



PANEL

# DE HÁBITOS CULTURALES

ANÁLISIS DE DATOS DE LA 8ª OLEADA



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



# INDICE

1. <b>Introducción</b>	3
2. <b>Objeto de estudio</b>	4
3. <b>Resultados</b>	5
3.1. Descripción de las trayectorias de cambio: grado de recuperación de hábitos tras la Covid-19	5
3.2. Bloque coyuntural: tendencias post-covid en los hábitos culturales	22
3.3. Percepción subjetiva del cambio	35
4. <b>Comentario final</b>	40
<b>ANEXOS</b>	42
• Anexo 1: Tablas adicionales	42
• Anexo 2: Codificación de variables	47

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

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

- Territorios históricos (Araba 15,7%, Gipuzkoa 37,3%, Bizkaia 46,6%; y una persona actualmente fuera de la CAV).
- Sexo (50% mujeres, 50% hombres).
- Edad (48,5% nacidos entre 1976 y 1987 y 51,5% entre 1988 y 2000).

En esta 8ª oleada la tasa de sustitución ha sido del 5,4% y se han reemplazado atendiendo a los criterios básicos. El trabajo de campo se realizó entre el 24 de enero de 2022 y el 1 de marzo de 2022. Así, los resultados atienden al segundo semestre del 2021.

El cuerpo del informe está dividido en tres secciones:

1. **Trayectorias de cambio.** Descripción de las trayectorias de cambio detectadas a partir de la construcción de índices de nivel de participación. Da lugar a trayectorias de aumento, mantenimiento o descenso según los modos de participación receptiva, creativa o digital.
2. **Tendencias post-covid en los hábitos culturales.** En esta oleada se ha introducido de nuevo un módulo específicamente diseñado para captar tendencias en los hábitos culturales, con una valoración relativa a los hábitos personales de las personas encuestadas y su opinión acerca del cambio a escala social. Hay un primer bloque relativo a hábitos digitales y las tendencias previstas por las personas, y otro segundo bloque que atiende al impacto a corto y largo plazo de la Covid-19 a la participación cultural en general (no solo digital).
3. **Percepción subjetiva del cambio.** Este apartado se dirige a las razones que ofrecen las personas encuestadas para explicar cómo ha variado su participación cultural, y se compara con las oleadas anteriores.

Como ya se observó en la anterior oleada, el Panel está ofreciendo en el contexto actual una mirada valiosa al impacto de la Covid-19 desde la perspectiva de la demanda y de los hábitos culturales. En este caso, permite empezar a vislumbrar como esta siendo la recuperación. El informe permite seguir indagando en la heterogeneidad del impacto de la Covid-19 en actividades culturales de distinta naturaleza y perfiles demográficos (diferenciando básicamente entre sexos y edades).

Hay que recordar que la muestra del Panel está conformada por personas que superan un mínimo preestablecido de participación cultural. Es decir, se observan personas que, como mínimo, se pueden considerar público cultural habitual.

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

El panel plantea una concepción multidimensional de la participación:

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

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

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

La principal aportación del panel es su capacidad explicativa sobre los **cambios en los niveles de participación cultural** de las personas a lo largo del tiempo, diferenciando entre sus formas receptoras, creativas y digitales. Entender qué factores se relacionan con los cambios en los niveles de participación y cómo es el principal objeto de estudio de este informe.

En esta edición, de nuevo, es necesario fijar en perspectiva un **factor contextual clave: la Covid-19** y sus restricciones que, a pesar de más leves y temporales, han existido en el período de estudio. Solo atendiendo a este fenómeno del entorno será posible interpretar los resultados adecuadamente.

### 3.1. Descripción de las trayectorias de cambio: grado de recuperación de hábitos tras la Covid-19

#### Propósito

- Describir las trayectorias de cambio entre oleadas, atendiendo al impacto diferencial de la Covid-19 en los distintos modos de participación y las actividades que agrupan.
- Observar diferencias entre sexos y grupos de edad (menores de 30 años y mayores de 30 años).

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

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

#### ¿Qué se mide?

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

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

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

#### ¿Cómo se mide?

La variable bajo estudio se construye en 3 pasos:

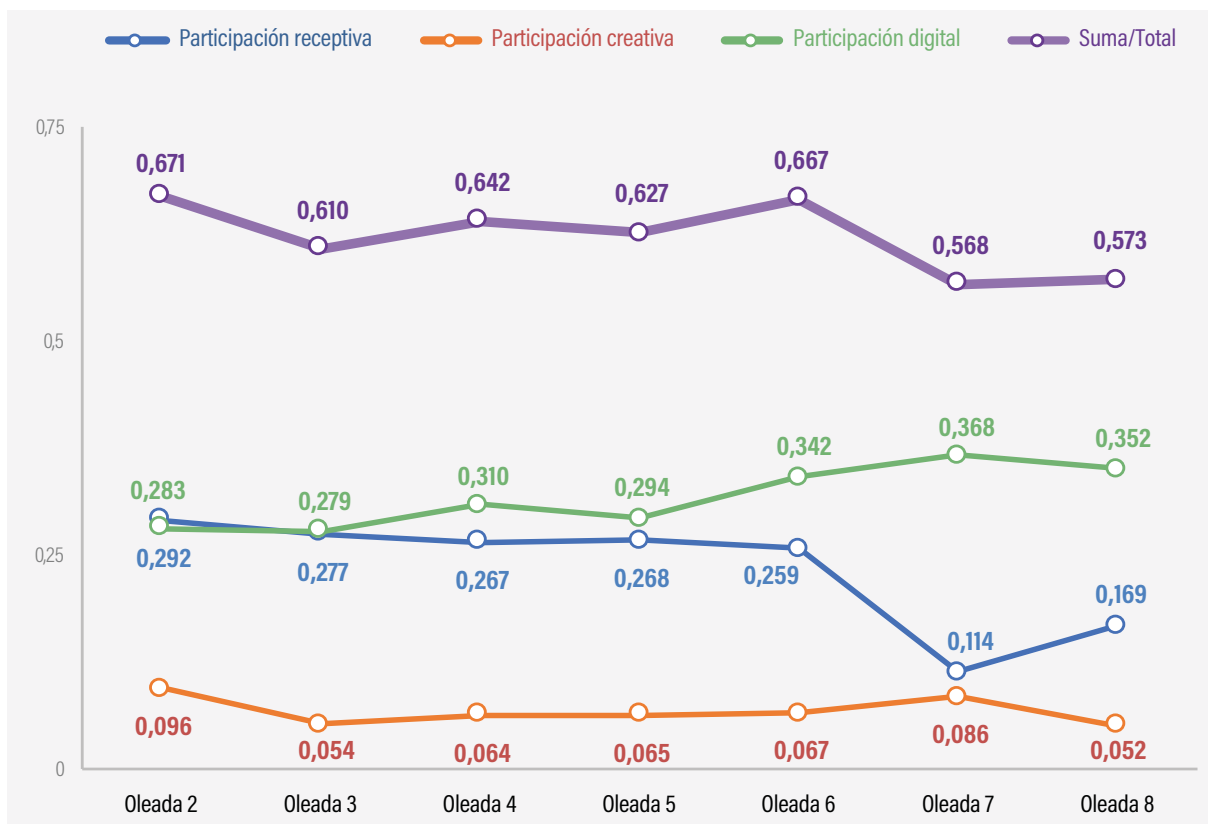
1. Primero, para cada modo de participación se compone una escala que varía de 0 a 1. El 0 es un nivel de participación nulo, y el 1 un nivel de participación máximo. Los individuos varían entre 0 y 1 según el nivel de participación en las distintas actividades que conforman las escalas (Detalle en el Anexo 2).

- Segundo, para la comparativa entre oleadas, a la puntuación de cada individuo en las distintas escalas (receptiva, creativa, digital) para la oleada de referencia se le resta la puntuación de la misma en la anterior oleada.
- Tercero: en términos estadísticos, en este punto se tiene una variable cuantitativa de tipo continuo. Esta variable se recodifica en 5 categorías, dando lugar a una variable cualitativa categórica: aumento pronunciado, aumento moderado, mantenimiento, descenso moderado y descenso pronunciado. El criterio utilizado para definir cada categoría se explica a pie de página<sup>1</sup>.

## Resultados y discusión

Como se observa en el Gráfico 1 (línea lila), la Covid-19 supuso un quiebro en la evolución normal de la participación cultural a nivel general, un descenso que se mantiene en global, aunque hay diferencias según modo de participación.

Gráfico 1. Evolución de los niveles de participación entre las oleadas 2 y 8



En este sentido, el peor impacto fue para las actividades de participación receptiva, que se redujeron a más de la mitad. Por el contrario, hubo una ligera compensación por parte de las actividades digitales y las prácticas artísticas amateur.

En la evolución más reciente se observa que las actividades de participación receptiva se recuperan, pero solo ligeramente, lejos aún de los niveles previos a la pandemia. En cambio, disminuyen las actividades digitales (si bien se mantienen ligeramente por encima del último dato prepandemia) y las prácticas artísticas amateur (que incluso se sitúan por debajo de los niveles anteriores a la pandemia).

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

Es así como, en conjunto, el nivel de participación cultural global no muestra aún una mejora, dado el juego de sumas y diferencias y las compensaciones entre modos.

Hay que tener en cuenta que la encuesta no se realizó en el período de confinamiento duro, sino que atiende el período inmediatamente posterior. Así, atendiendo a la evolución observada, cabe interpretar que en el período más duro de confinamiento la situación fue la misma que la observada posteriormente (oleada 7) pero con tendencias más extremas: la afectación negativa habría sido aún mayor para la participación receptiva, y ligeramente más positiva para la actividad digital y creativa.

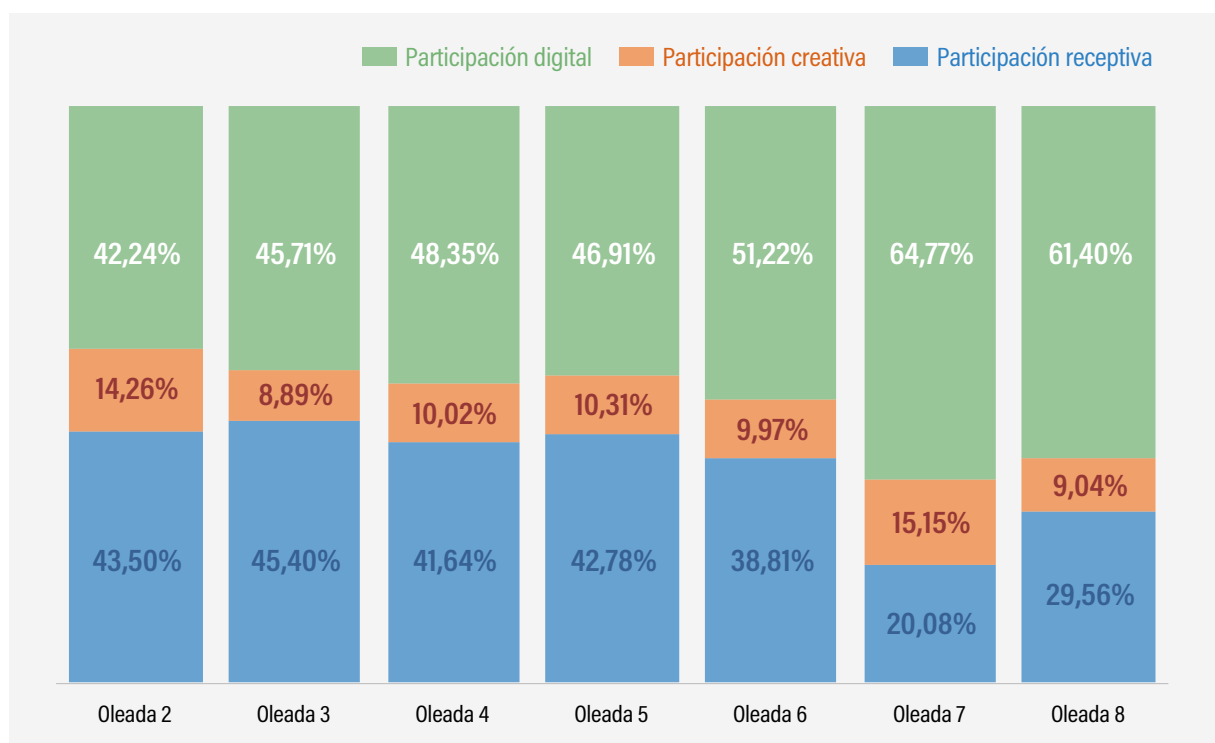
Así, con la consideración de la existencia de distintos modos de participación cultural, cada uno con oportunidades y limitaciones propias, parece obvio que ha habido estrategias para mantener la actividad cultural adaptándose al contexto de pandemia.

A pesar de ello, los datos muestran que en ningún caso los distintos modos son capaces de funcionar como sustitutos equivalentes: por la situación pandémica se redujo la participación receptiva enormemente (dado que está compuesta en gran parte por actividades colectivas y presenciales) pero solo se compensó ligeramente con la actividad digital (muy individual y desarrollada en la esfera doméstica) y creativa (esta última también ofrece en algunos casos vías de práctica individual y en entornos domésticos).

Hay que considerar, en relación con la oleada 8, que la situación pandémica ha seguido marcando la agenda cultural (limitación de aforos, de movilidad, de horarios...), y que no ha habido una recuperación plena de la normalidad. De todas formas, se anticipa una tendencia de vuelta a los cauces habituales prepandemia, en que la participación digital ya venía en aumento y ganando centralidad.

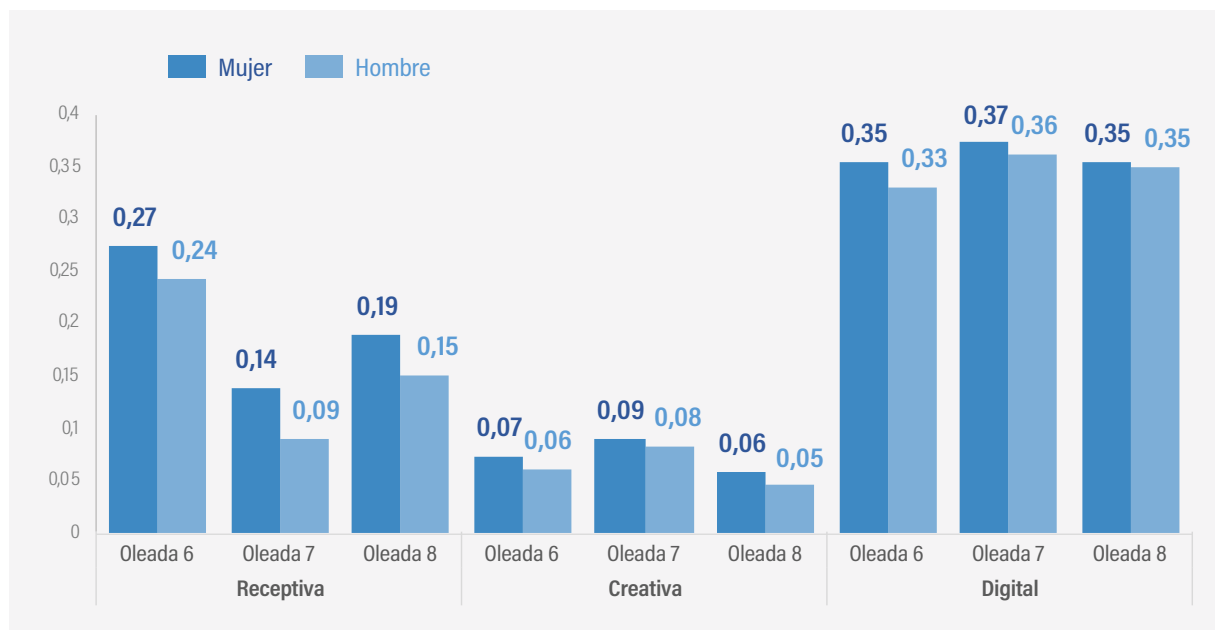
Desagregar el total en el peso de los distintos modos de participación contribuye a observar mejor aún los impactos (Gráfico 2).

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



Observando diferencias por sexos (Gráfico 3) la evolución muestra que, en primer lugar, los hombres disminuyeron mucho más que las mujeres su realización de actividades receptoras y que se mantienen diferencias más grandes entre hombres y mujeres en la oleada 8 en comparación a la 6 (última oleada anterior a la pandemia). En términos de actividad creativa el descenso entre las oleadas 6 y 7 es similar en ambos sexos, y se mantiene un nivel ligeramente superior en las mujeres. Finalmente, en concepto de actividad digital, se observa que en la oleada 8 hay una nivelación: los hombres aumentaron más que las mujeres este tipo de participación, y la mantienen en mayor medida.

