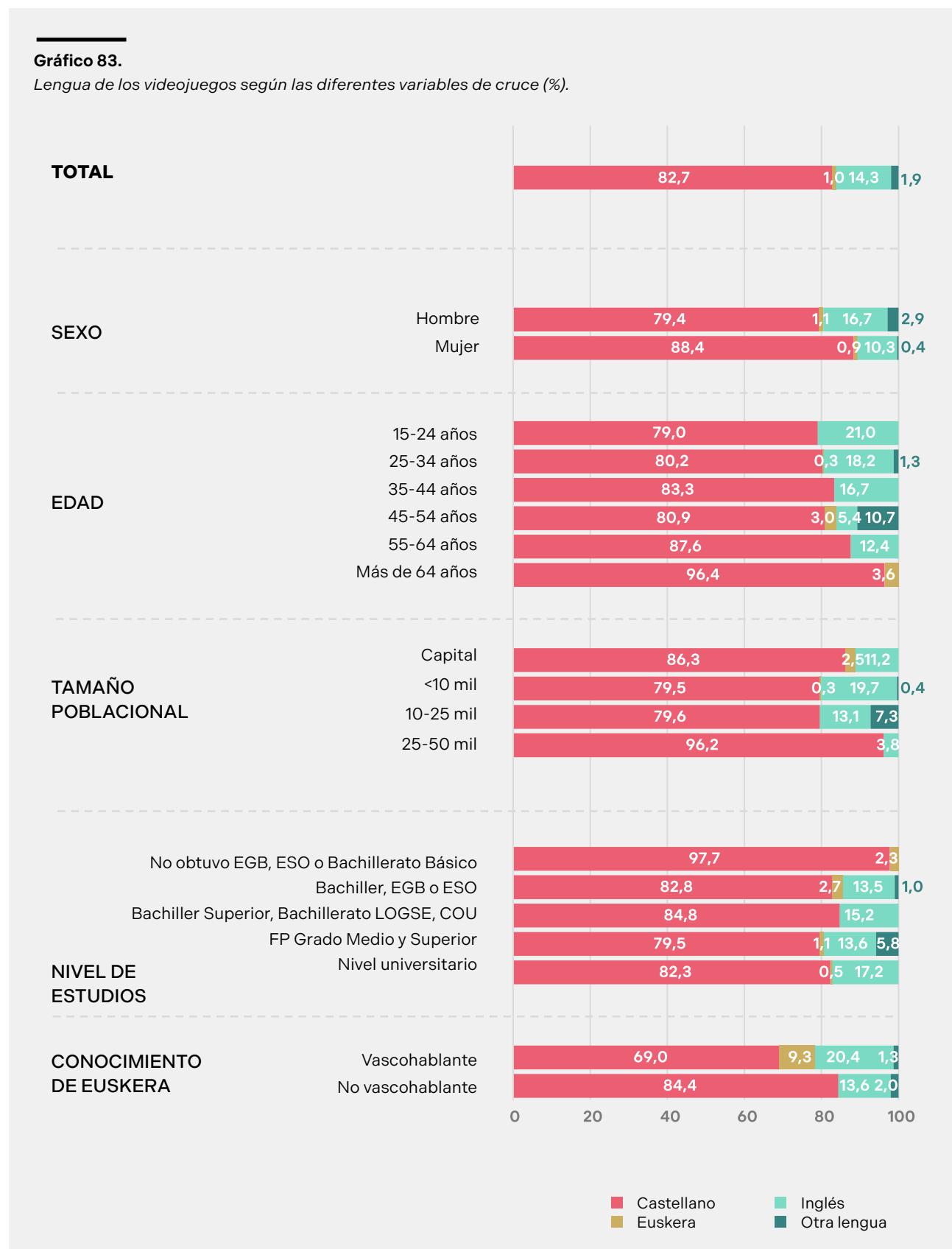


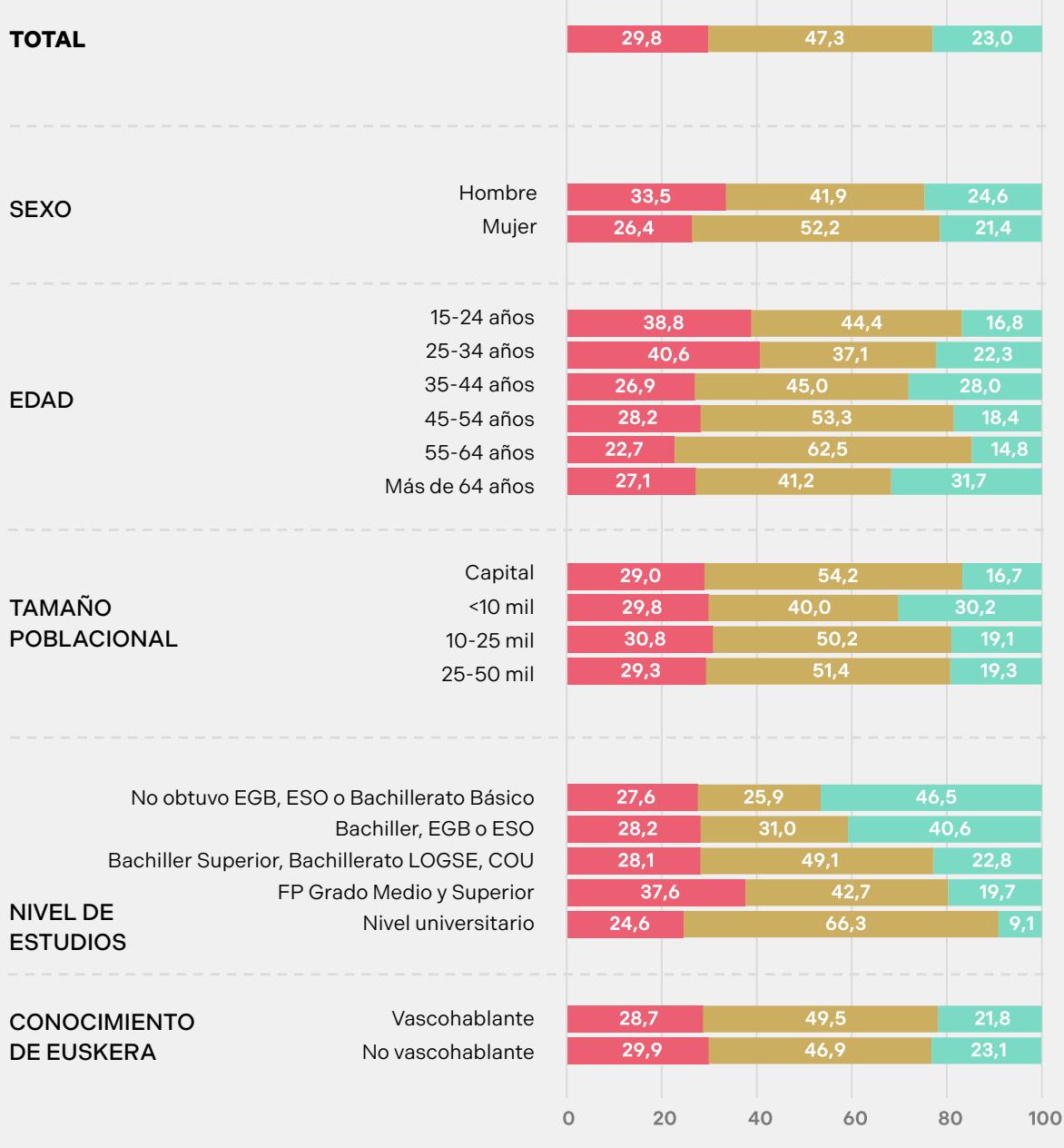
Gráfico 83.*Lengua de los videojuegos según las diferentes variables de cruce (%).*



Lectura

Gráfico 84.

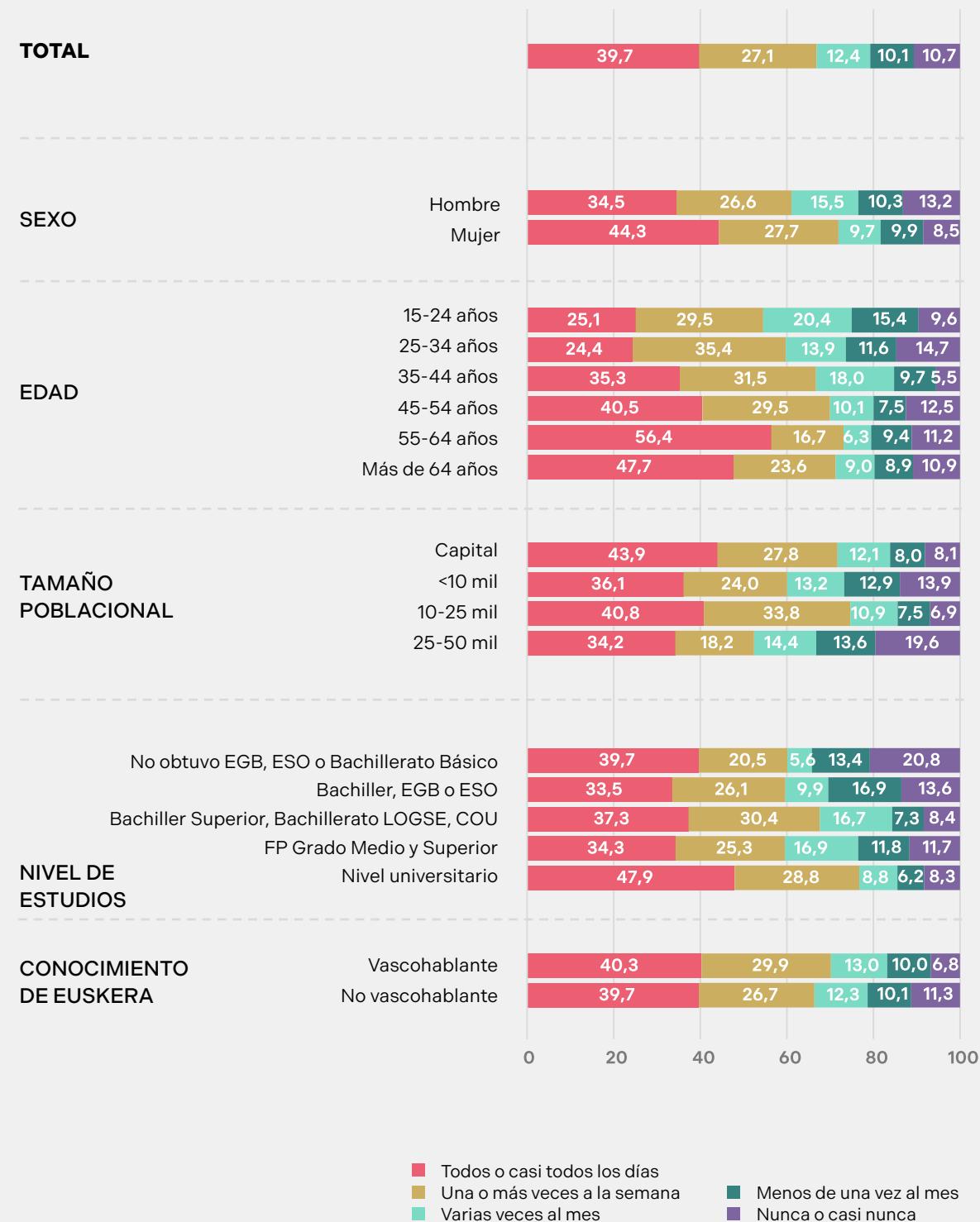
Número de libros leídos en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).



■ 1-3 libros
■ 4 libros o más
■ Ninguno

Gráfico 85.

Frecuencia de lectura en los últimos 3 meses según las diferentes variables de cruce (%).



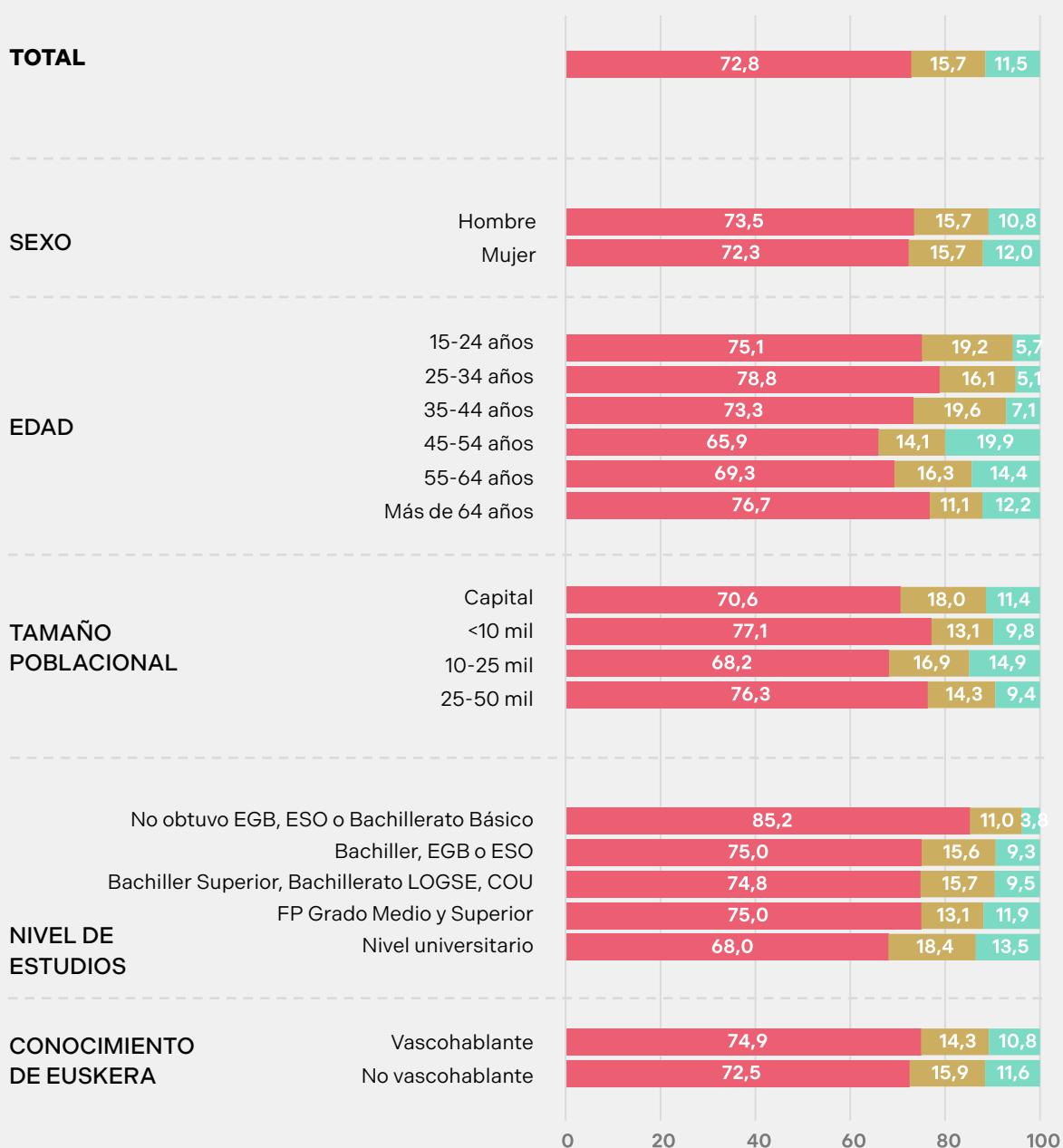
█ Todos o casi todos los días
█ Una o más veces a la semana
█ Varias veces al mes

█ Menos de una vez al mes
█ Nunca o casi nunca



Gráfico 86.

Soportes de lectura según las diferentes variables de cruce (%).



■ Siempre o casi siempre en papel
■ Papel o libro electrónico en similar medida
■ Siempre o casi siempre en libro electrónico

Gráfico 87.

Frecuencia con la que las personas han acudido a la biblioteca en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).

