

Participación cultural y estratificación social. Perfiles de consumidores culturales en Euskal Herria

(Cultural participation and social stratification. Profiles of cultural consumers in Euskal Herria)

MOSTEIRO MOLINA, Sergio
Gobierno de Cataluña. Dpto. de Cultura y Medios de Comunicación. Gabinete Técnico. Rambla de Santa Mónica, 8.
08002 Barcelona
smosteiro@gencat.cat

Análisis de la relación entre desigualdad social y patrones de participación cultural a partir de los datos proporcionados por la *Encuesta de hábitos, consumo y prácticas en Euskal Herria 2007-2008* mediante técnicas de análisis multivariante.

Palabras Clave: Consumo cultural. Estratificación social. Análisis de correspondencias múltiples. Análisis jerárquico ascendente.

Gizarteko desberdintasunen eta partaidetza kulturalerako ereduaren arteko harremana aztertuko dugu, oinarri gisa *Euskal Herriko ohituren, kontsumoen eta praktiken 2007-2008 aldiko inkestako* emaitzak hartuta.

Giltza-Hitzak: Kontsumo kulturala. Gizartearen estratifikazioa. Korrespondentzia anizkoitzen analisia. Goranzko analisi hierarkikoa.

Analyse du rapport qui existe entre l'inégalité sociale et les modèles de participation culturelle conformément aux données fournies par l'*Enquête sur les habitudes, la consommation et les pratiques au Pays basque de 2007-2008* à travers des techniques d'analyse à plusieurs variables.

Mots Clés: Consommation culturelle. Stratification sociale. Analyse des correspondances multiples. Analyse hiérarchique ascendante.

1. INTRODUCCIÓN

El análisis de los hábitos, prácticas y consumos culturales abarca un conjunto de subcampos distintos y diferenciados, aproximaciones de tipo cultural y metodologías que intentan sistematizar y cuantificar un concepto tan abstracto como el de la cultura y las relaciones que genera. Aunque el consumo cultural se materializa en diversas expresiones, la literatura en este campo define la participación como un concepto que hace referencia a tres esferas distintas: frecuencia, el consumo de bienes culturales a través de los medios de comunicación y la práctica de actividades artísticas. En la misma línea, las pautas de consumo cultural se describen en términos de tres dimensiones: el nivel de participación, las características de los participantes y los determinantes de dicha participación.

En 1979, el sociólogo francés Pierre Bourdieu publicó *Distinción: Criterio y bases sociales del gusto*, donde desarrollaba el concepto de *homología* en el consumo cultural. Según Bourdieu, la correspondencia entre estratificación social y cultural está fuertemente determinada, ya que las clases sociales muestran distintas pautas de gusto y consumo cultural como parte de sus estilos de vida. En este sentido, aquellos individuos pertenecientes a los estratos sociales más altos son aquellos que prefieren y consumen cultura de élite, y aquellos en los estratos más bajos, consumen cultura popular o de masas. Además, la lucha de clases y el conflicto que lleva asociado se proyectan en el terreno cultural: dado que las clases dominantes de las sociedades modernas usan su capital social para mantener su posición de dominación: a través de esta violencia simbólica, el capital cultural puede llegar a convertirse en capital económico, con lo que la reproducción cultural se mantiene como un componente crucial en los esquemas de reproducción social.

Desde entonces, la relación entre desigualdad social y patrones de participación cultural se ha convertido en objeto de un largo y complejo debate en la literatura sociológica, y aunque el argumento de la homología se mantuvo dominante hasta la década de los 90, pronto comenzó a ser cuestionado. Se planteaba, por ejemplo, si el concepto de hábito no era demasiado determinista, si esta aproximación no estaba demasiado contextualizada en el espacio (Francia) y en el tiempo (años 60) para tener relevancia contemporánea, o el cómo abordaba el análisis tradicional de la estructura de clases.

En este sentido, el argumento de la *individualización* plantea que en las sociedades modernas, económicamente estabilizadas y altamente comercializadas, el estilo de vida no establece ningún tipo de conexión con la estructura de estratificación, y que cuestiones como el género, la edad, la pertenencia étnica o la sexualidad son tan importantes a la hora de condicionar los estilos de vida y el consumo cultural como las relaciones laborales o el estatus (Featherstone, 1987; Beck, 1992).

La *teoría omnívoros-unívoros* (Peterson y Simkus, 1992; Peterson y Kern, 1996) cuestiona los postulados anteriores. Tal y como hace el argumento de la individualización, postula que no existe conexión entre las jerarquías social y cultural, pero identifica un nuevo tipo de relación. De acuerdo a este argumento, mientras que en los estratos más bajos el consumo no va más allá de los géneros populares, el consumo cultural de los individuos en los estratos más altos incluye no sólo alta cultura, sino también cultura media y baja. En otras palabras: el consumo cultural entre los

miembros de los estratos más altos es mayor y de mayor envergadura. Por tanto, la distinción entre individuos ha de realizarse en términos de omnívoros culturales versus unívoros, y no bajo la dualidad elite-masa.

En base a estos argumentos, el siguiente trabajo, se plantea dos objetivos básicos. En primer lugar, analizar la asociación entre el consumo cultural individual –medido a través de varios ámbitos– y un rango de indicadores sociodemográficos y socioeconómicos, utilizando para ello datos de una encuesta sobre consumo cultural, participación y prácticas culturales desarrollada en Euskal Herria. Por el otro, se plantea discutir la validez de aquellos argumentos teóricos en la relación entre consumo cultural y clase en el contexto vasco.

2. DATOS Y METODOLOGÍA

2.1. Datos

El conjunto de datos utilizado proviene de la *Estadística de hábitos, prácticas y consumo en cultura en Euskal Herria 2007-2008*, elaborada por el Observatorio Vasco de Cultura, en colaboración con Euskal Kultur Erakundea – Institut Culturel Basque y Eusko Ikaskuntza. La encuesta se estructura alrededor de dos ejes principales: por un lado, el grado de interés y satisfacción que generan determinadas actividades o servicios culturales entre la población de Euskal Herria; por el otro, el hábito cultural y la práctica o asistencia, es decir, el comportamiento de la población hacia determinados productos, servicios y actividades, así como la frecuencia y la intensidad del consumo en un período de tiempo delimitado.

Basado en una muestra de 7.000 personas de 15 años en adelante, y utilizando un sistema de entrevista CATI, el cuestionario plantea preguntas en el ámbito del equipamiento cultural disponible en el hogar, la compra de libros, periódicos y revistas, las visitas a museos, exposiciones y centros de arte, la asistencia a bibliotecas y mediatecas, al cine o a espectáculos de artes escénicas, la audición de música, la relación con los medios audiovisuales e Internet o la participación amateur en actividades culturales. En este sentido, la EHPCC en Euskal Herria 2007-2008 permite obtener una caracterización bastante amplia y exhaustiva de los diversos grupos poblacionales en relación a su participación y consumo de bienes y servicios culturales, haciendo especial hincapié en la cultura vasca.

Para el análisis se consideraron 17 ámbitos culturales, recogidos en la *Tabla 1*. Para 14 de ellos, las respuestas originales se recodificaron en tres categorías de acuerdo a su frecuencia –*Habitualmente, Ocasionalmente y Nunca o casi nunca*–; para las tres preguntas restantes, y relativas a televisión, radio e Internet con finalidad cultural, se mantuvieron las respuestas dicotómicas originales.