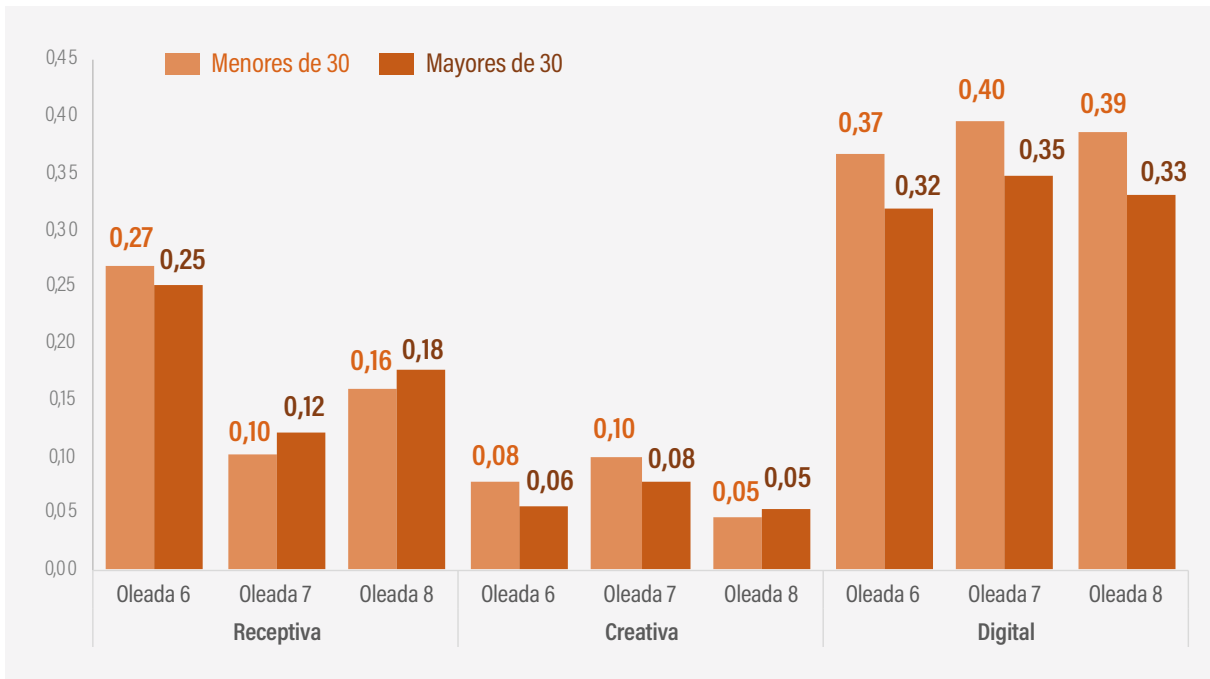
**Gráfico 3. Nivel de participación cultural en los distintos modos entre las oleadas 6, 7 y 8 según sexos (%)**



Por otro lado, en una mirada por edades (Gráfico 4), se observa que el impacto en las actividades receptoras fue menor para los mayores de 30 años y así, a pesar de un nivel de partida inferior (oleada 6), la recuperación ha sido la misma. Por ello, en la oleada 8 es mayor el nivel de participación receptiva entre mayores de 30 años que entre los menores. En el caso de las actividades creativas también ha habido un vuelco: si en la oleada 6 los menores de 30 años participaban más, en la 8 participan incluso ligeramente menos. Finalmente, en concepto de actividad digital los menores de 30 años ya mostraban, y siguen mostrando, niveles superiores (que en ambos casos se mantienen superiores a la oleada 6, a pesar de un leve descenso tras la oleada 7).



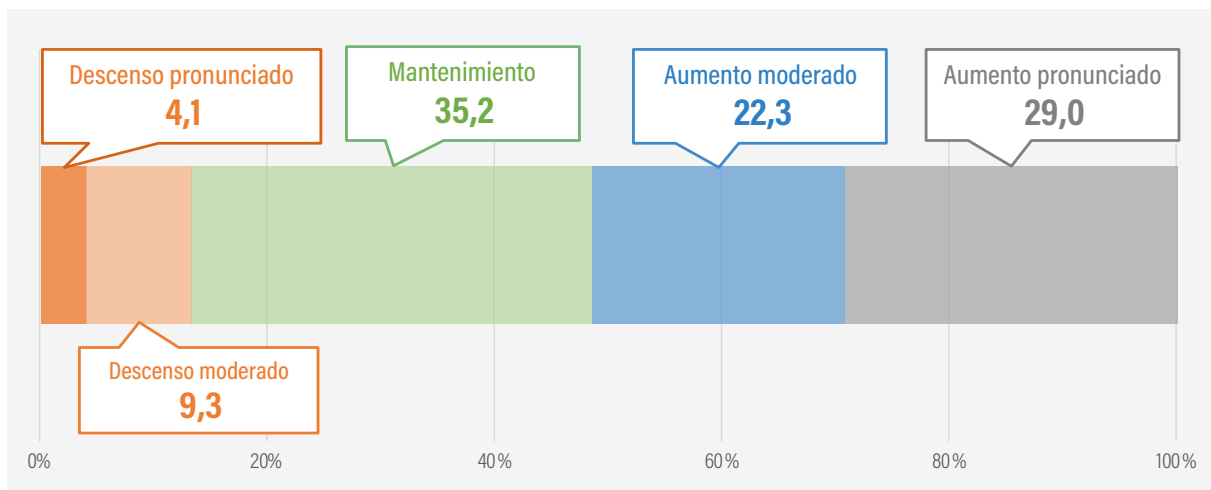
Gráfico 4. **Nivel de participación cultural en los distintos modos entre las oleadas 6, 7 y 8 según edades (%)**



### Participación receptiva

La suma de los aumentos pronunciados (29%) y moderados (22,3%), juntamente con el mantenimiento (35,2%), son las tendencias principales en la actividad receptiva (Gráfico 5).

Gráfico 5. **Trayectorias de cambio de la participación receptiva entre las oleadas 7 y 8 (%)**



Los descensos son un fenómeno más bien marginal en esta oleada, indicando que se alcanzó un punto mínimo ya superado. Si bien el mantenimiento es una tendencia muy importante, los aumentos caracterizan más de la mitad de los cambios en la última oleada. La Tabla anexo 1 muestra que los mayores aumentos se dan en personas que partían de niveles muy bajos de participación receptiva durante la anterior oleada.

Hay una mayor cantidad de aumentos pronunciados que moderados, hecho indicativo de la importante afectación que tuvo la participación receptiva. Si bien la situación no era aun de normalidad y existieron restricciones graves durante el período de estudio, una parte importante de las personas intentaron recuperar al máximo su nivel de participación receptiva. A pesar de ello, la participación solo se ha recuperado parcialmente y un grueso importante de personas han mantenido un nivel bajo de participación. En próximas oleadas será necesario seguir poniendo el foco tanto en los aumentos como en el mantenimiento. El impacto de la Covid-19 ha significado la pérdida forzada de determinados hábitos culturales (y/o la generación de otros hábitos, no culturales) y, su recuperación, puede razonablemente ser mucho más lenta que su pérdida.

Consultando el nivel de recuperación de las prácticas que conforman la escala de participación receptiva, hay ciertas diferencias entre ámbitos:

- En primer lugar, cabe destacar que la lectura de libros se ha mantenido desde la última oleada antes de la pandemia.
- En segundo lugar, las visitas a exposiciones y la asistencia a bibliotecas se sitúan a un 78% aproximadamente de su nivel prepandemia.
- En tercer lugar, la asistencia a conciertos y al cine, dos de las prácticas más extensas, se sitúan en un 70% aproximadamente de su nivel prepandemia.
- Finalmente, la asistencia a espectáculos es la práctica que menos ha recuperado sus niveles anteriores a la pandemia, con un 60% respecto a la oleada 6.

Tabla 1. **Actividades de participación receptiva entre las oleadas 6 y 8 y nivel de recuperación en la oleada 8 respecto la 6 (Se contabiliza haber realizado la actividad como mínimo 1 vez en los últimos 6 meses)**

	Oleada 6	Oleada 7	Oleada 8	Nivel oleada 8 respecto oleada 6 (Oleada 8/Oleada 6)*100]
Conciertos	75,3	18,1	50,8	67,5
Libros	76,8	75,3	74,1	96,5
Cine	79,4	33	56,5	71,2
Espectáculos	57,7	25,8	34,7	60,1
Exposiciones	54,6	29,4	42,5	77,8
Bibliotecas	53,6	36,1	42	78,4

La Tabla 2 muestra diferencias importantes en los niveles de recuperación según mujeres y hombres en determinadas prácticas. Hay que considerar que entre las mujeres el impacto de la pandemia fue menor, y que en general han recuperado más sus niveles anteriores. Esto es especialmente válido para la asistencia a conciertos, cine y exposiciones (prácticas que han recuperado más que los hombres). La recuperación de la asistencia a espectáculos y bibliotecas no es tan grande como en los hombres, pero las diferencias no son tan grandes como en los casos contrarios.

Tabla 2. Actividades de participación receptiva entre las oleadas 6 y 8 y nivel de recuperación en la oleada 8 respecto la 6 según hombres y mujeres (Se contabiliza haber realizado la actividad como mínimo 1 vez en los últimos 6 meses)

	Mujeres			Hombres			Nivel oleada 8 respecto oleada 6 (Oleada 8/Oleada 6)*100]	
	Oleada 6	Oleada 7	Oleada 8	Oleada 6	Oleada 7	Oleada 8	Mujeres	Hombres
Conciertos	72,2	23,7	57,3	78,4	13,4	44,3	79,4	56,5
Libros	86,6	84,5	82,3	67	66	66	95,0	98,5
Cine	81,4	37,1	58,3	77,3	28,9	39,6	71,6	51,2
Espectáculos	68	34	39,6	47,4	24,7	29,9	58,2	63,1
Exposiciones	52,6	34	45,8	56,7	24,7	39,2	87,1	69,1
Bibliotecas	64,9	46,4	49	42,3	25,8	35,1	75,5	83,0

Una mirada según edad muestra que la asistencia a espectáculos, a bibliotecas y a conciertos se ha recuperado en mayor medida entre las personas de más de 30 años. En relación con el cine y a las exposiciones la recuperación es levemente mayor entre las personas menores de 30 años, aunque con diferencias menos significativas. Se observa que en la lectura hay una muy ligera pérdida de hábitos entre los menores de 30 años.

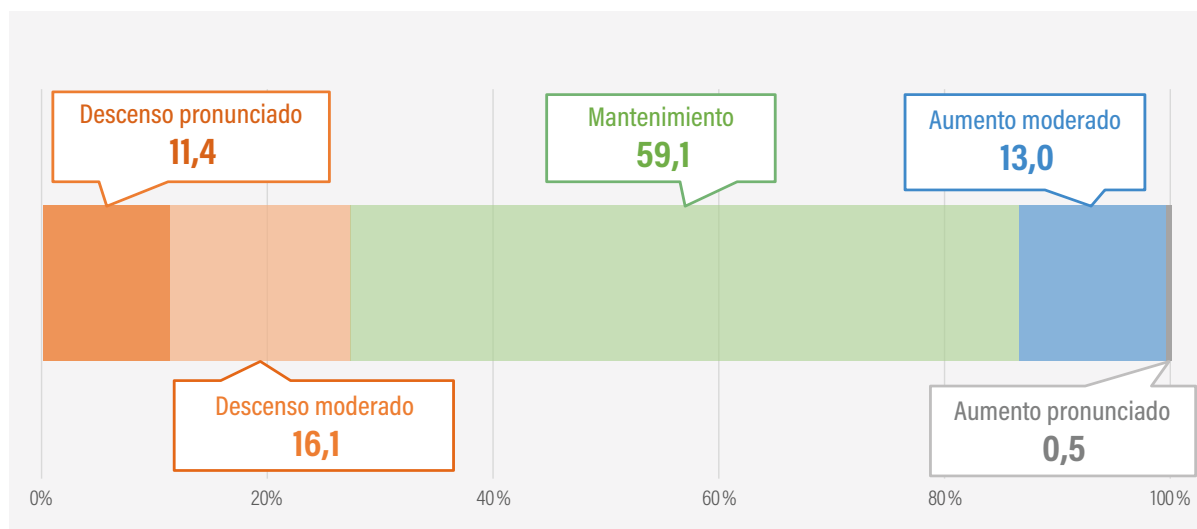
Tabla 3. Actividades de participación receptiva entre las oleadas 6 y 8 y porcentaje de diferencia según edad (Se contabiliza haber realizado la actividad como mínimo 1 vez en los últimos 6 meses)

	Menores de 30			Mayores de 30			Nivel oleada 8 respecto oleada 6 (Oleada 8/Oleada 6)*100]	
	Oleada 6	Oleada 7	Oleada 8	Oleada 6	Oleada 7	Oleada 8	<30	>30
Conciertos	78,9	18,2	49,3	72,1	18,8	51,7	62,5%	71,7%
Libros	75,6	72,7	69,9	77,9	76,9	76,7	92,5%	98,5%
Cine	87,8	37,7	67,1	72,1	29,9	50	76,4%	69,3%
Espectáculos	52,2	28,6	26	62,5	23,9	40	49,8%	64,0%
Exposiciones	53,3	27,3	42,5	55,8	30,8	42,5	79,7%	76,2%
Bibliotecas	54,4	32,5	32,9	52,9	38,5	47,5	60,5%	89,8%

## Participación creativa

El mantenimiento ya es habitualmente una tendencia habitual en la participación creativa, aunque en esta ocasión los descensos tienen un peso mayor que los ascensos (27,5% frente 13,5%).

Gráfico 6. Trayectorias de cambio de la participación creativa\* entre las oleadas 7 y 8 (%)



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

Hay que recordar que, en la anterior oleada, en un contexto de aún mayores restricciones por la pandemia, se observó una intensificación de prácticas y nuevos practicantes. Como se observa en la Tabla anexo 2, ahora el número de personas que no practican ninguna actividad es el que más crece. Si bien crece muy ligeramente las personas que realizan una actividad, el colectivo de personas que realizan 2 o más actividades se reduce a casi la mitad, pasando del 23,7% al 12,4%.

Observando las tablas anexo 2.1 y 2.2 respecto a las diferencias por sexo y edades, destaca:

- Entre los hombres, los que no practican ninguna actividad (66%) aumentan en un 14,5% respecto la anterior oleada, y se sitúan un 5,2% por encima respecto la oleada prepandemia.
- Entre mujeres no hubo nuevas practicantes en relación con la oleada anterior a la pandemia, pero ahora también crecen un 3,7% las no practicantes. Entre las mujeres, lo más significativo es que aumentan las que practican una sola actividad y descienden las que practicaban 2 o más. Entre los hombres, hay descensos en todas las categorías y solo aumenta la no práctica.
- Entre los menores de 30 años crecen en gran medida los no practicantes, incluso muy por encima que antes de la oleada (pasando de un 54,4% en la oleada 6 a un 42,9% en la 7 y un 67,1% en la actualidad). En cambio, el volumen de no practicantes se mantiene entre los mayores de 30 años.
- Entre los mayores de 30 años, a pesar de no variar el número de no practicantes, hay una desintensificación: aumenta el colectivo que realiza una sola actividad, pero decrece el que practica 2 o más actividades.

En resumen, hay dos grandes tendencias: una pérdida de practicantes entre hombres y menores de 30 años y una pérdida de intensidad de la participación creativa entre mujeres y mayores de 30 años.

Esta pérdida de interés generalizada, aunque de tipos diferentes, contribuye a una ligera pérdida general del peso de las prácticas artísticas en los hábitos culturales no solo respecto la anterior oleada en pandemia, sino también en relación con las anteriores. El impacto de la Covid-19 favoreció la realización de estas prácticas, pero los datos apuntan a que se puede estar viendo penalizada en el paso hacia la recuperación. Será necesario esperar a la próxima oleada, previsiblemente ya sin restricciones relevantes, para observar de qué forma se estabiliza.

Finalmente, es interesante observar las prácticas más habituales en las distintas oleadas y su comportamiento a través del tiempo. En las tablas anexo 4 y 5 se pueden observar la diferencias según sexo y edad.

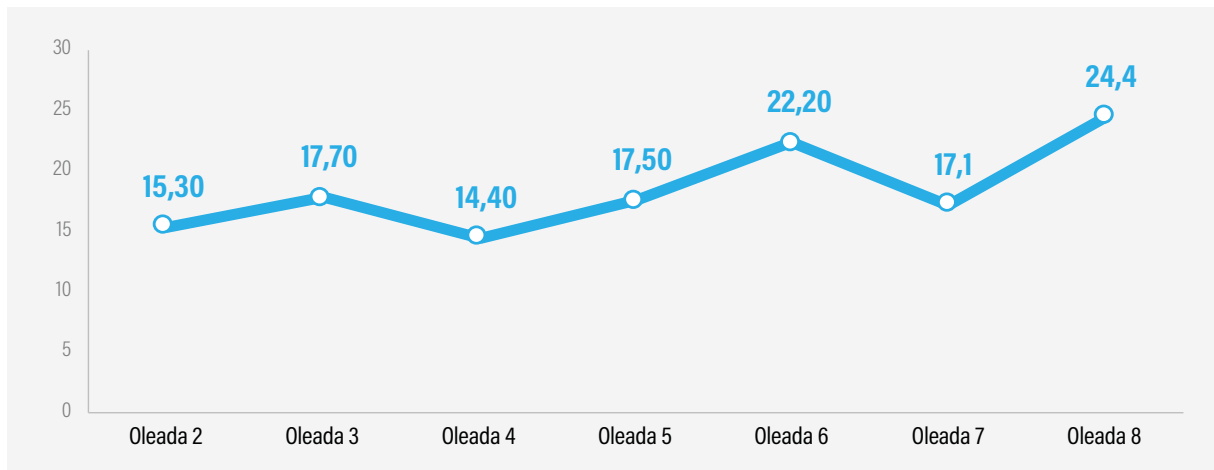
Como es esperable, los descensos son generalizados, y la recuperación es más bien desigual.

