

La Encuesta de Consumo y Prácticas Culturales de Cataluña

Sergio Mosteiro Molina¹

Técnico estadístico. Departamento de Cultura y Medios de Comunicación. Generalitat de Cataluña

El uso de métodos y técnicas de análisis estadístico que permitiesen sistematizar y cuantificar con garantías razonables de objetividad y contemporaneidad un concepto tan abstracto como el de la cultura es una actividad relativamente reciente.

No es hasta bien entrada la segunda mitad del siglo XX cuando la cultura se convierte en un ámbito más de la investigación estadística, dada la necesidad de disponer de herramientas y datos que ayudasen a la elaboración, programación y evaluación de políticas públicas en esta área.

En el caso de Cataluña, y con el objetivo de conocer las pautas de comportamiento de la población catalana en las prácticas y hábitos de consumo culturales y los usos del tiempo libre, el actual Departamento de Cultura y Medios de Comunicación de la Generalitat inició en julio de 1985 el *Estudio del comportamiento y las características técnicas de la demanda de productos culturales en Cataluña*, con una encuesta hecha a partir de una muestra de 1.491 individuos de 15 años o más en 61 municipios; este estudio se repitió durante los años 1991 y 1996.

Pese a todo, no es hasta el año 2001 cuando el Departamento firma un convenio con el Instituto de Estadística de Cataluña para la elaboración de la primera *Encuesta de consumo y prácticas culturales de Cataluña*. Dicha encuesta, en sus dos ediciones de 2001 y 2006 se ha conformado como una actividad estadística consolidada de carácter oficial que reúne los requisitos técnicos exigibles a todas las operaciones del sistema estadístico catalán, a la vez que queda totalmente enmarcada en los parámetros establecidos por EUROSTAT y la UNESCO.

El principal objetivo de esta operación estadística es conocer el consumo efectivo de los productos y los servicios de carácter cultural, las prácticas activas de la población catalana relacionadas con la cultura, las actividades realizadas durante el tiempo libre, y el equipamiento cultural disponible de los hogares, así como poder establecer un punto de referencia que permita no sólo observar la evolución de los distintos hábitos culturales, sino también caracterizar a los distintos sectores poblacionales que llevan a cabo estas actividades.

La Encuesta de consumo y prácticas culturales 2006: primeros resultados

Los primeros resultados comparativos entre las encuestas de los años 2001 y 2006 muestran las siguientes tendencias generales:

- Un **aumento generalizado de los niveles de consumo para casi todos los ámbitos culturales**, especialmente en el uso de Internet, la práctica de actividades artísticas, la lectura de revistas y la asistencia a conciertos o espectáculos teatrales.
- Una **creciente feminización de la cultura**. La mujer participa cada vez más en actividades de tipo cultural y, en algunos casos, como por ejemplo la visita a galerías de arte, exposiciones o la formación en actividades artísticas, superan la participación masculina.
- Por último, la existencia de una **brecha generacional** en todas las actividades relacionadas con la tecnología y, especialmente en el uso de Internet.

Paralelamente, y como estudio preliminar, se ha considerado interesante analizar el perfil socio-demográfico de aquellas personas que no desarrollan ningún tipo de actividad cultural más allá de ver la televisión y escuchar la radio. Este colectivo, si bien únicamente representa un 1,5% de la población catalana de 15 años en adelante, presenta características que merecen la pena ser comentadas.

Un 70,7% de este grupo está formado por mujeres, y un 77,1% supera los 64 años de edad. Geográficamente, un 64,2% queda concentrado en el área metropolitana de Barcelona, y un 48,9% vive en municipios catalanes de más de 50.000 habitantes. Dentro de este sector poblacional, existen ciertas diferencias entre hombres y mujeres destacables. Un 60% de las mujeres no tiene estudios, mientras que entre los hombres este porcentaje baja hasta el 47,9%; del mismo modo, ninguna de estas mujeres posee estudios universitarios.

Para ambos grupos, la categoría jubilado presenta la frecuencia más alta; sin embargo, los hombres jubilados superan a las mujeres jubiladas en 25 puntos porcentuales. La categoría tareas domésticas es exclusivamente femenina.

Por último, también encontramos diferencias entre hombres y mujeres en cuanto al motivo que justifica su no consumo cultural: entre los hombres es, mayoritariamente, la falta de interés, mientras que entre las mujeres, junto a este motivo aparece también en una elevada proporción la dificultad para salir de casa.

¹ El autor agradece la colaboración del personal del Área de Producción de Estadísticas Sociales del Instituto de Estadística de Cataluña en la elaboración de dicho artículo.