Puede observarse que, en Euskal Herria, las prácticas más extendidas son ver televisión (92.77%), leer periódicos (92.59%) y escuchar música (80.74%). Por el contrario, actividades como el bertsolarismo, los espectáculos líricos o la danza apenas superan el 25% de asistencia global. En cuanto a la intensidad de la práctica, cabe destacar que la visita a museos, la asistencia a conciertos, la lectura de revistas, la asistencia al teatro o el visionado de vídeos y DVD recogen un porcentaje de práctica ocasional bastante considerable.

Tabla 1. Frecuencia de práctica de actividades culturales en Euskal Herria

	Habitualmente	Ocasionalmente	Hab. + Ocas.	Nunca o casi nunca
Periódicos	85,63	6,96	92,59	7,41
Música	74,92	5,82	80,74	19,26
Libros (ocio)	57,93	21,86	79,79	20,21
Revistas	40,37	35,28	75,65	24,35
Cine	40,99	31,37	72,36	27,64
Vídeos / DVD	30,42	33,57	63,99	36,01
Museos	17,34	44,94	62,28	37,72
Conciertos	17,41	39,23	56,64	43,36
Teatro	9,55	34,93	44,48	55,52
Galerías de arte	10,44	30,06	40,5	59,5
Bibliotecas	25,48	13,58	39,06	60,94
Danza	3,96	18,64	22,6	77,4
Lírica	3,16	16,09	19,25	80,75
Bertsolarismo	2,87	13,66	16,53	83,47
	Sí			No
TV	92,77			7,23
Radio	77,41			22,59
Internet	41,44			58,56

2.2. Metodología

Con el objetivo de establecer patrones de consumo cultural entre la población de Euskal Herria, se planteó la posibilidad de encontrar grupos de comportamiento que pudieran ser caracterizados a través de un conjunto de variables. En este sentido, se aplicó una Clasificación Jerárquica Ascendente basada en las coordenadas de un Análisis de Correspondencias Múltiple, ya que estas técnicas estadísticas permiten analizar la relación entre clase y cultura sin asumir ninguna hipótesis previa.

La idea básica de un Análisis de Correspondencias Múltiple es encontrar indicadores simples que muestren las relaciones existentes entre n filas y p columnas de una tabla de contingencia. Estos indicadores permiten, simultáneamente, establecer qué categorías de las columnas tienen mayor peso entre las categorías de una fila, y viceversa. Además, este tipo de técnica multivariante reduce la dimensión de la tabla inicial, extrayendo de ella un conjunto de nuevas variables que sumarizan la información en un espacio de menor dimensión y que separan las respuestas de forma relacional, de modo que permiten analizar qué categorías se oponen a otras.

En el caso de una Clasificación Jerárquica, el esquema básico responde a que n unidades serán agrupadas en clusters en una secuencia anidada de $(m+1)$ grupos, $C_0, C_1, C_2, \dots, C_m$, donde C_0 es el grupo inicial, C_m el grupo final, y cada grupo C_i es la unión de los grupos anteriores. Johnson (1967) demuestra que la distancia entre cualquier par de unidades queda definida como la fuerza de la unión a la que las unidades, por primera vez, aparecen juntas en el mismo cluster. Esta definición se relaciona con una medida de distancia generalmente asociada al concepto de métrica.

Así, más que una aproximación deductiva, donde se estipulan formalmente medidas de clase y estatus, y se explora la relación con una variable dependiente, se empleará un método inductivo, donde se utilizan variables activas y suplementarias. Esta estrategia analítica permite, además, comparar los resultados obtenidos con los planteamientos de Bourdieu, puesto que, en cierto modo, es bastante similar a la metodología utilizada en la *Distinción*.

3. RESULTADOS

3.1. Análisis de correspondencias múltiple

La inspección del histograma de valores propios muestra que un ajuste basado en tres dimensiones puede ser una solución satisfactoria con lo que, en general, un 24.45% de la inercia total quedaría explicada. Tal y como puede observarse en la Tabla 2, el primero de los ejes concentra mucha más inercia (12.22%) que el segundo (6.67%) y el tercero (5.55%): ello indica que, por sí solo, llega a estructurar una proporción bastante significativa del espacio de consumo cultural vasco.

Figura 1: Histograma de valores propios

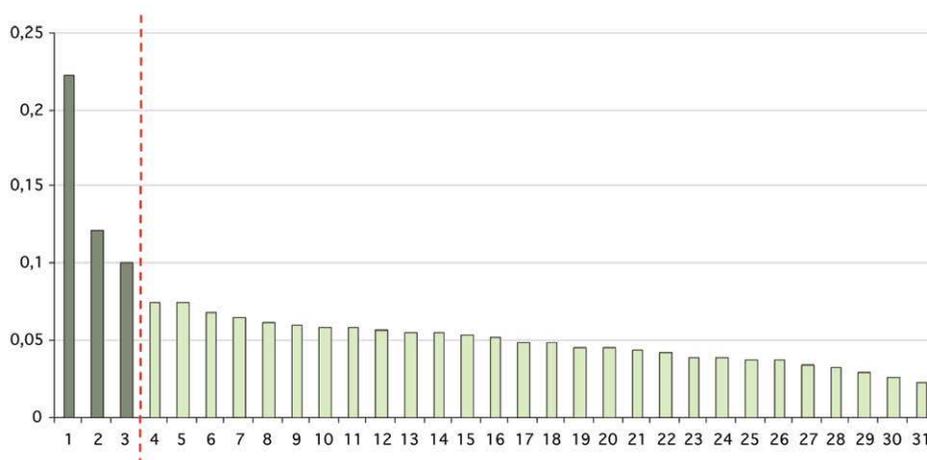


Tabla 2. ACM: Selección de los ejes

	Eje 1	Eje 2	Eje 3
Valor propio (λ)	0.2229	0.1216	0.1012
Porcentaje	12.22	6.67	5.55
Porcentaje acumulado		18.89	24.45

Las Figuras 2 y 3 muestran la proyección de las modalidades activas sobre los planos factoriales 1-2 y 1-3, respectivamente. La observación visual de la distribución de las categorías, complementada con la información numérica de la Tabla AP1¹ permite interpretar y dotar de significado a estos ejes.

Tal y como puede apreciarse, para el primero de los ejes, las categorías *Habitualmente* y *Ocasionalmente* presentan coordenada positiva², y la categoría *Nunca o casi nunca*, negativa; por tanto, resulta factible pensar que este primer factor estructura las prácticas culturales en función de la realización o no de las mismas.

El segundo de los ejes parece estar capturando cierta diferenciación de las prácticas culturales en función de la edad de los individuos. Con coordenada negativa encontramos las categorías *Ocasionalmente* correspondientes a espectáculos líricos (16.60%), de danza (15.60%), de bertsolaris (13.70%) –y, en menor medida, de teatro (7.40%)–, que concentran más de la mitad de la inercia total. Al mismo tiempo, se oponen éstas la asistencia habitual al cine (3.80%), al uso de Internet (3%), a bibliotecas (2.70%) o al visionado habitual de videos o DVD (2.50%), prácticas ligadas en mayor proporción a los sectores más jóvenes de Euskal Herria, tal y como muestra la distribución de la variable suplementaria *Edad* a lo largo de este segundo eje. Por tanto, en cierta medida, este eje podría estar distinguiendo entre formas más tradicionales, consolidadas o establecidas de cultura y formas de consumo cultural, ligadas especialmente al uso de tecnología.