Tabla 4. Actividades de participación activa más frecuentes entre las oleadas 6 y 8 y porcentaje de recuperación del nivel prepandemia de la oleada 6 (el porcentaje indica haber realizado la actividad como mínimo una vez los últimos 6 meses)				
	Oleada 6	Oleada 7	Oleada 8	Nivel oleada 8 respecto oleada 6 (Oleada 8/Oleada 6)*100]
Tocar un instrumento musical	11,9	14,4	9,8	82,4%
Escribir	12,4	11,9	9,8	79,0%
Danza, baile, ballet	6,2	7,7	4,7	75,8%
Hacer fotografías (talleres, cursillos)	10,8	16,5	5,2	48,1%
Pintura o dibujo	3,6	11,3	6,7	186,1%
Otras artes plásticas	6,7	7,2	4,1	61,2%
Hacer vídeo (talleres, cursillos)	5,2	12,4	3,6	69,2%
Otros audiovisuales (Diseño gráfico, webs, etc)	6,2	6,7	2,6	41,9%

Fotografía y vídeo aumentaron en gran medida en la oleada 7 en contexto de pandemia con restricciones importantes, y ahora están incluso por debajo que respecto la oleada 6. Dos de las prácticas más extendidas, escritura y música, se recuperan en un 80% aproximadamente.

Finalmente, y en contra de lo que ocurre con las prácticas amateurs, la práctica asociativa sí muestra un repunte y, además, importante, situándose incluso por encima de la oleada 6 y marcando el mejor registro histórico (Gráfico 7).

Gráfico 7. **Evolución de la participación en una o más asociaciones (%)**

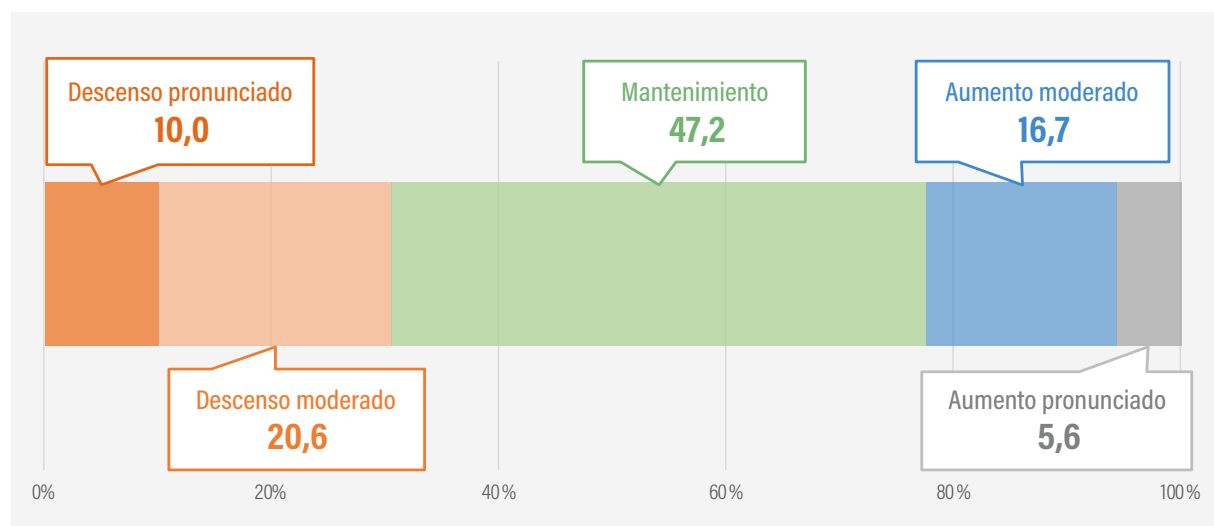


Así, después del período de hibernación al que muchas asociaciones debieron someterse durante la pandemia, parece que se recupera la actividad asociativa de nuevo. Si bien este dato no refleja necesariamente otras dificultades producto de la pandemia y la interrupción que supuso, sí refleja una reactivación.

### Participación digital

La participación digital ha experimentado aumentos en las anteriores oleadas, marcando un punto máximo en la oleada 7 en contexto de pandemia con restricciones importantes. En esta oleada 8 decrece ligeramente, aunque se mantiene por encima de la última oleada antes de la pandemia.

Gráfico 8. **Trayectorias de cambio de la participación digital entre las oleadas 7 y 8 (%)**



La mayor parte de las trayectorias respecto la oleada anterior son de mantenimiento (47,2%) y los descensos son ligeramente más frecuentes que los aumentos (30,6% frente 22,3%).

Los mayores descensos son experimentados, como es habitual, por esas personas que en la anterior oleada se situaban muy por encima de la media, mientras los aumentos se producen en los casos que se situaban por debajo de la media (Tabla 3 del Anexo 1).

Atendiendo a la Tabla 5 sobre la evolución reciente de las distintas prácticas que conforman la escala de participación digital, se observa, primero, un bloque de prácticas muy extendidas que se mantiene (ver películas o series y escuchar o descargar música) entre la oleada 6 (anterior) y a lo largo de las oleadas 7 y 8. La lectura o descarga de libros digitales también se mantiene, aunque en este caso es una práctica menos extendida. Segundo, se observa un bloque de tres prácticas que experimentaron aumentos destacados: ver conciertos, espectáculos y exposiciones experimentaron los principales ascensos, pero solo se mantienen en el caso de espectáculos y exposiciones. En cambio, ver conciertos regresa a su porcentaje anterior a la pandemia. Finalmente, cabe destacar que el acceso digital a la biblioteca ha menguado entre las personas participantes en el panel.

Tabla 5. **Actividades de participación digital más frecuentes entre las oleadas 6 y 8 y porcentaje de diferencia entre las dos últimas oleadas (El valor indica haber realizado como mínimo una vez la actividad en los últimos 6 meses)**

	Oleada 6	Oleada 7	Oleada 8	Nivel oleada 8 respecto oleada 6 (Oleada 8/Oleada 6)*100]
Ver películas, series o vídeos	95,4	97,4	98,4	103,1
Escuchar o descargar música	81,3	77,4	78,1	96,1
Leer o descargar libros	18,6	16	17,3	93,0
Acceder a la biblioteca	25,3	20,9	19,7	77,9
Ver conciertos	31,2	42	30,6	98,1
Ver espectáculos	10,3	19,3	18	174,8
Ver exposiciones	2,1	4,1	5,7	271,4

Nota: En las tablas anexo 6 y 7 se pueden observar los porcentajes según sexo y edad.

En el apartado de análisis del bloque coyuntural se estudian en mayor profundidad cambios y tendencias en los hábitos digitales, pero a continuación se presentan también resultados de detalle para distintas prácticas.

- Los canales de acceso al audiovisual.
- Los soportes y los canales de la escucha de música.
- Los canales de acceso al libro.
- Los motivos para ver espectáculos online.

La Covid-19 y los confinamiento supusieron un ligero impulso a la preferencia por el *streaming* que aún se mantiene, situada muy pro delante de la descarga al alcanzar el 96,8% frente al 3,2% (Gráfico 9).

Además, sigue decayendo el acceso gratuito y se afianza el pago por contenidos audiovisuales (Gráfico 10). En especial, sigue una tendencia al alza el pago ocasional (26,6%), mientras se reduce ligeramente el pago frecuente (60,6%). Así, las opciones de pago ocasional y frecuente suman en total un 87,2%.

Gráfico 9. **Evolución de los canales de acceso a películas, series, vídeos... entre las oleadas 2 y 8 (%)**

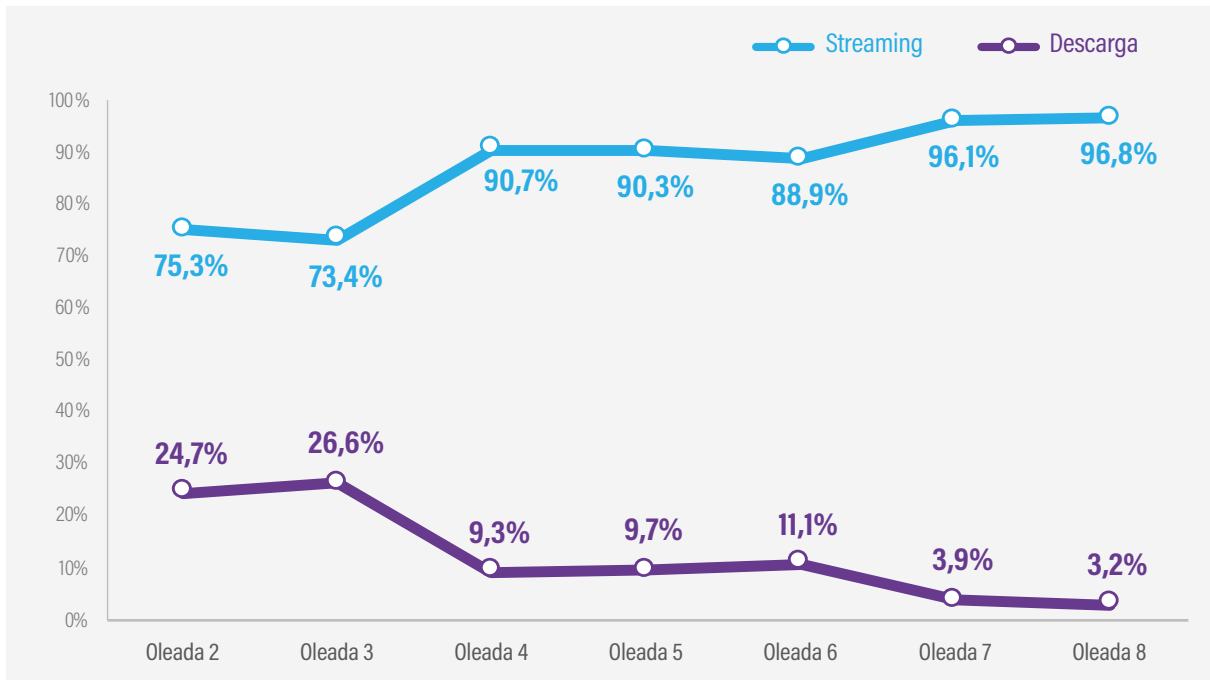
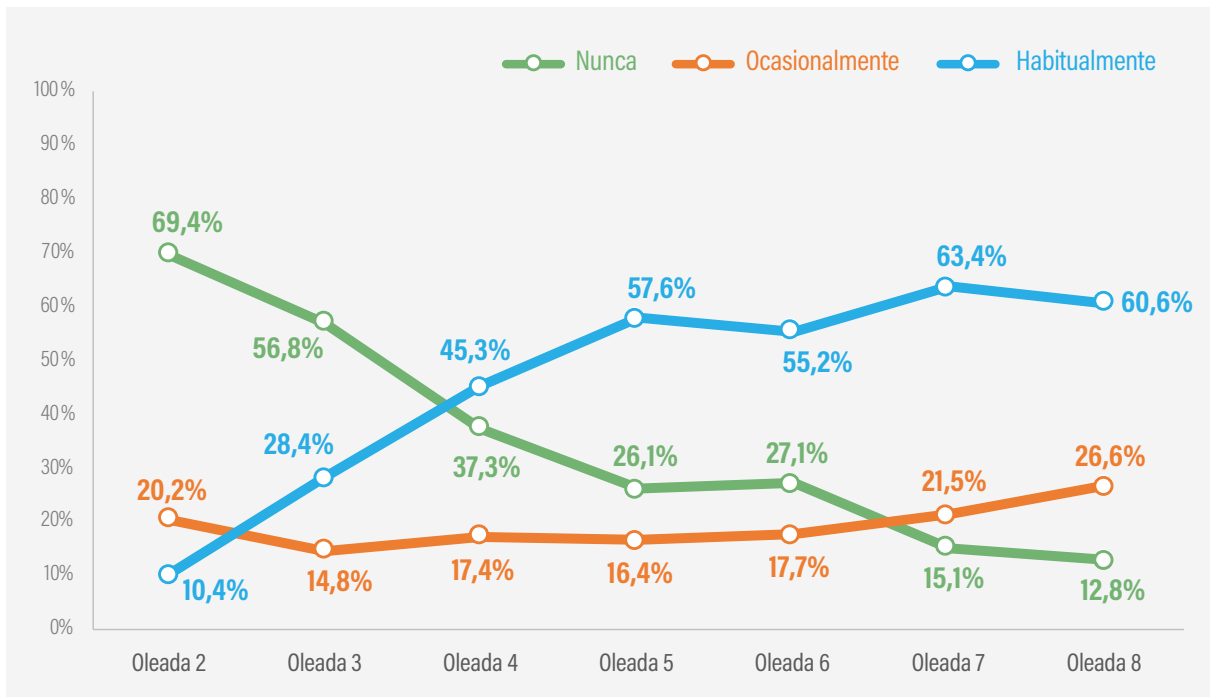


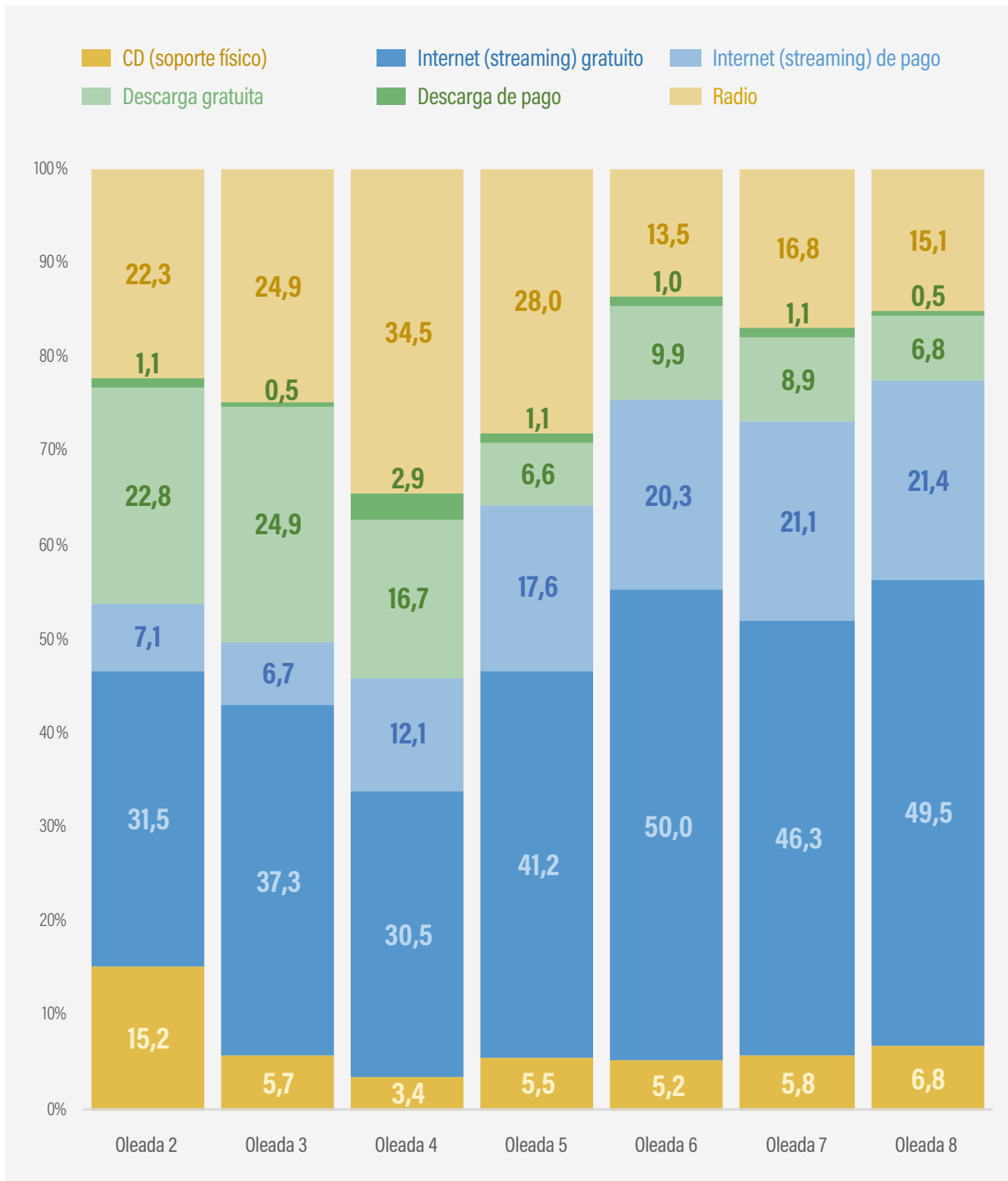
Gráfico 10. **Evolución de la frecuencia de pago o suscripción para ver películas, series, vídeos... entre las oleadas 2 y 8 (%)**