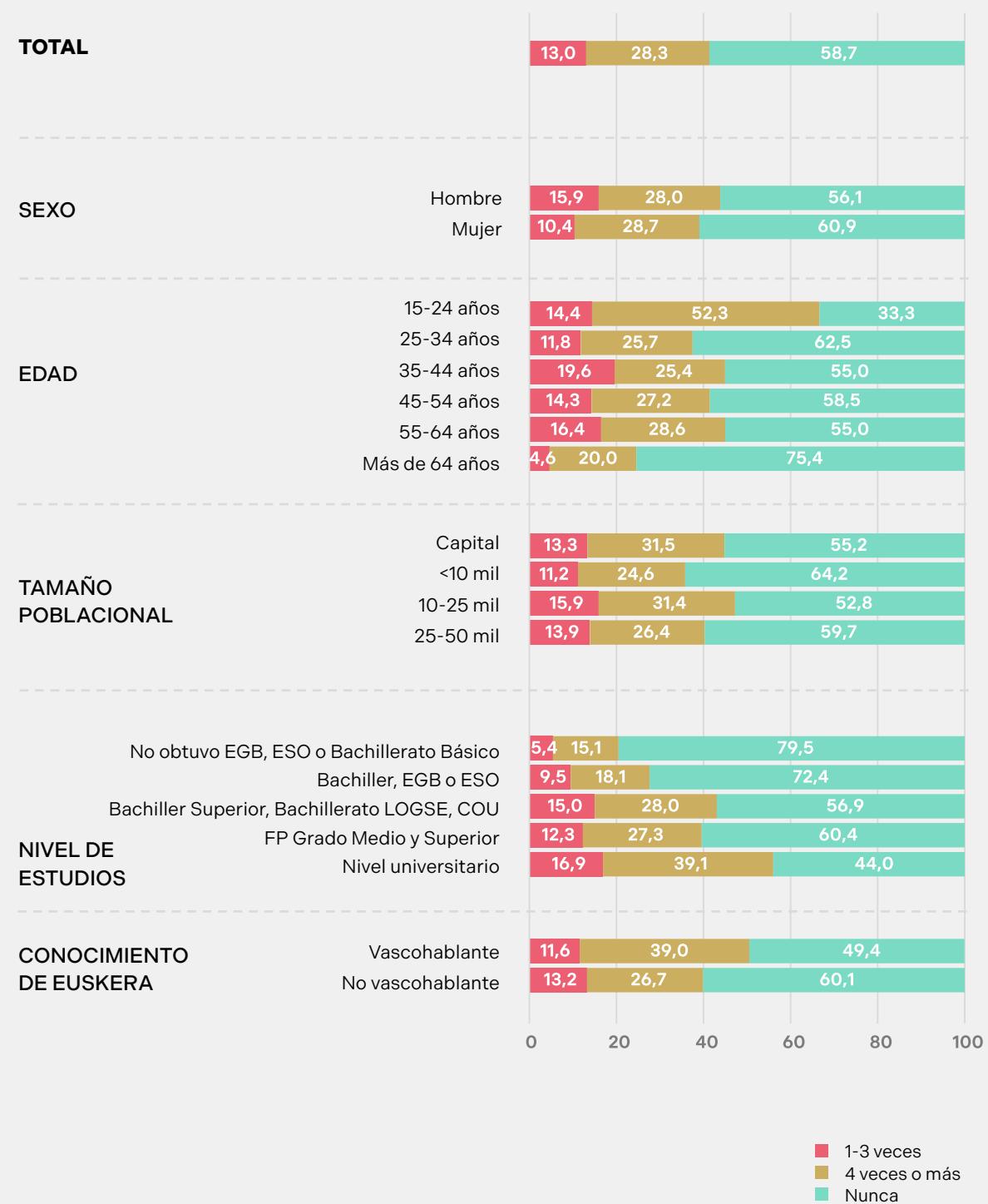




Gráfico 88.

Frecuencia de asistencia a actividades culturales en las bibliotecas en los últimos 12 meses, según las diferentes variables de cruce (%).

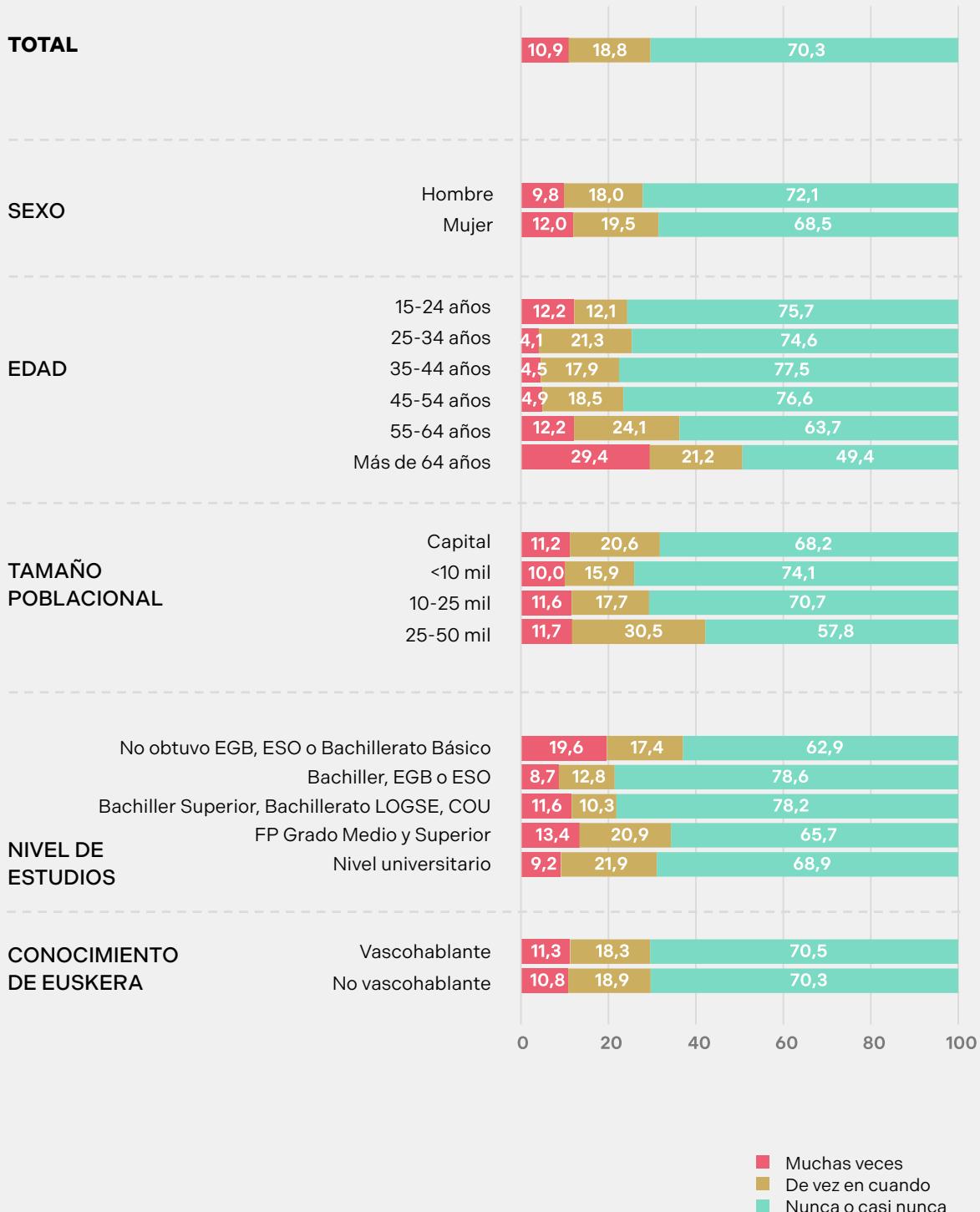
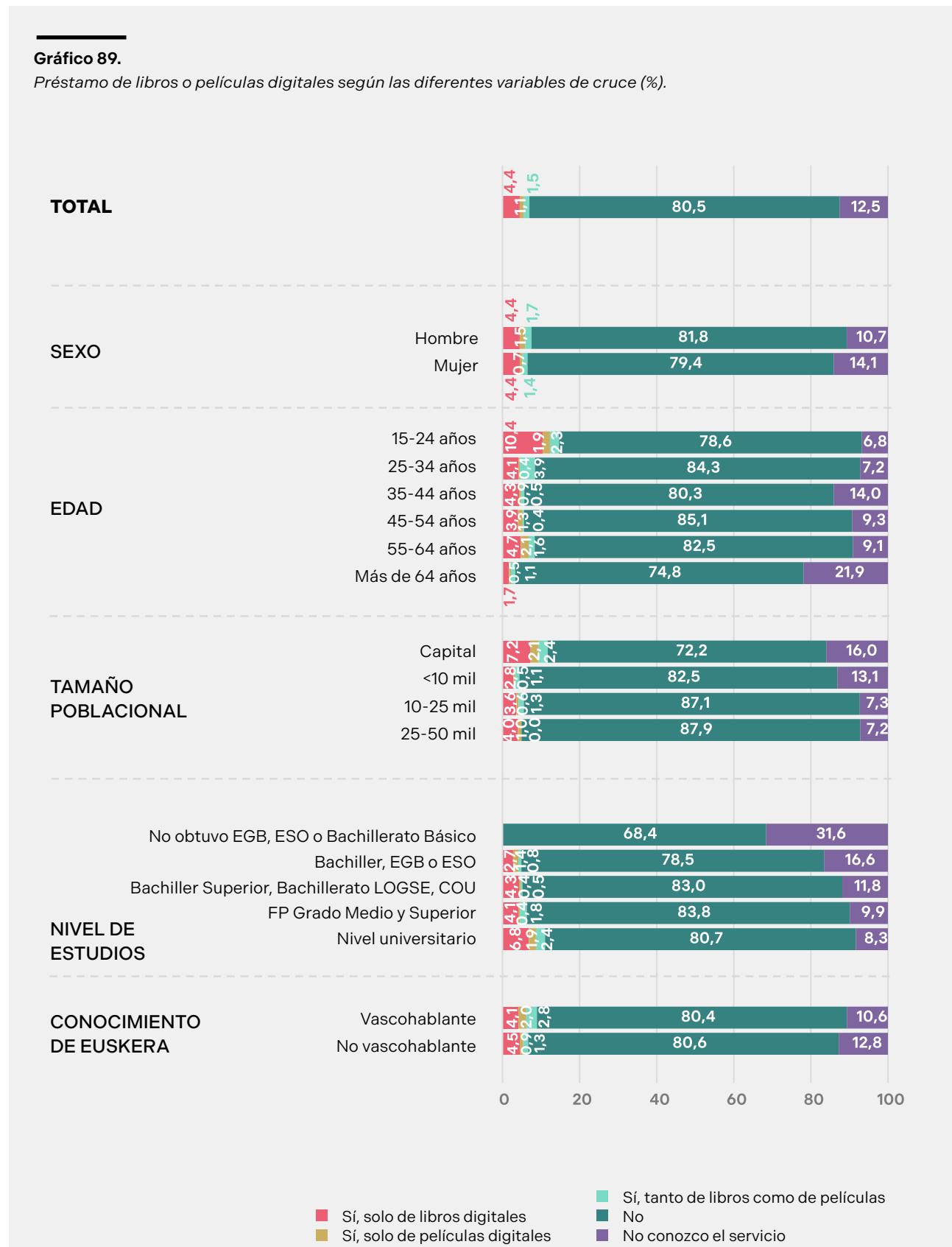


Gráfico 89.

Préstamo de libros o películas digitales según las diferentes variables de cruce (%).





Medios de comunicación

Gráfico 90.

Frecuencia con la que leen periódicos según las diferentes variables de cruce (%).

TOTAL

49,3	20,9	2,3	27,5
------	------	-----	------

SEXO

Hombre	55,8	19,7	3,3	21,2
--------	------	------	-----	------

Mujer	43,5	22,0	1,4	33,2
-------	------	------	-----	------

EDAD

15-24 años	24,3	22,8	3,7	49,2
25-34 años	35,8	24,7	1,4	38,1
35-44 años	38,6	30,4	4,4	28,1
45-54 años	58,1	19,8	1,1	20,9
55-64 años	69,7	13,5	1,2	15,7
Más de 64 años	57,5	16,3	2,1	20,7

TAMAÑO POBLACIONAL

Capital	62,0	15,3	2,0	20,7
<10 mil	40,1	24,5	0,8	34,6
10-25 mil	52,1	21,6	5,8	20,6
25-50 mil	35,4	23,0	2,5	39,1

NIVEL DE ESTUDIOS

No obtuvo EGB, ESO o Bachillerato Básico	37,2	17,1	1,1	44,6
Bachiller, EGB o ESO	36,7	24,7	1,1	37,5
Bachiller Superior, Bachillerato LOGSE, COU	40,9	23,4	7,5	28,2
FP Grado Medio y Superior	53,1	20,9	1,7	24,3
Nivel universitario	60,1	17,6	2,0	20,3

CONOCIMIENTO DE EUSKERA

Vascohablante	51,5	19,9	2,6	26,0
No vascohablante	49,0	21,0	2,3	27,7

0 20 40 60 80 100

Gráfico 91.

Frecuencia con la que leen revistas según las diferentes variables de cruce (%).

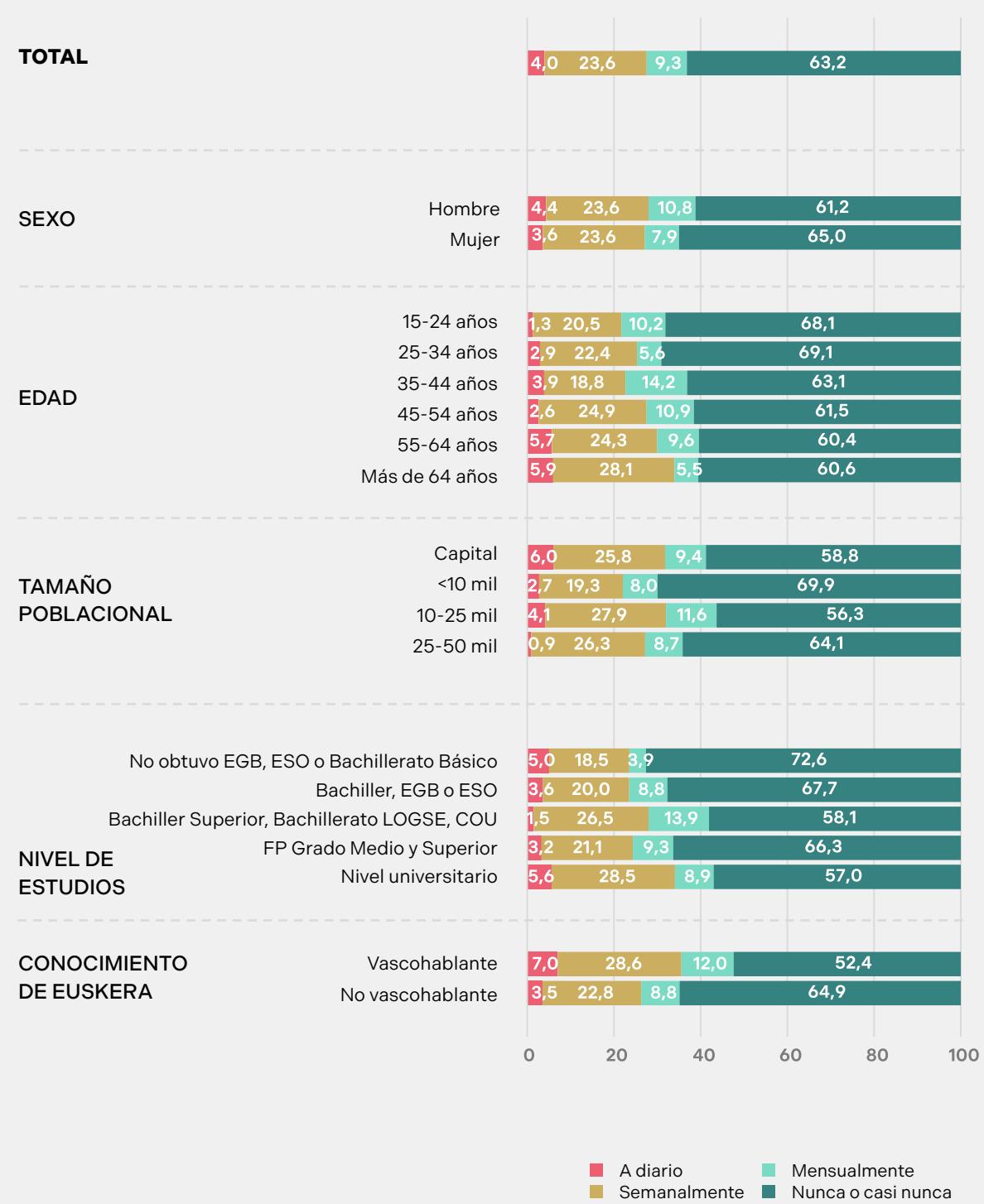




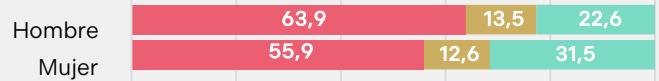
Gráfico 92.

Frecuencia con la que leen periódicos en soporte digital según las diferentes variables de cruce (%).

TOTAL



SEXO



Hombre

59,9

13,0

27,0

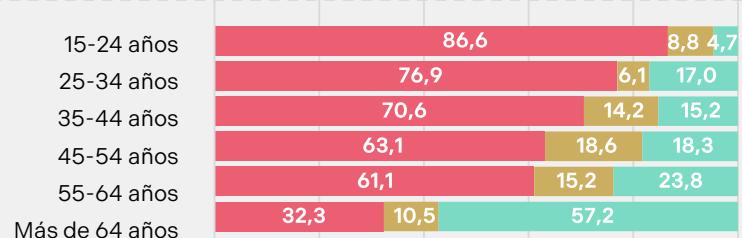
Mujer

55,9

12,6

31,5

EDAD



15-24 años

86,6

4,7

25-34 años

76,9

17,0

35-44 años

70,6

15,2

45-54 años

63,1

18,3

55-64 años

61,1

23,8

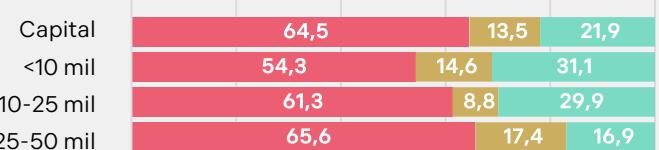
Más de 64 años

32,3

10,5

57,2

**TAMAÑO
POBLACIONAL**



Capital

64,5

13,5

21,9

<10 mil

54,3

14,6

31,1

10-25 mil

61,3

8,8

29,9

25-50 mil

65,6

17,4

16,9

**NIVEL DE
ESTUDIOS**



No obtuvo EGB, ESO o Bachillerato Básico

28,5

1,7

69,8

Bachiller, EGB o ESO

44,2

14,8

41,0

Bachiller Superior, Bachillerato LOGSE, COU

55,4

12,1

32,5

FP Grado Medio y Superior

65,5

14,0

20,6

Nivel universitario

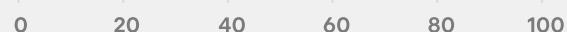
69,4

12,6

18,0

**CONOCIMIENTO
DE EUSKERA**

Vascohablante
No vascohablante



65,3

12,1

22,7

59,1

13,2

27,7

■ Muchas veces
■ De vez en cuando
■ Nunca o casi nunca

Gráfico 93.