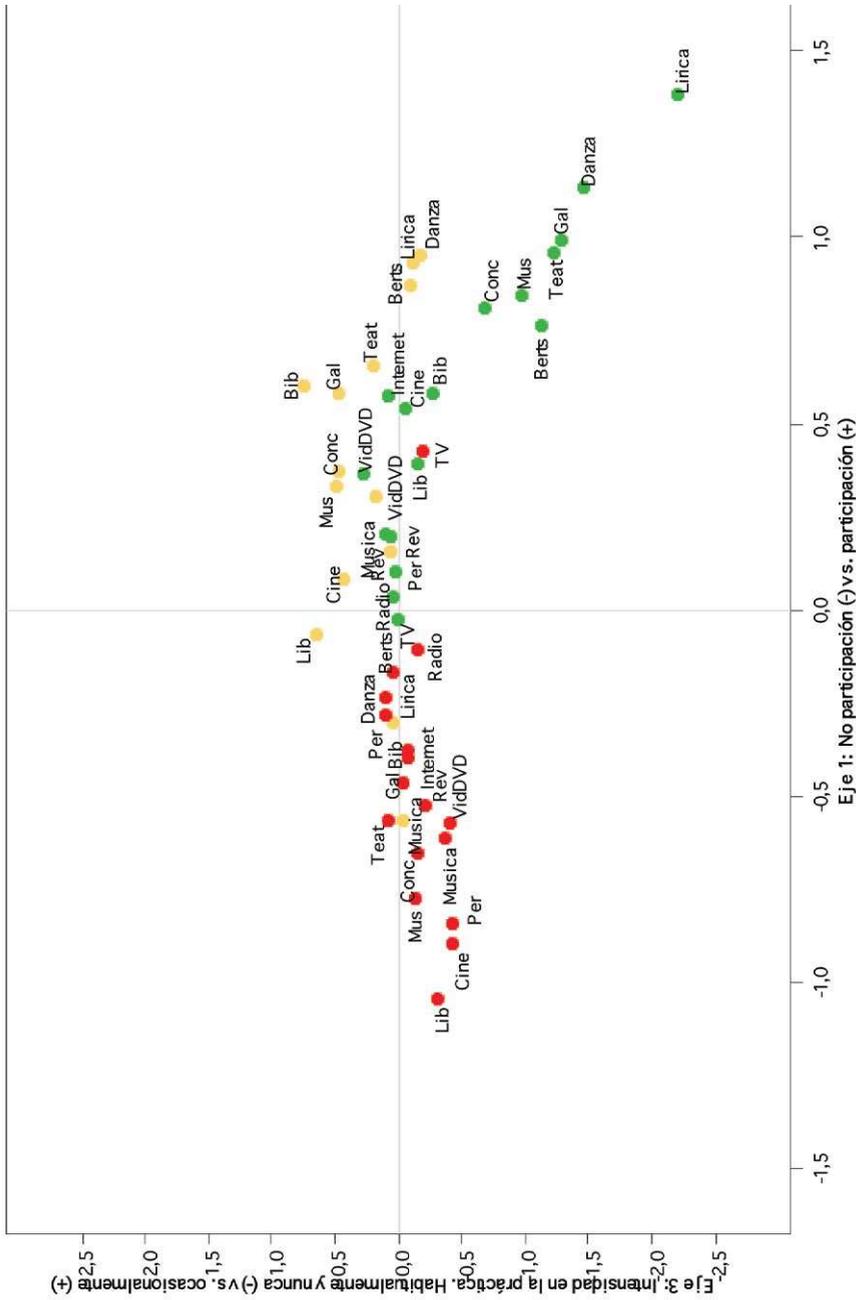
Por último, el tercero de los ejes concentra la mayoría de la inercia total en la visita habitual de galerías de arte (10%), a espectáculos líricos (8.90%), de teatro (8.50%). Un análisis global de la distribución de las categorías nos hace pensar que este tercer eje ordena la intensidad del consumo: en general, las modalidades más extremas –*Habitualmente* y *Nunca o casi nunca*– se sitúan con coordenada negativa, y el *Ocasionalmente*, con positiva. Véase también cómo en el plano 1-3 se percibe cierta forma de parábola; ello refleja lo que se conoce como efecto Guttman³, y que vendría a confirmar esta interpretación.

1. La coordenada indica si el punto se sitúa a la izquierda (-) o derecha (+) del eje; la columna de contribución indica cómo esa modalidad ayuda a construir el eje. Como regla general, se retienen para la interpretación de los ejes al menos aquellas modalidades cuya contribución excede la contribución media; así, en nuestro caso, dado que tenemos 48 categorías, se retendrán aquellas contribuciones por encima del 2.08% ($100 / 48 = 2.08\%$).

2. Las únicas excepciones a esta regla son las categorías *Ocasionalmente* relativas a la lectura de libros, de periódicos y a la audición de música. Sin embargo, dado que su contribución es residual, podemos desestimarlas en la interpretación general.

3. Véase Joaristi y Lizasoain (1999)

Figura 3: Representación de las modalidades activas en el plano factorial 1-3



Rojo: Nunca o casi nunca; Amarillo: Ocasionalmente; Verde: Habitualmente

3.2. Clasificación Jerárquica Ascendente

La Clasificación Jerárquica Ascendente basada en los tres ejes anteriormente identificados permitió aislar cinco grupos de consumidores culturales en Euskal Herria.

Grupo 1 (17.7%): Unívoros culturales. Población mayor, jubilada, con hábitos culturales muy limitados

De los cinco grupos identificados, éste presenta el menor grado de actividad cultural. En 12 de los 17 ámbitos culturales considerados predomina claramente el perfil de no consumidor y, así, la mayoría de las personas aquí incluidas, declaran no haber asistido nunca o casi nunca a espectáculos de teatro, danza, lírica o bertsolarismo, raramente acuden a museos o bibliotecas y, nunca se han conectado a Internet con finalidades culturales.

Los únicos ámbitos en los que presentan mayor actividad son la lectura de periódicos –un 70.45% declara leerlos habitualmente–, en la lectura de revistas y en la audición de música, si bien en una proporción inferior al total de Euskal Herria. A esto, cabe añadir los consumos de radio (73.96%) y televisión (95.2%)

El perfil sociodemográfico de la población analizada está claramente definido. Predomina la población de edad avanzada –un 55.38% supera los 64 años–, jubilada, y con un nivel tanto educativo como de ingresos bastante bajo. Del mismo modo, en este grupo existe cierta sobrerrepresentación de la población nacida en el resto del Estado –probablemente, debido a los flujos migratorios de los años 60–, así como de la residente en ámbitos poblacionales de menos de 10.000 habitantes. Por último, destacar que, comparativamente, en este grupo se concentra la mayor proporción de población erdaldun.

Grupo 2 (28.1%): Adultos maduros y población mayor con consumos culturales básicos

Este segundo grupo también presenta unos niveles de actividad cultural bastante bajos, aunque superiores a los que se observaban en la tipología anterior. Aparte de ver televisión habitualmente (94.7%), leen periódicos (83.97%), escuchan música (76.18%) y radio (75.65%). Cabe destacar, asimismo, que más de la mitad de la población aquí recogida lee libros habitualmente y que, en torno a un 30%, también lee revistas (36.99%), acude al cine (32.44%) o visiona vídeos o DVD (30.13%) regularmente. Del mismo modo, casi un 40% ha visitado un museo o ha ido al cine en alguna ocasión, y un 33% ha asistido a conciertos con esa misma frecuencia. Sin embargo, este colectivo parece quedar excluido de la asistencia a espectáculos de artes escénicas, de la visita a galerías de arte y bibliotecas, y del uso de Internet.