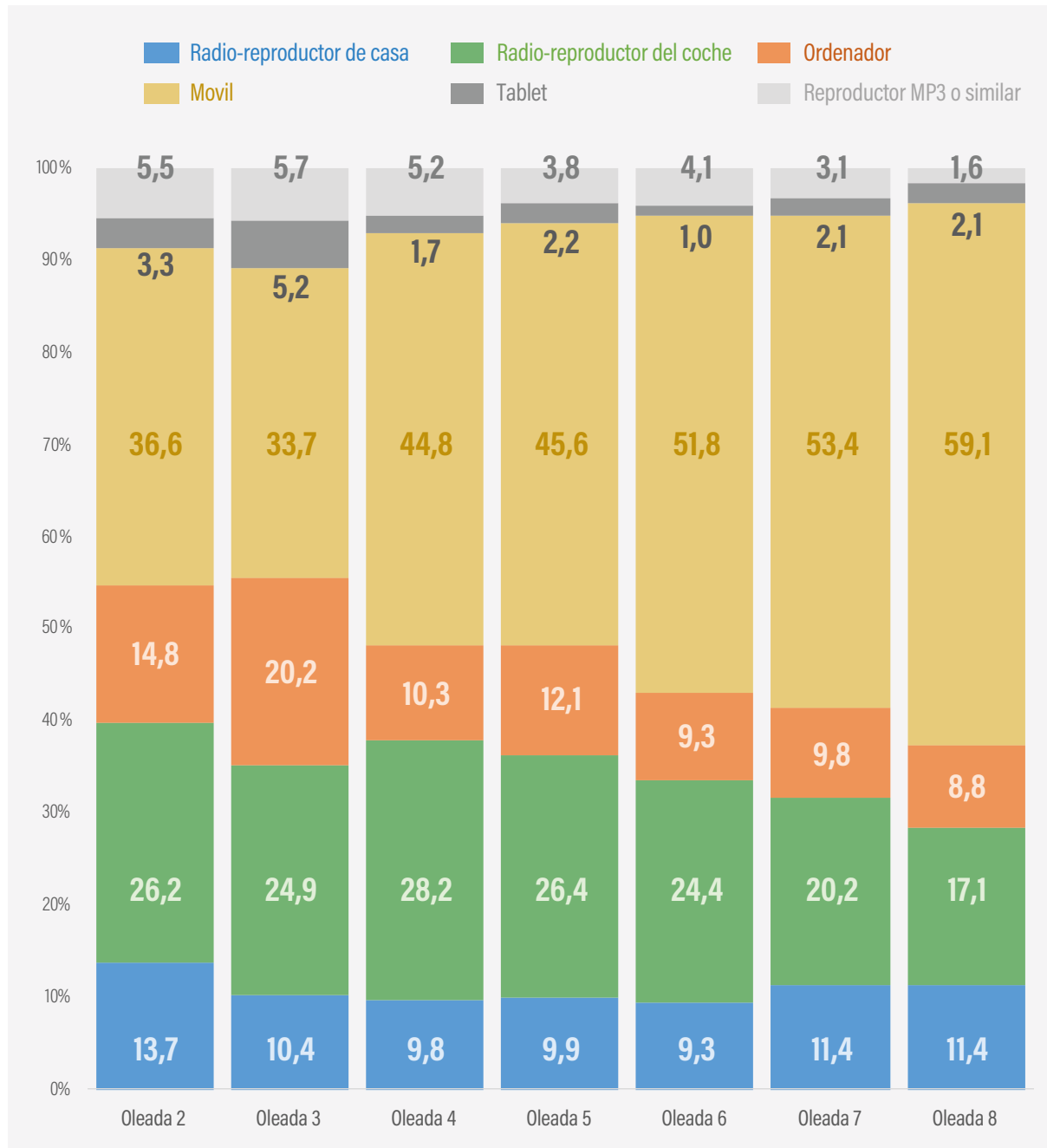
En cuanto a la música, el *streaming* también afianza su crecimiento y centralidad (Gráfico 11). En este caso, por el contrario, la preferencia principal es el acceso gratuito (alcanzando un 49,5%, el máximo en todas las oleadas), mientras el acceso de pago se sitúa en un 21,4%. La radio, después de un descenso ya experimentado en la oleada anterior a la pandemia, se mantiene con un 15,1%, y el soporte físico con un 6,8%. La descarga gratuita alcanza también un 6,8% y la de pago sigue siendo puramente testimonial, con un 0,5%.

Gráfico 11. **Evolución del medio para escuchar música entre las oleadas 2 y 8 (%)**



En cuanto al dispositivo usado, el móvil sigue avanzando como el recurso central, situándose con un 59,1%. En segundo lugar, se sitúan la radio del coche (17,1%, experimentando un descenso de 3 puntos) y de casa (11,4%). El recurso al ordenador se reduce en 1 punto y se sitúa en el 8,8% y tablets y reproductores mp3 o similares alcanzan unos residuales 2,1% y 1,6%.

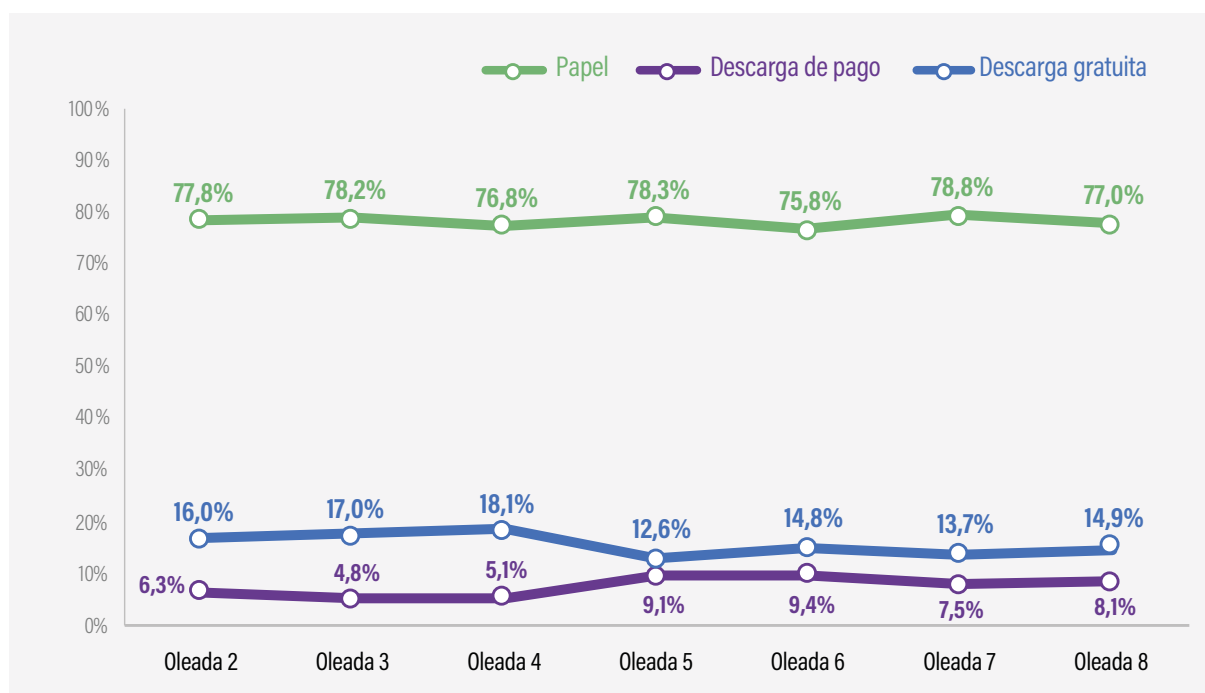
Gráfico 12. **Evolución del soporte para escuchar música entre las oleadas 2 y 8 (%)**



Considerando los soportes de lectura, el papel se mantiene prácticamente inalterable alrededor del 77% y el 79% en todas las oleadas, al igual que la descarga, que es mayoritariamente gratuita (un 14,9% frente un 8,1% de pago).

Así, tanto los formatos como los niveles de lectura se muestran muy robustos e inalterables a los cambios provocados por la Covid-19.

Gráfico 13. Evolución del soporte papel o digital de la lectura entre las oleadas 2 y 8 (%)



En último lugar, en consideración de los motivos para el visionado de espectáculos online (Gráfico 14) se observa cierto retorno del peso de algunos motivos previos a la pandemia. Aunque esta, capturada en la categoría «Otros motivos» (puntuación de 2,8), sigue teniendo un peso importante, está más repartido en comparación a la anterior oleada.

Los distintos motivos expresados guardan todos cierta relación entre ellos, y se refieren a las oportunidades que ofrece el formato online respecto al precio, el desplazamiento y el tiempo:

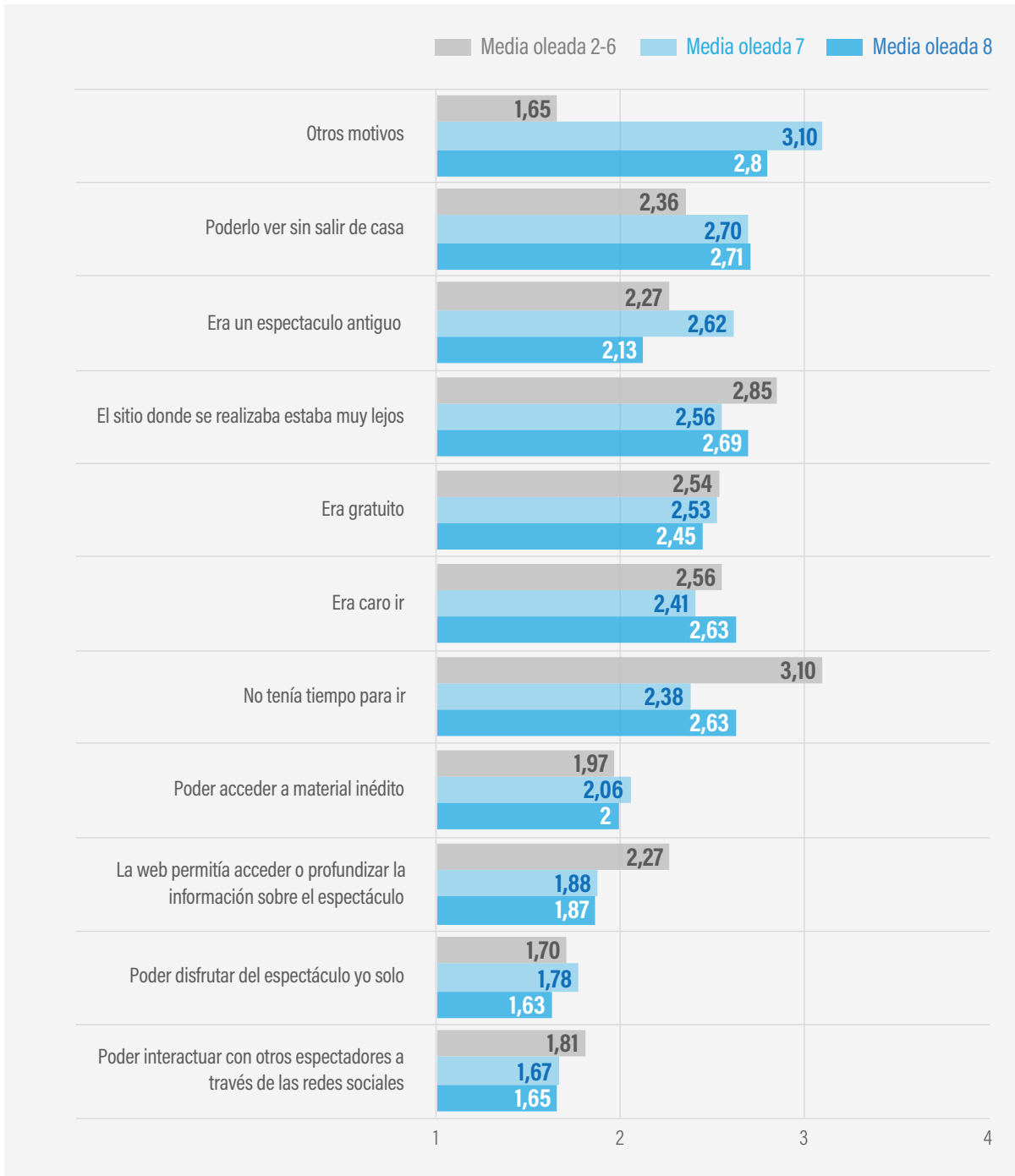
- El poderlo ver sin salir de casa (puntuación de 2,71).
- La lejanía geográfica respecto el lugar de representación del espectáculo (puntuación de 2,69).
- El precio («era caro ir», puntuación de 2,63).
- El tiempo disponible (puntuación de 2,63).

En cambio, otras oportunidades que ofrece el online son menso valoradas, como el recuperar espectáculos antiguos, el acceso a material inédito o el profundizar en la obra.

En concreto, acceder a espectáculos antiguos se valoró de forma importante en la anterior oleada, entre mayores restricciones.

Es interesante considerar también que el tiempo disponible era con anterioridad el principal motivo para acceder en formato online a espectáculos y que ahora recupera cierta importancia, pero sin volver al nivel anterior.

Gráfico 14. **Comparativa de los motivos de acceso a espectáculos en vivo online entre las oleadas pre-covid, la oleada 7 y la 8**



## Conclusión

Tras el impacto profundo que tuvo la irrupción inicial de la Covid-19 en la participación cultural (impacto recogido en la oleada 7 del panel), **la recuperación ha sido solo parcial**, marcada aún por olas sucesivas de restricciones. El golpe inicial producido por la Covid-19 fue negativo para determinado tipo de actividades receptoras, y supuso un impacto favorable para la realización de prácticas artísticas amateurs y para las actividades culturales digitales. **En la presente oleada, hay un retroceso de las prácticas artísticas amateurs y de las digitales, aunque estas últimas se mantienen** por encima del nivel anterior a la pandemia.

Es remarcable que ya con anterioridad a la pandemia las actividades culturales digitales experimentaron un aumento, de manera que los datos confirman que la Covid-19 ha asentado una tendencia que venía cuajándose (con todo, será interesante fijarse en próximas oleadas si hay margen de aumento o si la participación digital ha tocado techo). En este sentido, las distintas tendencias digitales en relación con distintos ámbitos se consolidan:

- La **preferencia casi absoluta por el streaming** (96,8%) y el **pago** de contenido en el **audiovisual** (87,2%).
- La **consolidación del streaming en la música**, pero especialmente **gratuito** (49,5%) y no tanto de pago (21,4%), así como el **creciente peso que sigue acumulando el móvil como soporte** de reproducción principal.
- El **mantenimiento del papel en la lectura**, con porcentajes del soporte digital cercanos al 22%-23% inalterables a pesar de la pandemia.

En clave de participación receptiva, destaca, en primer lugar, que **la lectura se mantiene inalterable**, apuntando al hecho que las condiciones en las que se realiza esta práctica no están afectadas por el tipo de restricciones que provoca la Covid-19. En este sentido, puede ser destacable que no se observa un cambio negativo, pero tampoco uno positivo. En este sentido, hay que recordar siempre que la muestra del panel está conformada por un conjunto de personas que ya tienen unos niveles mínimos de participación cultural.

Entre el resto de las prácticas que conforman la escala de participación receptiva en el estudio, se diferencian **tres bloques según el nivel de recuperación de valores anteriores a la Covid-19**:

- **Asistencia a exposiciones y a bibliotecas** son las que más recuperan niveles anteriores (aproximadamente un 78%), pero aún se han mantenido lejos.
- La **asistencia a conciertos y a cines** se recupera aproximadamente en un 70%.
- La **asistencia a espectáculos** es la que menos recupera sus niveles, situándose en un 60%.

Finalmente, en relación con la **participación creativa**, se observa principalmente que hay un **aumento de los no practicantes**: no solo en relación con la anterior oleada, sino incluso mayor que en la oleada anterior a la Covid-19. **A su vez, hay también una pérdida de intensidad** en el número de actividades distintas que se realizan siguiendo el mismo patrón: después de una intensificación en la oleada 7, en la actual se desciende a niveles inferiores a los de prepandemia. En este sentido, se detecta que hubo una excepcionalidad (en este caso favorable) provocada por la Covid-19 y que, en la actualidad, conlleva un resentimiento mayor.

## 3.2. Bloque coyuntural: tendencias post-covid en los hábitos culturales digitales

---

### Propósito

- Identificar cómo ha afectado la Covid-19 en la práctica de distintos hábitos culturales, tanto digitales como no digitales.
- Explorar las tendencias digitales a futuro atendiendo a la opinión de las personas encuestadas, diferenciando entre sexos y grupos de edad (menores de 30 años y mayores de 30 años).