TABLA 1. TASAS DE PRÁCTICA CULTURAL (2001-2006. EN %)

	2001	2006
Lectura de libros	61,2	74,0
Lectura de periódicos	76,7	89,7
Lectura de revistas	51,1	74,2
Asistencia a bibliotecas	35,3	44,0
Consulta de archivos	5,9	9,5
Visita a museos	39,2	48,4
Visita a exposiciones y galerías de arte	35,4	37,7
Visita a monumentos	41,1	47,2
Aficionados a escuchar música	87	95,9
Asistencia a conciertos	32,1	48,2
Asistencia al cine	63,0	68,5
Asistencia a espectáculos teatrales	29,9	40,3
Asistencia a espectáculos de danza	7,6	12,1
Asistencia a espectáculos de circo	5,9	12,8
Prácticas culturales		
Trabajos manuales	22,6	34,8
Escritura	13,3	19,8
Dibujo	12,6	25,7
Tocar un instrumento	8,9	12,3
Danza	3,2	4,2
Canto	3,1	3,2
Teatro	2,4	3,2
Audiencia de televisión	91,5	97,7
Audiencia de radio	83,0	76,3
Uso de Internet	50,3	58,5

Nota: Datos referidos a los 12 meses previos a la realización de la encuesta.

Fuente: Instituto de Estadística de Cataluña.

CUADRO 1. TIPOLOGÍAS POBLACIONALES

Tipologías con bajo nivel de realización de actividades	
Grupo 1	33% (1.729.479)
<ul style="list-style-type: none"> • Tercera edad • Estatus socioeconómico bajo • Sólo siguen los medios de comunicación audiovisuales 	
Grupo 2	25% (1.290.863)
<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes y adultos • Ocupados • Estatus socioeconómico medio • Nivel bajo de realización de actividades culturales • Van al cine • Escuchan música • Utilizan parcialmente las tecnologías de la información 	
Tipologías con nivel medio de realización de actividades	
Grupo 3	9% (488.348)
<ul style="list-style-type: none"> • Tercera edad y población madura • Estatus socioeconómico medio • Usuarios de cultura pre-tecnológica. • Lectores, van al teatro, museos, conciertos de clásica • No utilizan tecnologías de la información 	
Grupo 4	12% (600.811)
<ul style="list-style-type: none"> • Adultos, ocupados • Estatus socioeconómico alto • Nivel medio de asistencia a distintos ámbitos culturales. • Muchos usuarios de tecnologías de la información por trabajo 	
Grupo 5	5% (308.158)
<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes, estudiantes • Usuarios de bibliotecas, asistentes al cine, escuchan música • Muchos usuarios de tecnologías de la información por estudios 	
Tipologías con nivel alto de realización de actividades	
Grupo 6	10% (510.142)
<ul style="list-style-type: none"> • Jóvenes, ocupados, sin cargas familiares • Estatus socioeconómico medio-alto • Población activa en todos los ámbitos culturales 	
Grupo 7	5% (269.807)
<ul style="list-style-type: none"> • Población adulta y madura, estatus socioeconómico alto • Grandes consumidores culturales 	

Fuente: Instituto de Estadística de Cataluña.

La Encuesta de consumo y prácticas culturales 2001: perfiles de población

La aplicación de técnicas estadísticas de análisis multivariante –análisis de correspondencias múltiples y, sobre él, clasificación jerárquica ascendente con descripción de clases– a los resultados obtenidos en la encuesta del año 2001 permitió identificar siete tipologías poblacionales en función del nivel de asistencia y realización de actividades culturales, tal y como queda reflejado en el cuadro 1.

El Grupo 1 queda conformado por el sector poblacional que, prácticamente, no llevaba a cabo ningún tipo de actividad cultural. Tal y como puede apreciarse, es el grupo más numeroso de los identificados, puesto que incluye a una tercera parte de la población catalana.

Más que por aquellas actividades que realiza, dicho grupo destaca principalmente por aquellas que no realiza. La mayor parte de los individuos aquí incluidos no asiste casi nunca a galerías de arte o salas de exposiciones, ni visita museos o monumentos; tampoco frecuentan bibliotecas ni acuden a conciertos de música, a espectáculos teatrales o al cine. Del mismo modo, la lectura de libros es extraordinariamente baja entre este colectivo, ya que un 70,2% declaró no haber leído

un libro durante los últimos 12 meses. La principal actividad cultural que realizan es mirar la televisión y escuchar la radio.

El perfil sociodemográfico de este grupo está muy definido: predomina la población de edad avanzada –un 41,2% supera los 64 años–, unos niveles de formación y de ingresos bastante bajos, y una parte bastante importante (45,1%) llegó a Cataluña antes de 1961.

El Grupo 2 también presenta un nivel de actividades culturales bastante limitado, si bien superior al observado en el colectivo anterior. Los hábitos más destacables de la población que forma esta tipología son el seguimiento de los medios audiovisuales de comunicación, la audición de música grabada –no así la asistencia a conciertos– y la asistencia al cine. Por otro lado, esta población utiliza parcialmente las tecnologías de la información, y tiene ciertos hábitos de lectura.

Una de las características de dicha tipología es que predomina la población que está ocupada y desarrolla sus activida-

des en el sector industrial o en ocupaciones básicas de servicios. Esta población posee un nivel de formación bastante bajo respecto a la media de la población residente en Cataluña, si bien superior al que se observaba en el Grupo 1: hay un equilibrio entre los que han cursado estudios primarios y secundarios, y la presencia de población universitaria es muy escasa. Por tramos de edad, un 36,4% tiene de 15 a 29 años, y un 39,2%, de 30 a 44.

