
ESTADÍSTICA DE HÁBITOS, PRÁCTICAS Y CONSUMO
EN CULTURA 2007-2008

METODOLOGÍA

1. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

El objetivo general de la *Encuesta de hábitos, prácticas y consumo en cultura* consiste en el estudio de la situación de las personas de 15 años en adelante residentes en la CAE, Navarra y País Vasco Norte, para obtener un retrato fiel de sus hábitos y prácticas vinculadas a la cultura en general, con especial atención a la cultura vasca, y disponer de información de su participación, demanda, actitudes y opiniones.

El estudio es un paso necesario para disponer de información actualizada sobre el ámbito cultural en el conjunto de Euskal Herria mediante el diseño de un método estándar de recogida de información que permita realizar comparaciones y tomar decisiones, e introducir así elementos objetivos en el análisis y la reflexión sobre la cultura.

2. UNIDAD A INVESTIGAR

La unidad a investigar está compuesta por las personas residentes en la CAE, Comunidad Foral de Navarra y País Vasco Norte de 15 años o más.

3. ÁMBITO DE INVESTIGACIÓN

Ámbito Geográfico

El ámbito de encuestación geográfico es la Comunidad Autónoma de Euskadi, la Comunidad Foral de Navarra y el País Vasco Norte, realizándose la recogida de datos de forma desagregada y estructurada según Territorios Históricos (en el caso de la CAE), capitales y dimensiones municipales.

Ámbito Poblacional

El colectivo poblacional objeto de la operación se circunscribe a las personas de 15 años o más y sean residentes en viviendas familiares en dichos ámbitos geográficos.

Ámbito Temporal

La recogida de información se inició el mes de diciembre de 2007, prolongándose hasta marzo de 2008. El periodo de referencia de los datos es 2007-2008 puesto que la *Encuesta de hábitos, prácticas y consumo en cultura* estudia las prácticas culturales de la población, durante el mes, el trimestre o el año anterior a la fecha de comienzo del trabajo de campo, periodos éstos utilizados con más frecuencia.

4. CONTENIDOS DEL CUESTIONARIO

El cuestionario incluye los siguientes contenidos:

- Perfil de la persona encuestada
- Equipamiento cultural de los hogares
- Grado de interés general por diferentes actividades culturales
- Hábitos de lectura y compra de libros, diarios y revistas
- Asistencia a bibliotecas/mediatecas
- Visita a museos y centros de arte/exposiciones
- Escucha y compra de música, asistencia a conciertos
- Audiovisuales (visionado de TV y escucha de radio)
- Asistencia al cine, visionado de vídeos o DVDs
- Artes escénicas (asistencia a espectáculos escénicos como teatro, lírica, danza, espectáculos de bertsolaris, otros)
- Prácticas culturales amateurs
- Uso de Internet en el ámbito cultural

5. PRINCIPALES CONCEPTOS

El grado de detalle del cuestionario es notable. En todo caso, desde el punto de vista conceptual, se pueden distinguir tres conceptos fundamentales, que se utilizan de forma transversal en cada uno de los subámbitos de análisis del cuestionario como son:

- **GRADO DE INTERÉS:** Recoge la inclinación del encuestado hacia determinadas actividades culturales. Con el fin de recoger la información de

una manera lo más precisa posible, se ha planteado la aplicación en el cuestionario de una escala de 0 a 10.

- **HÁBITO:** Refleja el comportamiento general de las personas investigadas ante diversas actividades culturales.
- **PRÁCTICA/ASISTENCIA:** Hace referencia a la frecuencia e intensidad del consumo -cuántas veces o cuánto tiempo han dedicado a la misma.-, en el marco de un determinado período de tiempo (último mes, último trimestre, último año, etc.).

6. PRINCIPALES VARIABLES

Lectura y Bibliotecas

Respecto a la **lectura de libros**, se distingue entre la lectura que se realiza por motivos profesionales o de estudios de la vinculada al ocio.