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

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

### ¿Qué se mide?

Los ámbitos de pregunta, en la dimensión digital, atienden las siguientes prácticas:

- Acceso mediante internet a conciertos, representaciones teatrales u otro tipo de obras en vivo.
- Acceso mediante suscripciones de pago a plataformas de contenido cultural (diferenciando música, audiovisual y libro).
- Acceso mediante redes sociales a charlas, tutoriales, conferencias u otras prácticas similares de aprendizaje.
- Realización de visitas virtuales a exposiciones, museos, sitios patrimoniales...
- Realización de compras digitales de productos culturales en soporte físico.
- Intercambio en redes sociales de creaciones propias en cualquier formato (stories, directs, posts...).
- Intercambio en redes sociales de contenido creativo de artistas profesionales.

En estos casos, en primer lugar, se mide el número de personas que:

- Mantienen la práctica en los mismos niveles anteriores al comienzo de la pandemia.
- Han empezado a realizar la práctica desde la pandemia.
- Han reforzado la intensidad de realización de la práctica.
- Han dejado de hacerlo durante la pandemia.

En segundo lugar, independientemente del caso de la persona entrevistada, se le pregunta acerca de su opinión a futuro sobre si serán prácticas habituales en la sociedad, considerando las siguientes opciones:

- Creo que ya es una práctica habitual en la sociedad.
- No será una práctica habitual en el futuro, ha sido excepcional debido al confinamiento.
- Será una práctica habitual en el futuro.

Finalmente, con una mirada más allá de lo digital, se pregunta como se valora el impacto de la pandemia en sus hábitos distinguiendo, para el corto y el largo plazo, si el impacto ha sido nada, poco, bastante o mucho. Se consideran:

- La compra de productos culturales físicos.
- La asistencia a artes en vivo.
- La asistencia a museos, sitios patrimoniales, exposiciones o bibliotecas.
- La asistencia al cine.
- La participación creativa.
- El consumo digital de cultura.
- El intercambio de contenido cultural en redes.
- La participación en asociaciones.

## ¿Cómo se mide?

En el caso de las preguntas relativas a hábitos digitales (realización y opinión sobre tendencias), se calculan porcentajes respecto al total de opciones.

En el caso de las preguntas relativas al impacto a corto y largo plazo en distintos hábitos culturales, se calcula el promedio en una escala de 1 (nada) a 4 (mucho).

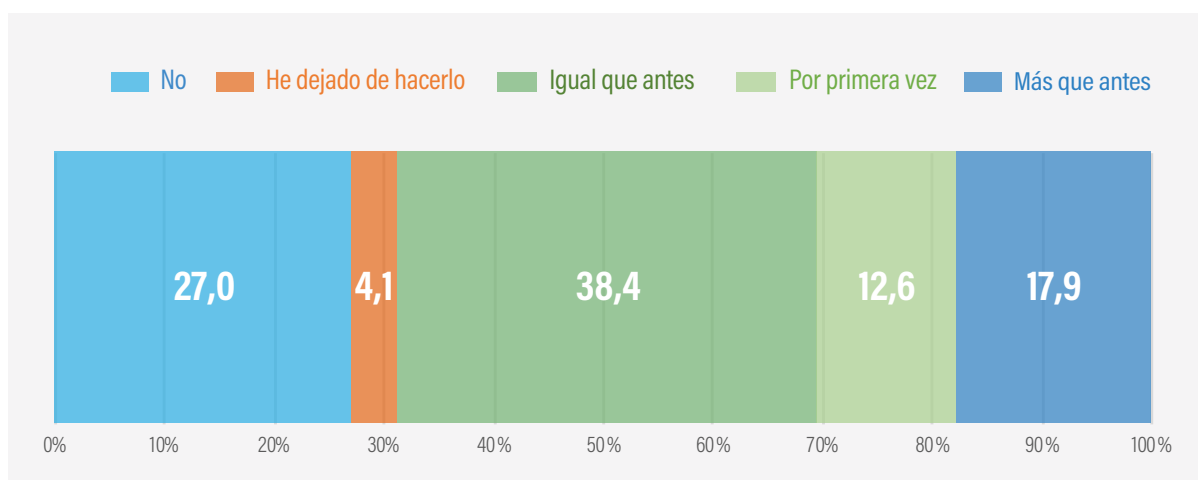
## Resultados y discusión

En los gráficos 16 y 17 se muestran respectivamente las prácticas culturales digitales durante la pandemia y la opinión de las personas encuestadas sobre las tendencias esperables. Se comparan los datos de las 2 oleadas en contexto de pandemia.

Uno de los hechos destacados comparando ambas oleadas es que el mantenimiento es muy importante y que, a pesar de que crece el número de personas que manifiestan no realizar las prácticas digitales (en todas se observa que la proporción de la categoría «No» es mayor en la oleada 8 que en la 7), una parte muy significativa son o bien nuevos practicantes o bien personas que han intensificado su hábito.

A pesar de que hay una gran heterogeneidad, de media el mantenimiento es del 38,4%, la intensificación del 17,9%, los nuevos practicantes del 12,6% y los no practicantes junto los que han dejado de hacerlo un 31,1% (Gráfico 15).

Gráfico 15. **Media del comportamiento en relación con las prácticas digitales durante la pandemia en la oleada 8 (%)**



Comparando ambas oleadas, se observa también que la práctica que más se refuerza (por intensificación y nuevos practicantes) es el acceso a charlas, tutoriales y conferencias mediante redes sociales.

La práctica más reforzada durante la pandemia fue el acceso mediante suscripciones de pago a plataformas de contenido cultural, especialmente relativas al audiovisual. En esta ocasión sigue reforzándose de forma importante.

Tabla 6. **Porcentaje de personas que han ampliado sus suscripciones de pago a plataformas según tipo**

	Ampliación del uso o nuevo uso	
	Oleada 7	Oleada 8
Audiovisual	37,3%	29%
Música	13,7%	16,1%
Libro	2,9%	4,1%

En relación con la opinión sobre si estas prácticas se convertirán o no en habituales, destaca, primero, que en la mayoría de las prácticas se cree que ya lo son o lo serán (Gráfico 17), y se mantienen los patrones identificados en la anterior oleada. Así, únicamente en dos casos sigue habiendo porcentajes importantes de personas que creen que ha sido algo excepcional. En estos dos casos, además, hay también un porcentaje de personas que creen que será habitual en el futuro, poniendo de manifiesto una disparidad de opiniones.

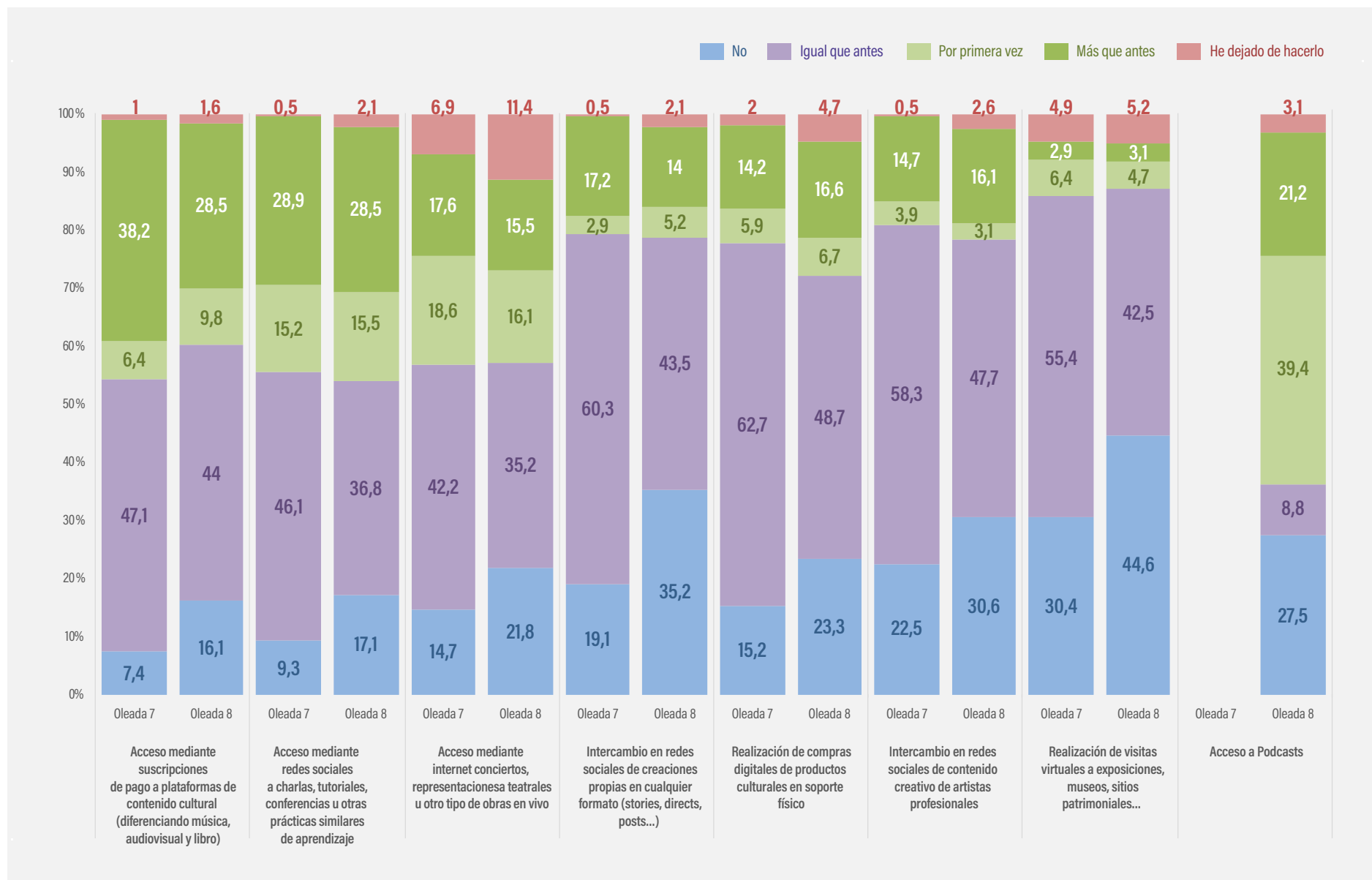


Tabla 7. **Actividades digitales según tendencia prevista**

Porcentajes relevantes de «ya es habitual» y «será habitual»	Porcentajes relevantes de «ha sido excepcional»
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acceso mediante suscripciones de pago a plataformas de contenido cultural.</li> <li>▪ Acceso mediante redes sociales a charlas, tutoriales, conferencias u otras prácticas similares de aprendizaje.</li> <li>▪ Intercambio en redes sociales de creaciones propias en cualquier formato (stories, direct, posts...).</li> <li>▪ Realización de compras digitales de productos culturales en soporte físico.</li> <li>▪ Intercambio en redes sociales de contenido creativo de artistas profesionales.</li> <li>▪ Acceso a podcasts.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Acceso mediante internet a conciertos, representaciones teatrales u otro tipo de obras en vivo.</li> <li>▪ Realización de visitas virtuales a exposiciones.</li> </ul>

Segundo, destaca que crece ligeramente, pero de forma transversal a todas las prácticas, el porcentaje de personas que no saben o no contestan, hecho que puede ser indicativo de un cierto aumento de la incertidumbre hacia la normalización de la vida cotidiana. De media, estas personas suponían el 9,3%, y ahora son el 13,5%.

Gráfico 16. Realización de prácticas digitales durante la pandemia (%)



OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA

Gráfico 17. **Opinión sobre tendencias en hábitos culturales a nivel de sociedad (%)**



En relación con el acceso a espectáculos en vivo mediante Internet es interesante notar que se sigue detectando una proporción relevante de nuevos practicantes y de personas que han intensificado la práctica, y a su vez conviven una proporción similar de personas que creen que ya es algo habitual con otras que lo perciben como algo excepcional. Esta última dinámica, como ya se ha manifestado, se encuentra también en el caso de las visitas a exposiciones y museos. Se trata de dos prácticas que están muy marcadas por el carácter presencial, y esta disparidad de opiniones bien puede estar poniendo de manifiesto la falta de interés que para algunas personas pueden tener las experiencias que solo digitalizan la práctica sin mayores transformaciones.

Por otro lado, destaca también que entre las dos oleadas crece el número de personas que manifiestan no compartir creaciones propias en redes sociales. Hay que tener en cuenta que, si bien en la oleada 8 han seguido existiendo restricciones, en la oleada 7 eran más fuertes. A pesar de ello, las opiniones sobre tendencias apuntan a una normalización más extendida de esta práctica: si bien se realiza menos que en la anterior oleada, se percibe como algo habitual.

En esta oleada se ha añadido la práctica del acceso a podcasts, y los datos apuntan a una cantidad relevante de nuevos practicantes, reflejando la novedad y la creciente popularidad de esta práctica. Asimismo, un porcentaje muy importante de personas cree que ya es habitual, y juntamente con un 34% de personas que creen que lo será en el futuro marcan esta práctica como una de las tendencias más notables.

En todos los casos las mujeres se sitúan como el colectivo que más está experimentando con las prácticas digitales, siendo mayores en todos los casos las proporciones de nuevas practicantes y de personas que intensifican su hábito (Gráfico 18).

En cambio, en relación con la edad (Gráfico 19), los menores de 30 años son los que dirigen el cambio en algunos casos y los mayores en otros. Los menores de 30 años son más en las prácticas de acceso a plataformas de contenido cultural, a formación mediante redes sociales y en intercambio de creaciones propias. En cambio, los mayores de 30 son una proporción mayor en el acceso a obras en vivo mediante Internet, en la realización de compras digitales, en el intercambio de contenido de otros artistas profesionales y en la realización de visitas virtuales.

Gráfico 18. **Porcentaje de personas según sexos que realizan cada práctica por primera vez o más que antes**

(mujeres colores oscuros y barra ancha)