Frecuencia con la que leen revistas en soporte digital, según las diferentes variables de cruce (%).

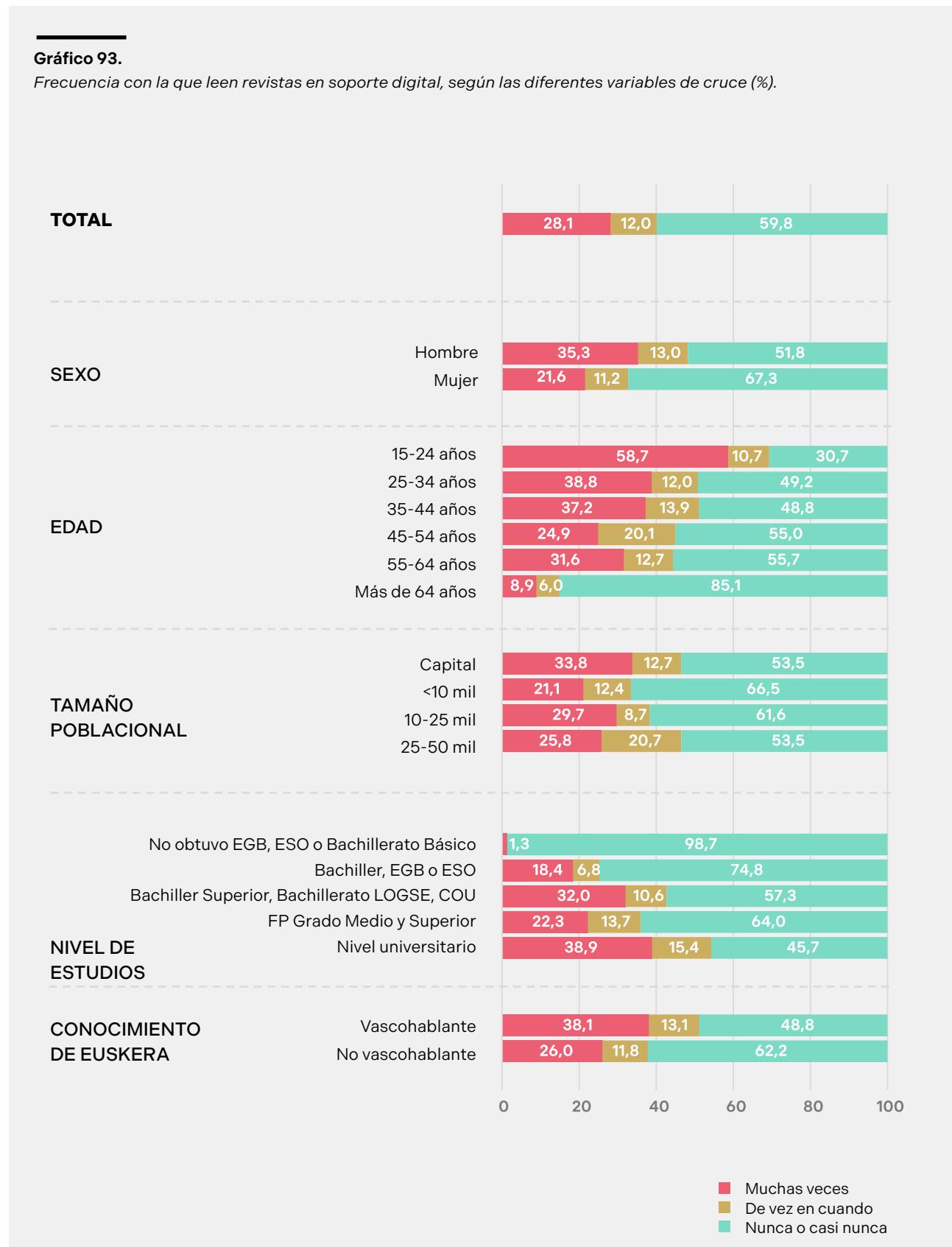
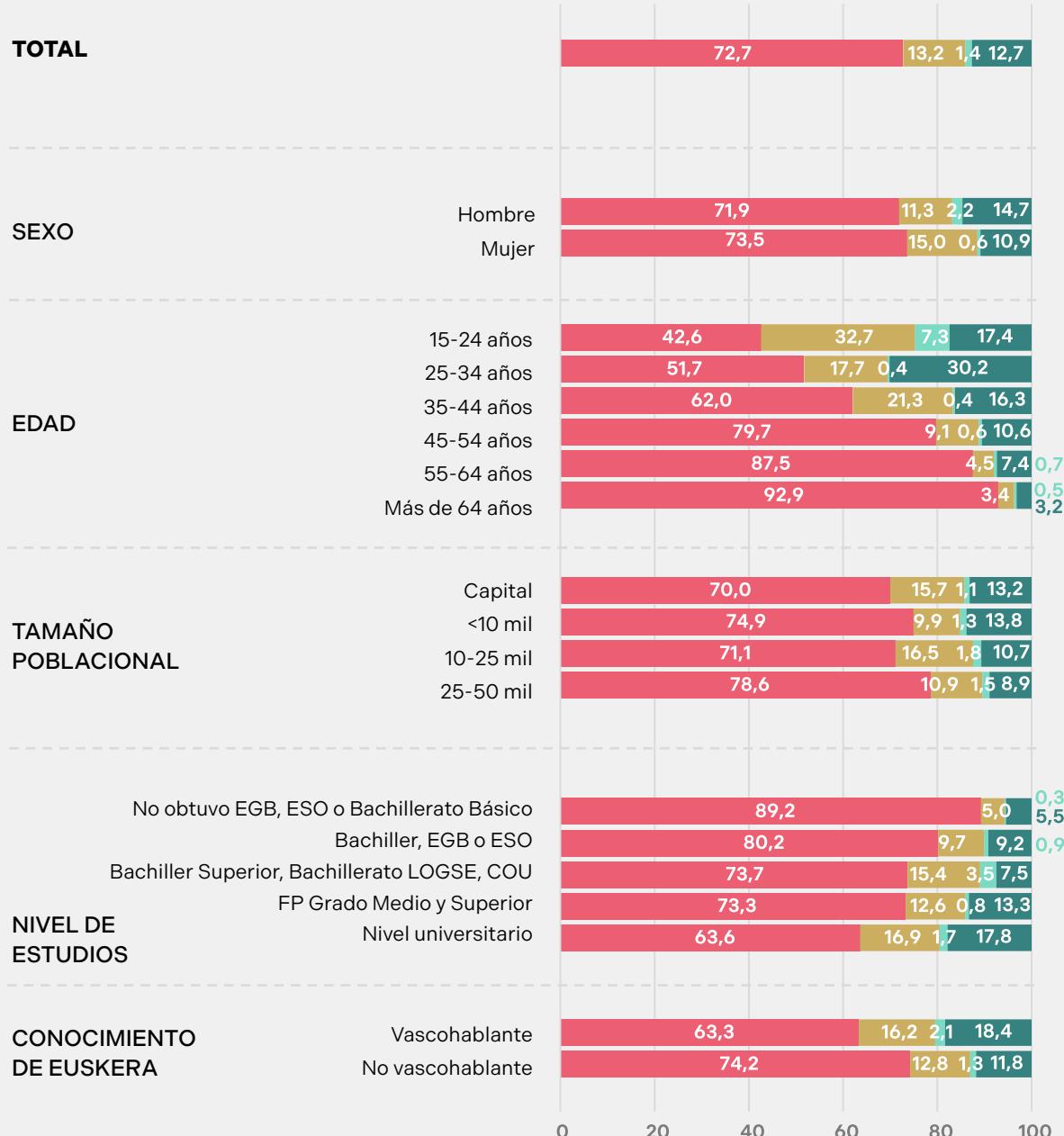




Gráfico 94.

Frecuencia con la que ven la televisión según las diferentes variables de cruce (%).



■ Diariamente ■ Mensualmente
■ Semanalmente ■ Nunca o casi nunca

Gráfico 95.

Frecuencia con la que escuchan la radio en función de las diferentes variables de cruce (%).

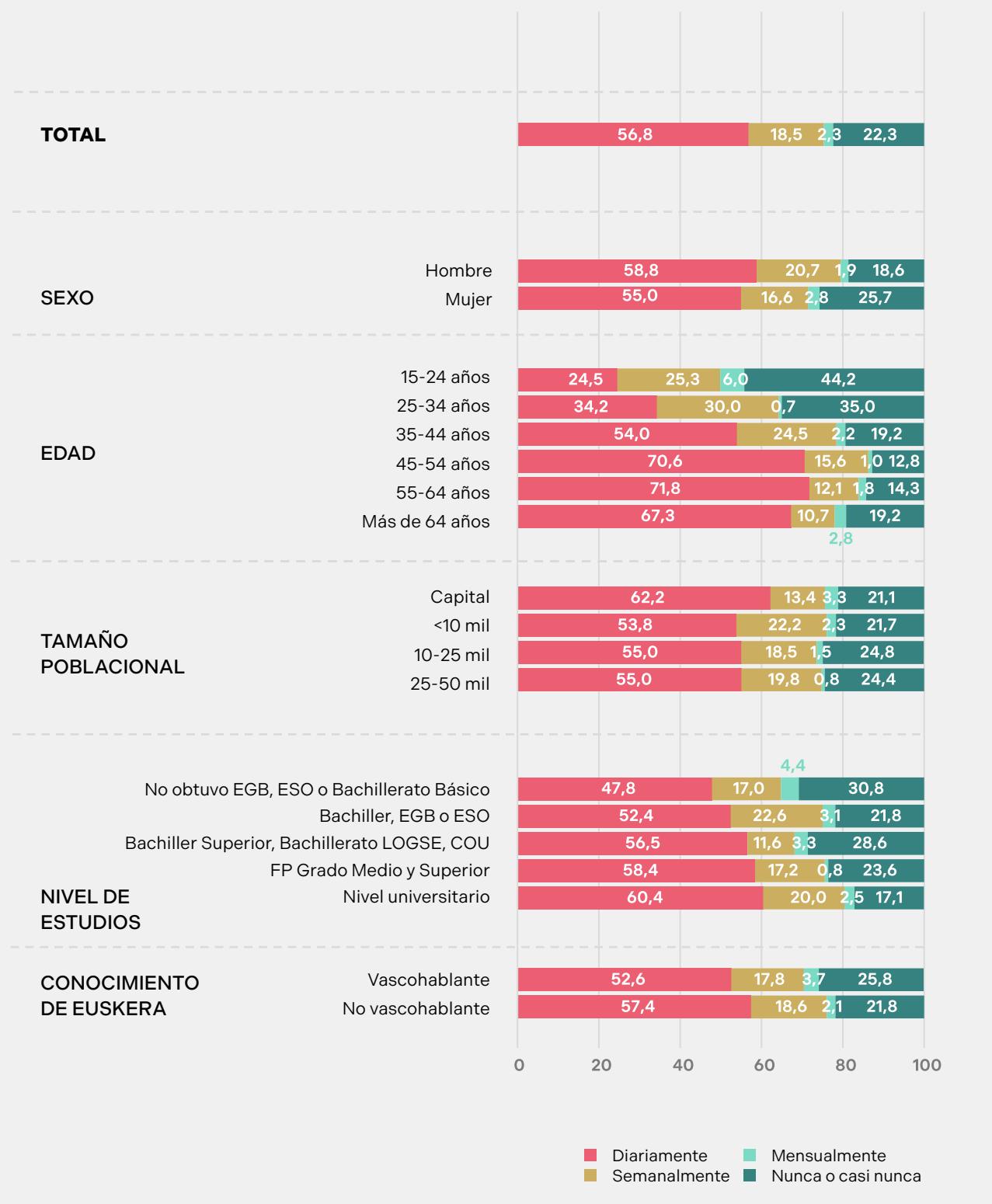




Gráfico 96.

Frecuencia con la que ven la televisión de forma digital según las diferentes variables de cruce (%).

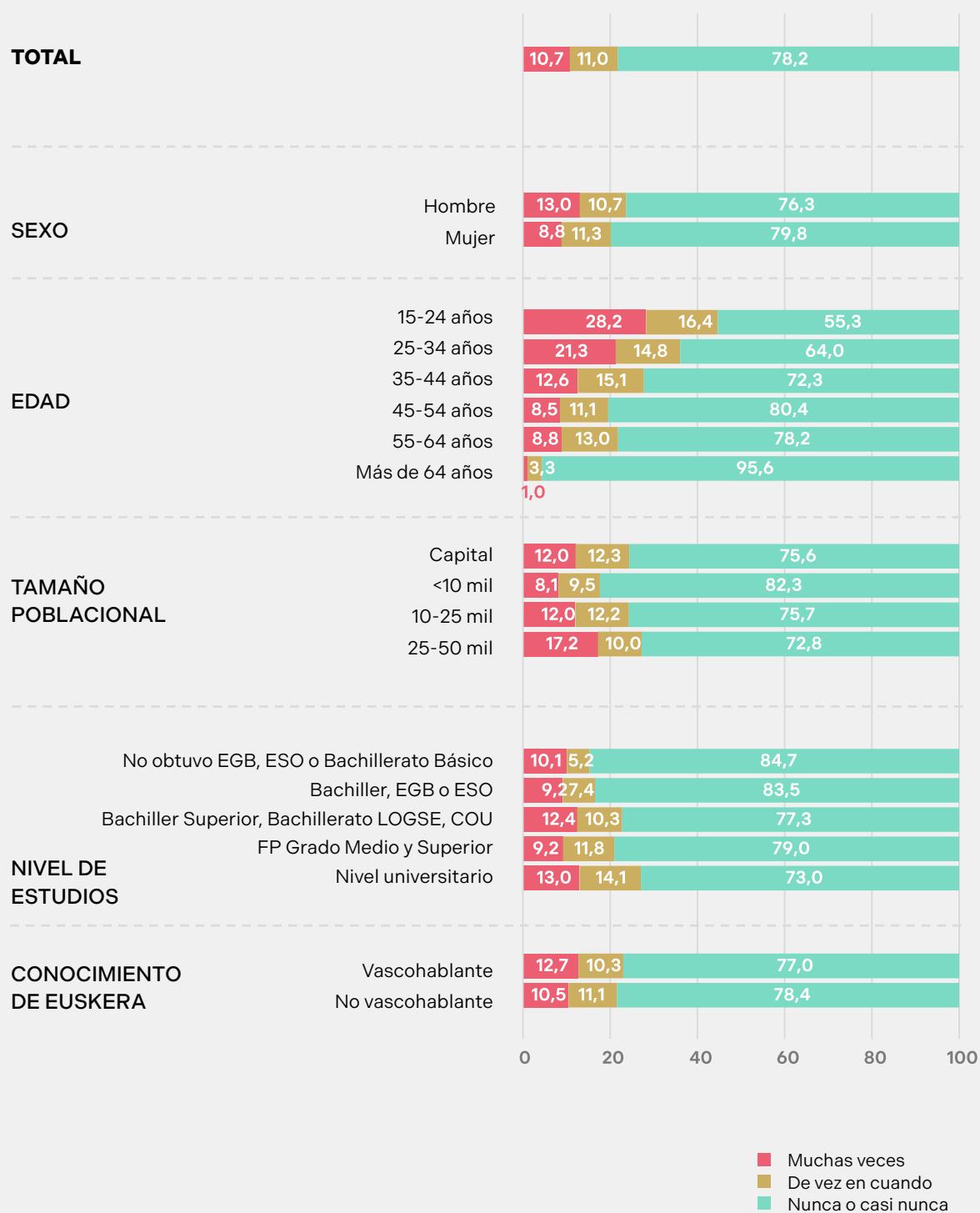
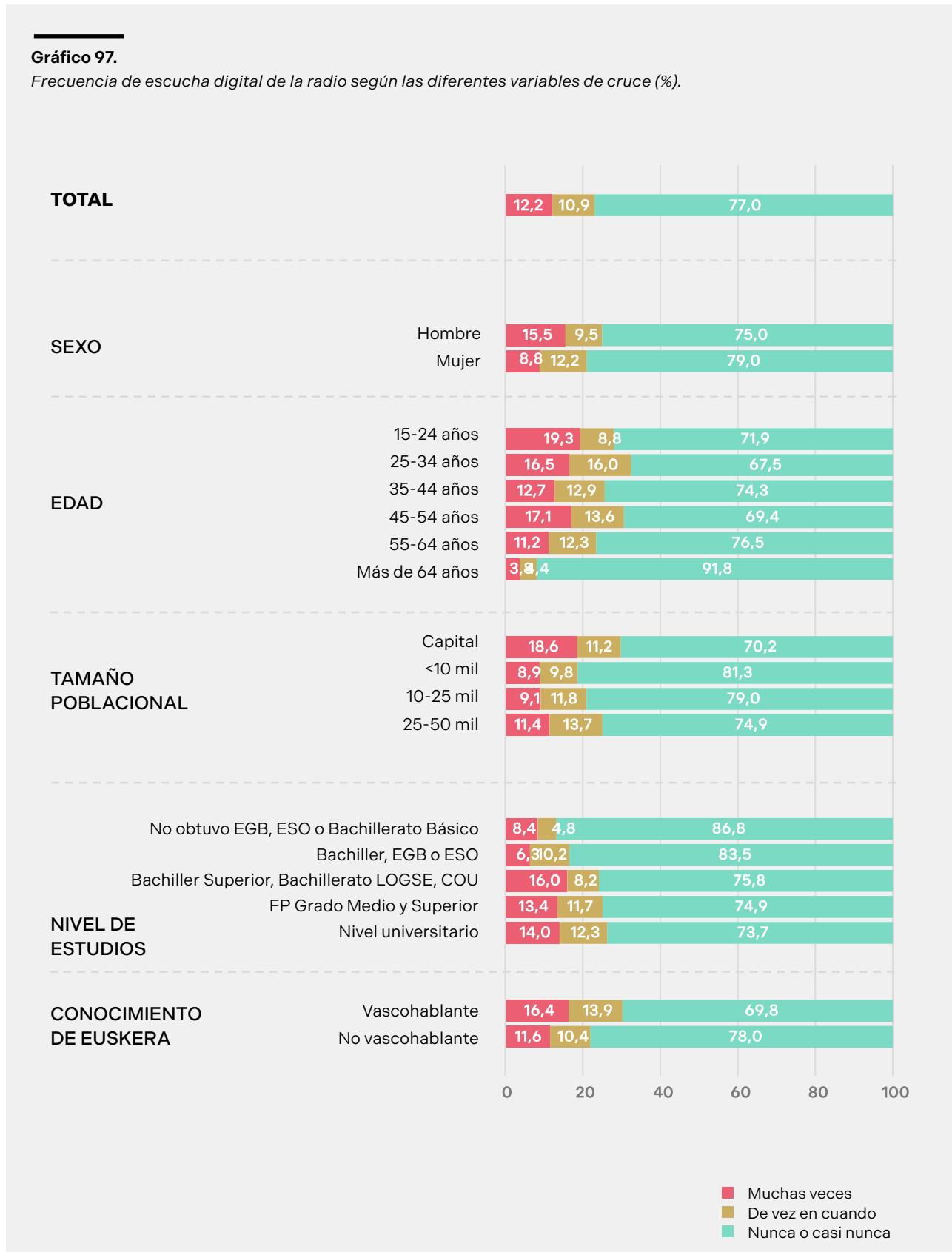


Gráfico 97.

