

## Cultura i joves

Antoni Laporte i Joaquina Bobes  
*ARTimetria*





## Cultura i joves

Antoni Laporte i Joaquina Bobes – ARTImetria

---

**Les innovacions en les tecnologies, l'arribada de nous col·lectius de persones immigrades, la consolidació de certs patrons culturals i l'eclosió de nous mitjans de comunicació i formats audiovisuals són alguns dels canvis que, de manera accelerada, estan modificant les pràctiques i els hàbits de consum cultural dels joves. Quines són les pràctiques culturals que els infants i joves adopten en el seu temps lliure? Com es formen aquests hàbits? És possible intervenir-hi per modificar-los? Això suposa dirigisme? Són preguntes a les que aquest escrit intenta donar resposta.**

---

### X, Y, ... Z

En parlar de joves, cal diferenciar dues franges d'edat, identificades pels analistes com a Generació Y i Generació Z. La Generació Y o *Millennials* està formada pels nascuts entre principis dels anys vuitanta i principis dels anys noranta del segle passat. Els integrants d'aquesta generació són nadius digitals, una generació hiperconnectada. Aquesta circumstància determina tant els seus gustos i interessos, com la manera d'accedir i consumir productes i serveis culturals i d'entreteniment. Els *Millennials* són oberts, innovadors, nascuts en una època de prosperitat econòmica i amb un nivell de formació elevat.

La Generació Z, o *Postmillennials*, la integren els nascuts entre principis dels noranta del segle passat i primers anys del segle actual. Aquest grup es diferencia del predecessor, entre altres coses, pel fet d'haver nascut i crescut en una època de recessió econòmica, la qual cosa ha contribuït a conformar la seva personalitat: més solidaris i altruistes, interessats en la cultura col·laborativa o el consum responsable, acostumats a les relacions socials a través d'internet.

### La dimensió demogràfica de la joventut a Catalunya

En els darrers quinze anys, de 1999 a 2014, la població de Catalunya ha passat de 6.174.550 habitants a 7.519.000; un creixement espectacular, superior al 20 % de la població, des de la fi del segle xx. Els fluxos migratoris d'aquests darrers anys expliquen el gruix d'aquest creixement.

Tanmateix, en el mateix període, la població amb edats entre quinze i trenta-quatre anys ha disminuït en més de 260.000 persones, un decrement del 14 %. Dit d'una altra manera, si els trams de població jove a Catalunya representaven en 1999 més del 30 % de la població, les mateixes generacions en 2014 no arribaven al 22 % del total.

Aquesta paradoxa es deu a les variacions en la piràmide de població catalana i al fet que els joves actuals són els fills d'unes generacions que a la fi del segle xx presentaven taxes de natalitat inferiors a les de les generacions anteriors i a les de les generacions posteriors; aquestes últimes constituïdes generalment per població immigrada extracomunitària amb taxes de natalitat novament més elevades.

Això permet explicar que els joves actuals representen un parèntesi en la piràmide de població catalana i que en els propers quinze o vint anys els joves del país seran més nombrosos i presentaran una composició ètnica més diversa. Els fills i les filles de les comunitats extracomunitàries arribats a Catalunya en els primers anys del segle xxi constituïran una part molt notòria de la joventut catalana dels propers anys.



## Factors que incideixen en el consum cultural

Molts autors han intentat explicar les pràctiques culturals de la població en funció de les variables socio-demogràfiques. Així doncs, l'edat, el sexe, el nivell d'estudis, el lloc de residència, la dimensió del municipi o el nivell d'ingressos del nucli familiar han estat analitzats com a possibles factors que poden explicar les diferències en el comportament de la població pel que fa a les seves pràctiques culturals.

Si bé tots els factors tenen una aportació o una altra per entendre la diversitat en els consums culturals, la majoria d'autors coincideixen en el fet que el nivell d'estudis, en primer lloc, i l'edat, en segona posició, són les dues variables que més diferencien els hàbits culturals de la població d'un territori.