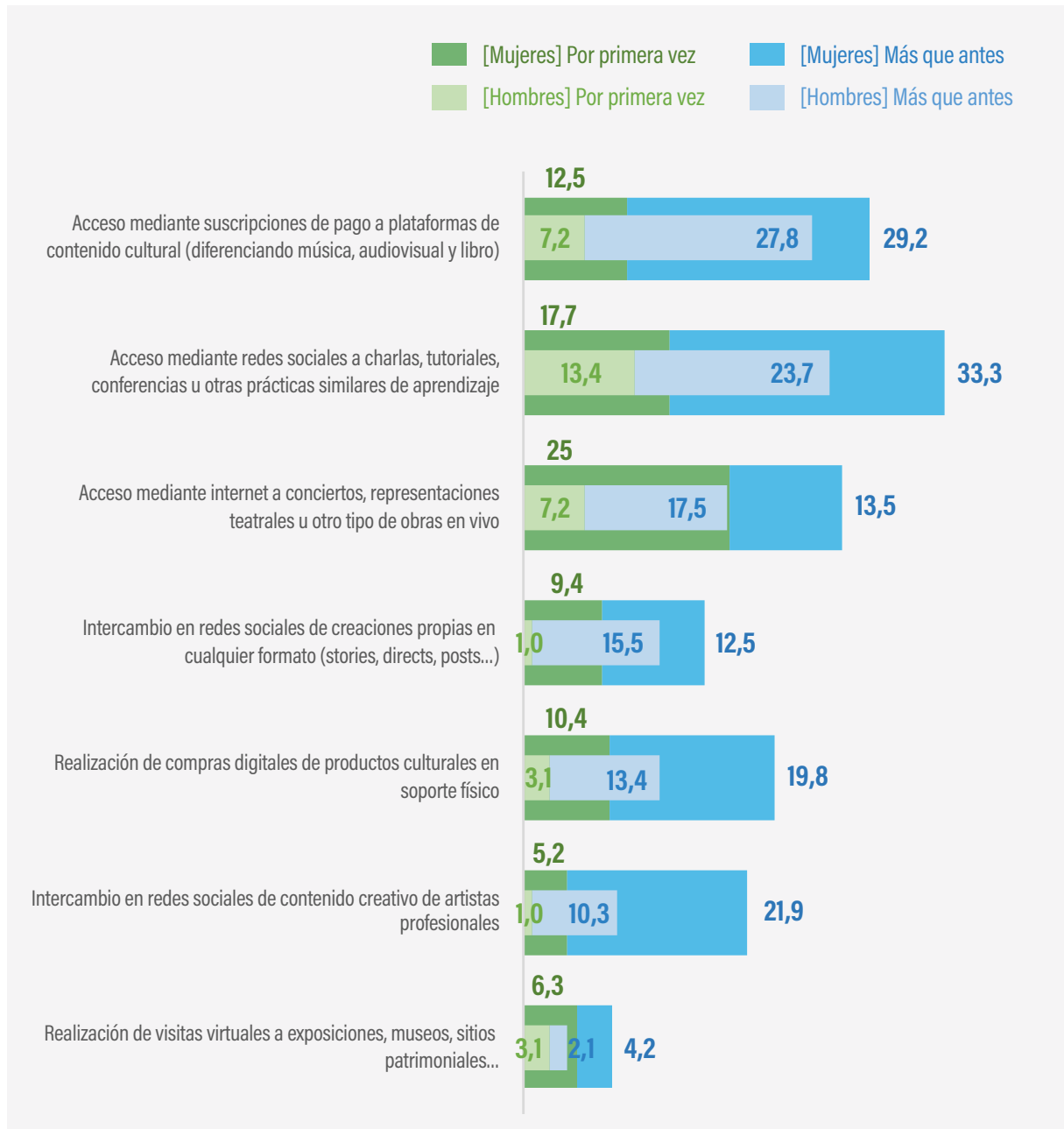
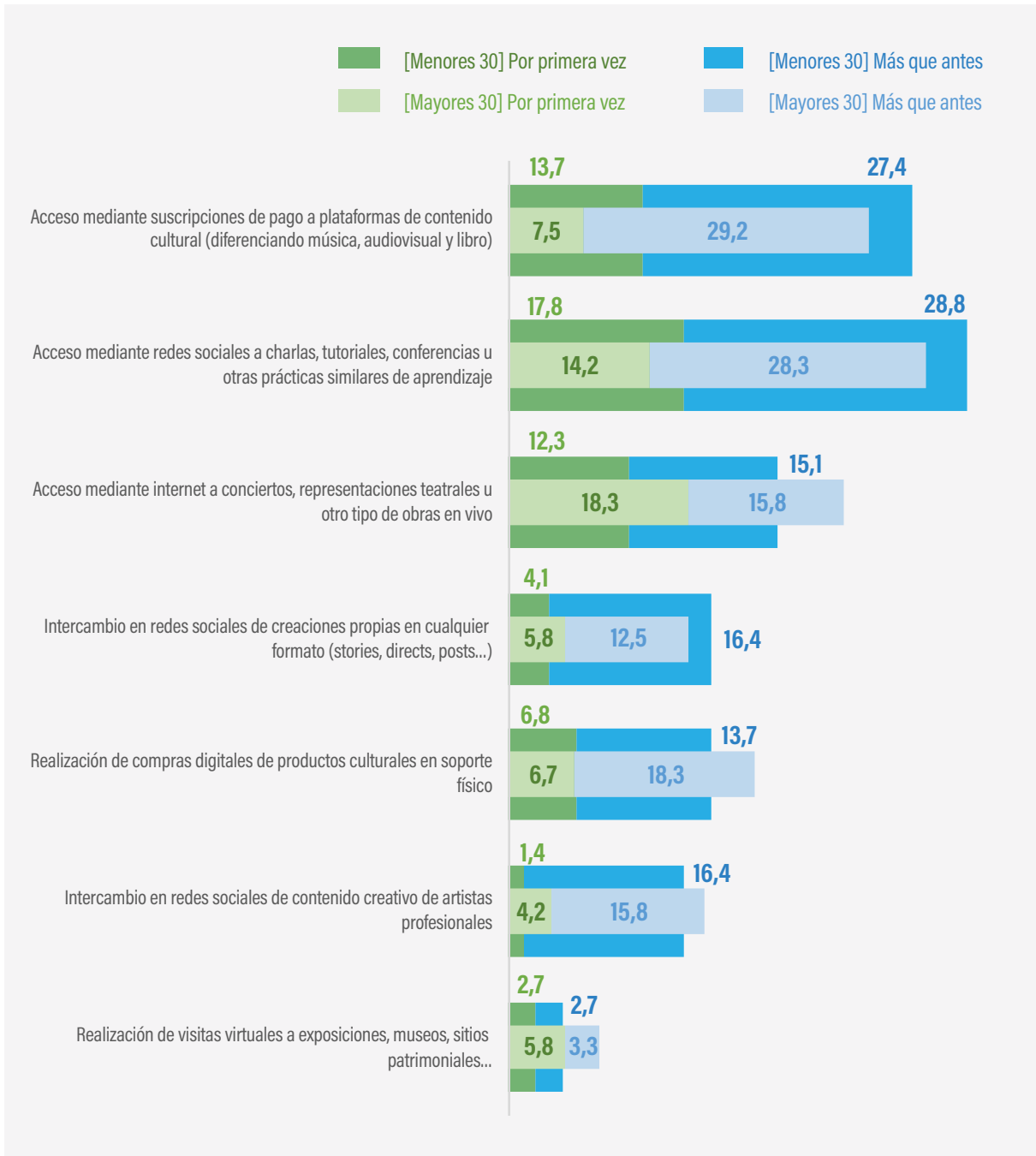


Gráfico 19. **Porcentaje de personas según edades que realizan cada práctica por primera vez o más que antes**

(menores de 30 colores oscuros y barra ancha)



Finalmente, en esta oleada se ha profundizado en las nuevas tendencias post-confinamiento más allá del ámbito digital (Gráfico 20). En este sentido, se detectan tres prácticas en las que la creencia de que los cambios serán sobre todo a corto plazo difiere de forma más importante respecto de la creencia de que los cambios serán a largo plazo:

- Asistencia a eventos de artes en vivo.
- Asistencia al cine.
- Asistencia a museos.

En estos casos, la afectación de la Covid-19 se valora de manera clara como importante pero especialmente como temporal (a corto plazo), y la tendencia a la vuelta a los hábitos sería más fuerte que al mantenimiento de los cambios y la excepcionalidad ocasionados por la Covid-19. Aunque tendiente a un impacto leve, se prevé también en el largo alcance.

**Gráfico 20. Impacto de la Covid-19 en el cambio de hábitos en una escala del 1 (nada) al 4 (mucho) a corto y largo plazo**



De hecho, en todos los casos se prevé un impacto por leve que sea, de manera que el impacto se prevé global, pero con diferencias. En los casos que se prevén menores impactos (participación activa/creativa, compra de productos, intercambio en redes de material cultural y participación en asociaciones) la valoración de los impactos difiere poco en consideración de si se prevén de corto o largo plazo.

En los gráficos 21 y 22 se observan las mismas opiniones según sexo y edad.

**Gráfico 21. Impacto de la Covid-19 en el cambio de hábitos en una escala del 1 (nada) al 4 (mucho) a corto y largo plazo según sexos**

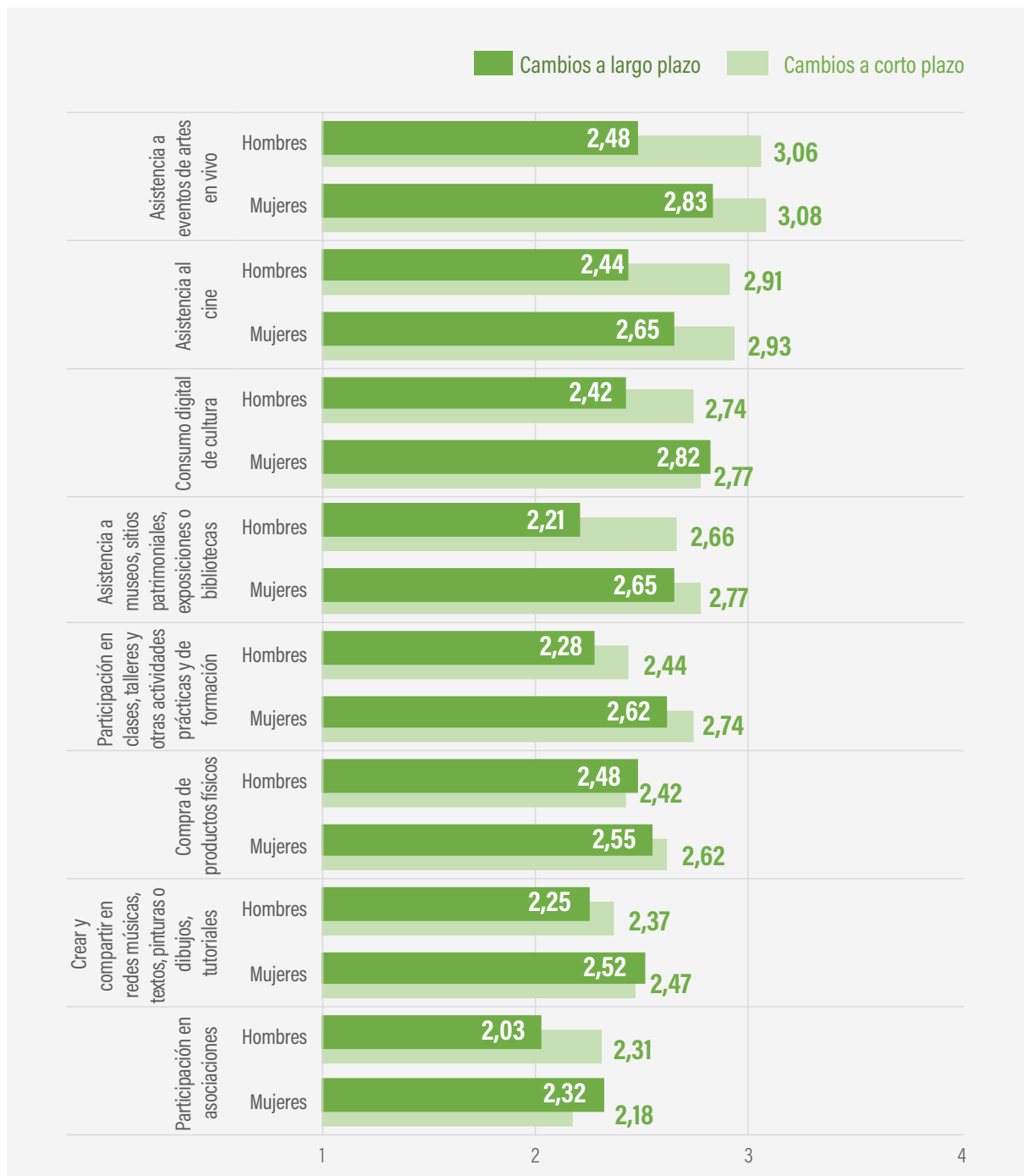
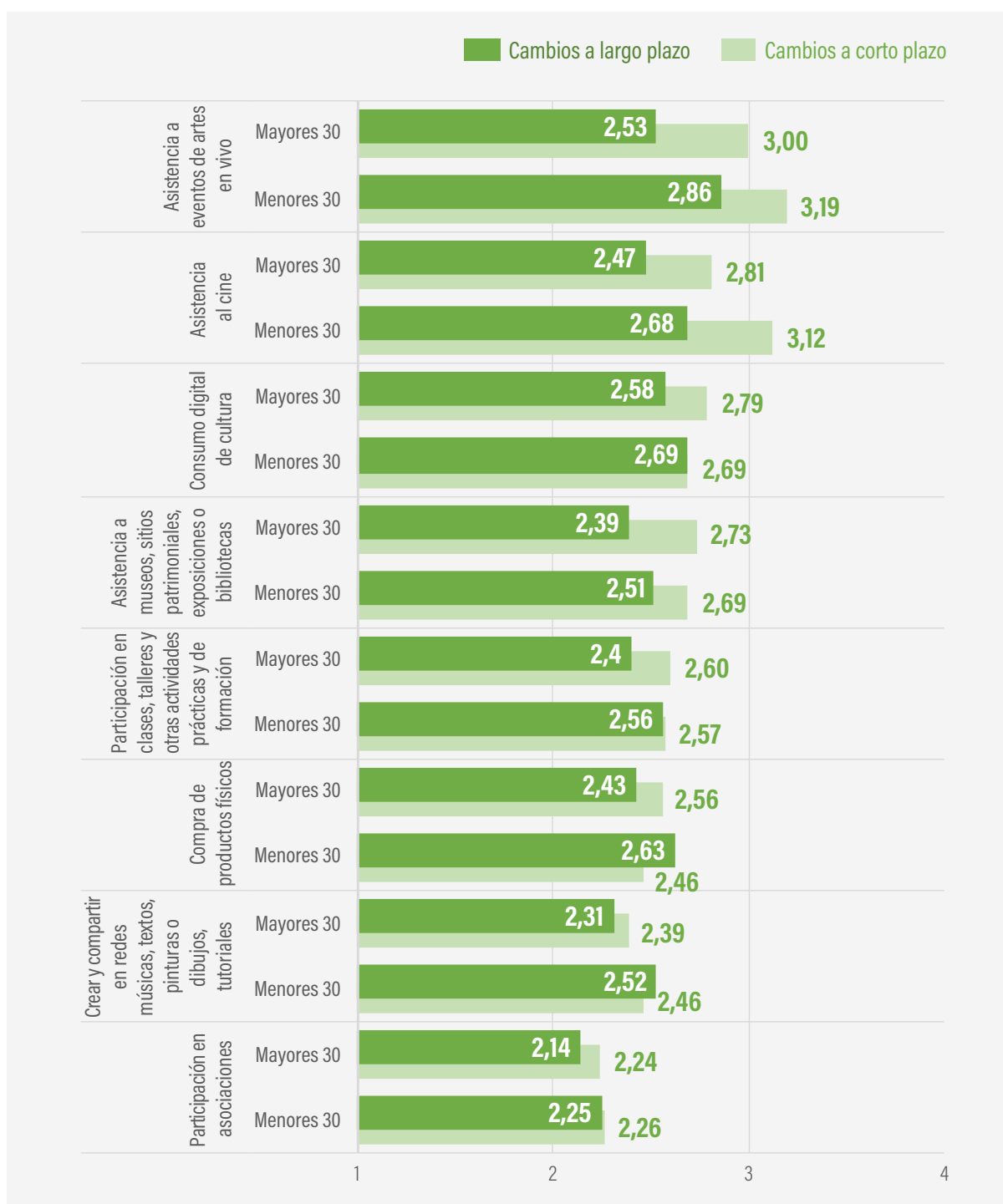




Gráfico 22. **Impacto de la Covid-19 en el cambio de hábitos en una escala del 1 (nada) al 4 (mucho) a corto y largo plazo según edad**



Las mujeres, con hábitos culturales más amplios e intensos tal como suele ser en general y se observa en los resultados del apartado 3.1 de este informe, prevén que los impactos serán más importantes de forma general, pero especialmente en relación con las actividades ya destacadas anteriormente: asistencia a artes en vivo, al cine, a exposiciones y museos y en la compra digital. Además, en comparación a los hombres, la tendencia es que la diferencia entre el impacto previsto a corto plazo y a largo plazo difieren menos: los impactos se valoran igual de importantes tanto en el corto plazo como en el largo.

En una mirada según edad destaca que son las personas menores de 30 años las que prevén un impacto mayor y más acusado tanto en el largo como el corto plazo para las prácticas de asistencia a artes en vivo y al cine. En este caso, a diferencia de lo que ocurre con las mujeres, no son el colectivo que más hábitos tiene en relación a estas prácticas.

## Conclusión

Las prácticas más destacadas durante la pandemia por nuevos practicantes y por intensificación de hábitos son el **acceso a charlas, tutoriales y conferencias mediante redes sociales** y el **acceso mediante suscripciones de pago a plataformas** de contenido cultural. Además, el acceso a podcasts irrumpe como una práctica en auge, con el mayor número de nuevos practicantes.

En la **mayoría de las prácticas digitales se percibe que ya son o serán habituales en el futuro, excepto en dos**, donde hay mayores dudas: el acceso mediante internet a obras en vivo y la realización de visitas virtuales a exposiciones, museos o sitios patrimoniales. En este sentido, la realización de estas dos prácticas de forma digital se percibe en mayor grado como algo excepcional, con tendencia a volver a los cauces habituales, presenciales. Que justamente sean estas dos prácticas las que tienen mayor disparidad de opiniones sobre si va a ser algo habitual o si ha sido excepcional, apunta razonablemente a la **falta de interés que para algunas personas pueden tener las experiencias que solo digitalizan la práctica sin mayores transformaciones**. En estos casos, la presencialidad juega, por tanto, un papel crucial.

En relación con las tendencias sobre futuro en materia digital se observa que -aunque son pocos casos- crece de forma transversal el porcentaje de personas que no saben o no contestan (del 9,3% al 13,1%), hecho indicativo de una **mayor incertidumbre** ante la vuelta a la normalidad.

En una mirada según sexos y edades, destaca, primero, que **las mujeres son el colectivo que más está experimentando con las prácticas digitales**: son mayoría en proporción de nuevas practicantes y de personas que intensifican sus hábitos. Segundo, que según edad en algunos casos los directores del cambio son personas menores de 30 años y en otras actividades lo son las mayores de 30 años: los menores de 30 años son más en las prácticas de acceso a plataformas de contenido cultural, a formación mediante redes sociales y en intercambio de creaciones propias. En cambio, los mayores de 30 son una proporción mayor en el acceso a obras en vivo mediante Internet, en la realización de compras digitales, en el intercambio de contenido de otros artistas profesionales y en la realización de visitas virtuales.

Finalmente, considerando la valoración del impacto de la Covid-19 en la participación cultural en una mirada más general, se detecta que, **en la asistencia a eventos de artes en vivo, al cine y a museos los cambios producidos por la Covid-19 se valoran de forma importante, pero sobre todo a corto plazo**.

Hay que considerar que, en todos los casos, por leve que sea, se considera que ha existido un impacto (ya sea en el corto o largo plazo). Los menores impactos se prevén para la participación activa, la compra de producto, el intercambio cultural en redes sociales y la participación en asociaciones. En estos casos, además, el impacto se valora de forma similar tanto en el corto plazo como en el largo.