- Lectores habituales de libros: Personas que han leído libros vinculados al ocio en el último mes.
- Compradores de libros: Personas que han leído algún libro en los últimos tres meses y han comprado algún libro en ese período.
- Lectores habituales de diarios: Personas que leen diarios 3 ó 4 días por semana o todos o casi todos los días.
- Lectores habituales de revistas: Personas que leen revistas al menos una vez a la semana.
- Asistentes habituales a bibliotecas: Personas que han asistido a la biblioteca en el último mes.

Museos y centros de arte

- Asistentes habituales: Personas que han asistido a museos/galerías de arte/exposiciones en el último trimestre.

Música

- Personas que escuchan habitualmente música: Personas que escuchan música todos o casi todos los días, o todas las semanas.
- Personas que compran habitualmente música: Personas que han comprado música en el último trimestre.
- Asistentes habituales a conciertos de música: Personas que han asistido a un concierto de música en el último trimestre.

Audiovisuales

- Personas que ven habitualmente la televisión: personas que han declarado ver habitualmente la televisión.
- Personas que escuchan habitualmente la radio: personas que han declarado escuchar habitualmente la radio.

Cine

- Asistentes habituales al cine: Personas que han asistido al cine en el último trimestre.
- Personas que consumen cine en otros formatos: Personas que consumen cine en otros formatos todos o casi todos los días, varias veces por semana, los fines de semana, varias veces al mes, o con menor frecuencia.

Artes escénicas y Bertsolarismo

- Asistentes habituales a espectáculos de teatro, lírica o danza: Personas que han asistido al teatro/lírica/danza en el último trimestre
- Asistentes habituales a espectáculos de bertsolaris: Personas bilingües que han asistido a espectáculos de bertsolaris en el último trimestre

7. CARACTERÍSTICAS DE CLASIFICACIÓN

La encuesta de Hábitos, prácticas y consumo en cultura recogerá información de toda Euskal Herria. La exhaustividad, que se ha tenido en cuenta en la distribución de las muestras, hace referencia a la desagregación territorial por territorios o provincias; por tamaño poblacional, diferenciando las capitales; por género; por edad; y por competencia lingüística. Estas variables explicativas hacen posible el análisis detallado de la información ajustado a las características y necesidades de cada colectivo.

Además la información está estructurada por áreas temáticas o sectores: lectura y libro, audiovisual, artes escénicas, música...

8. DISEÑO MUESTRAL

En el diseño de la estadística de Hábitos, prácticas y consumo en cultura se han seguido las directrices marcadas por Eurostat, en concreto por su Task force 3 dedicado a la participación en actividades culturales, por lo que la comparabilidad está garantizada. Otras encuestas similares analizadas por el Observatorio, como las promovidas por el Ministerio de Cultura o el Idescat, siguen también estas recomendaciones, lo que amplía la posibilidad de comparación con estas operativas.

De forma complementaria, se contrastó el diseño con expertos culturales y se realizó un pre-test para garantizar la viabilidad y comparabilidad de la operación.

a. Tipo de muestreo

Para la realización de la encuesta, el tipo de muestreo se realiza mediante un método de estratificado polietápico:

- En primer lugar se selecciona la vivienda según el territorio, la comarca y la dimensión municipal.
- En segundo lugar se selecciona al individuo dentro de este hogar en función de las variables de género, edad y de competencia lingüística (bilingüe o monolingüe). Se entiende por bilingüe a quien manifiesta hablar y entender euskera bien o muy bien.

b. Dimensión de la muestra

El tamaño muestral se sitúa, respectivamente en 3.950 encuestas en la CAE, 1.350 en la Comunidad Foral de Navarra y 1.300 en Iparralde.

c. Estratificación

Por tanto, en base a las citadas consideraciones muestrales, la muestra diseñada se vincula a las siguientes variables y estratos:

- A nivel de la variable Lugar de Residencia y con independencia de los Territorios, se ha tenido en cuenta el Tamaño de los Municipios, desglosados en 5 estratos: las Capitales, De 50.001 a 100.000 habitantes, De 25.001 a 50.000 hab. De 10.001 a 25.000 hab. y Menos de 10.000 hab.
- La variable Edad se ha categorizado como sigue: De 15 a 24, de 25 a 34, de 35 a 44, de 45 a 54, de 55 a 64 y más de 64 años.
- Competencia lingüística: bilingüe o monolingüe

d. Selección de la muestra

Las principales características que ofrece el Diseño Muestral a la hora de determinar la correcta selección del individuo a entrevistar se asocian a los siguientes aspectos:

- La población objetivo de la recogida informativa es la que cuenta con edades iguales o superiores a los 15 años.
- El ámbito geográfico de recogida de la información son los Territorios como primeros estratos poblacionales, seguidos del tamaño poblacional como segundo criterio.
- La recogida de información se realiza a través de entrevista individual mediante cuestionario estructurado y cerrado.
- La distribución de la muestra se efectúa de acuerdo a criterios de edad, sexo, competencia lingüística y lugar de residencia.
- La selección de la muestra se realizará de forma aleatoria, siendo elegidas las personas a entrevistar en cada hogar en base a cuotas de sexo, edad y competencia lingüística.

Por último, para la selección aleatoria de viviendas a entrevistar se ha tomado como base el software Infobel, así como los directorios telefónicos disponibles en el caso de Iparralde, siguiendo un protocolo de actuación determinado.

e. Estimadores

La definición de los estimadores para el cálculo del total de la característica en estudio X , se incluye a continuación:

$$\hat{X} = \sum_{j=1}^m \sum_{i=1}^{n_j} w_{ij} x_{ij}$$

Donde,

- m , es el número de estratos de la muestra
- n_i , número de unidades muestrales pertenecientes al estrato i
- w_{ij} , elevador fijado a la unidad muestral i dentro del estrato j , y que se define de la siguiente forma:

$$w_{ij} = \frac{N_j}{n_j} \text{ para } j = 1, \dots, n_i, \text{ donde,}$$

N_j , número de unidades poblacionales pertenecientes al estrato j

n_j , número de unidades muestrales pertenecientes al estrato j

f. Errores de muestreo

Se presenta un análisis de la estimación de la cota superior de los errores de muestreo para las variables de estratificación y cruce planteadas en función de la fórmula para un nivel de confianza del 95%, bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=50\%$) según la fórmula:

$$\% \text{ Error} = \pm \sqrt{\frac{1}{n} * \frac{N-n}{N-1}} * 100$$

9. RECOGIDA Y TRATAMIENTO DE LOS DATOS

a. Método

El método de recogida de la información se ha realizado mediante entrevista CATI, es decir, entrevista telefónica asistida por ordenador. El sistema CATI permite garantizar el control grafo del cuestionario en función de las respuestas recogidas y la corrección de errores detectados durante la entrevista y que sean fácilmente subsanables por el entrevistador. Del mismo modo, permite la grabación simultánea de la información recogida.

b. Cuestionario

Por lo tanto, se diseñaron los cuestionarios en el soporte CATI, para posteriormente establecer las cuotas o los valores teóricos en dicho soporte de forma que el sistema permitiera detectar el cumplimiento de las cuotas conforme se realizaban las entrevistas, de modo que cuando se cumplimentaban las mismas el sistema avisaba e impedía la grabación de entrevistas adicionales pertenecientes a las cuotas ya completas.

c. Organización del trabajo de campo

El trabajo se inició en diciembre de 2007, prolongándose hasta marzo de 2008. La información recogida vía telefónica se ha informatizado, grabado y validado, de forma integral y en paralelo al desarrollo de la entrevista.

Con el objeto de alcanzar en el plazo previsto el número de respuestas requerido, la operativa de trabajo contaba con el establecimiento de una serie de controles a introducir en la aplicación informática y de cumplimiento obligado por parte de todos y cada uno de los distintos encuestadores. La aplicación CATI cuenta con la posibilidad de que por cada llamada realizada se obtenga un informe de incidencias.

Una vez recogida la información se ha realizado una validación sistemática del conjunto de la base de datos, o **validación final**, con el fin de detectar y subsanar los posibles errores o demás incidencias, de forma adicional a los procesos de validación realizados on going así como los sistemas de control internos incluidos en el desarrollo del programa CATI.