Frecuencia de escucha digital de la radio según las diferentes variables de cruce (%).





Museos y patrimonio cultural

Gráfico 98.

Frecuencia de asistencia a museos en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).

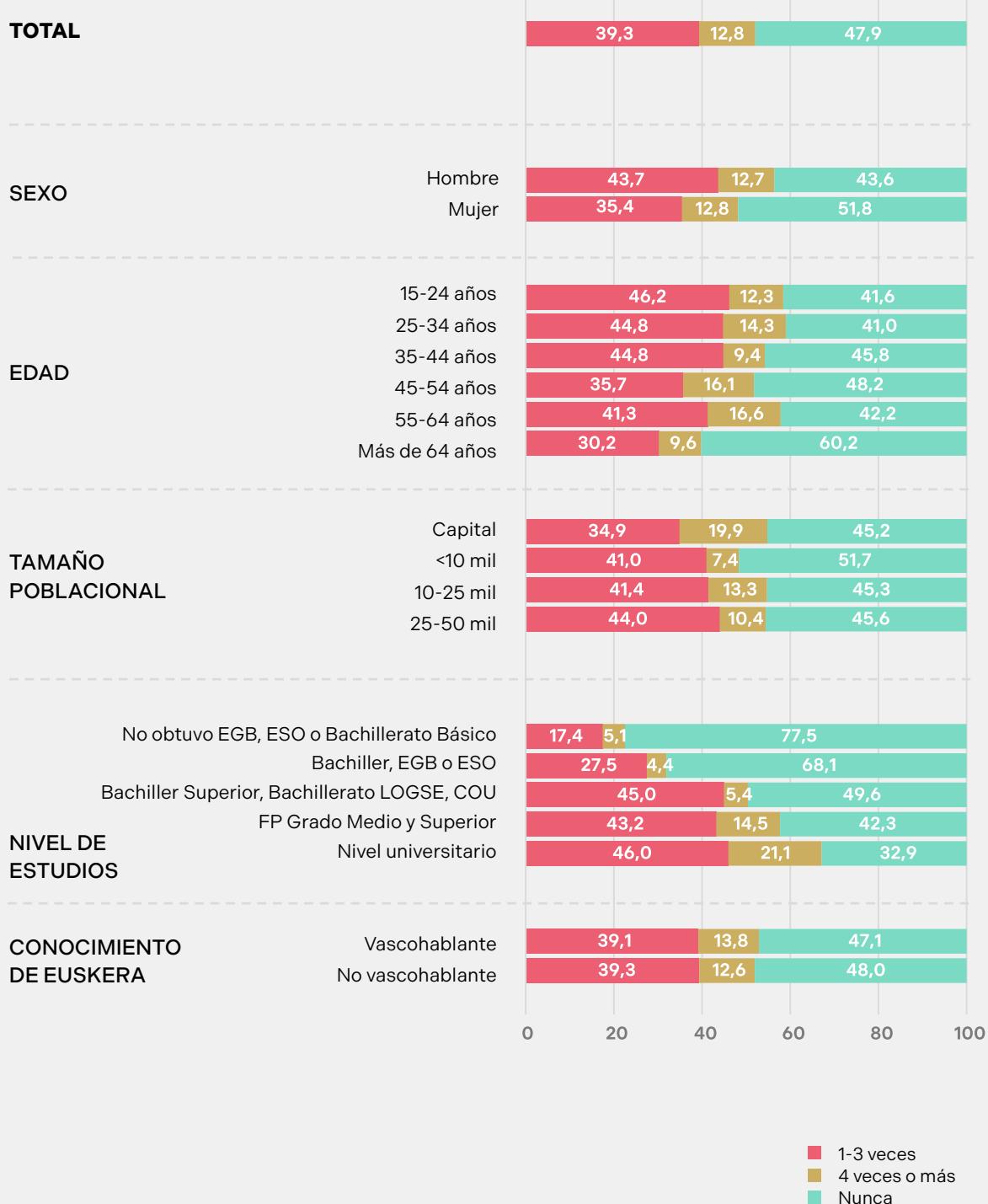


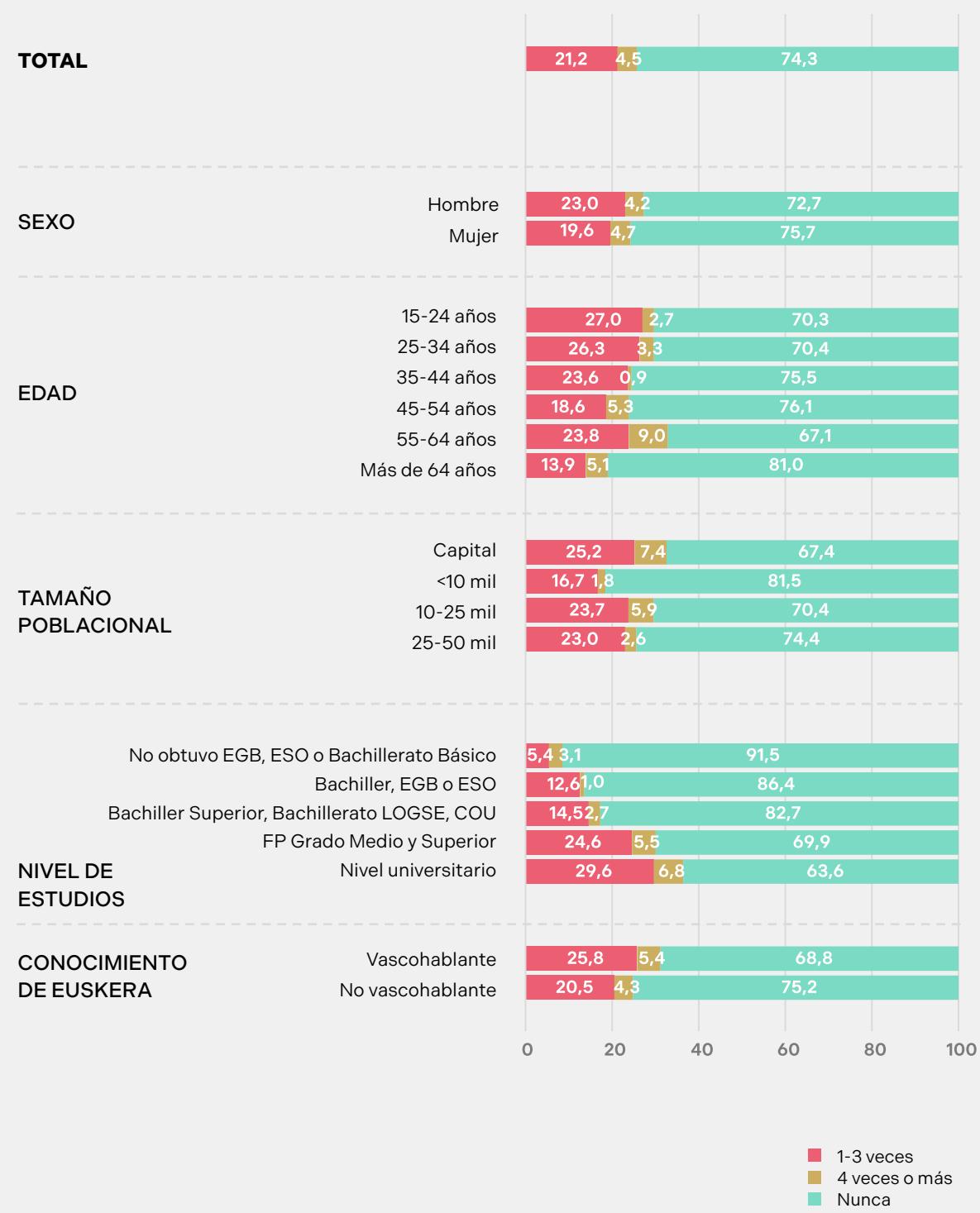
Gráfico 99.*Frecuencia de asistencia a galerías de arte en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).*



Gráfico 100.

Frecuencia con la que las personas han acudido a algún monumento, edificio o lugar histórico en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).

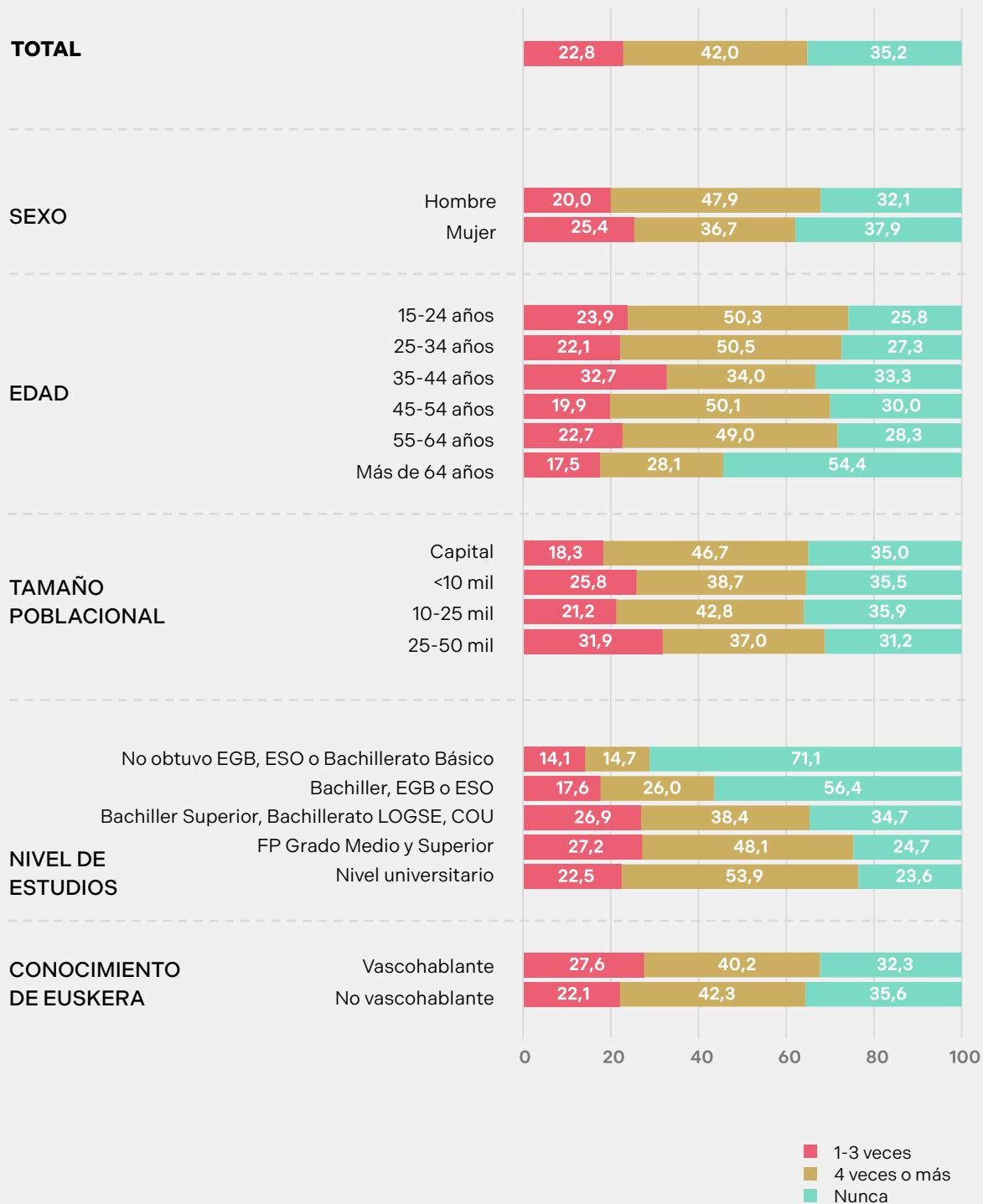
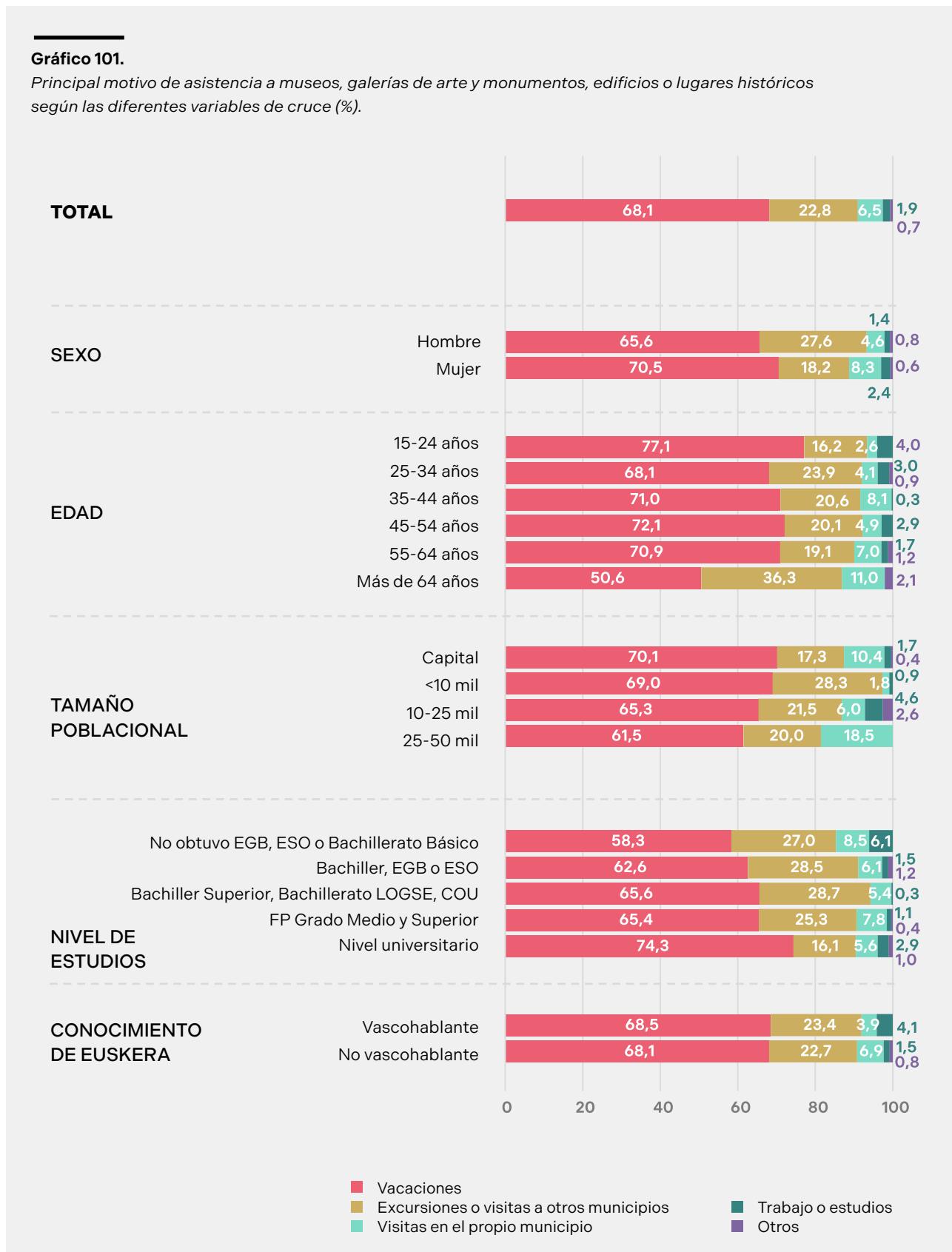


Gráfico 101.