Más de la mitad de los miembros de este grupo está trabajando y, casi una cuarta parte, está jubilada o retirada. El nivel educativo, en relación al *Grupo 1*, es más elevado –un 32.58% tiene estudios primarios, y un 38.95%, secundarios– y, por distribución de edad, es el que más se asemeja a la totalidad de Euskal Herria, si bien existe una leve sobrerrepresentación de los colectivos entre 35 y 64 años.

Grupo 3 (15.2%): Consumidores ocasionales de cultura

El tercero de los grupos identificados se caracteriza por tener un consumo cultural moderado en un espectro relativamente amplio de ámbitos culturales. Compa-

rativamente, es en este colectivo donde la categoría *Ocasionalmente* alcanza sus porcentajes más altos en actividades como la asistencia a teatro (90.23%) o danza (79.04%) o lírica (75.77%), la visita a museos (69.11%) o galerías de arte (53.72%) o bertsolarismo (58.56%). De hecho, si considerásemos la participación en términos absolutos –es decir, como la suma de las categorías *Habitualmente* y *Ocasionalmente*– todos los sectores citados anteriormente alcanzarían las mayores tasas de asistencia en este colectivo.

La lectura, tanto de libros como de periódicos y revistas, es un hábito bastante arraigado, así como la audición de radio y música, y el consumo de televisión. Por último, cabe destacar que, si bien el uso de Internet está más extendido que en los dos clusters descritos anteriormente, todavía más de la mitad de los miembros del Grupo 3 no se conecta a la red con finalidades culturales.

Probablemente, el principal rasgo que nos ayuda a caracterizar sociodemográficamente a este colectivo es la diferencia de más de 19 puntos porcentuales entre la proporción de mujeres (59.11%) y hombres (40.89%). Nos encontramos con un sector de población adulta madura –más del 60% supera los 45 años–, nacida en Euskal Herria, con un nivel de estudios medio y principalmente ocupada (46.55%), aunque una buena parte declara estar jubilada (27.98%) o dedicarse a las labores del hogar (14.94%). Territorialmente, existe una leve mayor proporción de habitantes de Euskadi –en detrimento de los de Iparralde– y lingüísticamente, se concentra aquí, junto con el Grupo 5, la mayor proporción de euskaldunes.

Grupo 4 (26.9%): Jóvenes consumidores de cultura

Este colectivo presenta unos hábitos y prácticas culturales muy definidos y, a la vez, muy contrastados. Por un lado, sus componentes muestran un nivel muy alto de participación en algunos ámbitos, hasta el punto de que en algunos casos llegan a tener las cotas de participación habitual más alta: este es el caso la audición de música (92.38%), del uso de Internet (69.97%), el visionado de vídeos o DVD (47.87%) o la asistencia ocasional a conciertos (60.92%). En cambio, la lírica, los bertsolaris y la danza presentan un nivel de asistencia casi testimonial.

Un factor que puede ayudar a explicar estos consumos es la edad. De todos los grupos identificados, este recoge al sector poblacional más joven, ya que más de la mitad no supera los 34 años. Ello explica, también, que haya una proporción bastante elevada de estudiantes (17.26%) y, de personas que declaren tener, como último grado alcanzado, el Bachillerato Superior (47.83%). Aún así, predomina la población empleada (60.77%), y un porcentaje importante de universitarios (32.33%). Por último, destacar que existe una leve sobrerrepresentación de hombres (52.98%) frente a mujeres (47.02%), lo que podría llevar a pensar a cierto mantenimiento y reproducción de patrones de división en función del género.

Grupo 5 (12.1%): Omnívoros culturales o grandes consumidores de cultura

En términos generales, este último grupo puede considerarse como los grandes consumidores de cultura, ya que sus tasas de participación habitual superan, para la mayoría de los casos, a la del resto de grupos, tal y como puede observarse en la *Tabla AP2*. Un elemento destacable es el porcentaje de personas que declaran ver la televisión (81.57%), el más bajo de todos los grupos analizados.

En general, la población aquí incluida posee un nivel de formación bastante elevado –un 48.90% posee estudios universitarios–, está ocupada y reside en áreas urbanas. Un elemento destacable es la diferencia porcentual entre la tasa de hombres y mujeres, de casi 9 puntos a favor de ellas.

4. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RETOS DE FUTURO

En el apartado anterior, se ha mostrado una partición de los hábitos de consumo cultural a partir de todo un conjunto delimitado de variables. Antes de pasar a discutir la cuestión inicial de cómo se organizaba el consumo cultural en Euskal Herria, debemos insistir en que, debido al tipo de técnicas estadísticas utilizadas, este análisis –y, por tanto, sus conclusiones– dependen de las variables que fueron seleccionadas como activas de la encuesta; probablemente, si repitiéramos el análisis añadiendo o eliminando ámbitos culturales, los resultados podrían variar en cierta manera. Del mismo modo, debe asumirse que el método CATI, si bien facilita el trabajo de campo y la monitorización de la encuesta, excluye o subrepresenta a población potencialmente objeto del estudio, como son los individuos o los hogares que usan teléfono móvil como sustituto de una línea fija, o a la población inmigrante, cuyos parámetros podrían considerarse, a priori, diferentes de los del resto de la población vasca.

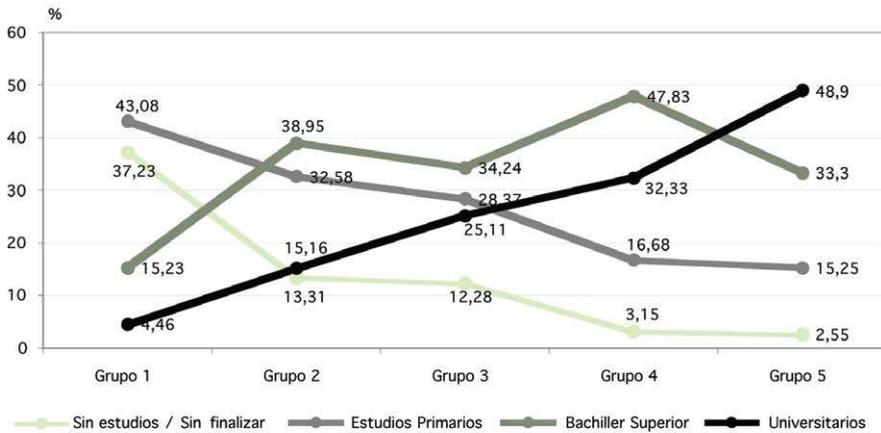
En primer lugar, se ha visto que, tras aplicar un Análisis de Correspondencias Múltiple, el espacio de consumo cultural en Euskal Herria puede estructurarse a partir de tres ejes factoriales que, globalmente, explican casi un 25% de la variabilidad total. El primero de ellos establece una diferenciación entre aquellos que consumen y los que no; el segundo, diferencia a los individuos en términos de nuevas formas de consumo frente a otras más establecidas y; el tercero, parece ordenar las prácticas en función de la intensidad del consumo. En base a estos tres ejes, un Análisis Jerárquico Ascendente aisló cinco grupos de individuos que, en general, pueden ayudar a entender la realidad vasca.