El nivell d'estudis és un factor clau atesa la formació necessària de codis simbòlics i artístics per familiaritzar-se i gaudir de les produccions d'algunes disciplines culturals: la música clàssica, el teatre d'autor, la poesia, la dansa, etc., són expressions artístiques en què, a mesura que augmenta el nivell de formació, s'incrementa enormement la predisposició de l'individu a gaudir-ne.

L'edat suposa un altre factor essencial en determinades pràctiques culturals: la joventut és sinònim de sortir de casa, compartir amb amics i amigues, formar-se una identitat —en molts casos, diferenciada de la dels progenitors— i disposar de rendes més escasses que altres grups de la població. D'altra banda, per a molta gent, l'edat compresa entre els trenta-cinc i els cinquanta-cinc anys suposa una etapa de la vida en la qual cal dedicar una part molt notable del temps lliure als fills i sovint als pares. A partir dels setanta o setanta-cinc anys, la mobilitat, la salut, la disponibilitat de companyia i la renda són factors que incideixen novament en un canvi en la selecció de les activitats culturals.

## Una aproximació sincrònica

Segons l'*Enquesta de participació cultural de Catalunya* de 2014, podem distribuir les pràctiques culturals dels joves en quatre grups.

- a) Un primer grup el constitueixen l'ús d'internet, els videojocs i l'audició de música. En els tres casos, la taxa en la pràctica cultural disminueix a mesura que augmenta l'edat. Els més joves són els que més usen internet (100 % en el tram de 14–19 anys), els que més escolten música (98 % en el tram de 14–24 anys) i els que més juguen a videojocs (58 % entre els que tenen 14–19 anys).

Cal indicar que, si bé en el cas de l'ús d'internet i l'audició de música la reducció en la taxa de participants és progressiva però amb canvis suaus entre generacions, en el cas dels videojocs els decrements són més dràstics. Així doncs, mentre que el 100 % dels joves de 14–19 anys són usuaris d'internet, aquesta taxa baixa fins al 80 % en el tram de 45–54 anys i al 64 % en el tram de 55–64 anys. En el cas de l'audició de música, la pràctica és més generalitzada en totes les generacions: efectivament, si bé el 98 % dels joves de 14 a 24 anys escolten música, aquesta proporció es redueix al 91 % entre els que tenen entre 45–54 anys i al 85 % entre els de 55–64 anys. En canvi, jugar a videojocs presenta decrements més contundents, perquè, si bé el 58 % de la Generació Z declara jugar a videojocs, aquesta proporció es redueix al 52 % entre els que tenen 20–24 anys, al 43 % entre els de 25 a 34 anys i cau al 22 % entre els que tenen de 35 a 44 anys.

- b) L'altra cara de la moneda d'aquestes pràctiques s'observa en la lectura de diaris i en el consum de televisió. Els joves estan substituint cada vegada més els continguts de la televisió i la premsa per internet. En efecte, el 89 % dels joves d'entre 14 i 34 anys declara veure la televisió, un percentatge que resulten elevat per la seva magnitud, però que és decreixent en el temps i inferior en relació amb els altres grups d'edat. Així doncs, les persones amb edats compreses entre els 55 i 64 anys declaren veure la televisió en proporcions superiors al 96 %. Paral·lelament, mentre que només un 23–24 % dels joves entre 14 i 24 anys llegeix diaris, aquesta proporció augmenta fins al 51 % entre les persones que tenen entre 55 i 64 anys. Cal notar que en aquest cas es produeix un salt en la població entre 25 i 34 anys, un segment en què s'observa un taxa de lectura de diaris del 38 %.

Així mateix, escoltar la ràdio i la lectura de revistes també presenten taxes més reduïdes entre els joves que entre els adults, tot i que no de manera tan marcada.

- c) Un tercer grup està constituït per l'assistència al cinema, a concerts i a espectacles, així com la lectura de llibres. A banda de la lectura de llibres, que tractarem més endavant, totes les pràctiques presenten una forta correlació negativa amb l'edat, tot i que es constaten taxes inferiors en el primer tram de 14 a 19 anys.

Cal suposar que el factor preu, d'una banda, així com la permissivitat familiar, de l'altra, expliquen aquesta menor assistència al cinema, a concerts i a espectacles de la Generació Z. Mentre que el 72 % dels joves entre 20 i 24 anys van al cinema, aquesta proporció és del 64 % per als que en tenen entre 14 i 19, es redueix al 49 % per als de 25 a 34 anys i continua davallant fins al 34 % en el cas dels de 55 a 64 anys.