Principal motivo de asistencia a museos, galerías de arte y monumentos, edificios o lugares históricos según las diferentes variables de cruce (%).



■ Vacaciones

■ Excursiones o visitas a otros municipios

■ Visitas en el propio municipio

■ Trabajo o estudios

■ Otros

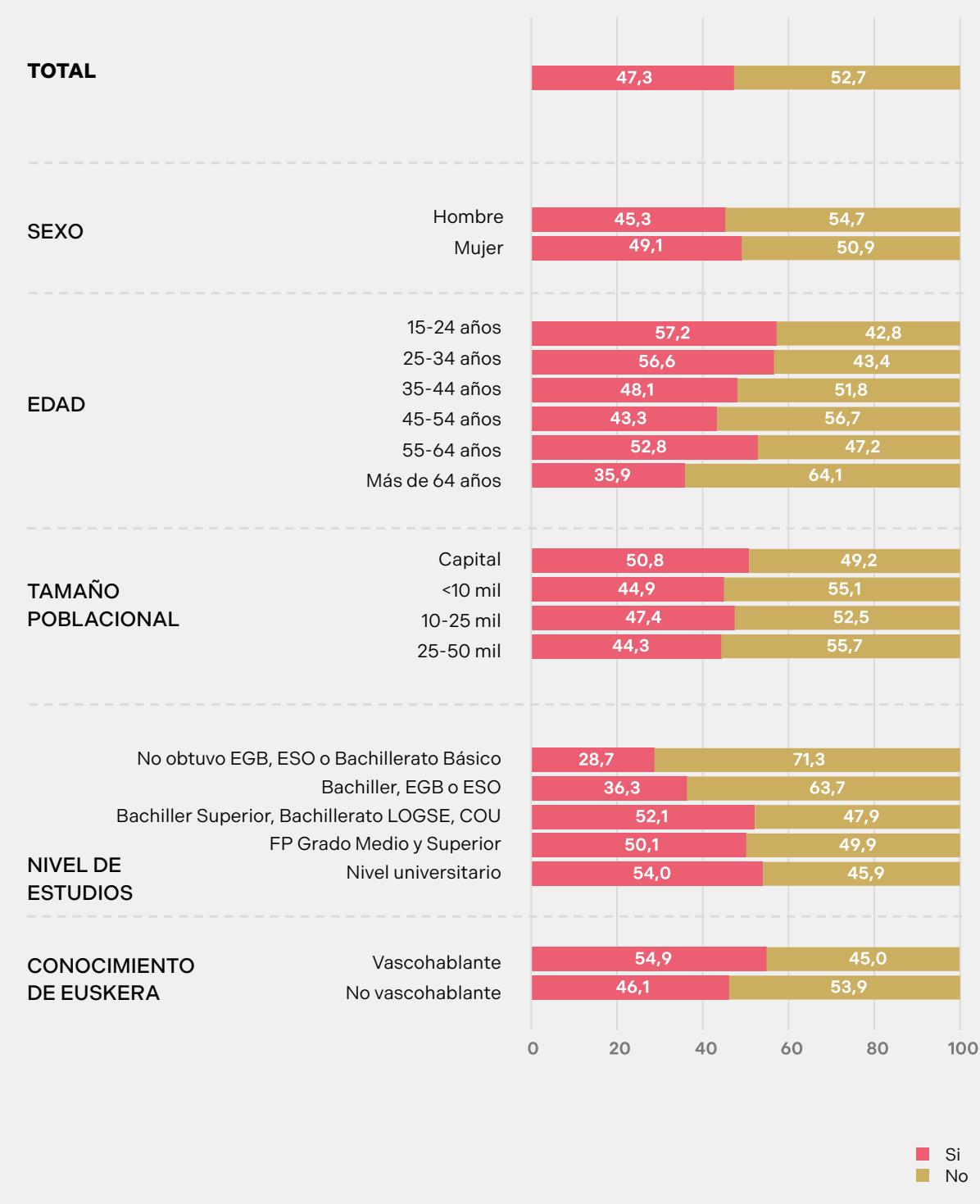


03. Participación cultural creativa

Prácticas artísticas nivel amateur

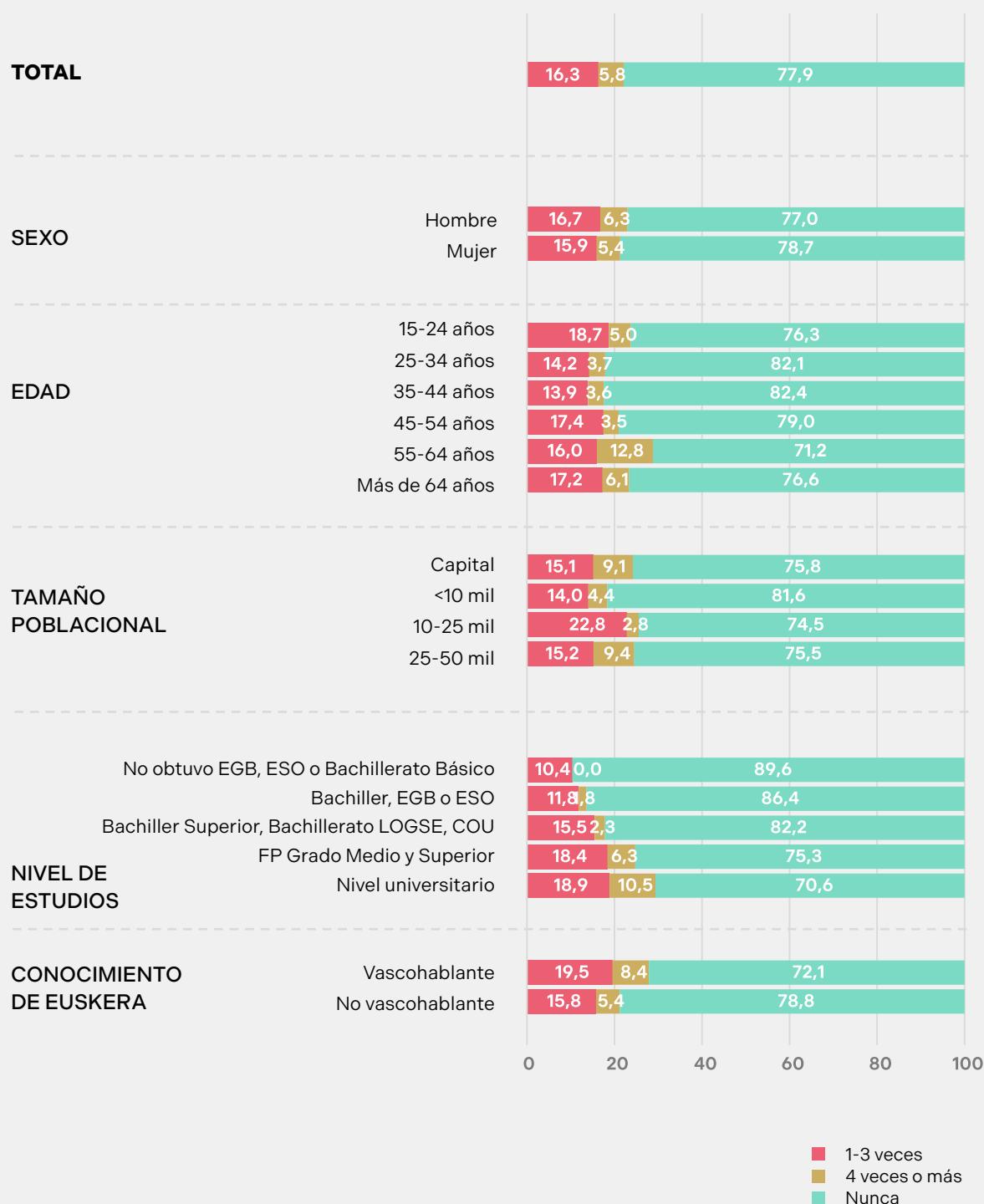
Gráfico 102.

Personas que han realizado alguna práctica cultural amateur en el último año según las diferentes variables de cruce (%).



**Formación cultural****Gráfico 103.**

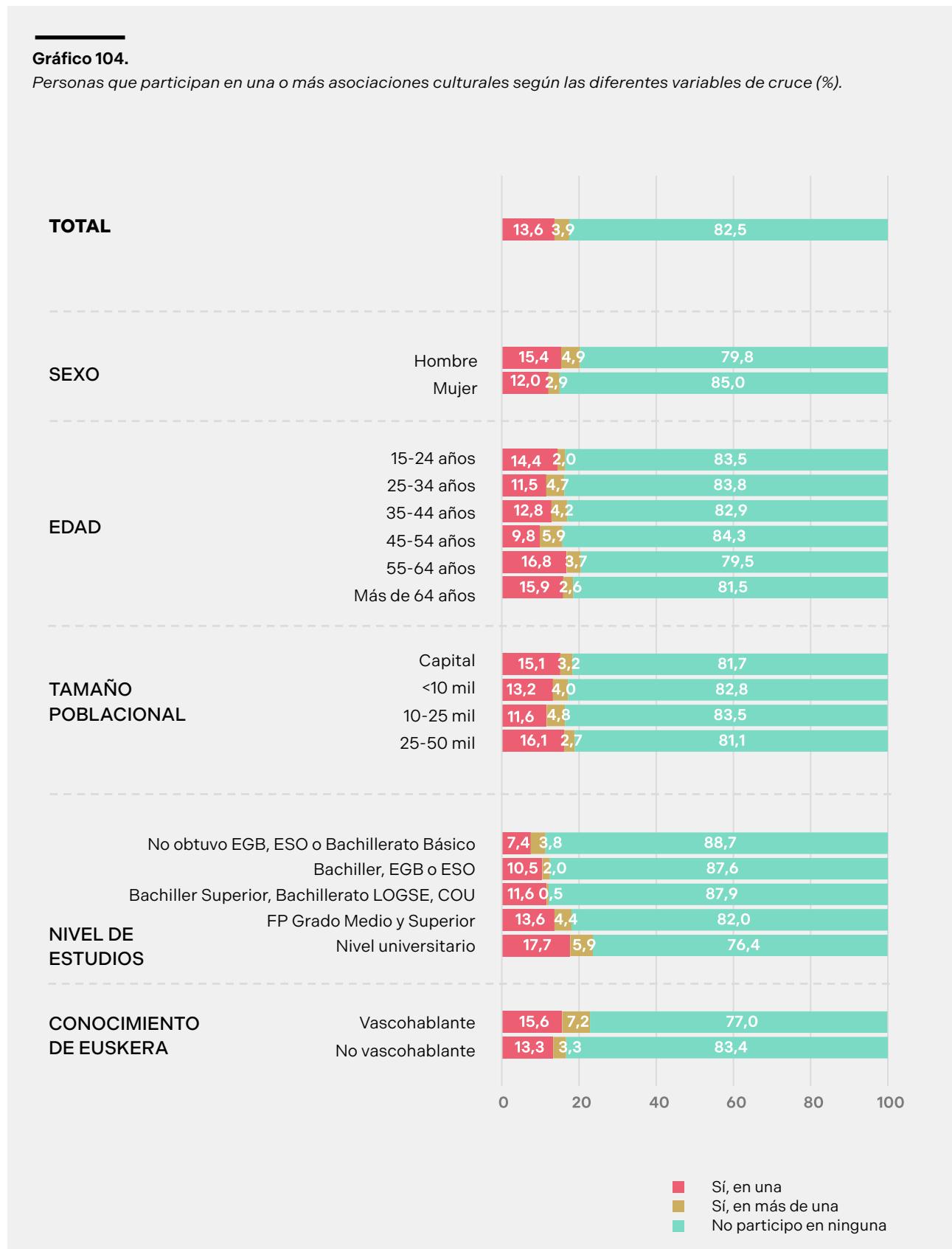
Frecuencia de realización de alguna actividad relacionada con el arte o la cultura fuera del centro o de la institución educativa, según las diferentes variables de cruce (%).



Participación en asociaciones culturales

Gráfico 104.

Personas que participan en una o más asociaciones culturales según las diferentes variables de cruce (%).





04. Prácticas digitales

Uso de Internet

Gráfico 105.

Personas usuarias de Internet y servicios online según las diferentes variables de cruce (%).

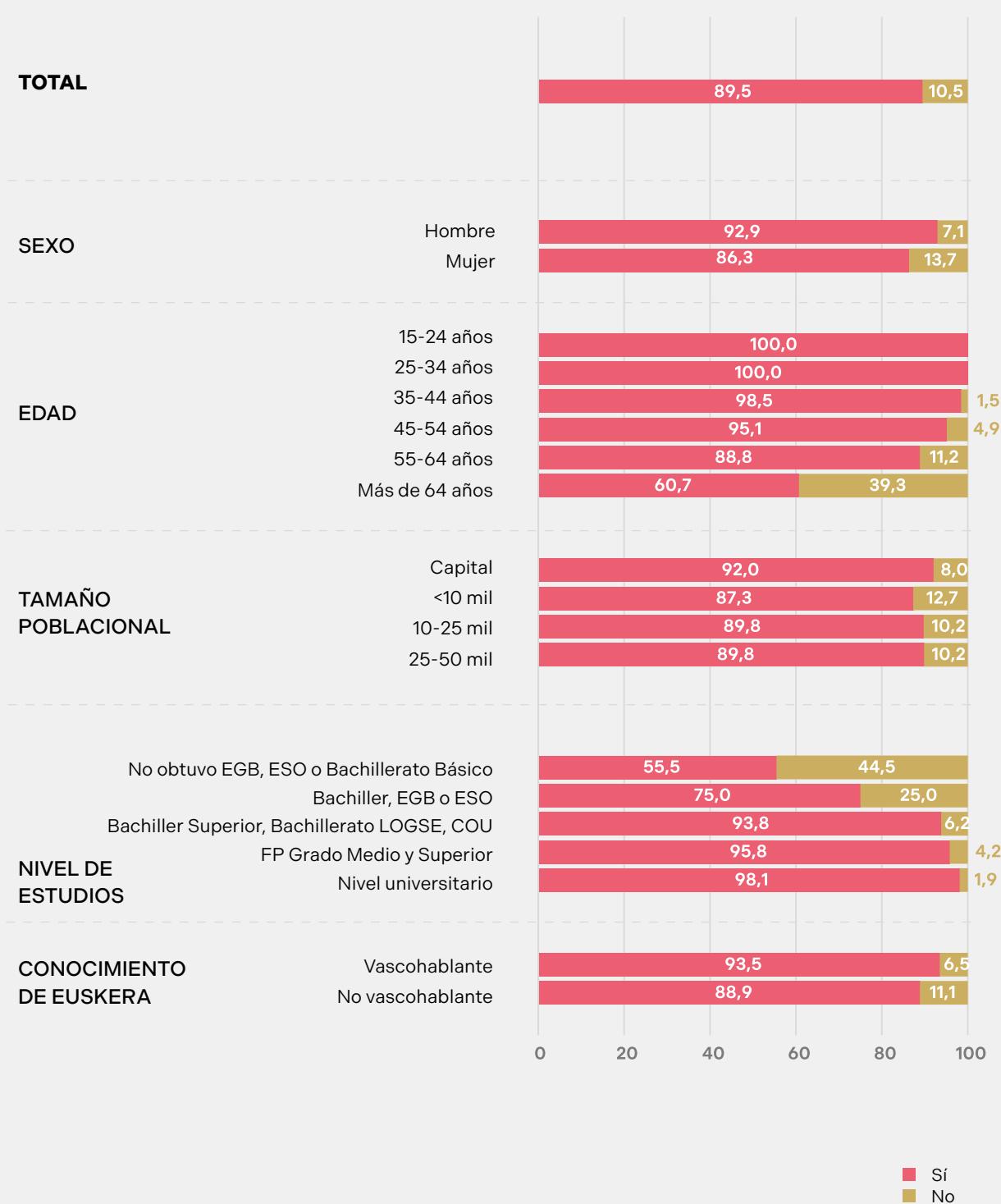
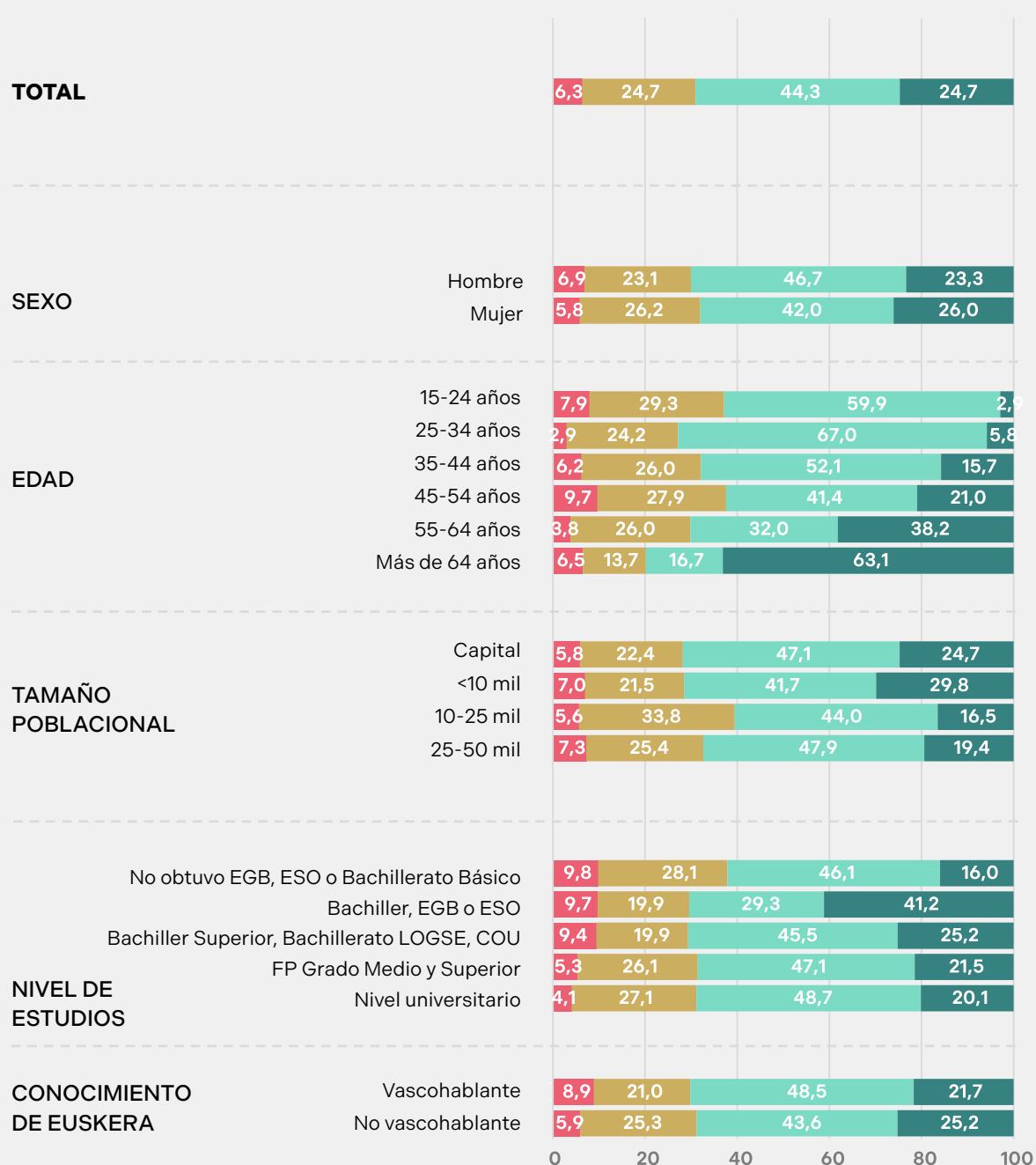