Los resultados obtenidos parecen ser bastante consistentes con el argumento de omnívoros y unívoros al que nos referimos inicialmente. Los últimos dos grupos representarían –si bien con ciertos matices– a los omnívoros culturales, y el primero de todos, a los unívoros, cuyo consumo está muy limitado y centrado en ciertos ámbitos; entre ellos, podemos situar dos clusters, que representarían una transición gradual. En este sentido, no se encuentra evidencia del tipo de consumidor que, de acuerdo al argumento de homología, podríamos esperar: esto es, una elite que sólo consume cultura selecta y elitista y, al mismo tiempo, se distancia ascéticamente del resto.

Además, cabe destacar que puede establecerse una graduación bastante marcada de los grupos de consumidores basada no sólo en términos de ocupación, sino también, educativos. Véase como, por ejemplo, el *Grupo 1* está formado básicamente por jubilados y amas de casa sin estudios o estudios primarios, mientras que los dos últimos grupos contienen un alto porcentaje de universitarios. Tal y como han demostrado otros estudios, los efectos que ejercen la educación y la posición sociolaboral, más que distribuirse en distintos ejes, ambos se alinean a lo largo del primero. Este es, probablemente, el principal resultado del análisis –si bien podría mejorarse si el cuestionario hubiera incluido una pregunta relativa a la actividad desa-

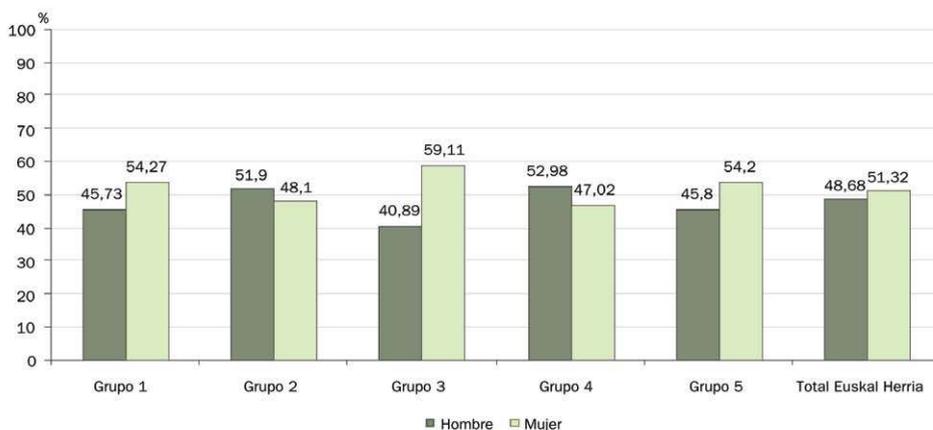
rollada por aquellos que están ocupados-, y sugiere que la fractura entre económico y consumo no parece ser tan importante como Bourdieu enfatizó. En este sentido, resultaría conveniente retomar la distinción weberiana entre clase y estatus como dos formas cualitativamente distintas de estratificación social. Puesto que en las sociedades modernas, el estilo de vida se ha convertido en el vehículo principal de expresión de estatus, y dado que el consumo cultural es un elemento importante en la composición de este estilo de vida, parece razonable pensar que, tanto en Euskal Herria como en cualquier otra sociedad postindustrial, los hábitos y prácticas culturales estarán más ligados con el estatus que con la clase.

Figura 4. Distribución del nivel de estudios entre los grupos de consumidores culturales de Euskal Herria



Del mismo modo, la variable género parece como una variable sociodemográfica estructuradota de los hábitos culturales. La proporción de mujeres supera a la de hombres en tres de los grupos identificados: en el *Grupo 1* –tal y como corresponde a un colectivo envejecido–, en el *Grupo 3* y en el *Grupo 5*. Precisamente, son estos dos últimos grupos los grupos de adultos que presentaban un mayor nivel de actividad. En el caso del tercer cluster, el consumo tenía carácter ocasional e iba ligado a prácticas de carácter más tradicional; el quinto grupo identificado, sin embargo, era el más activo en todos los ámbitos considerados, excepto en el consumo de televisión. Desde una perspectiva de género, tal vez tengamos que plantearnos el empezar a hablar de *omnívoras* en lugar de *omnívoros* culturales.

Figura 5. Distribución del género entre los grupos de consumidores culturales de Euskal Herria



Sin embargo, también hay que tener en cuenta cómo una cuarta componente de fragmentación parece aflorar en el contexto vasco. Con todas las cautelas metodológicas ligadas a nuestro análisis, parece que las cohortes más jóvenes empiezan a adoptar patrones de comportamiento cultural –especialmente ligados a las nuevas tecnologías– que difieren, en cierta medida, a los del resto de la población. Los análisis llevados a cabo con otras estadísticas de mayor trayectoria comienzan a mostrar este cambio generacional; en este sentido, dado que esta es la primera oleada de la *Encuesta de hábitos, prácticas y consumo en cultura*, y que no existe otra estadística anterior plenamente comparable a nivel metodológico, es un punto sobre el que cabría mostrar especial atención en el futuro.

De cara a investigaciones futuras, se plantean dos líneas de investigación principales. Por un lado, la división territorial de Euskal Herria no ha aflorado, a lo largo del análisis como una variable determinante a la hora de caracterizar el consumo de los habitantes de Euskadi, Nafarroa e Iparralde por lo que, en cierto modo, podríamos asumir la existencia de un espacio común desde el ámbito que aquí nos ocupa. Sin embargo, también es cierto que un análisis univariante pormenorizado de las prácticas desde un punto de vista territorial muestra ciertas diferencias. Comparativamente, Euskadi muestra la tasa más alta de lectura de libros (75.7%), mientras que en Iparralde es donde la audición de música y el uso de Internet con finalidades culturales están más extendidos (85.3% y 57.9%, respectivamente), pero también donde la lectura de periódicos alcanza la cota más baja (54%). En cambio, en Nafarroa, la asistencia a bibliotecas (25%), la visita a galerías de arte (15.4%) y el cine (45.8%) obtienen los porcentajes más altas de participación. En este sentido, resultaría interesante repetir el mismo análisis que se ha desarrollado en este trabajo, pero de forma individualizada para cada uno de los tres territorios, y comparar no sólo el número y la composición de los grupos obtenidos, sino también a partir de qué ejes estructurales se construyen.

Análogamente, resultaría interesante plantear el estudio del fenómeno cultural no desde el análisis de los hábitos, las prácticas y los consumos, sino del grado de interés que suscitan entre la población las actividades planteadas a lo largo de la encuesta. Así, la conformación de grupos de ciudadanos en función de sus intereses culturales, su caracterización sociológica y la superposición de las prácticas que llevan a cabo permitiría proyectar una fotografía multidimensional de la realidad cultural de Euskal Herria. Igualmente, resultaría interesante plantear análisis sectoriales, basados más en aspectos cualitativos –gustos, preferencias, motivos de elección o no elección– y no de carácter tan frecuentista y/*o cuantitativo.