En un segundo lugar, se han realizado las tareas necesarias para proceder a la **elevación y explotación de la muestra encuestada al universo objeto de análisis**. La estimación de los resultados tiene en cuenta, obviamente, la estratificación utilizada ponderando en función del peso final de la muestra respecto a la población a objeto de estudio (ámbito municipal, sexo, estrato de edad). Utilizando las variables definitorias de los estratos citados, se calculan los factores de elevación para cada uno de ellos, así como los códigos de columna que figuren en los cuestionarios.

De cara a la **elevación** de la muestra obtenida de Hábitos Culturales se han considerado como variables de ponderación las que se detallan a continuación con sus respectivas categorizaciones:

- Sexo: Con categorías de Hombre y Mujer
- Edad: Categorizada en seis intervalos que distingue a la población en grupos de 15-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 y más de 64 años.
- Territorio
- Tamaño poblacional del municipio de residencia: Capitales, de 50.001 a 100.000 hab., de 25.001 a 50.000 hab., de 10.000 a 25.000 hab. y menos de 10.000 hab.
- Competencia lingüística (bilingüe y monolingüe).
- Como variable correctora de la elevación también se considera la población bilingüe y monolingüe para cada uno de los municipios de más de 10.000 hab. y a nivel comarcal para los municipios de menor tamaño.

Por último, respecto a la **explotación**, se ha procedido a realizar una serie de cruces de las principales variables de análisis por cada una de las preguntas incluidas en el cuestionario:

- Sexo: con categorías de hombre y mujer
- Edad: Categorizada en seis intervalos que distingue a la población en grupos de 15-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 y más de 64 años.
- Competencia lingüística (bilingüe y monolingüe).
- Territorio
- Tamaño poblacional del municipio de residencia: Capitales, de 50.001 a 100.000 hab., de 25.001 a 50.000 hab., de 10.001 a 25.000 hab. y menos de 10.000 hab.

- Nivel de estudio terminados: Categorizado según los niveles: Si estudios/Sin finalizar estudios Primarios, Estudios Primarios, Bachiller Superior/Secundaria Profesional, Universitarios medios y Universitarios Superiores.
- Nivel de ingresos brutos de la unidad familiar: Se han considerado los siguientes niveles de ingresos, Menos de 9.000 €, de 9.000 a 27.000, de 27.001 a 54.000, Más de 54.000 y NS/NC.
- Situación laboral: De cara a esta variable se ha considerado dos tipos de categorizaciones:
 - o Directamente de la información recogida en el cuestionario: 1. Trabajando, 2. Parado, ha trabajado anteriormente, 3. Parado, busca primer empleo, 4. Jubilado o retirado del trabajo / pensionista, 5. incapacitado permanente, 6. Estudiante (que no trabaja), 7. Dedicación a las labores de su hogar y 8. Otros.
 - o Reagrupación de las categorías: 1. Trabajando, 2. Parado, 3. Jubilado / retirado / Pensionista / Incapacitado permanente, 4. Estudiante (que no trabaja) y 5. Dedicado a sus labores de su hogar.

10. DIFUSIÓN DE LOS RESULTADOS

El Observatorio cuenta con diversos canales y soportes para difundir los resultados de la operación. Los resultados más relevantes del estudio inician la *Colección de Estadísticas y Estudios culturales* del Observatorio con la publicación monográfica *Estadística de hábitos, prácticas y consumo en cultura 2007-2008*. La integran cuatro volúmenes dedicados a la Comunidad Autónoma Vasca, la Comunidad Foral de Navarra, el País Vasco Norte y Euskal Herria.

El anuario *Kultura 08*, incluirá también un análisis valorativo de los principales resultados de la investigación. Por su parte, el boletín electrónico *Kulturkaria* dará a conocer algunos de los principales datos del estudio mediante la difusión de breves flashes informativos. A ellas se suma la publicación en la web de las tablas estadísticas, con la posibilidad de consulta dinámica de los datos. Por último, se ha llevado a cabo la presentación ante a los medios de comunicación que se verá reforzada por las presentaciones específicas que se lleven a cabo a los sectores y agentes del ámbito cultural vasco.