L'assistència a concerts presenta un patró igual al del cinema, tot i que les taxes són més reduïdes en tots els trams. En efecte, mentre que el 55 % dels joves d'entre 20 i 24 anys assisteixen a concerts, aquesta proporció és del 47 % per als que en tenen entre 14 i 19 i del 49 % per als de 25 a 34 anys, i continua davallant fins al 29 % per als que tenen entre 55 i 64 anys.

L'assistència a espectacles presenta unes tendències més erràtiques, tot i que els joves de 14 a 19 anys són els qui més hi assisteixen, en una proporció del 47 %.

Pel que fa a la lectura de llibres, s'observen taxes entre el 71 % i el 76 % pel que fa als joves de 14 a 34 anys i es produeix una davallada radical fins al 54 % per als qui tenen entre 35 i 44 anys, entre els quals la manca de temps en deu ser el motiu principal. A partir d'aquest tram d'edat, es recupera fins al 60 % en el cas dels que tenen entre 45 i 64 anys.

- d) Finalment, la visita a exposicions suposa un cas a part, perquè presenta una pràctica força estable entre totes les edats, de prop del 40 % de la població.

## Una aproximació als joves més centrada en el temps lliure

Tot i tenir dos anys d'antiguitat respecte al 2014, la darrera enquesta específica sobre la joventut a Catalunya aporta informacions molt rellevants per explicar els interessos dels joves en el seu temps lliure.

En efecte, segons l'*Enquesta a la joventut de Catalunya 2012*, les activitats d'oci més habituals entre els joves de 15 a 24 anys és, en primer lloc, quedar amb els amics i amigues i, en segon lloc, passejar: 8 de cada 10 les practiquen molt o força sovint. En tercer i quart lloc, se situen la utilització de xarxes socials (68,1 %) i la lectura de blogs o pàgines web (60,0 %), seguits de l'activitat de mirar la televisió (56,0 %).

No és fins a l'11è i 12è llocs que es troben les primeres activitats pròpiament culturals, en tant que es realitzen en el temps de lleure: 4 de cada 10 descarreguen música i llegeixen llibres molt o força sovint. Les activitats culturals menys practicades pels joves són l'assistència a espectacles de dansa, òpera i música clàssica (només un 5 % declara practicar-les molt o força sovint) i, en ordre creixent, anar al teatre (8,3 %) i visitar museus o exposicions (11,5 %).

En posicions intermèdies hi trobem l'assistència a concerts de música moderna (21,5 %) i el cinema (29,2 %).

La freqüència en la pràctica d'activitats culturals s'ha reduït l'any 2012 respecte al 2007: "anar al cinema" presenta el descens més elevat (decrement del 23,1 %), seguit del teatre (reducció del 20,5 %) i la lectura de llibres (disminució del 4,3 %). Per contra, els joves que declaren jugar amb consoles de joc o ordinador han incrementat un 4,4 % entre el 2007 i el 2012.

## Factors que incideixen en els hàbits culturals dels joves

La pràctica d'activitats culturals per part dels joves, com la resta de la població, es veu molt influïda pel context conjuntural. Així doncs, els joves s'han vist afectats pels diferents processos econòmics i socials que viu Catalunya. Es poden identificar tres factors que han tingut una repercussió profunda en els canvis en els hàbits de consum cultural dels joves: la crisi econòmica iniciada l'any 2008, la presència de nous col·lectius nascuts a l'estranger i la implantació digital creixent.

El principal indicador que evidencia l'impacte de la crisi sobre la població jove és l'atur. En aquest sentit, la franja d'edat compresa entre 16 i 19 anys presenta percentatges molt superiors que la franja de 20 a 24: l'últim trimestre de 2014, la taxa d'atur entre els primers era del 61,4 %, i entre els segons, del 42,6 %. L'evolució de la taxa d'atur entre els joves des de 2008 presenta un increment dramàtic: la taxa de joves aturats d'entre 16 i 19 anys va passar del 28,3 % en el primer trimestre de 2008 al 61,4 % l'últim trimestre de 2014, mentre que en el cas dels joves de 20 a 24 va passar del 14,6 % al 42,6 % durant el mateix període.