Ya para acabar, simplemente indicar que la cultura ni tiene una definición unidimensional ni tampoco es un factor estático. Constantemente se expande, se redefine, abraza nuevos territorios hasta ahora desconocidos y abandona otros que, con el paso del tiempo, se habían venido consolidando. Ejemplos de ello son la mera definición del concepto *cultura*, la influencia de las nuevas tecnologías en la recepción espacial y temporal de los contenidos culturales, los cambios en el paradigma consumidor-espectador pasivo hacia un modelo en el que el individuo es creador y difusor, la revolución que plantean fórmulas como el libro digital, la fractura generacional o los fenómenos migratorios. Ante este panorama, las sociedades postindustriales occidentales se encuentran en un momento lleno de interrogantes, en un cambio de paradigma que requiere de herramientas metodológicas de aproximación y análisis adaptadas a esta nueva realidad. Sólo con este análisis adaptado y pormenorizado podrán socavarse las fuentes de desigualdad en el acceso, interpretación e interiorización de la oferta cultural.

5. BIBLIOGRAFÍA

- BECK, U.: *Risk Society: Towards a new modernity*. London: Sage, 1992.
- BOURDIEU, P.: *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus, 1988.
- BRYSON B.: "What about the unidores? Musical dislikes and group based identity construction among Americans with low levels of education" En *Poetics*, Vol. 25, 1997; pp.141-156.
- .: "Anything But Heavy Metal: Symbolic Exclusion and Musical Dislikes" En *American Sociological Review*, Vol. 61, No. 5, 1996; pp. 884-899.
- CUADRADO, M.; FRASQUET, M.; MOLLA, A.: "Segmentation of performing arts audiences: an empirical study" En *Tenth International Conference on Cultural Economics*. Barcelona, 1998.
- DIMAGGIO, P.; MUKHTAR, T.: "Arts participation as cultural capital in the United States, 1989-2002: signs of decline?" En *Poetics*, Vol. 32, 2004; pp. 169-194.
- .; USEEM, M.: "Cultural Democracy in a Period of Cultural Expansion: The Social Composition of Arts Audiences in the United States" En *Social Problems*, Vol. 26, No. 2, 1978; pp. 179-197
- .; USEEM, M.: "Social Class and Arts Consumption: The Origins and Consequences of Class Differences in Exposure to the Arts in America" En *Theory and Society*, Vol. 5, No. 2, 1978; pp. 141-161.
- EMMISON, M.: "Social class and cultural mobility: Reconfiguring the cultural omnivore thesis". En *Journal of Sociology*, Vol. 39(3), 2003; pp. 211-230.
- Encuesta de Hábitos, prácticas y consumo cultural en Euskal Herria 2007-2008*. Observatorio Vasco de Cultura.

Disponible en : http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-19123/es/contenidos/informacion/est_hp/es_est_hp/est_hp.html>

FEATHERSTONE, M.: "Lifestyle and consumer culture" En *Theory, Culture and Society*, Vol. 4, 1987; pp. 55-70.

GRAY, C. M.: "Trends in public participation in the arts: initial results" En *Tenth International Conference on Cultural Economics*. Barcelona, 1998.

HESMONDHALGH, D.: "Bourdieu, the media and cultural production" En *Media Culture Society*, Vol. 28(2), 2006; pp. 211-231.

JOHNSON, R.A. and WICHERN, D.W.: *Applied Multivariate Statistical Analysis*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall, 2007.

JOHNSON, S. C.: Hierarchical clustering schemes. En *Psychometrika*, Vol3 32, 1967; pp.241-254.

KATZ-GERRO, T.: "Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, Israel, West Germany, Sweden, and the United States" En *Social Forces*, Vol. 81, No. 1, 2002; pp. 207-229.

—.: "Cultural Consumption and Social Stratification: Leisure Activities, Musical Tastes, and Social Location" En *Sociological Perspectives*, Vol. 42, No. 4, 1999; pp. 627-646.

JOARISTI, L.; LIZASOAIN, L.: *Análisis de correspondencias*. Madrid: Editorial La Muralla, 1999.

LIEBERSON, S.: *A Matter of Taste: How Names, Fashions, and Culture Change*. New Haven: Yale University Press, 2000.

LIZARDO, O.: "The puzzle of women's "highbrow" culture consumption: Integrating gender and work into Bourdieu's class theory of taste" En *Poetics*, Vol. 34, 2005; pp. 1-23.

LÓPEZ SINTAS, J.; GARCÍA ÁLVAREZ, E.: "The segmentation of cultural consumers in Spanish social space". En *European Sociological Review*, Vol. 18, No. 3, 2002; pp. 353-368.

—.: *El consumo de las artes escénicas y musicales en España: Comportamiento, valores y estilos de vida de los consumidores*. Madrid: Sociedad General de Autores de España, 2002.

LÓPEZ SINTAS, J.; KATZ-GERRO, T.: "From exclusive to inclusive elitists and further: Twenty years of omnivorousness and cultural diversity in arts participation in the USA" *Poetics*, Vol. 33, 2005; pp. 299-319.

MOSTEIRO, S.: "La encuesta de consumo y prácticas culturales de Cataluña" En *Índice: Revista de Estadística y Sociedad*. No. 26, 2008; pp. 20-22.

—.: "Estadística d'hàbits, pràctiques i consum en cultura a Euskal Herria 2007-2008". Fulls de Cultura i Comunicació – Estadística, nº 23. Barcelona: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació – Generalitat de Catalunya, 2009. Disponible en : < http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SSCC/GT/Arxius%20GT/ESTADISTICA_23b.pdf>

PETERSON, R.: "Understanding audience segmentation: from elite and mass to omnivore and univore" En *Poetics*, Vol.21, 1992; pp. 243-258.

—.; SHERKAT, D.: *Age Factors in Arts Participation: 1982 – 1992*. Washington D.C.: National Endowment for the Arts, 1992.

—.; SIMKUS, A.: "How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups" En LAMONT, M., FORUNIER, M. (ed.): *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality*. Chicago: University of Chicago Press, 1992.

SASSI, S.: "Cultural differentiation or social segregation? Four approaches to the digital divide" En *New Media Society*, Vol. 7(5), 2005; pp. 684-700.

SAVAGE, M., GAYO-CAL, M., WARDE, A. and TAMPUBOLON, G.: "Cultural capital in the UK: a preliminary report using correspondence analysis" *CRESC Working Paper series* No.4, 2005.

SILVA, E.B.: "Homologies of social space and elective affinities: Researching cultural capital" En *Sociology*, Vol. 40, No. 6, 2006; pp. 1171-1189.

SULLIVAN, O. and KATZ-GERRO, T.: "The omnivore thesis revisited: Voracious cultural consumers?" En *European Sociological Review*, Vol. 27(3), 2006; pp. 123-137.

VAN EIJCK, K. "Social Differentiation in Musical Taste Patterns" En *Social Forces*, Vol. 79, No. 3, 2001; pp. 1163-1185.

WEBER, M.: *Economy and Society*. Berkeley: University of California Press, 1978.

WING CHAN, T. and GOLDTHORPE, J.H.: "The social stratification of theatre, dance and cinema attendance". *Cultural Trends*, Vol. 14(3), No. 55, 2005; pp. 193-212.

