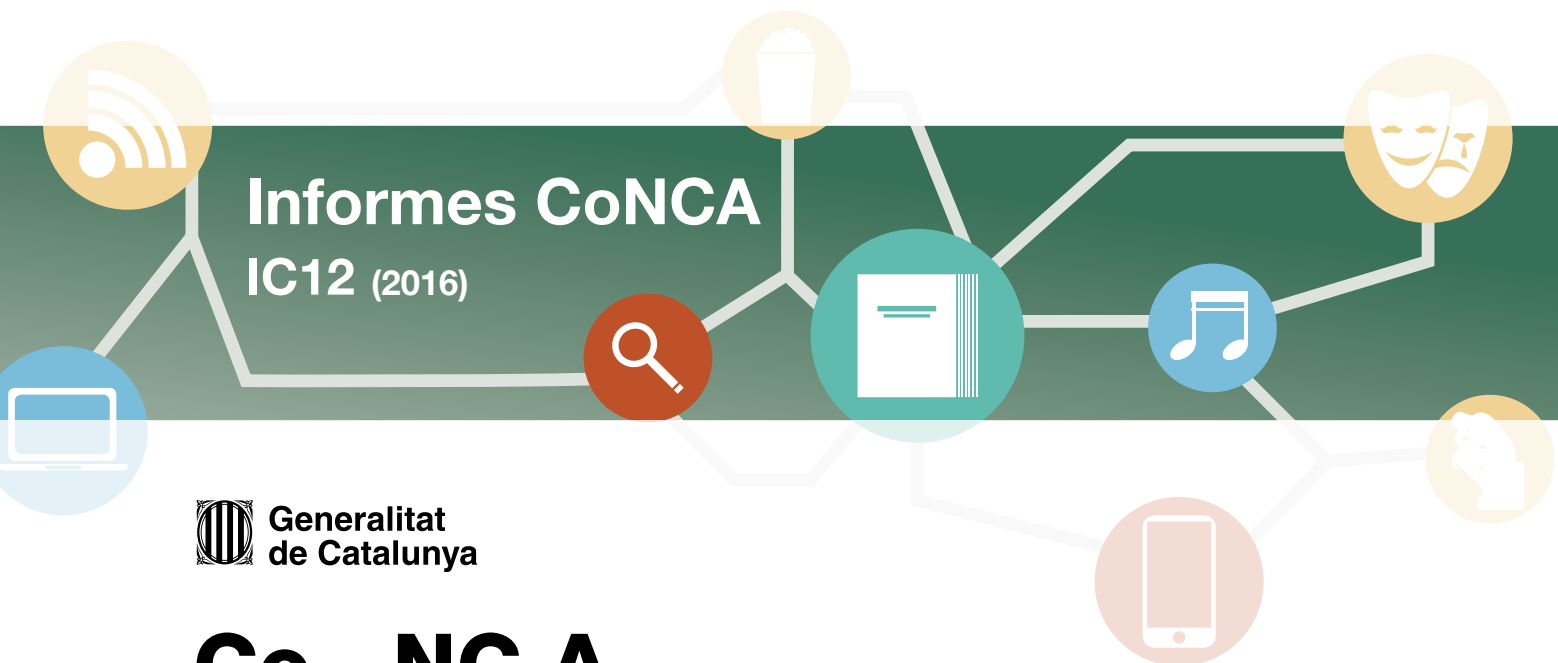


La participació cultural de la joventut catalana 2001-2015



 Generalitat
de Catalunya

Co NCA

Consell Nacional
de la Cultura i de les Arts

© Generalitat de Catalunya, 2016

El document *La participació cultural de la joventut catalana 2001-2015*, inclòs a la col·lecció Informes CoNCA, ha estat elaborat per la Universitat de València a petició del Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (CoNCA). Ha comptat amb el suport i la col·laboració de la Direcció General de Joventut.

Document aprovat pel Plenari del CoNCA el 6 de maig de 2016.

Membres del Plenari del CoNCA:

Carles Duarte i Montserrat, president
Gemma Sendra i Planas, vicepresidenta primera
David Albet i Sunyer, vicepresident segon
Mercè Gisbert i Cervera, vocal
Pilar Parcerisas i Colomer, vocal
Isona Passola i Vidal, vocal

Autors:

Antonio Ariño Villarroya, Universitat de València
Ramón Llopis Goig, Universitat de València

Coordinació: Ramon Castells Ros i Pau Serracant Melendres

Edició: Glòria Lorente Sanz

Correcció lingüística: Sílvia Freile Vega

Maquetació: www.vitaminadisseny.cat

El CoNCA està integrat per:

Sílvia Muñoz d'Imbert, directora.

Equip del CoNCA: Anna Andreu Martínez, Jordi Auladell Marquès, Lúdia Benito Porté, Gemma Carbonell Jorquera, Ramon Castells Ros, Jesús Fernández Acebal, Cèlia Garcia Trujillo, Cristina Huguet Martínez, Anna Cintya Loayza Martín, Lluïsa Sala i Tubert i Joan Torrent Pérez.