El Grupo 3 incluye a un colectivo de población significativamente activa, que realiza actividades en bastantes de los ámbitos analizados, si bien con una frecuencia moderada. Entre este colectivo la visita a museos y monumentos, galería de arte o salas de exposiciones se lleva a cabo 1 o 2 veces al año (27%) o de 3 a 6 veces (26,9%). Del mismo modo, casi una tercera parte de sus componentes va al teatro 1 o 2 veces al año, y un 15%, de 3 a 6 veces. Entre sus gustos musicales, y como comportamiento identificativo del grupo, la mayoría escucha música clásica (66,4%). Sus hábitos de lectura son también destacables, y la mitad de ellos lee el periódico cada día: sin embargo, un 81% nunca va a bibliotecas. En esta línea de no actividad, cabe destacar también que un 43,3% no va nunca al cine, y sólo un 10,9% se conecta a Internet.

Este último hecho puede quedar explicado por el efecto generación, ya que ambas actividades quedan bastante asociadas a la edad. En este grupo abunda la población madura y gente mayor, jubilada y con una amplia proporción de mujeres. Por el contrario, y a diferencia del Grupo 1, en este colectivo la población ha alcanzado un mayor nivel de estudios, y la que todavía está ocupada dispone de una situación socio-profesional más elevada.

El Grupo 4 presenta bastantes similitudes con la tipología anterior, si bien muestra un par de características diferenciadoras. En primer lugar, encontramos población altamente usuaria de las tecnologías de la información –más del 95% posee un ordenador y se conecta a Internet– y con una tasa de asistencia al cine bastante elevada; en segundo lugar, un 52,2% de la población incluida en este grupo posee estudios superiores, y la mayoría está ocupada en puestos técnicos y profesionales, bien científicos, bien de soporte.

El Grupo 5 está formado por población que concentra sus actividades culturales en un número reducido de ámbitos, pero con bastante intensidad: uso de las tecnologías de la información, asistencia a bibliotecas, audición de música, asistencia al cine y ver la televisión. En términos socio-demográficos, este grupo está formado en su práctica totalidad por población joven (un 93,1% tiene entre 15 y 29 años) y soltera. Por otro lado, más de la mitad eran estudiantes en el momento de la realización de la encuesta.

El Grupo 6 es el segundo colectivo más activo de los identificados en el año 2001. En general, muestra bastantes puntos en común con el Grupo 4, pero es significativamente más activo que aquél, ya que combina tasas de actividad bastante importantes en temas como la asistencia al teatro, a museos, a conciertos, en la lectura de libros, etc., y también un grado elevado en las actividades con mayor componente tecnológico.

Además, entre una tercera y una cuarta parte de la población aquí incluida escribe por ocio, toca un instrumento, dibuja o pinta, realiza trabajos manuales.

Esta tipología está formada principalmente por jóvenes de estatus medio-alto, con estudios superiores, que trabajan en ámbitos técnicos o científicos y sin cargas familiares.

El Grupo 7 agrupa a los grandes consumidores de cultura, ya que en prácticamente todos los ámbitos analizados destaca su elevada asistencia a actividades, muy por encima de la media catalana: como ejemplo, los aquí incluidos asisten más de 6 veces al año a espacios expositivos o a espectáculos de artes escénicas. También es el grupo más activo en la realización de prácticas culturales; en cambio, y este hecho es totalmente revelador, no destaca especialmente por el seguimiento de los medios de comunicación ni por el uso de las tecnologías de la información dada. Por último, un aspecto a destacar es la elevada tasa de asociacionismo que presenta esta categoría, que alcanza el 59,3%, frente al 31,4% general.

Algunas de las características socio-demográficas de este colectivo coinciden con las de la tipología 4, si bien en menor proporción. En general, es una población adulta con un elevado nivel de formación, ocupada en ámbitos técnicos o profesionales, y su nivel de ingresos está por encima de la media catalana.

CUADRO 2. FICHA TÉCNICA ECPCC 2006

- Universo: Población de 15 años en adelante (6.003.523 personas)
- 7.700 encuestas
- Muestra estratificada no proporcional según ámbitos territoriales, con un margen de error total del 1,4%
- Variables de estratificación: ámbitos territoriales y áreas metropolitanas, tamaño municipal, sexo y estrato de edad
- Desarrollo del trabajo de campo: 19 de noviembre a 28 de diciembre de 2006
- Sistema CATI
- Ámbito de referencia temporal: último trimestre y último año

Fuente: Instituto de Estadística de Cataluña.

Para saber más...

- Departamento de Cultura y Medios de Comunicación. Generalitat de Cataluña.
<http://www.gencat.cat/cultura>
- Instituto de Estadística de Cataluña
<http://www.idescat.net>

El dato

Los primeros resultados comparativos entre las encuestas de los años 2001 y 2006 muestran un aumento generalizado de los niveles de consumo para casi todos los ámbitos culturales, una creciente feminización de la cultura y la existencia de una brecha generacional en todas las actividades relacionadas con la tecnología y, especialmente en el uso de Internet.