6. APÉNDICE

Tabla AP1: Proyección de las modalidades activas y suplementarias sobre los 3 ejes factoriales retenidos

	Eje 1		Eje 2		Eje 3	
	Coord.	Contrib.	Coord.	Contrib.	Coord.	Contrib.
VARIABLES ACTIVAS						
Libros (ocio)						
Habitualmente	0,39	2,40	0,16	0,70	-0,14	0,70
Ocasionalmente	-0,07	0,00	-0,16	0,30	0,65	5,40
Nunca o casi nunca	-1,05	5,90	-0,28	0,80	-0,31	1,10
Periódicos						
Habitualmente	0,10	0,20	0,04	0,10	0,03	0,10
Ocasionalmente	-0,31	0,20	-0,24	0,20	0,05	0,00
Nunca o casi nunca	-0,85	1,40	-0,29	0,30	-0,42	0,80
Revistas						
Habitualmente	0,19	0,40	0,15	0,40	0,06	0,10
Ocasionalmente	0,15	0,20	0,01	0,00	0,07	0,10
Nunca o casi nunca	-0,53	1,80	-0,26	0,80	-0,21	0,60
Bibliotecas						
Habitualmente	0,58	2,30	0,46	2,70	-0,26	1,00
Ocasionalmente	0,60	1,30	0,02	0,00	0,75	4,40
Nunca o casi nunca	-0,38	2,30	-0,20	1,20	-0,06	0,10
Museos						
Habitualmente	0,84	3,20	0,29	0,70	-0,97	9,50
Ocasionalmente	0,33	1,30	-0,15	0,50	0,49	6,20
Nunca o casi nunca	-0,78	6,10	0,05	0,00	-0,13	0,40
Galerías de arte						
Habitualmente	0,99	2,70	0,21	0,20	-1,28	10,00
Ocasionalmente	0,58	2,70	-0,21	0,70	0,48	4,00
Nunca o casi nunca	-0,47	3,40	0,07	0,10	-0,02	0,00

Música						
Habitualmente	0,20	0,80	0,18	1,20	0,10	0,40
Ocasionalmente	-0,57	0,50	-0,40	0,40	-0,02	0,00
Nunca o casi nunca	-0,62	1,90	-0,60	3,30	-0,37	1,50
Conciertos						
Habitualmente	0,81	3,00	0,36	1,10	-0,67	4,50
Ocasionalmente	0,37	1,40	0,03	0,00	0,47	5,00
Nunca o casi nunca	-0,66	5,00	-0,17	0,60	-0,15	0,60
Cine						
Habitualmente	0,54	3,20	0,44	3,80	-0,05	0,10
Ocasionalmente	0,08	0,10	-0,24	0,80	0,44	3,50
Nunca o casi nunca	-0,90	5,90	-0,38	1,90	-0,43	2,90
Vídeos / DVD						
Habitualmente	0,36	1,00	0,41	2,50	0,28	1,40
Ocasionalmente	0,30	0,80	0,08	0,10	0,19	0,70
Nunca o casi nunca	-0,58	3,20	-0,42	3,10	-0,41	3,50
Teatro						
Habitualmente	0,96	2,30	0,43	0,80	-1,23	8,50
Ocasionalmente	0,65	3,90	-0,66	7,40	0,21	0,90
Nunca o casi nunca	-0,57	4,80	0,34	3,10	0,08	0,20

Tabla AP1 (cont.): Proyección de las modalidades activas y suplementarias sobre los 3 ejes factoriales retenidos

	Eje 1		Eje 2		Eje 3	
	Coord.	Contrib.	Coord.	Contrib.	Coord.	Contrib.
Lírica						
Habitualmente	1,38	1,60	0,28	0,10	-2,21	8,90
Ocasionalmente	0,93	3,70	-1,46	16,60	-0,10	0,10
Nunca o casi nunca	-0,24	1,20	0,28	3,10	0,11	0,50
Danza						
Habitualmente	1,13	1,30	0,54	0,60	-1,46	4,90
Ocasionalmente	0,95	4,40	-1,32	15,60	-0,16	0,30
Nunca o casi nunca	-0,29	1,70	0,29	3,10	0,11	0,60
Bertsolarismo						
Habitualmente	0,76	0,40	0,14	0,00	-1,12	2,10
Ocasionalmente	0,87	2,80	-1,44	13,70	-0,08	0,10
Nunca o casi nunca	-0,17	0,60	0,23	2,10	0,05	0,10
TV						
Sí	-0,03	0,00	0,00	0,00	0,01	0,30
No	0,42	0,30	0,03	0,00	-0,18	3,30

Radio						
Sí	0,03	0,00	0,00	0,00	0,04	0,10
No	-0,11	0,10	0,00	0,00	-0,14	0,30
Internet (uso cultural)						
Sí	0,57	3,60	0,38	3,00	0,09	0,20
No	-0,40	2,50	-0,27	2,10	-0,07	0,10
VARIABLES SUPLEMENTARIAS						
Sexo						
Hombre	-0,01		0,11		0,07	
Mujer	0,01		-0,10		-0,07	
Edad						
De 15 a 24	0,35		0,61		0,18	
De 25 a 34	0,33		0,41		0,26	
De 35 a 44	0,23		0,18		0,09	
De 45 a 54	0,12		-0,08		0,07	
De 55 a 64	-0,19		-0,36		-0,15	
Más de 64	-0,65		-0,56		-0,36	
Nivel educativo						
Sin estudios / Sin finalizar	-0,85		-0,54		-0,24	
Estudios Primarios	-0,33		-0,18		-0,01	
Bachiller Superior	0,18		0,18		0,17	
Universitarios	0,59		0,24		-0,12	
Zona geográfica						
CAE	0,01		-0,06		0,02	
Nafarroa	0,06		0,07		-0,04	
Iparralde	-0,17		0,33		-0,03	

TABLA AP1 (cont.): Proyección de las modalidades activas y suplementarias sobre los 3 ejes factoriales retenidos

	Eje 1		Eje 2		Eje 3	
	Coord.	Contrib.	Coord.	Contrib.	Coord.	Contrib.
Tamaño poblacional						
Menos de 10.000 hab.	-0,12		0,00		0,03	
De 10.000 a 25.000 hab.	-0,03		-0,02		0,10	
De 25.001 a 50.000 hab.	-0,13		0,00		0,10	
De 50.001 a 100.000 hab.	-0,02		0,01		0,05	
Capitales	0,17		0,01		-0,12	
Lugar de nacimiento						
CAE / Nafarroa / Iparralde	0,09		0,03		0,01	
Resto Estado	-0,25		-0,16		-0,05	
Otros	-0,18		0,36		0,13	
Situación laboral						
Trabajando	0,24		0,19		0,10	
Parado	0,09		0,20		0,25	
Jubilado o retirado	-0,49		-0,48		-0,29	
Estudiante	0,46		0,63		0,13	
Labores del hogar	-0,42		-0,38		-0,08	
Nivel de ingresos brutos de la unidad familiar (anual)						
Menos de 9.000	-0,63		-0,44		-0,24	
De 9.000 a 27.000	0,04		-0,09		0,05	
De 27.001 a 54.000	0,40		0,08		0,07	
Más de 54.000	0,77		0,34		-0,42	
NS / NC	-0,06		0,16		0,02	
Nivel de euskara						
Euskaldun	0,16		-0,09		-0,03	
Cuasi - euskaldun	0,08		0,05		0,06	
Erdaldun	-0,40		-0,07		-0,04	
NS / NC	0,06		0,07		-0,04	