Gráfico 106.

Personas suscritas a alguna plataforma digital con acceso a contenido cultural según las diferentes variables de cruce (%).



■ Solo cuentas gratuitas ■ Cuentas gratuitas y de pago
■ Solo cuentas de pago ■ No tengo ninguna suscripción, no tengo acceso

Redes sociales en la participación cultural

Gráfico 107.

Incidencia de las redes sociales en las prácticas culturales según las diferentes variables de cruce (%).

TOTAL

SEXO

Hombre

Mujer

EDAD

15-24 años

25-34 años

35-44 años

45-54 años

55-64 años

Más de 64 años

TAMAÑO

POBLACIONAL

Capital

<10 mil

10-25 mil

25-50 mil

No obtuvo EGB, ESO o Bachillerato Básico

Bachiller, EGB o ESO

Bachiller Superior, Bachillerato LOGSE, COU

FP Grado Medio y Superior

NIVEL DE ESTUDIOS

Estudios universitarios

CONOCIMIENTO DE EUSKERA

Vascohablante

No vascohablante

■ Para opinar sobre arte y cultura

■ Para conocer o contactar con otras personas aficionadas, artistas o profesionales culturales



■ Para compartir material artístico de otros agentes
■ Para compartir material artístico propio

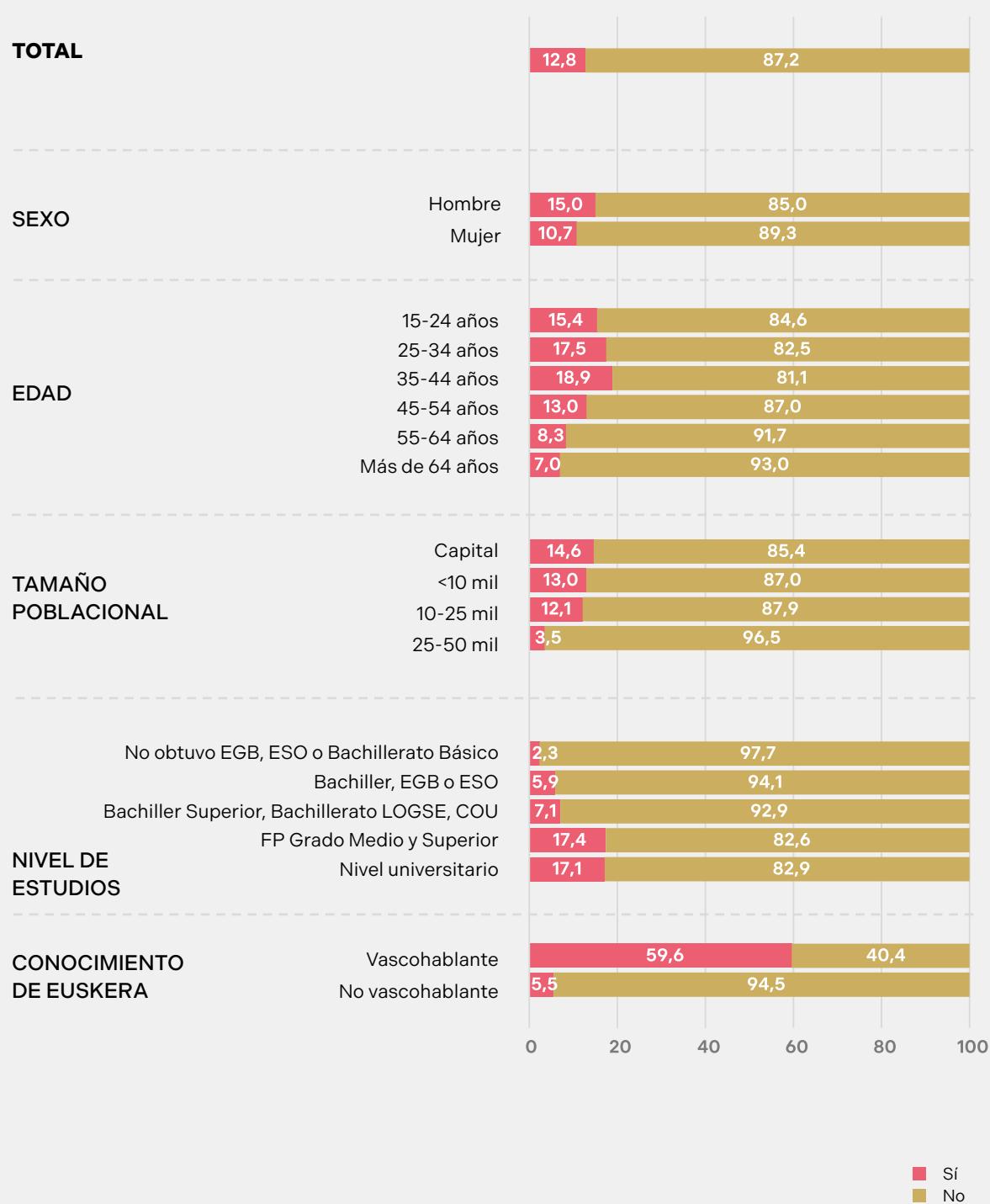


05. Participación cultural en euskera

Participación general en euskera

Gráfico 108.

Participación general en euskera según las diferentes variables de cruce (%).





Hábitos culturales en euskera

Gráfico 109.

Personas que han acudido al menos una vez en los últimos 12 meses a ver alguna obra de teatro en euskera, según las diferentes variables de cruce (%).

TOTAL

17,8
10,7

SEXO

Hombre 20,6
Mujer 15,2

9,0

EDAD

15-24 años 18,8
25-34 años 18,2
35-44 años 29,4
45-54 años 14,6
55-64 años 11,6
Más de 64 años 12,1

18,4
11,2

23,2
13,3

10,9
6,9

3,8
2,3

**TAMAÑO
POBLACIONAL**

12,4
3,9

10,8
4,3

11,3
6,1

20,3
14,1

20,3
14,7

**NIVEL DE
ESTUDIOS**

**CONOCIMIENTO
DE EUSKERA**

Vascohablante
No vascohablante

0 20 40 60 80 100

■ Público de artes escénicas
■ Población total

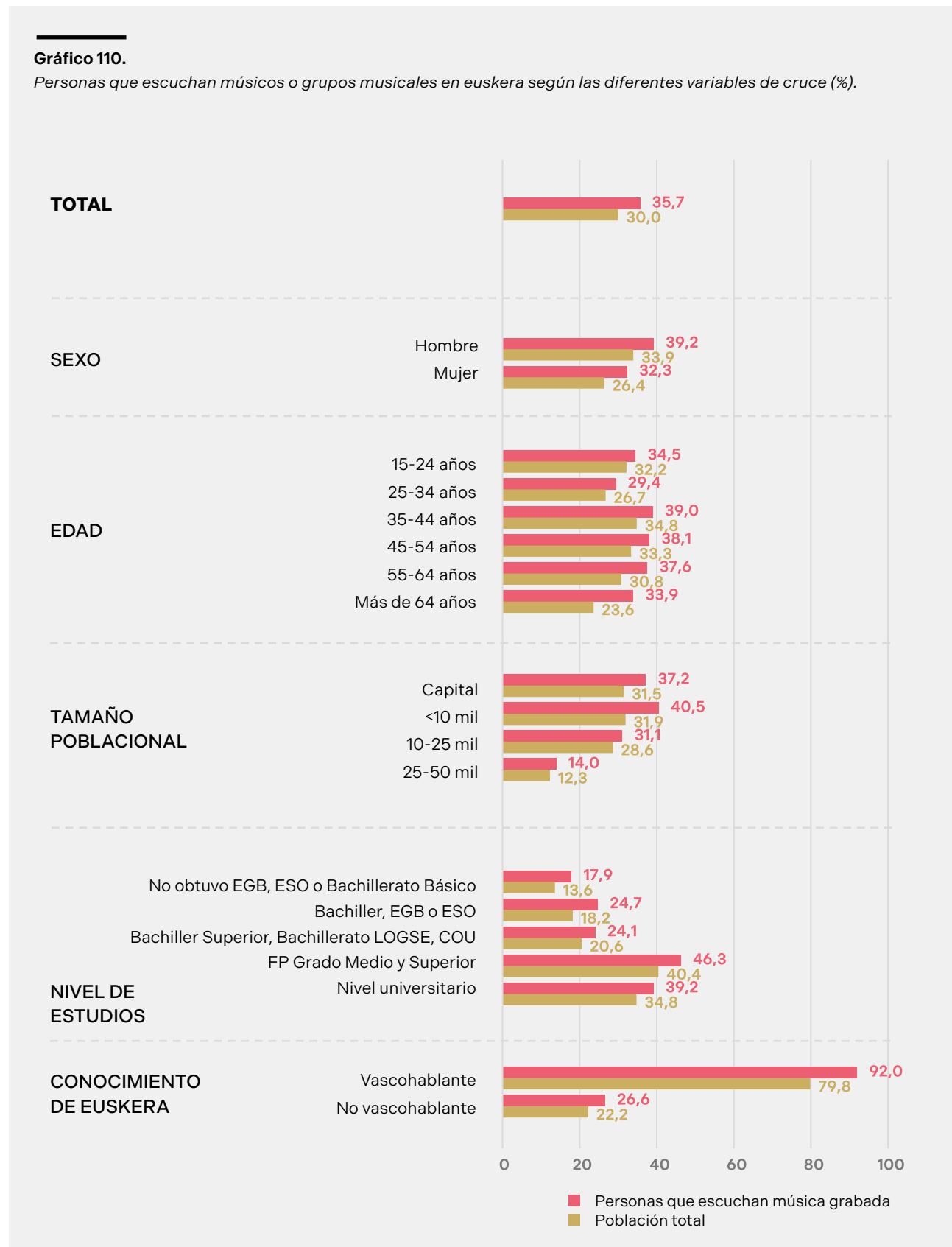
Gráfico 110.*Personas que escuchan músicos o grupos musicales en euskera según las diferentes variables de cruce (%).*



Gráfico 111.

Personas que han asistido a alguna actuación de bertsolaris en los últimos 12 meses según las diferentes variables de cruce (%).

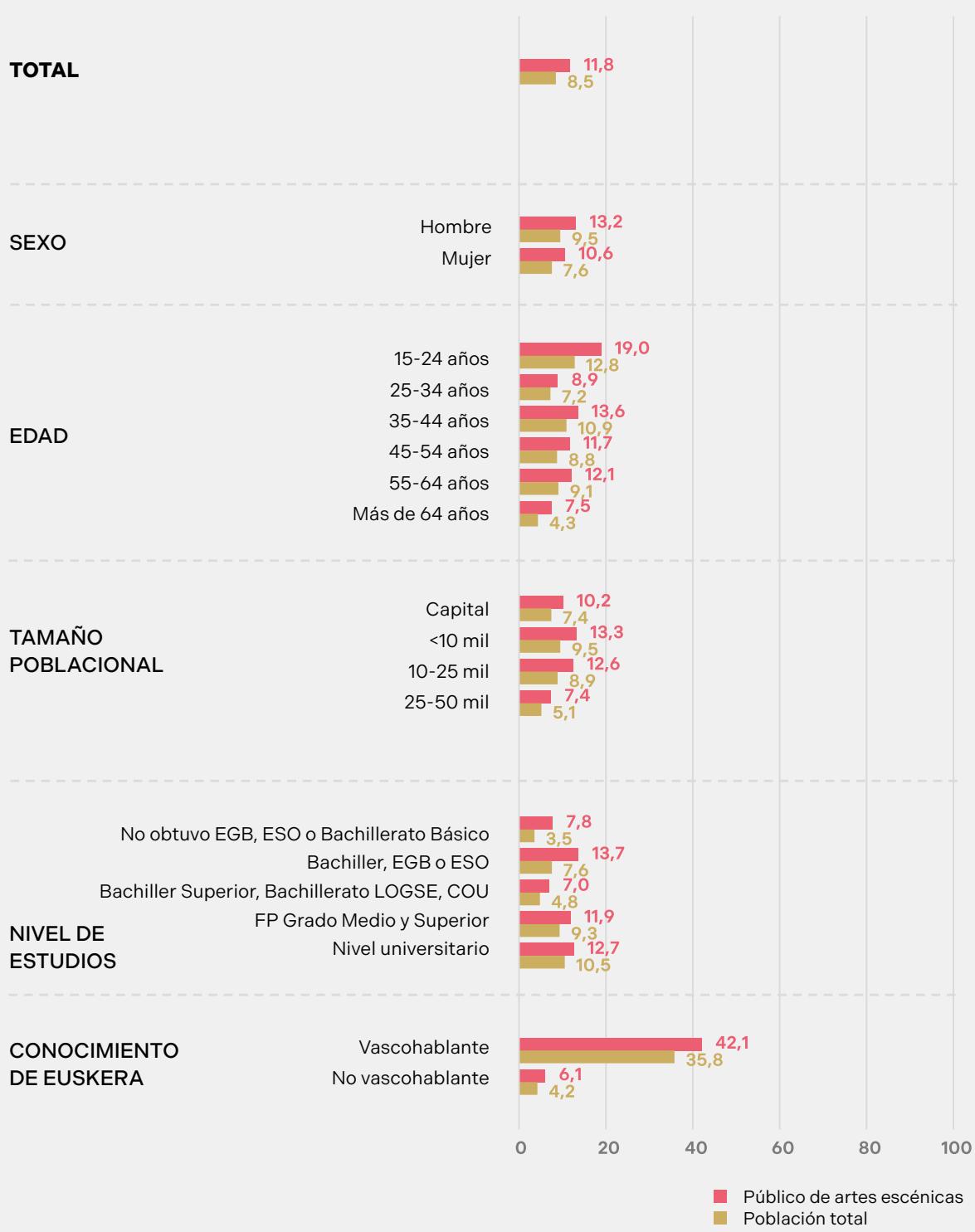
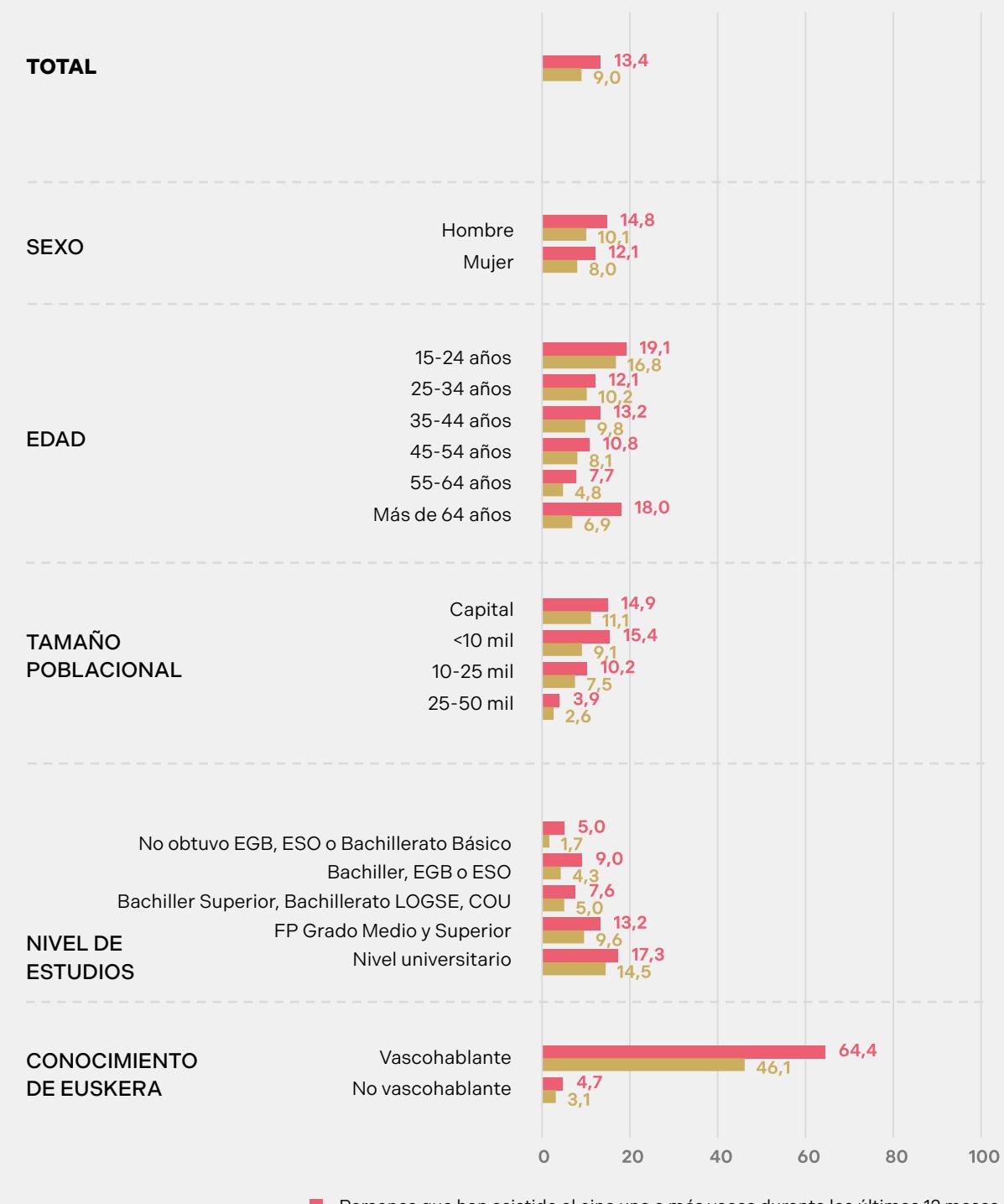