Amb la col·laboració de la Direcció General de Joventut del Departament de Treball, Afers Socials i Famílies



Agraïm al Gabinet Tècnic del Departament de Cultura la cessió de dades de l'Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya (ECPCC) dels anys 2001 i 2006 i de l'Enquesta de participació cultural (EPC) dels anys 2013 i 2014. Així mateix, volem expressar molt especialment el nostre agraïment als dos grups de joves que van participar en la vessant qualitativa del projecte omplint els quaderns de pràctiques culturals durant dues setmanes.

El document *La participació cultural de la joventut catalana 2001-2015* està subjecte a una llicència de Reconeixement-NoComercial 4.0 Internacional de Creative Commons. Se'n permet la còpia, la distribució, la comunicació pública, sense ús comercial i sempre que se'n citi la font.



Podeu descarregar aquesta publicació a: <http://www.conca.cat>

1a edició: octubre de 2016
Dipòsit legal: B15474-2016

ÍNDEX

Introducció	5
1. Evolució històrica	15
1.1. Evolució de les pràctiques culturals dels joves (2001-2015).....	17
2. Perspectiva intergeneracional	33
2.1. El significat de la cultura	35
2.2. Les pràctiques culturals	50
2.3. Dimensions de les pràctiques	85
2.4. Conclusions del capítol.....	94
3. Les diferències internes en el si de la joventut catalana	99
3.1. Sexe/gènere	101
3.2. Edat	108
3.3. Situació laboral	115
3.4. Nivell d'estudis	120
3.5. Classe social	136
3.6. Llengua parlada.....	141
3.7. Altres activitats culturals	148
3.8. L'anàlisi dels gèneres culturals	150
3.9. Conclusions.....	165
4. Tipologia de la població catalana a partir dels seus interessos i pràctiques culturals	175
4.1. Introducció	177
4.2. Els interessos culturals	178
4.3. Les pràctiques culturals	182
4.4. Tipologia de la població catalana segons els interessos i les pràctiques culturals	185
4.5. Conclusions del capítol.....	191
5. Reflexions finals	193
5.1. La participació cultural	195
5.2. Els règims de participació cultural.....	204
6. Bibliografia	211

Introducció



Aquest estudi tracta sobre la participació cultural de la joventut catalana el segle XXI i ho fa a partir de les enquestes sobre hàbits, pràctiques i consums culturals que ha realitzat el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya els anys 2001, 2006, 2013 i 2014. Durant la redacció d'aquest text s'han publicat els primers resultats de l'enquesta del 2015 i han aparegut altres fonts d'interès, com les memòries de l'Associació per a la Investigació de Mitjans de Comunicació (AIMC) sobre l'ús dels mitjans de comunicació i d'internet.

Aquestes fonts demoscòpiques són molt importants. S'hi recullen els dominis principals en què se sol estructurar administrativament el camp cultural: ús del temps lliure, visita a museus i monuments, pràctiques de lectura, assistència a biblioteques i arxius, a activitats artístiques, al cinema i espectacles escènics, realització de pràctiques musicals, escolta de la ràdio i consum de continguts audiovisuals, ús d'internet i participació associativa i dotació d'equipaments culturals a la llar.

A més d'aquests aspectes, els qüestionaris successius n'han incorporat d'altres de rellevants, com el concepte nadiu de *cultura*, els motius pels quals es duen a terme determinades pràctiques o no, la llengua de comunicació preferida, les pràctiques amateurs i la mobilitat territorial, entre d'altres.

Tot i que l'estructura de dominis explorats ha romàs en el temps, s'han modificat, en ocasions substancialment, les escales de mesurament de les pràctiques i els ítems de cada pregunta. Per això, l'estudi s'ha centrat en l'enquesta del 2013 (que ofereix la mida mostral més elevada i amb una submostra de 1.365 persones joves) i en la del 2014 (que és la més recent i, a més, ha introduït qüestions d'un interès especial per analitzar les pautes de participació en el context de la recessió econòmica i de la crisi actual). Al final del capítol es presenten les fitxes de les dues enquestes.

Mitjançant les dades que proporcionen les enquestes s'ofereix, en primer lloc, una perspectiva evolutiva de les pràctiques culturals aquests darrers 15 anys; a continuació, una anàlisi de les diferències i les semblances generacionals entre les persones de 14 a 30 anys i la resta de la població; el tercer capítol s'ocupa d'una manera extensa de les diferències internes de la categoria de les persones joves segons les variables sociodemogràfiques principals; en aquest mateix capítol, es realitza una anàlisi detallada dels gèneres culturals mitjançant la tècnica de l'anàlisi de correspondències en cinc camps culturals. El quart capítol construeix una tipologia de la població juvenil mitjançant les tècniques de l'anàlisi factorial i l'anàlisi clúster, i, per acabar, el capítol 5 es dedica a dues reflexions sobre les dimensions de la participació cultural i les possibilitats que ofereix el concepte de *règim cultural*.