Un altre indicador rellevant de l'impacte de la crisi sobre els joves és l'edat d'emancipació. Al llarg dels últims anys, l'edat d'emancipació s'ha incrementat a causa de l'atur, d'una banda, i de la precarietat dels contractes, de l'altra. Així doncs, mentre que l'any 2002 un 81,9 % dels joves de 15 a 34 anys vivien de manera independent fora de la casa dels pares, l'any 2012 el percentatge es va reduir al 42,5 %.

Tal com exposa l'*Enquesta a la joventut de Catalunya 2012*, les activitats que mostren una freqüència superior en la pràctica que en fan els joves són les que no impliquen un cost econòmic, com ara quedar amb amics i amigues i passejar. Així mateix, han augmentat les descàrregues de música i pel·lícules per internet.

De fet, segons l'enquesta Òmnibus 14 2014-1 del Centre d'Estudis d'Opinió, els joves d'entre 18 i 34 anys són el grup d'edat que reconeix haver reduït en més mesura la seva despesa en productes i serveis culturals: el 58,4 % dels joves entre 18 i 24 anys i el 63,0 % dels joves entre 25 i 34 anys

En general, la principal raó per la qual declaren haver reduït el seu consum és l'increment de preus derivat de la pujada de l'IVA (63,8 %), seguida de la manca de recursos econòmics (15,3 %) i l'estalvi per la incertesa de l'evolució econòmica (8,1 %). Paral·lelament, un 87,1 % reconeix accedir a més continguts *online* gratuïts, molt per sobre de les franges d'edat adultes (Òmnibus 14 2013-2). És a dir, l'impacte de la crisi econòmica és una evidència, tot i que l'interès per consumir cultura sembla mantenir-se: els joves busquen alternatives i les troben en els nous canals i formats digitals.

Un segon factor que també influeix enormement en les seves activitats de lleure és la posició social de la família dels joves: com més nivell d'estudis dels pares, més activitats culturals realitzen els joves, i a l'inrevés, com menys nivell d'estudis, menys pràctica d'activitats culturals.

Aquesta circumstància permet identificar el grup constituït pels joves de famílies immigrants, els pares dels quals presenten una posició social generalment més baixa que la resta de la població. Aquest grup constitueix l'any 2014 el 27,3 % del total dels joves de 15 a 29 anys de Catalunya. Entre aquest col·lectiu de joves immigrants és més freqüent el consum d'activitats lúdiques que d'activitats culturals.

Les activitats lúdiques, de pràctica més individualitzada, inclouen les activitats digitals i tecnològiques. Així doncs, l'any 2012 el 44,4 % dels joves de 15 a 34 anys descarrega música molt o força sovint, mentre que el 29,9 % descarrega pel·lícules amb la mateixa freqüència. Passa el mateix amb el 24,4 % que declara que juga amb consoles de joc i el 18,4 % que ho fa a jocs *online*.

Altres factors que palesen l'impacte de la tecnologia en les pràctiques culturals dels joves tenen a veure amb els tipus de suports utilitzats per escoltar música. Així doncs, segons l'*Enquesta de participació cultural*, escoltar música a través de l'ordinador és l'hàbit més estès entre els joves de 14 a 24 anys (63,4 %) i de 25 a 34 anys (51,0 %). A més, aquestes franges d'edat són les que més utilitzen altres dispositius com els MP3 i MP4 (24,9 % i 18,5 % per franja d'edat respectivament), o les tauletes (6,2 % i 4,5 % per franja d'edat respectivament). Tanmateix, el suport que marca la diferència entre totes dues franges d'edat és el telèfon mòbil: mentre que el 63,3 % dels joves d'entre 14 i 24 anys l'utilitzen per escoltar música, el percentatge es redueix al 35,6 % en el cas dels joves entre 25 i 34 anys.