Gráfico 112.

Personas que prefieren el cine en euskera (siempre o muchas veces optan por esta versión cuando se proyecta en euskera la película que quieren ver) en función de las diferentes variables de cruce (%).



■ Personas que han asistido al cine una o más veces durante los últimos 12 meses
 ■ Población total



Gráfico 113.

Personas que escuchan radio en euskera según las diferentes variables de cruce (%).

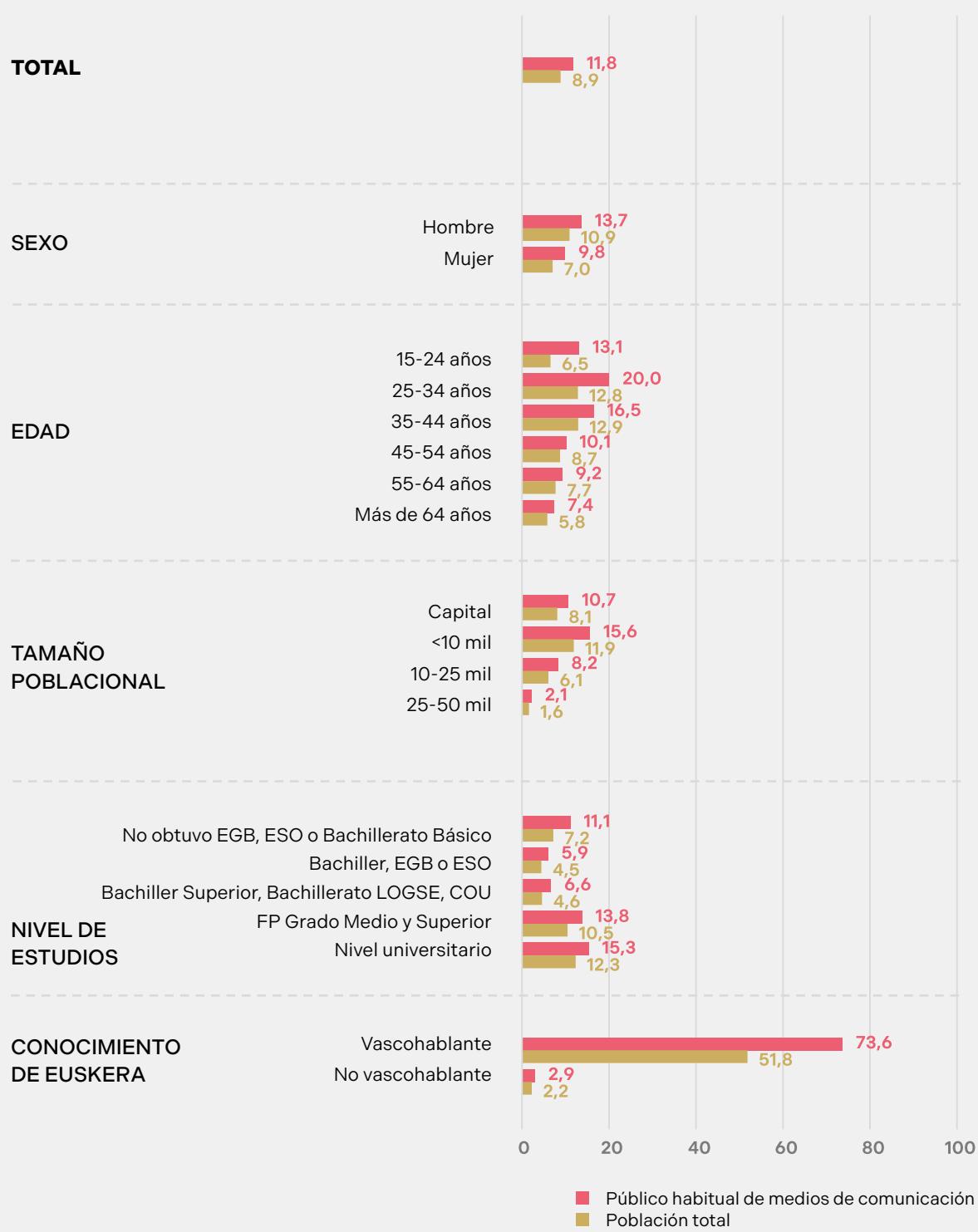


Gráfico 114.

Personas que consumen televisión en euskera según las diferentes variables de cruce (%).

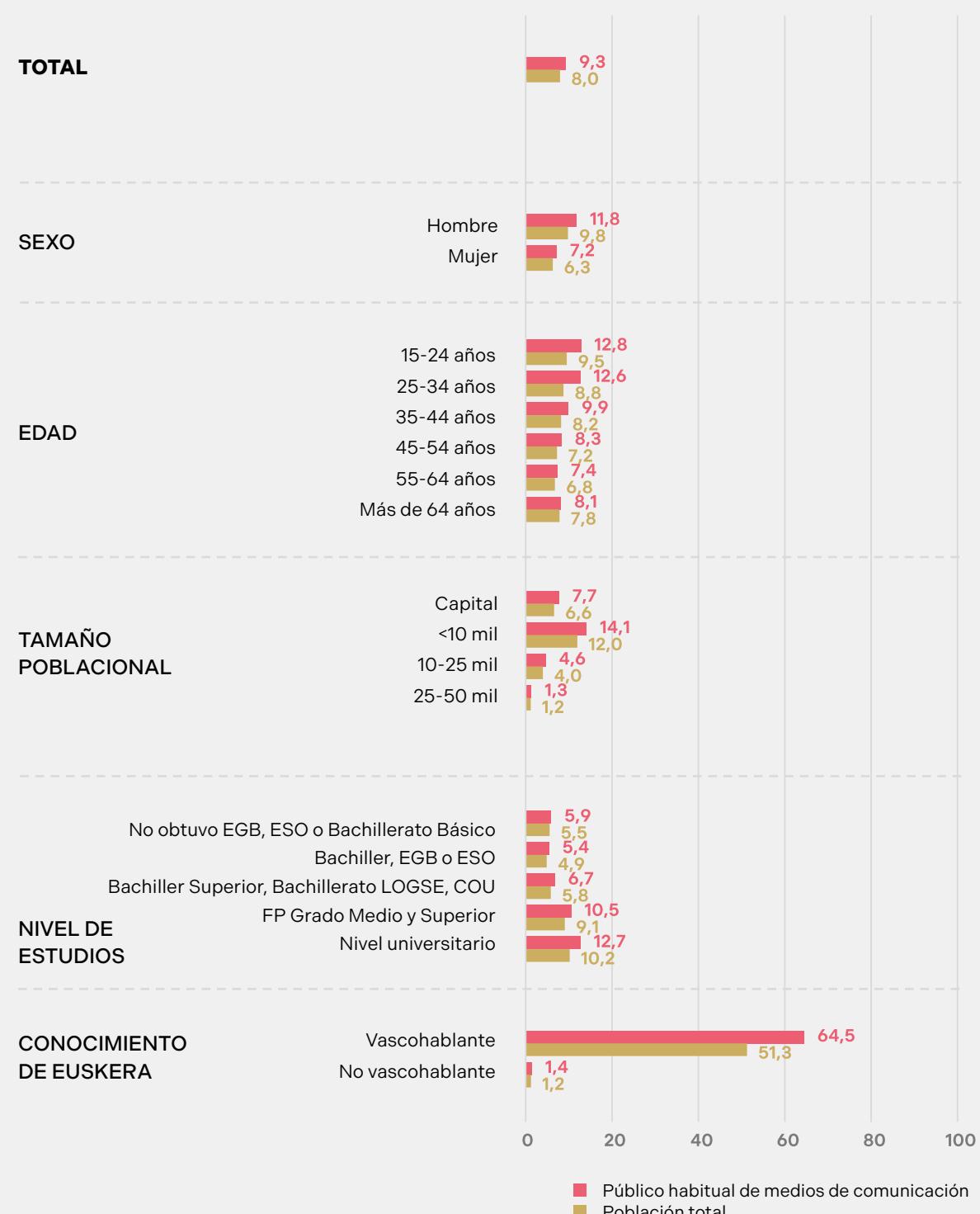




Gráfico 115.

Lectura en euskera en los últimos 3 meses según las diferentes variables de cruce (%).