TABLA AP2: Caracterización de los grupos de consumidores en Euskal Herria. En %

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	EUSKAL HERRIA
% población	17,69	28,05	15,25	26,88	12,13	100
VARIABLES ACTIVAS						
Libros (ocio)						
Habitualmente	19,08	53,53	61,85	70,73	91,45	57,93
Ocasionalmente	16,56	25,27	27,45	25,81	5,93	21,86
Nunca o casi nunca	64,36	21,19	10,7	3,46	2,63	20,21
Periódicos						
Habitualmente	70,45	83,97	88,38	91,97	94,05	85,63
Ocasionalmente	10,26	7,36	7,13	5,77	3,61	6,96
Nunca o casi nunca	19,28	8,67	4,49	2,25	2,34	7,42
Revistas						
Habitualmente	27,47	36,99	41,37	48,51	47,67	40,37
Ocasionalmente	26,36	32,88	38,08	40,06	39,7	35,28
Nunca o casi nunca	46,17	30,14	20,54	11,44	12,62	24,36
Bibliotecas						
Habitualmente	3,78	17,53	18,88	38,42	55,12	25,48
Ocasionalmente	0,93	7,11	22,51	25,08	10,24	13,58
Nunca o casi nunca	95,29	75,36	58,62	36,5	34,64	60,95
Museos						
Habitualmente	1,76	9,27	14,42	15,14	67,25	17,34
Ocasionalmente	14,52	38,68	69,11	65,92	26,9	44,94
Nunca o casi nunca	83,73	52,05	16,47	18,94	5,85	37,72
Galerías de arte						
Habitualmente	0,85	3,93	10,68	5,41	50,36	10,44
Ocasionalmente	5,73	18,52	53,72	45,79	27,62	30,06
Nunca o casi nunca	93,42	77,55	35,6	48,81	22,02	59,5
Música						
Habitualmente	40,26	76,18	72,26	92,38	87,17	74,92
Ocasionalmente	12,78	5,62	5,75	2,82	2,89	5,82
Nunca o casi nunca	46,96	18,2	21,99	4,81	9,93	19,26
Conciertos						
Habitualmente	2,71	9,09	15,47	19,9	55,03	17,41
Ocasionalmente	7,51	33,08	55,18	60,92	31,56	39,23
Nunca o casi nunca	89,79	57,83	29,35	19,18	13,4	43,36

Cine						
Habitualmente	3,11	32,44	32,49	65,53	72,3	40,99
Ocasionalmente	14,29	39,09	47,01	31,38	18,75	31,37
Nunca o casi nunca	82,6	28,47	20,51	3,08	8,95	27,63
Vídeos / DVD						
Habitualmente	5,03	30,13	25,26	47,87	35,95	30,42
Ocasionalmente	11,26	32,57	40,83	42,84	38,76	33,57
Nunca o casi nunca	83,71	37,31	33,92	9,29	25,29	36,01

TABLA AP2 (cont.): Caracterización de los grupos de consumidores en Euskal Herria. En %

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	EUSKAL HERRIA
Teatro						
Habitualmente	0,69	4,63	5,91	6,58	44,97	9,55
Ocasionalmente	8,33	15,92	90,23	38,8	39,62	34,93
Nunca o casi nunca	90,98	79,45	3,87	54,61	15,42	55,52
Lírica						
Habitualmente	0,12	0,41	1,58	0,45	21,93	3,16
Ocasionalmente	3,19	2,01	75,77	2,54	22,45	16,09
Nunca o casi nunca	96,69	97,58	22,65	97,02	55,63	80,76
Danza						
Habitualmente	0,19	0,88	2,48	2,12	22,48	3,96
Ocasionalmente	3,13	3,44	79,04	5,47	29,64	18,64
Nunca o casi nunca	96,68	95,68	18,48	92,41	47,88	77,41
Bertsolarismo						
Habitualmente	1,29	2,06	2,46	1,3	11,05	2,87
Ocasionalmente	2,93	3,31	58,56	4,44	17,21	13,66
Nunca o casi nunca	95,78	94,62	38,98	94,25	71,74	83,47
TV						
Sí	95,2	94,7	93,04	94,06	81,57	92,77
No	4,8	5,3	6,96	5,94	18,43	7,23
Radio						
Sí	73,96	75,65	81,24	79	78,16	77,41
No	26,04	24,35	18,76	21	21,84	22,59
Internet (uso cultural)						
Sí	3,31	27,69	41,17	69,97	65,91	41,44
No	96,69	72,31	58,83	30,03	34,09	58,56

VARIABLES SUPLEMENTARIAS						
Sexo						
Hombre	45,73	51,9	40,89	52,98	45,8	48,68
Mujer	54,27	48,1	59,11	47,02	54,2	51,32
Edad						
De 15 a 24	2,23	10,74	6,05	21,6	14,36	11,88
De 25 a 34	3,28	18,1	13,19	29,95	22,52	18,45
De 35 a 44	7,75	20,32	18,65	22,98	20,65	18,6
De 45 a 54	11,42	17,63	20,34	15,96	16,1	16,31
De 55 a 64	19,94	14,85	16,7	5,44	14,42	13,45
Más de 64	55,38	18,37	25,06	4,08	11,97	21,32
Nivel educativo						
Sin estudios / Sin finalizar	37,23	13,31	12,28	3,15	2,55	13,35
Estudios Primarios	43,08	32,58	28,37	16,68	15,25	27,42
Bachiller Superior	15,23	38,95	34,24	47,83	33,3	35,74
Universitarios	4,46	15,16	25,11	32,33	48,9	23,5

TABLA AP2 (cont.): Caracterización de los grupos de consumidores en Euskal Herria. En %

	Grupo 1	Grupo 2	Grupo 3	Grupo 4	Grupo 5	EUSKAL HERRIA
Zona geográfica						
CAE	73,45	69,18	76,54	69,53	70,42	71,3
Nafarroa	18,35	19,58	18,31	20,15	22,3	19,65
Iparralde	8,2	11,24	5,16	10,32	7,29	9,05
Tamaño poblacional						
Menos de 10.000 hab.	33,27	28,45	25,55	27,04	21,49	27,64
De 10.000 a 25.000 hab.	15,66	19,12	17,26	16,24	13,04	16,71
De 25.001 a 50.000 hab.	15,17	14,49	14,37	15,12	8,84	14,07
De 50.001 a 100.000 hab.	8,72	8,03	6,65	8,1	8,29	7,99
Capitales	27,18	29,91	36,17	33,5	48,34	33,58
Lugar de nacimiento						
CAE / Nafarroa / Iparralde	61,27	71,9	75,13	76,94	79,03	72,73
Resto Estado	35,2	22,41	22,66	16,64	18,41	22,67
Otros	3,53	5,68	2,21	6,42	2,57	4,59

Situación laboral						
Trabajando	22,4	51,39	46,55	60,77	60,79	49,19
Parado	3,38	6,48	5,71	8,52	4,48	6,12
Jubilado o retirado	50,86	22,29	27,98	6,83	16,93	23,41
Estudiante	1,4	6,53	4,83	17,26	11,81	8,89
Labores del hogar	21,97	13,3	14,94	6,62	5,98	12,4
Nivel de ingresos brutos de la unidad familiar (anual)						
Menos de 9.000	26,96	10,7	11,52	3,83	4,48	11,1
De 9.000 a 27.000	29,73	33,15	41,28	32,05	29,49	33,05
De 27.001 a 54.000	6,58	13,71	20,13	21,57	24,04	16,79
Más de 54.000	0,3	0,88	1,53	1,97	5,13	1,68
NS / NC	36,43	41,57	25,54	40,58	36,86	37,38
Nivel de euskara						
Euskaldun	21,16	19,72	29,6	23,07	27,25	23,3
Cuasi - euskaldun	27,28	38,89	38,87	41,88	38,98	37,65
Erdaldun	33,21	21,81	13,22	14,9	11,47	19,4
NS / NC	18,35	19,58	18,31	20,15	22,3	19,65