La visualització de concerts a través d'internet, ja sigui en vídeo (YouTube, Vimeo, etc.) o en plataformes de reproducció en temps real (*streaming*), representa una de les innovacions més rellevants pel que fa al consum cultural. Són els joves els principals usuaris d'aquest tipus de mitjà. Així doncs, l'any 2014 el 38,4 % dels joves entre 14 i 24 anys i el 28,0 % dels joves entre 25 i 34 anys van mirar concerts a través d'internet.

Els motius que els van portar a fer-ho tenen a veure amb el lloc on es fan els concerts —massa llunyà per desplaçar-s'hi—, el preu —per la possibilitat d'accedir-hi gratuïtament— i el temps, quan es tractava d'un concert antic o bé perquè no es disposava de temps per anar-hi.

Aquest consum creixent d'activitats digitals o amb una forta implicació de la tecnologia contrasta, per exemple, amb la davallada del temps dedicat pels joves a mirar la televisió. Així doncs, l'any 2014 els joves entre 18 i 24 anys miren la televisió una mitjana de 19 hores setmanals, la qual cosa suposa un descens del 21 % respecte al 2013. La caiguda és superior si es compara amb 2012.<sup>1</sup>

## Els joves en l'agenda europea

Tradicionalment, la Unió Europea ha centrat els seus programes pel que fa a la cultura en el suport a l'oferta, en dues línies bàsiques: suport als creadors i suport al sector de l'audiovisual. En els últims anys, però, les dades sobre participació cultural a Europa (Comissió Europea, 2013) mostren que les taxes de la participació cultural disminueixen, tant en el conjunt de la Unió com en la majoria dels vint-i-set països considerats individualment.

Per aquesta raó, la Unió Europea ha inclòs en la seva agenda el desenvolupament d'audiències com a nova prioritat (Comissió Europea, 2012), amb la voluntat de promoure projectes que facin més accessibles les arts i la cultura, i contribueixin a integrar-les a la vida diària d'un major nombre de persones.

L'envelliment progressiu de les audiències que realitzen activitats culturals fortament subvencionades amb finançament públic (museus, òpera, música clàssica, teatre, dansa, etc.) posa de manifest un desinterès i uns nivells de participació decreixents entre els joves. Un dels principals reptes de les polítiques culturals a Catalunya a hores d'ara està centrat en la demanda cultural i, molt especialment, en els joves: de quina manera les generacions que gestionen els recursos públics i privats dissenyen, executen i avaluen projectes culturals en què els joves siguin no només espectadors, sinó també veritables protagonistes de les activitats culturals.

## Referències

Comissió Europea (2012). *A Report on Policies and Good Practices in the Public Arts and in Cultural Institutions to Promote Better Access to and Wider Participation in Culture. European Agenda for Culture Work Plan for Culture 2011–2014*. Directorate-General for Education and Culture.

Disponible a: [http://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework/documents/omc-report-access-to-culture\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/policy/strategic-framework/documents/omc-report-access-to-culture_en.pdf)

Comissió Europea (2013). *Special Eurobarometer 399, Cultural Access and Participation Report*. Directorate-General for Education and Culture.

Disponible a: [http://ec.europa.eu/public\\_opinion/archives/ebs/ebs\\_399\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_399_en.pdf)

Mosteiro, S. (2015). *Enquesta de participació cultural Catalunya 2014*. DeCultura. Barcelona: Departament de Cultura, Gabinet Tècnic.

Disponible a: [http://cultura.gencat.cat/web/.content/sid/organismes\\_nova\\_pagina/csc\\_2015/enquesta\\_participacio\\_cultural\\_2014.pdf](http://cultura.gencat.cat/web/.content/sid/organismes_nova_pagina/csc_2015/enquesta_participacio_cultural_2014.pdf)

Serracant, P. (coord.) (2013). *Enquesta a la Joventut de Catalunya 2012*. Departament de Benestar Social i Família, Generalitat de Catalunya.

Disponible a: [http://benestar.gencat.cat/web/.content/documents/arxiu/publicacions/col\\_estudis/ejc\\_volum1\\_publicacio\\_completa.pdf](http://benestar.gencat.cat/web/.content/documents/arxiu/publicacions/col_estudis/ejc_volum1_publicacio_completa.pdf)

---

<sup>1</sup> Font: Nielsen.