Una mirada por sexos y edades destaca que **las mujeres prevén que los impactos en sus hábitos serán más importantes, y menos excepcionales** (difiere menos la valoración del impacto a corto plazo respecto al largo plazo). Por edades, los mayores impactos y más acusado a largo plazo los prevén los menores de 30 años en sus prácticas de asistencia a artes en vivo y al cine.

### 3.3. Percepción subjetiva del cambio

---

#### Propósito

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

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

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

#### ¿Qué se mide?

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

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

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

#### ¿Cómo se mide?

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

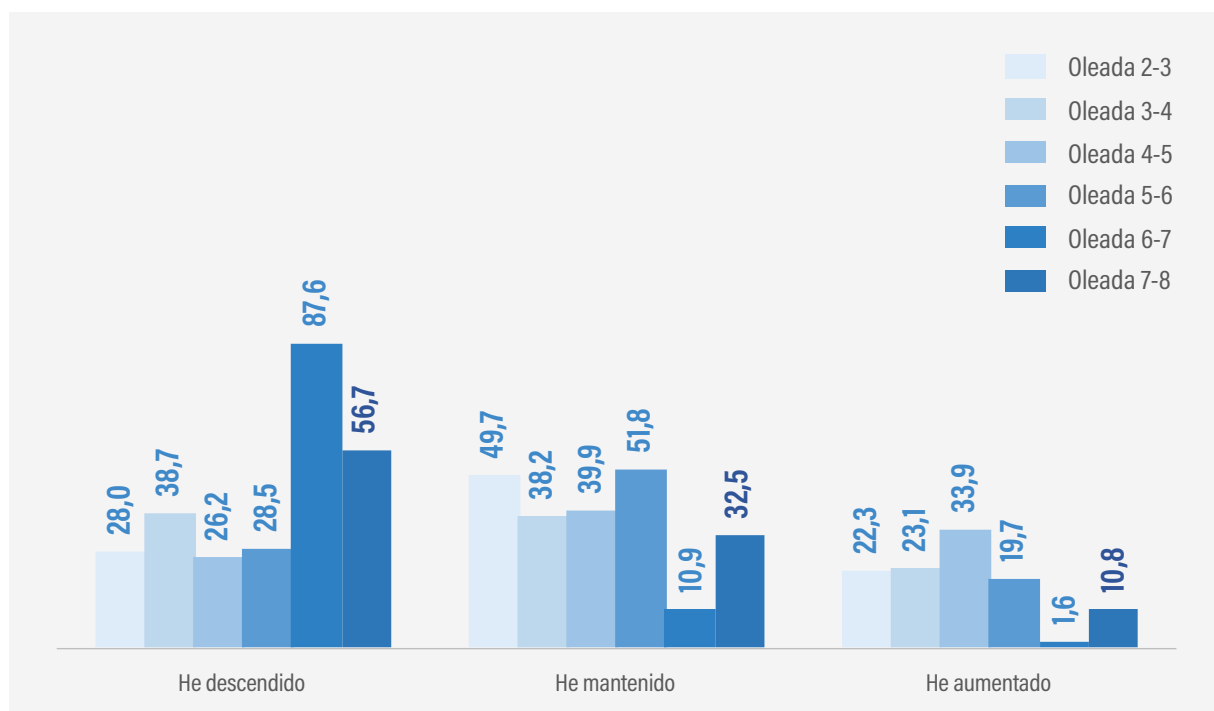
La trayectoria subjetiva se mide usando únicamente la variable en la que los propios encuestados valoraban la evolución de su nivel de participación entre oleadas. En ella apuntaban si creían haber aumentado, descendido o mantenido su nivel de participación.

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

## Resultados y discusión

La percepción subjetiva viene marcada por una creencia de descenso de la actividad cultural, a pesar de que los datos objetivos (apartado 3.1) mostraban un ligero aumento y un peso relevante del mantenimiento. En este sentido, se intuye que el contexto de pandemia, aunque menos restrictivo, sigue marcando una percepción de limitaciones.

Gráfico 23. **Resumen de las trayectorias subjetivas (autopercebidas) de cambio entre oleadas (%)**



Nota: En esta ocasión no se consideran las personas participantes del Panel que fueron repescadas de la Oleada 3 con tal de mantener el criterio unificado.

El patrón estable que en oleadas anteriores marcaban las razones que dan los entrevistados se quebró en la oleada 7 como consecuencia del efecto de la Covid-19, y en la presente oleada se recupera esta «normalidad» de forma importante, aunque parcial (tabla 8, los porcentajes suman más de 100% dado que cada individuo puede seleccionar más de una razón).

En la oleada 7 la categoría «Otros» se situaba en cabeza de los motivos ofrecidos citado con un 63,1%, recogiendo así el efecto de la pandemia. En la presente oleada, este motivo vuelve a colocarse en las últimas posiciones, aunque en comparación a la oleada 6 ya no es tan residual (un 21% frente un 4,2%).

Tabla 8. Motivos subjetivos de la evolución de la participación cultural. Oleadas 6 a 8

Motivo	Oleada 6	Oleada 7	Oleada 8	% recuperación cifra oleada 6
El tiempo de que dispongo	80%	36,4%	59%	<b>73,8%</b>
Distintas responsabilidades personales (cuidado familiar, estudios...)	62,6%	43,3%	56,4%	<b>90,1%</b>
Mis otros intereses en el tiempo libre (amistades, otras aficiones...)	66,3%	35,8%	61,5%	<b>92,8%</b>
Amistades con las que participar conjuntamente	51,1%	25,1%	37,4%	<b>73,2%</b>
Mi interés por la oferta cultural	50%	24,1%	35,4%	<b>70,8%</b>
La satisfacción con las actividades culturales	36,8%	12,8%	22,6%	<b>61,4%</b>
Las recomendaciones (de amistades, prensa, internet...)	41,1%	4,6%	26,2%	<b>63,7%</b>
La posibilidad de oferta cultural en mi entorno	50,5%	55,6%	53,8%	<b>106,5%</b>
La información sobre actividades culturales a mi alcance	42,1%	24,6%	40%	<b>95,0%</b>
El precio de las actividades	41,6%	16,6%	39,5%	<b>95,0%</b>
Abonos, descuentos, carnets culturales...	20,5%	11,8%	20%	<b>97,6%</b>
La posibilidad de hacer lo mismo por internet	11,1%	15,5%	12,3%	<b>110,8%</b>
Otros	4,2%	63,1%	21%	<b>500,0%</b>

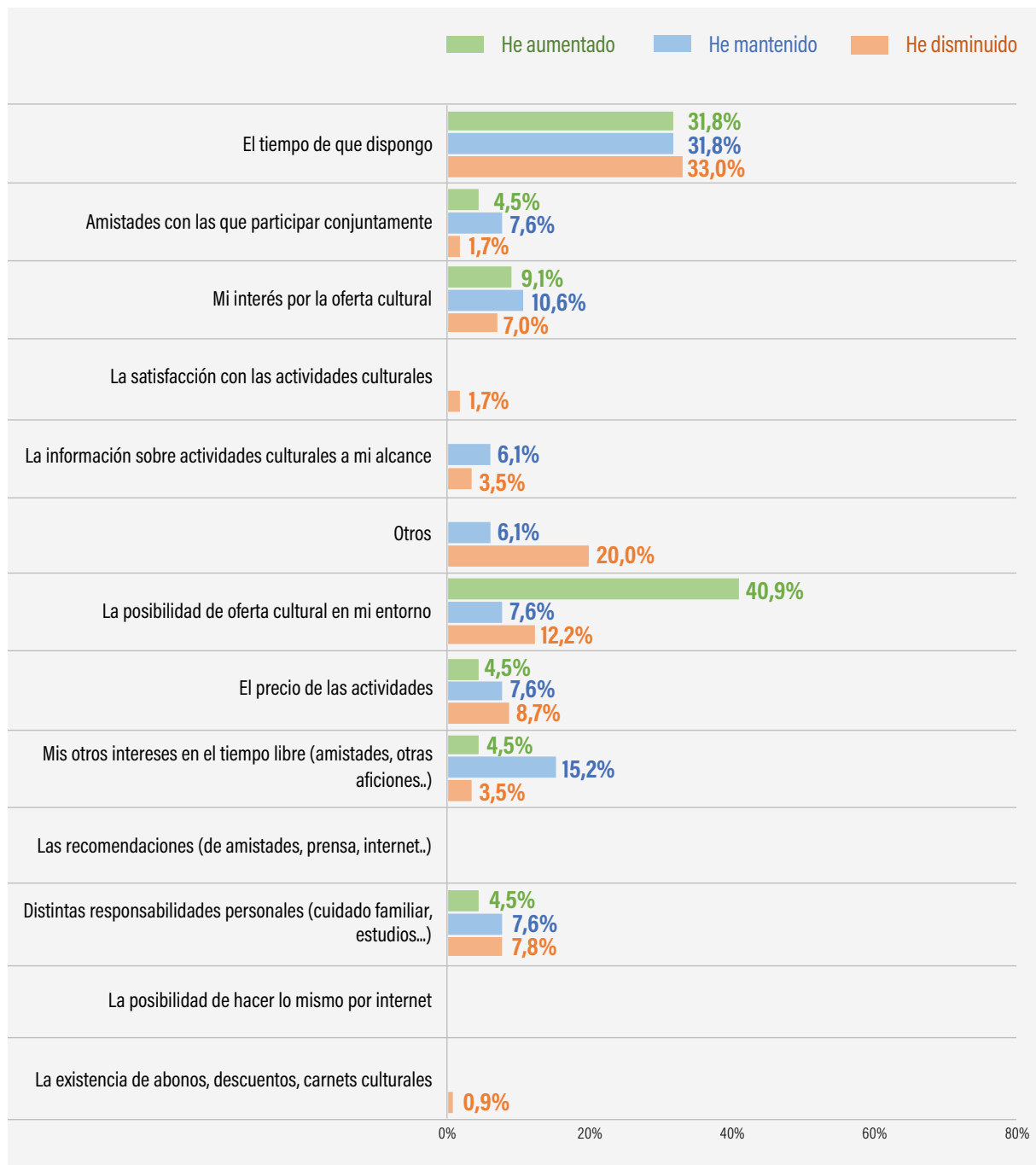
En la última oleada anterior a la pandemia el tiempo disponible seguía siendo el motivo principal aducido por las personas participantes en el panel para explicar la evolución de su participación cultural. Ahora, en un contexto menos restrictivo que en la oleada 7, este motivo se sitúa con importancia similar a los otros intereses en el tiempo libre (61,5%), a las distintas responsabilidades personales (56,4%) y a la posibilidad de oferta cultural en el entorno próximo (53,8%). En este sentido, estos últimos motivos recuperan su peso de la oleada 6, cosa que no ocurre con el tiempo disponible, que se queda por debajo (un 59% actualmente, frente un 80% con anterioridad a la pandemia).

Entre los motivos que no recuperan su peso anterior, destacan la satisfacción con las actividades culturales, las recomendaciones, el interés por la oferta cultural propiamente y las amistades con las que participar.

Atendiendo al motivo principal que cada persona encuestada da según la trayectoria de cambio autopercibida (Gráfico 24), destaca que;

- La posibilidad de oferta cultural en el entorno ha sido un motivo relacionado con la percepción de aumento.
- El tiempo disponible es relevante para dar cuenta tanto del mantenimiento como de aumentos y descensos, siendo una razón con capacidad de ejercer efectos en distintas direcciones.
- Las restricciones de la pandemia, contenidas en la categoría «Otros», ha sido un motivo relacionado con los descensos.
- Los otros intereses distintos a la actividad cultural destacan también entre las personas que han recalado una trayectoria de mantenimiento.

Gráfico 24. **Motivos principales que los encuestados expresan según la trayectoria subjetiva de cambio (%)**



## Conclusión

Las personas, a pesar de la leve mejora de los datos de realización de prácticas culturales receptivas, autoperciben sobre todo que su participación cultural ha descendido. La trayectoria autopercebida de descenso suma un 56,7% de personas, la de mantenimiento un 32,5% y la de aumento un 10,8%. Esta **contraposición entre la percepción subjetiva y los datos objetivos** muestra que, a pesar de restricciones más leves, el contexto de pandemia genera una percepción de limitaciones.

Esta percepción de limitaciones puede haber estado agravada por el paso del tiempo y la falta de vuelta a la normalidad: en términos objetivos se ha participado más culturalmente, pero la sensación es pesimista, apuntando a un posible **agotamiento psicológico**.

En relación con los motivos que las mismas personas dan para explicar sus trayectorias de participación cultural, destaca que la pandemia desciende en importancia, y se erigen los **otros intereses en el tiempo libre** distintos a la cultura como el motivo principal, con un peso compartido con el tiempo disponible (que ya no es el factor principal de forma distanciada), las distintas responsabilidades personales y la posibilidad de oferta cultural en el entorno.

Cruzando los motivos que dan las personas con sus trayectorias autopercebidas, se detecta que **la posibilidad de oferta cultural en el entorno se asocia a las trayectorias de aumento**; en sintonía con el leve levantamiento de restricciones en el período de estudio. En cambio, **las restricciones de la pandemia se relacionan con descensos y, los otros intereses distintos a la actividad cultural destacan en relación al mantenimiento** (es decir, los otros intereses, más que restar, actúan de freno). El tiempo disponible, finalmente, es relevante para dar cuenta tanto del mantenimiento como de aumentos y descensos, siendo una razón con capacidad de ejercer efectos en distintas direcciones.

La irrupción de un fenómeno como la Covid-19, que ha trastocado pilares básicos en los que se fundamentaba la cotidianidad, ha producido cambios que el panel consigue recoger de forma útil y valiosa, contribuyendo a entender mejor la participación cultural y el impacto producido por la pandemia en estos hábitos.

El impacto de la Covid-19 fue especialmente duro y negativo para la **participación receptiva**, que en la actualidad solo **se recupera levemente**. El modo de participación receptiva recoge mayoritariamente actividades que se realizan bajo condiciones (presencialidad, aglomeramiento) que las medidas sanitarias restringen en motivo de la Covid-19. La lectura ofrece el contraste más claro entre las actividades receptivas consideradas, pero también las actividades digitales y, también en cierto modo, las creativas. En este sentido, la lectura se ha mantenido inalterable y el resto de las actividades se vieron, primero, fuertemente afectadas en conjunto y, segundo, sometidas a **distintas oportunidades de recuperación**. Las actividades vinculadas a las artes en vivo se sitúan como las que están enfrentando mayores dificultades, seguida de la asistencia a conciertos, al cine, y a exposiciones y bibliotecas.

En una mirada global, comparando con actividades creativas y digitales, la valoración que las personas hacen del impacto de la Covid-19 en el cambio de sus hábitos a corto y largo plazo coincide en que, en la **asistencia a artes en vivo**, pero también en la asistencia a **cine y exposiciones**, los **impactos han sido más importantes pero también más claramente excepcionales** (de corto plazo).

Considerando diferencias por sexo y edad, destaca primero que entre las mujeres el impacto de la pandemia fue menor, y que en general han recuperado más sus niveles anteriores. Según edad se ha observado que la asistencia a espectáculos, a bibliotecas y a conciertos se ha recuperado en mayor medida entre las personas de más de 30 años. En relación con el cine y a las exposiciones la recuperación es levemente mayor entre las personas menores de 30 años.

En relación con la **participación digital**, ya desde la oleada del panel anterior a la pandemia se identifica una tendencia al alza. La irrupción de **la Covid-19 la reforzó y en la actualidad se mantiene**. Una de las preguntas relevantes para el futuro tiene que ver con la tendencia que seguirá, si ha tocado techo y se mantendrá, si con la vuelta a la normalidad se reducirá, o si seguirá en aumento. Por ahora, parece claro que la Covid-19 está afianzando el nivel de participación digital que venía cuajándose.

Asimismo, se ha mostrado como en el audiovisual el streaming y el pago por contenidos se imponen, el papel se mantiene como soporte principal de lectura, y en la música se impone el streaming como medio (en este caso, principalmente gratuita) y el soporte móvil.

En el bloque específico sobre tendencias, destaca que la mayoría de las **prácticas más propiamente digitales** (plataformas de contenido cultural, acceso a charlas y tutoriales online, intercambio de material artístico en redes...) ya **se perciben como habituales** o que van a serlo próximamente. En cambio, en el **acceso digital a las artes en vivo y a exposiciones**, museos o sitios patrimoniales hay mayor disparidad de opiniones, con partes importantes



de personas que creen que estas prácticas digitales han sido **excepcionales**. Aún así, también en estos casos hay personas que opinan que serán habituales en el futuro, aunque por ahora no lo sean.

En una mirada por sexo y edad, ha destacado, primero, que las mujeres son el colectivo que más experimenta con los hábitos digitales: más practicantes y/o con más intensidad. Segundo, que hay diferencias entre menores y mayores de 30 años en las preferencias digitales. Las personas menores de 30 años son más en concepto de acceso a plataformas de contenido cultural, a formación mediante redes sociales y en intercambio de creaciones propias; y las mayores de 30 años son más en concepto de acceso a obras en vivo mediante Internet, en la realización de compras digitales, en el intercambio de contenido de otros artistas profesionales y en la realización de visitas virtuales.