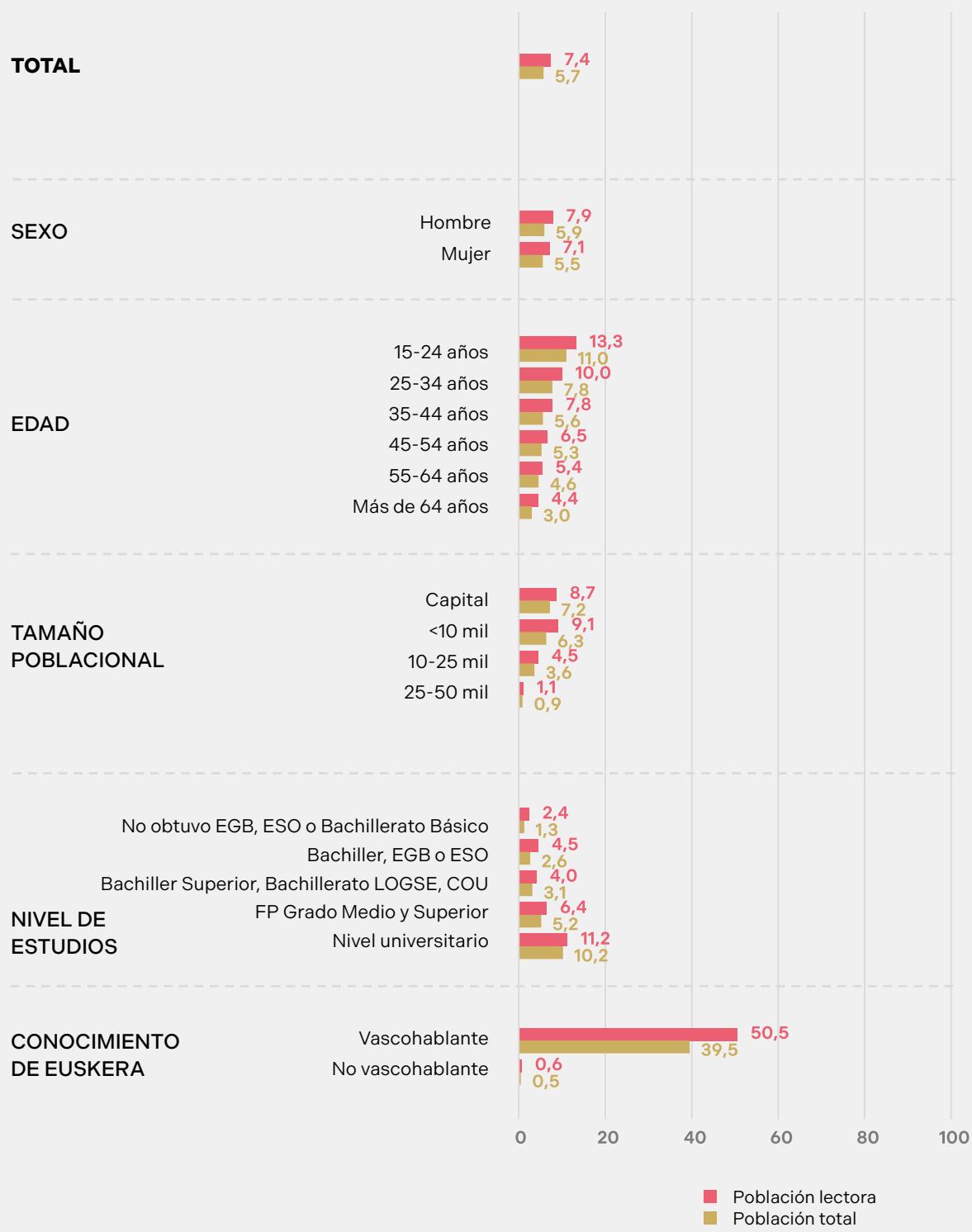


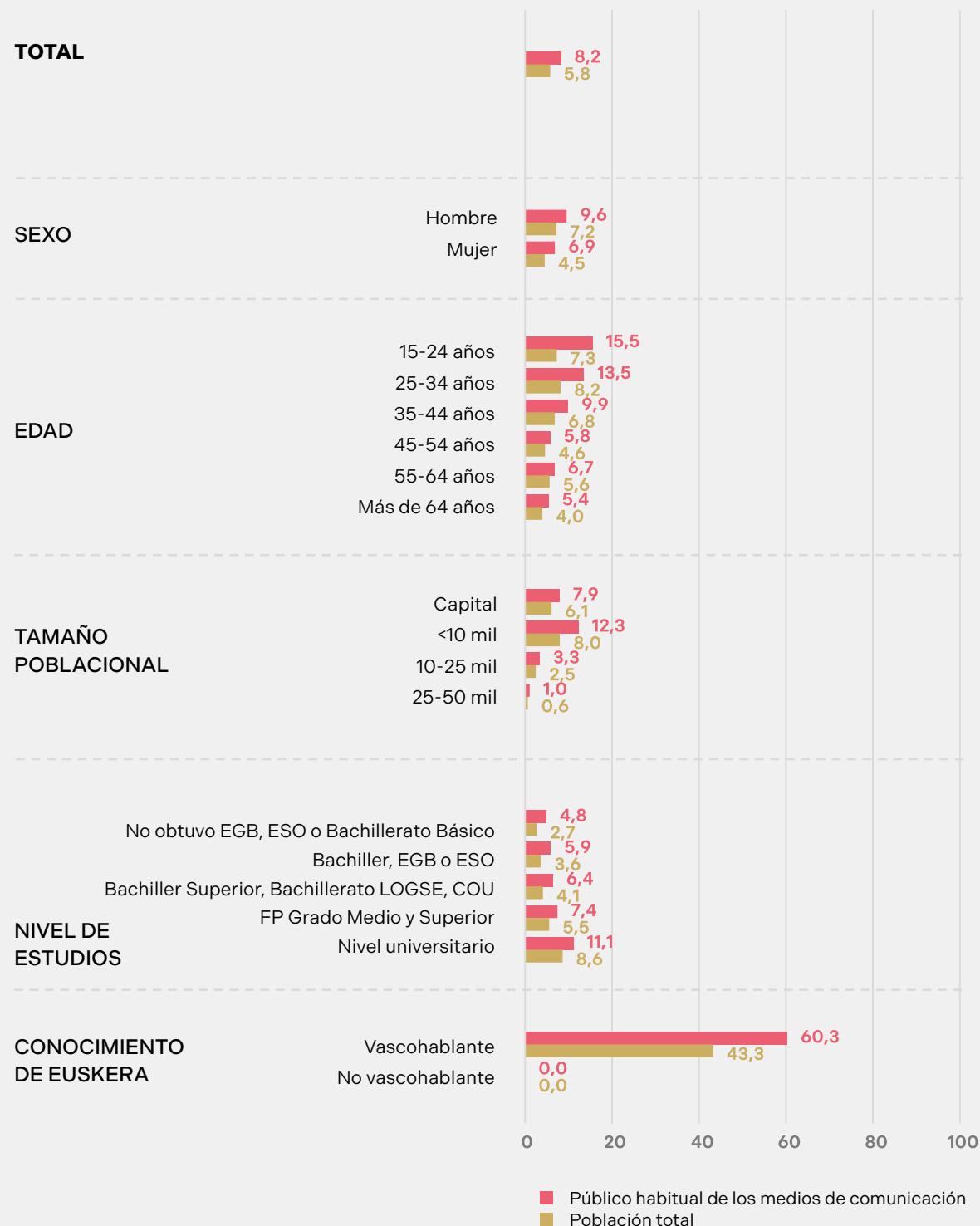
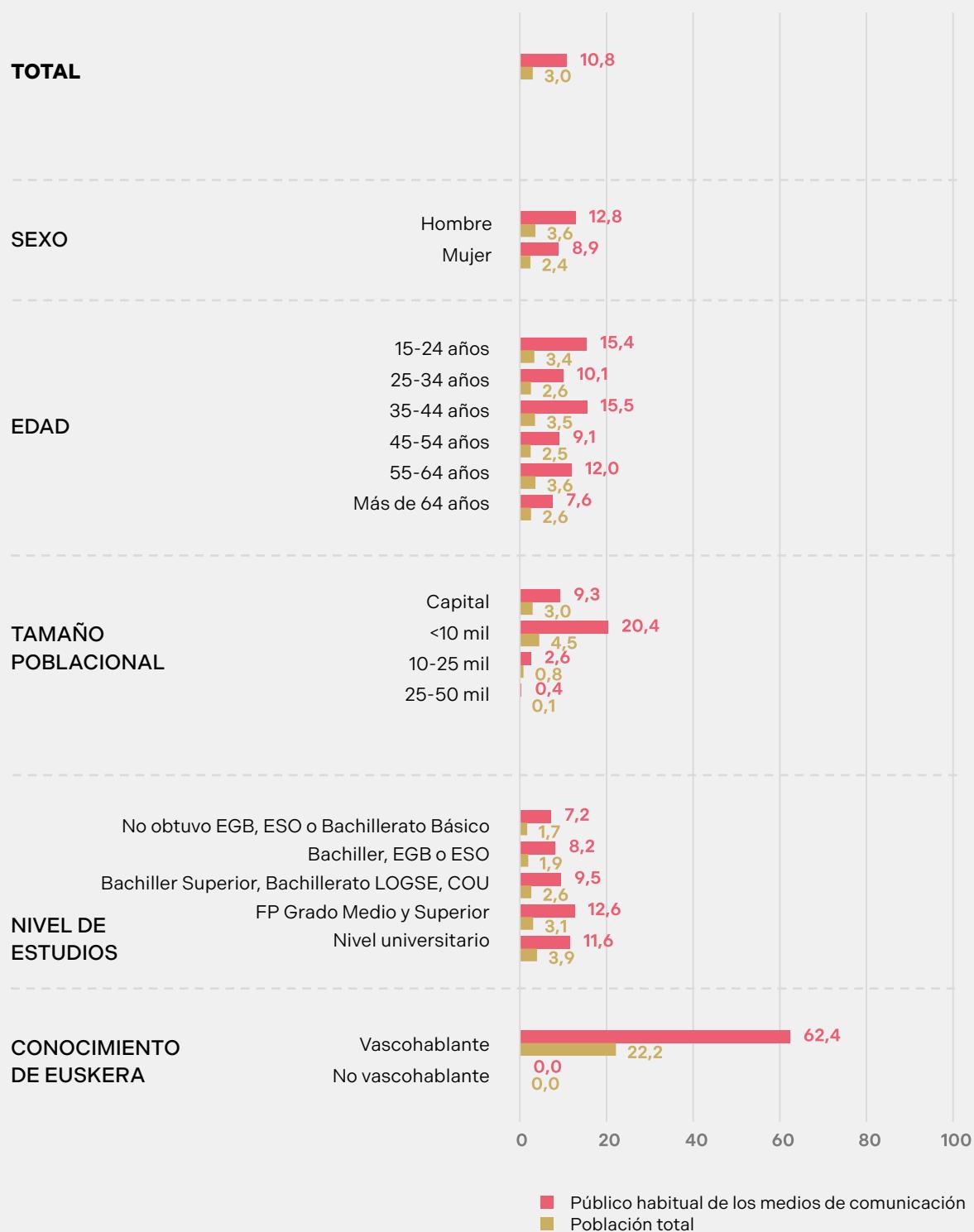
Gráfico 116.*Personas consumidoras de periódicos en euskera según las diferentes variables de cruce (%).*



Gráfico 117.

Personas consumidoras de revistas en euskera según las diferentes variables de cruce (%).



Prácticas digitales en euskera

Gráfico 118.

Uso en euskera de Internet y servicios online según las diferentes variables de cruce (%).

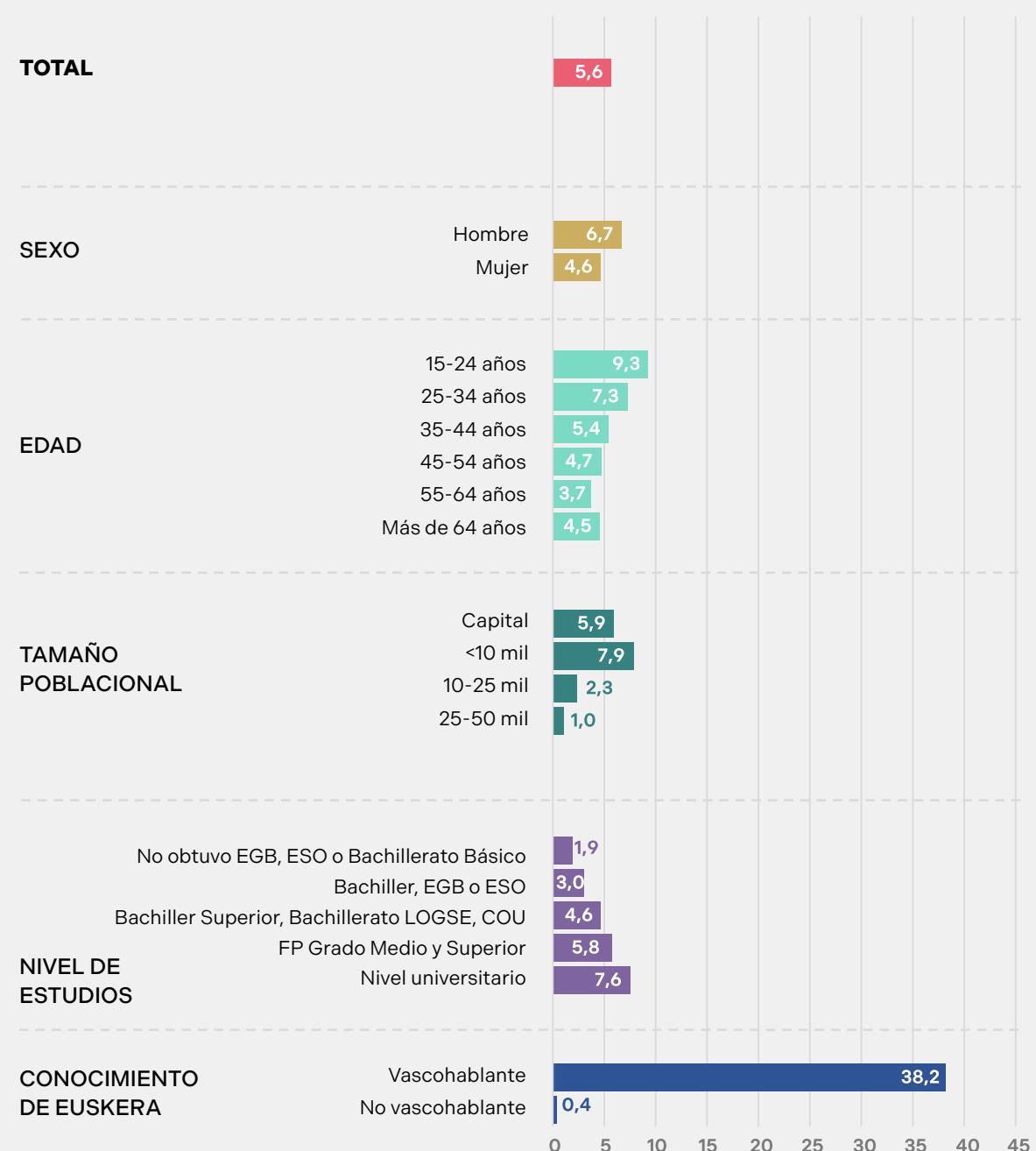
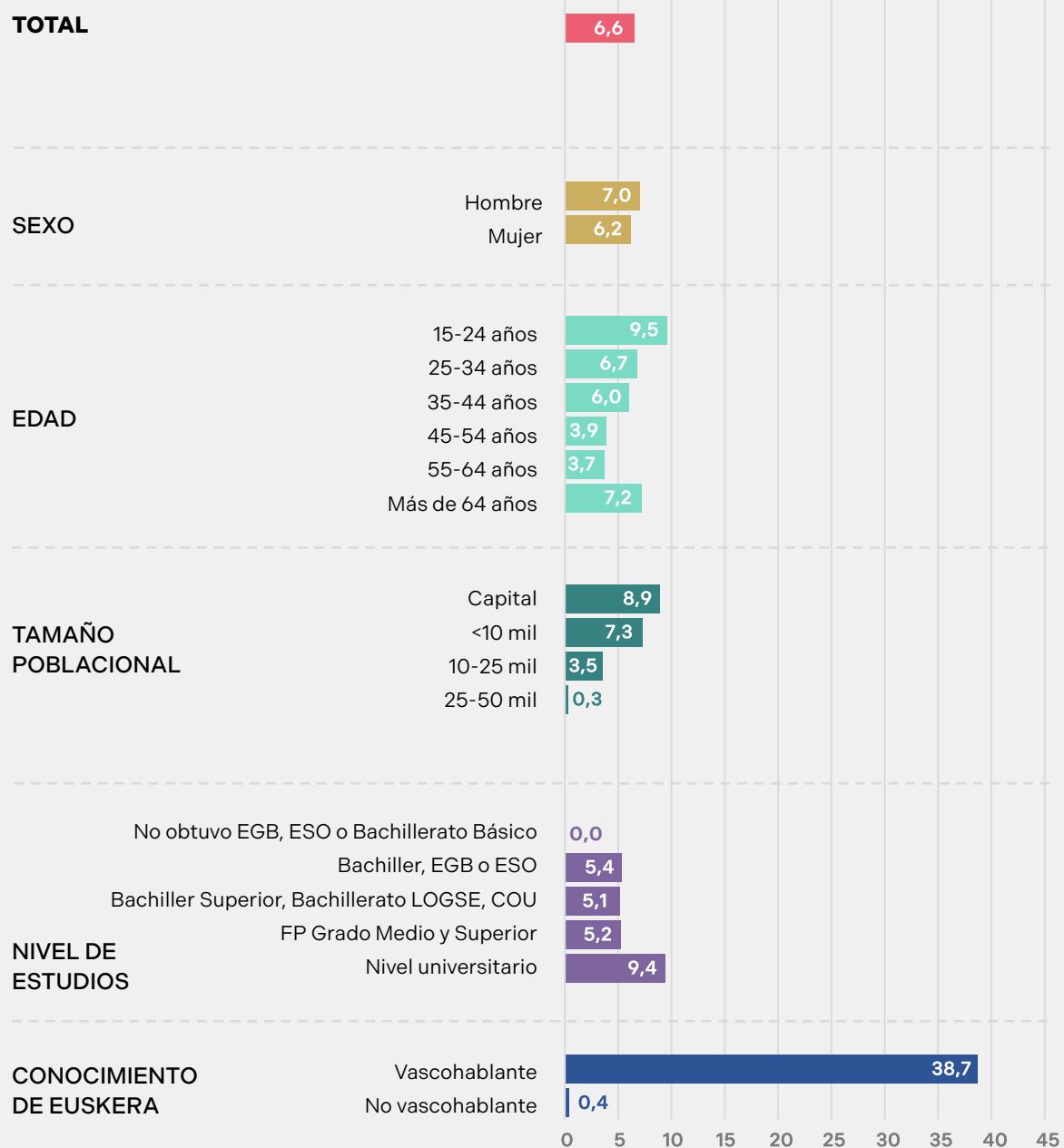




Gráfico 119.

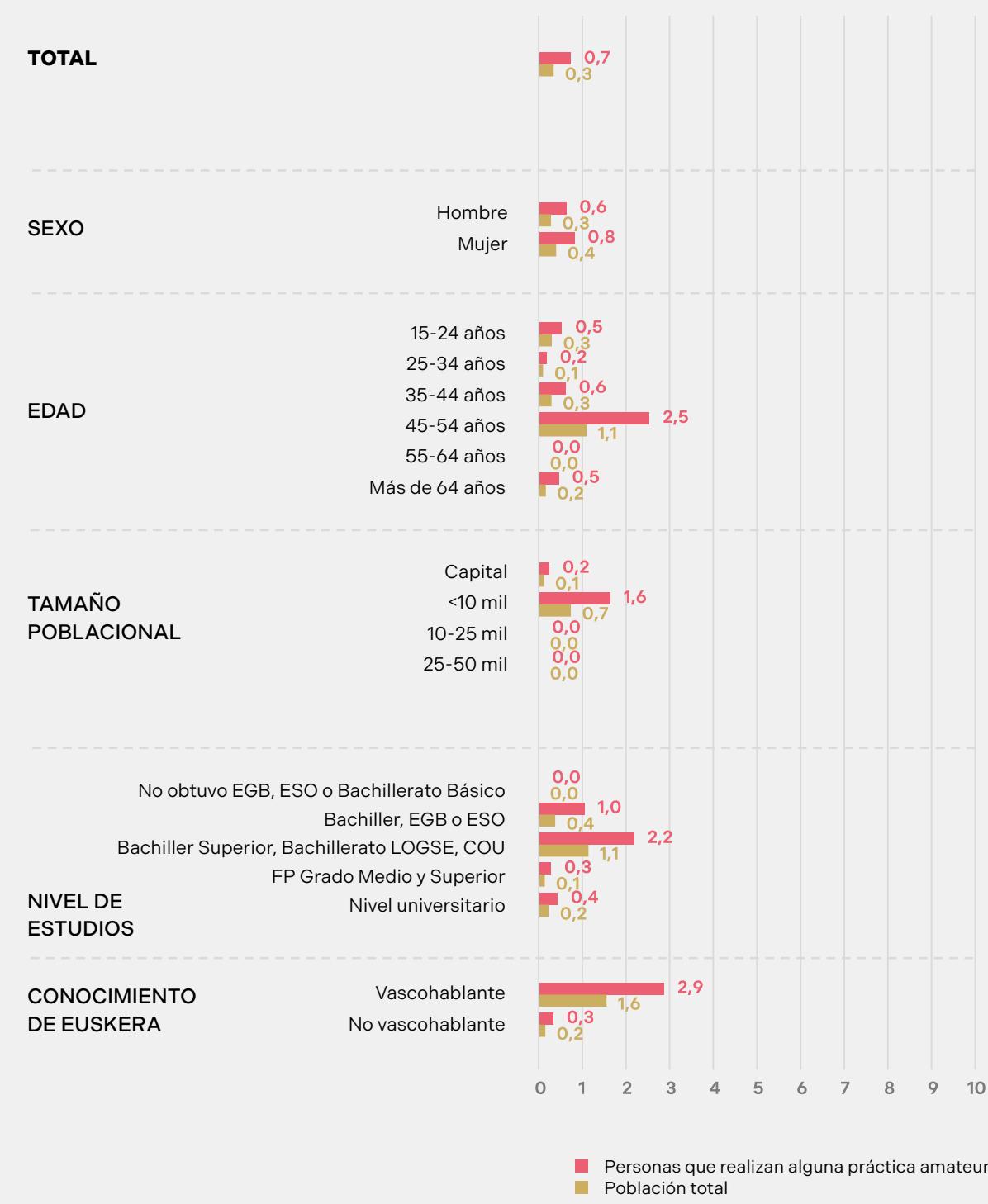
Uso en euskera de las redes sociales según las diferentes variables de cruce (%).



Prácticas creativas amateur: *bertsolarismo*

Gráfico 120.

Personas que practican *bertsolarismo* según las diferentes variables de cruce (%).





B.

Ficha técnica de la encuesta

Ámbito poblacional y administrativo	Comunidad Foral de Navarra
Ámbito temporal	Diciembre de 2023-marzo de 2024
Diseño muestral	Muestreo aleatorio estratificado con afijación no proporcional
Tamaño	1.350
Error muestral	±% 2,72 (En el informe metodológico 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	<ul style="list-style-type: none">• 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 tamaño del municipio, edad y conocimiento del euskera (vascohablantes o no)