En consideración de las **prácticas artísticas amateurs** hay que destacar que, después de un aumento notable en el período más restrictivo de la pandemia, **retroceden ahora incluso a niveles inferiores a los anteriores** a la pandemia. Se resiente la participación creativa y se observa un **aumento de no practicantes** y una **pérdida de hábitos intensos** (realización de más de una práctica a la vez).

Observando resultados según sexo y edad, las tendencias muestran una pérdida de practicantes entre hombres y menores de 30 años y una pérdida de intensidad de la participación creativa entre mujeres y mayores de 30 años.

Finalmente, atendiendo a la percepción subjetiva de las personas, se ha observado que, a pesar de la leve mejora de los datos de realización de prácticas culturales receptivas, autoperciben sobre todo que su participación cultural ha descendido. La pandemia, a pesar de que durante el período de estudio hubo menores restricciones, ha conseguido generar una **percepción de limitaciones** incluso cuando los niveles de participación cultural han mejorado objetivamente, apuntando a un **posible agotamiento psicológico** que genera pesimismo.

Considerando los motivos que dan las personas sobre sus trayectorias autopercebidas, se detecta que **la posibilidad de oferta cultural en el entorno se asocia a las trayectorias de aumento**; en sintonía con el leve levantamiento de restricciones en el período de estudio. En cambio, **las restricciones de la pandemia se relacionan con descensos y, los otros intereses distintos a la actividad cultural destacan en relación con el mantenimiento**; actuando más bien como freno y no tanto como factor netamente negativo.

El factor del **tiempo disponible**, que en oleadas anteriores a la pandemia era el factor principalmente aducido, en esta ocasión se sitúa a la par que los otros intereses en el tiempo libre distintos a la cultura, a la posibilidad de oferta en el entorno y a las distintas responsabilidades personales. Los resultados muestran que genera efectos transversales tanto en los aumentos como en los mantenimientos y los descensos; siendo a pesar de su pérdida de peso global un factor importante y transversal para la actividad cultural.

## ANEXO 1. TABLAS ADICIONALES

Tabla anexo 1. **Media de la participación receptiva de partida (en la oleada 6) de cada trayectoria de cambio**

	Media
Descenso pronunciado	0,2588
Descenso moderado	0,1833
Mantenimiento	0,1034
Aumento moderado	0,1253
Aumento pronunciado	0,0848
<b>Total</b>	<b>0,1168</b>

Tabla anexo 2. **Comparativa del número de actividades artísticas amateur realizadas entre las oleadas 6 y 8**

	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8
Ninguna actividad	55,7	52,1	61,1
1 actividad	28,4	24,2	26,4
2 actividades	8,2	10,3	8,3
3 actividades	3,1	6,7	3,1
4 actividades	3,1	4,6	0,5
5 o más actividades	1,5	2	0,5

Tabla anexo 2.1. **Comparativa del número de actividades artísticas amateur realizadas en las Oleadas 6 y 8 según sexos**

	Mujeres			Hombres		
	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8
Ninguna actividad	51,5	52,6	56,3	60,8	51,5	66
1 actividad	32,0	22,7	30,2	23,7	25,8	22,7
2 actividades	8,2	11,3	8,3	8,2	9,3	8,2
3 actividades	3,1	6,2	4,2	4,1	7,2	2,1
4 actividades	3,1	3,1	-	2,1	6,2	1
5 o más actividades	2,1	4,1	1	1,0	-	-

Tabla anexo 2.2. **Comparativa del número de actividades artísticas amateur realizadas en las Oleadas 6 y 8 según edades**

	Menores de 30 años			Mayores de 30 años		
	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8
Ninguna actividad	54,4	42,9	67,1	57,7	58,1	57,5
1 actividad	27,8	27,3	17,8	27,9	22,2	31,7
2 actividades	5,6	16,9	12,3	10,6	6,0	5,8
3 actividades	4,4	5,2	1,4	2,9	7,7	4,2
4 actividades	5,6	6,5	1,4	1,0	3,4	0,8
5 o más actividades	2,2	1,3	-	-	0,9	0,8

Tabla anexo 3. **Media de la participación digital de partida (en la oleada 6) de cada trayectoria de cambio**

	Media
Descenso pronunciado	0,5667
Descenso moderado	0,4371
Mantenimiento	0,3250
Aumento moderado	0,3238
Aumento pronunciado	0,2829
<b>Total</b>	<b>0,3697</b>

Tabla anexo 4. **Actividades de participación activa más frecuentes según sexos entre las oleadas 6 y 8 (Porcentaje que indica haber realizado la actividad los últimos 6 meses)**

	Mujeres			Hombres		
	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8
Tocar un instrumento musical	9,3	8,2	6,3	14,4	20,6	13,4
Escribir	13,4	11,3	10,4	11,3	12,4	9,3
Danza, baile, ballet	9,3	12,4	7,3	3,1	3,1	2,1
Hacer fotografías (talleres, cursillos)	10,3	14,4	5,2	11,3	18,6	5,2
Pintura o dibujo	5,2	13,4	10,4	2,1	9,3	3,1
Otras artes plásticas	11,3	10,3	7,3	2,1	4,1	1
Hacer vídeo (talleres, cursillos)	6,2	15,5	3,1	4,1	9,3	4,1
Otros audiovisuales (Diseño gráfico, webs, etc)	3,1	4,1	2,1	9,3	9,3	3,1

Tabla anexo 5. **Actividades de participación activa más frecuentes según edades entre las oleadas 6 y 8 (Porcentaje que indica haber realizado la actividad los últimos 6 meses)**

	Menores de 30 años			Mayores de 30 años		
	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8
Tocar un instrumento musical	16,7	19,5	11	7,7	11,1	9,2
Escribir	11,1	11,7	8,2	13,5	12	10,8
Danza, baile, ballet	7,8	10,4	6,8	4,8	6	3,3
Hacer fotografías (talleres, cursillos)	12,2	20,8	2,7	9,6	13,7	6,7
Pintura o dibujo	6,7	15,6	8,2	1	8,5	5,8
Otras artes plásticas	7,8	5,2	2,7	5,8	8,5	5
Hacer vídeo (talleres, cursillos)	6,7	11,7	4,1	3,8	12,8	3,3
Otros audiovisuales (Diseño gráfico, webs, etc)	10	9,1	2,7	2,9	5,1	2,5

Tabla anexo 6. **Actividades de participación digital más frecuentes según sexos entre las oleadas 6 y 8 (El valor indica haber realizado como mínimo una vez la actividad en los últimos 6 meses)**

	Mujeres			Hombres		
	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8
Ver películas, series o vídeos	96,9	95,9	98	93,8	99	99
Escuchar o descargar música	78,9	73,2	73,5	83,5	81,7	84,3
Leer o descargar libros	36,1	34	20,8	52,6	47,4	13,4
Acceder a la biblioteca	30,9	26,3	24,5	19,6	15,6	13,7
Ver conciertos	28,7	42,3	27,5	33,7	41,7	30,7
Ver espectáculos	14,4	18,8	16,7	6,2	19,8	16,7
Ver exposiciones	3,1	4,1	7,8	1	4,1	3,9

Tabla anexo 7. **Actividades de participación digital más frecuentes según edades en las oleadas 6 y 8 (El valor indica haber realizado como mínimo una vez la actividad en los últimos 6 meses)**

	Menores de 30 años			Mayores de 30 años		
	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8	Porcentajes Oleada 6	Porcentajes Oleada 7	Porcentajes Oleada 8
Ver películas, series o vídeos	98,9	100	100	92,3	95,7	97,4
Escuchar o descargar música	90	90,9	87,2	73,5	68,1	73,8
Leer o descargar libros	42,2	37,7	20,5	41,3	42,7	15
Acceder a la biblioteca	26,7	22,1	19,2	24	20,2	19
Ver conciertos	31,8	48,1	29,5	30,7	37,9	28,6
Ver espectáculos	11,1	18,7	16,7	9,6	19,7	16,7
Ver exposiciones	2,2	2,6	5,1	1,9	5,2	6,3

## ANEXO 2. CODIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable y referencia cuestionario	Descripción
<b>Edad G2</b>	Se trata de una variable continua construida a partir del año de nacimiento. Hay que recordar que la muestra abarca inicialmente individuos de los 18 a los 39.
<b>Sexo G1</b>	Se trata de una variable binaria donde el 0 identifica al hombre y el 1 la mujer.  * No se usa en los análisis del cambio dado que es una variable fija que no cambia en el tiempo.
<b>Tamaño del municipio G5</b>	Diferencia entre 4 categorías: 1. <5.000 2. 5.000 a 20.000 3. >20.000 4. Capitales
<b>Vivir con hijos G6a</b>	Se construye a partir de la recodificación de la variable G6 entre aquellas categorías que manifiestan vivir con hijos (categoría 1) y las que no (categoría 0). Se trata de una aproximación al hecho de tener hijos a través de la variable de formas de convivencia.  * Utilizada solo hasta la oleada 3.
<b>Tener hijos G6b</b>	Pregunta directa sobre el número de hijos.  * Incorporada en la oleada 3.
<b>Nivel de estudios terminados G7</b>	Formada por un total de 8 categorías de menor a mayor nivel de estudios terminado.
<b>Idioma G10</b>	Indica el idioma con el que se expresa más cómodamente y pasa del euskera (1) al castellano (3) pasando por la categoría «ambos» (2). Se elimina la opción otros (solo 1 caso)
<b>Acceso a un salario/trabajo G12</b>	Se construye recodificando la variable G12 en 2 grandes grupos: dependientes (Codificada con un 1: estudiantes, parados e incapacitados permanentemente) e independientes económicamente (Codificada con un 0: trabajadores por cuenta propia o ajena).
<b>Ingresos G14a</b>	6 tramos de ingresos mensuales desde sin ingresos hasta más de 2000.

.../...

<b>Dificultad económica subjetiva G14b</b>	<p>Del 1 al 10, capta de menos a más las dificultades para llegar a fin de mes.</p>
<b>Capital cultural heredado</b>	<p>Se construye sumando las siguientes variables, estandarizando su medida y escalándolas de 0 a 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros en casa en la infancia.</li> <li>• Instrumentos musicales en la infancia.</li> <li>• Grabador de CD, radio, equipo de música o de discos vinilo en la infancia.</li> <li>• Prensa escrita en casa en la infancia.</li> <li>• Asistencia a museos o galerías, teatro, espectáculos, danza, conciertos, bibliotecas o cine en la infancia.</li> <li>• Prácticas culturales en la infancia: leer, dibujar, escribir historias, tocar música.</li> <li>• Las variables de frecuencia están formadas por 5 categorías: Ninguna vez, una vez, dos veces, entre 3 y 5 veces y más de 5 veces. Cada nivel se escala para dar lugar a valores entre 0 y 1.</li> <li>• Las otras variables son resultados de la recodificación según niveles de consumo entre 0 y 1.</li> </ul> <p>* No se usa en los análisis del cambio dado que es una variable fija que no cambia en el tiempo.</p>
<b>Nivel estudios madre y padre G15a y G15b</b>	<p>Igual que la variable Nivel de estudios.</p> <p>No se contempla de forma sistemática dado que en la oleada 1 se pudo observar que su efecto era sobre todo indirecto a través del capital cultural heredado.</p> <p>* No se usa en los análisis del cambio dado que es una variable fija que no cambia en el tiempo.</p>
<b>Tiempo libre G22 G23</b>	<p>Del 1 (poco tiempo libre) al 4 (mucho) mide el tiempo libre entre semana (G22) o el fin de semana (G23).</p>
<b>Importancia de la actividad cultural G24</b>	<p>Mide en una escala del 1 al 10 la importancia que tiene para el individuo la participación en actividades culturales.</p>
<b>Motivación cultural principal G27</b>	<p>Se miden las distintas motivaciones hacia el consumo cultural:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estimular nuevas sensaciones, salir de la rutina (Emocional).</li> <li>2. Mejorar mi conocimiento (Cultural).</li> <li>3. Autorealización. Satisfacer mis intereses y necesidades personales (Simbólica).</li> <li>4. Compartir la experiencia, relacionarme con mi gente (Social).</li> </ol> <p>Se dicotomiza recodificando conjuntamente las necesidades sociales y emocionales (1) y las simbólicas y culturales (2).</p>

.../...



.../...

<b>Aficiones y ocupaciones alternativas</b> <b>G29</b>	<p>Se trata de una escala que varía de 0 a 1 (de menos a más) construido a partir del tiempo dedicado a otras aficiones u ocupaciones.</p> <p>Incompatibles:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Deporte</li><li>• Videojuegos</li><li>• Tareas de casa</li></ul> <p>Compatibles:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gastronomía</li><li>• Turismo</li><li>• Amistades</li></ul>
<b>Asociacionismo</b> <b>G54</b>	<p>Recoge información acerca de la participación en alguna asociación cultural:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Ninguna</li><li>• Una</li><li>• Más de una</li></ul>
<b>Abono cultural</b> <b>G44</b>	<p>Recoge información acerca de la tenencia de un abono cultural para alguna actividad/equipamiento o no:</p> <p>0. No</p> <p>1. Sí</p>
<b>Trayectoria subjetiva</b>	<p>Recoge la trayectoria de evolución autopercebida por el propio encuestado respecto la anterior oleada.</p> <p>Se refiere al nivel de participación en general.</p> <p>Tiene 3 categorías: He descendido v, he mantenido y he aumentado mi participación cultural.</p>
<b>Razones subjetivas</b> <b>(Selección múltiple + motivo principal)</b>	<p>Se trata de un listado de motivos relacionados con la evolución de la participación cultural entre oleadas. Se pregunta en referencia a la trayectoria autopercebida.</p> <p>Los individuos no solo seleccionan de forma múltiple las distintas razones que perciben como importantes sino también la principal razón a su parecer.</p>
<b>Participación creativa</b>	<p>Se trata de un índice que de 0 a 1 (menos a más) mide la cantidad de distintas prácticas culturales que se practican. Todas ellas tienen el mismo peso. Se trata de variables dicotómicas.</p> <p>Las variables/prácticas que forman parte del índice son:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Escribir</li><li>• Pintar</li><li>• Artes plásticas</li><li>• Fotografía * En la oleada 2 no se incluye dado que esta variable tomó un porcentaje anómalo que sesgaba la interpretación</li><li>• Vídeo</li><li>• Audiovisual</li><li>• Bertsolaris</li><li>• Teatro</li><li>• Danza</li><li>• Música</li><li>• Otros</li></ul>

.../...

<p><b>Participación receptiva</b></p>	<p>Se trata de un índice que de 0 a 1 (menos a más) mide la intensidad de consumo a partir de distintas variables que tienen el mismo peso en el índice.</p> <p>Se trata de las siguientes variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de libros leídos</li> <li>• Número de conciertos atendidos</li> <li>• Frecuencia de asistencia al cine</li> <li>• Frecuencia de asistencia a espectáculos</li> <li>• Frecuencia de asistencia a exposiciones</li> </ul> <p>Las variables de frecuencia están formadas por 5 categorías: Ninguna vez, una vez, dos veces, entre 3 y 5 veces y más de 5 veces. Cada nivel se escala para dar lugar a valores entre 0 y 1.</p> <p>Las otras variables son resultados de la recodificación según niveles de consumo entre 0 y 1.</p>
<p><b>Diversidad del consumo/ Omnivorismo cultural</b></p>	<p>Se trata de un índice que de 0 a 1 (menos a más) mide la Diversidad de consumo a partir de distintas variables que tienen el mismo peso en el índice. Se trata de variables dicotómicas (sí/no).</p> <p>Se trata de las siguientes variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cine</li> <li>• Libros</li> <li>• Conciertos</li> <li>• Exposiciones</li> <li>• Circo</li> <li>• Teatro infantil</li> <li>• Teatro</li> <li>• Danza</li> <li>• Musical</li> <li>• Bertsolaris</li> <li>• Magia</li> <li>• Festival literario</li> <li>• Ópera</li> </ul>
<p><b>Participación digital</b></p>	<p>Se trata de un índice que a partir de variables dicotómicas (sí/no) mide el consumo digital entre 0 y 1 (menos a más) a partir de las siguientes variables:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escuchar o descargar música de internet</li> <li>• Leer o descargar libros de internet</li> <li>• Ver series, películas o videos por internet</li> <li>• Ver espectáculos a través de internet</li> <li>• Ver conciertos por internet</li> <li>• Ver exposiciones por internet</li> <li>• Acceder a la biblioteca por internet</li> </ul>
<p><b>Trayectoria objetiva (Diferencia entre oleadas continua)</b></p>	<p>Se calcula para el caso de la participación receptiva, creativa y digital.</p> <p>Equivale al resultado de restar el resultado de las escalas de una oleada con el de la anterior oleada.</p> <p>El proceso se detalla en el apartado correspondiente.</p>
<p><b>Trayectoria objetiva (Diferencia entre oleadas categórica)</b></p>	<p>La diferencia entre oleadas (Continua) se recodifica en 5 categorías: Ascenso (pronunciado o moderado), mantenimiento y descenso (pronunciado o moderado).</p> <p>El proceso se detalla en el apartado correspondiente.</p>