Amb la finalitat de contextualitzar la recerca, ara ens ocupem d'assenyalar els dos trets principals del context històric en el qual es desenvolupa la participació cultural a Catalunya durant aquest període i els cinc factors més determinants.

TRETS PRINCIPALS DEL CONTEXT

Els dos trets fonamentals del context que emmarca i travessa la participació cultural tenen, en principi, diferents lògiques, però estan interrelacionats.

Societat digital i comunicació mòbil: cap a la cobertura universal

La comunicació mòbil permet l'accés ubic als béns de la cultura i suposa un desplaçament creixent de l'accés a la llar a l'accés permanent i personal. La societat digital ja no és una promesa, sinó una realitat. Si l'aparició de la televisió va transformar la llar en el centre principal de consum cultural, les noves tecnologies generen una cultura en trànsit i personalitzada. Aquests darrers 15 anys s'ha produït una penetració intensa i extensa de les noves tecnologies de la informació, la comunicació i l'organització (TICO), de manera que es pot afirmar que, quan es realitza l'enquesta del 2013, la societat catalana, i molt especialment la joventut, es troba immersa en una societat digital. Això es fa palès en les dotacions de les llars i en els dispositius personals (ordinadors, internet i telèfons mòbils). Com a resultat, totes les pràctiques culturals, incloent-hi les que es desenvolupen en equipaments específics fora de la llar (concerts, exposicions, esports, conferències, etc.), es poden gaudir ara des de casa mitjançant la connexió a Internet en temps real (*streaming*) o en diferit. A més, la disponibilitat i l'ús dels telèfons intel·ligents en tots els dominis culturals canvia si més no la forma d'implicació personal i la d'interacció (per exemple, mitjançant l'enviament d'imatges en temps real). La distinció entre *en línia* i *fora de línia* ja no té sentit.

Ara bé, el fet que hi hagi una tendència, pel que sembla irreversible, cap a la cobertura universal de les infraestructures, dels dispositius i dels serveis de la societat digital, no vol dir que no hi hagi diferències i fractures socials en l'ús que se'n fa. Per això, hem d'estar atents a com es reproduïxen o es generen noves desigualtats al seu si. Aquest fet és especialment rellevant en un territori, el digital, dominat majoritàriament per l'oferta de mercat.

L'impacte de la gran recessió i les polítiques d'austeritat

La sobtada irrupció de la crisi financera i econòmica i la seva penetració fins a generar una gran recessió ha pogut fer l'efecte que tot hauria estat diferent si no s'hagués produït. No obstant això, la recerca recent, basada en tendències globals, mostra que des dels anys vuitanta del segle passat ja s'estava produint un gir històric en el capitalisme que ha generat grans desigualtats socials a l'interior de cada país. Ara bé, en l'àmbit de la cultura, aquests processos de fons —que tenen a veure amb la flexibilització i la globalització— no es van fer visibles entre nosaltres a causa de l'impacte de la bombolla immobiliària, que va consistir en una política de construcció de grans equipaments i d'organització de megaesdeveniments.

Sigui com sigui, ara escau demanar-se en quina mesura la crisi ha suposat un canvi en les pràctiques de despesa i de consum de les llars i de les administracions. Les polítiques d'austeritat i de retallades s'han fet molt perceptibles i es poden estudiar mitjançant diverses fonts estadístiques que registren la caiguda de la despesa.

En el nostre cas, podem comprovar com es produeix un desplaçament, les raons o els motius pels quals no es realitzen determinades pràctiques o no es fan amb més freqüència. Mentre que el 2001 i el 2006, en gairebé tots els casos s'argumenta que el que impedeix la pràctica és la manca d'interès, en les dues darreres enquestes (2013 i 2014) el pes es desplaça clarament cap al preu i cada vegada té més rellevància el consum gratuït de música, pel·lícules, llibres, etc. a internet.

FACTORS DETERMINANTS DE LA DEMANDA CULTURAL I DE L'ACCÉS

Considerem, a la llum d'investigacions precedents, que hi ha, com a mínim, cinc factors que són determinants de l'accés als béns i serveis culturals i que, per tant, condicionen la demanda i la participació cultural. De tres d'aquests factors disposem d'informació actualitzada mitjançant el Sistema d'indicadors sobre la joventut a Catalunya (Sljove).¹ Són els següents:

- **Factor sociodemogràfic:** en un país, en un moment determinat, hi ha un nombre de persones amb una edat, un sexe, un lloc de naixement i de residència, un grau d'autonomia personal, etc. En el període que estudiem, a Catalunya s'ha reduït significativament el pes de la població jove, que ha passat de representar el 22% el 2001 al 15% el 2014. La distribució per cohorts és del 4,5% per a les persones de 15-19 anys, del 4,9% per a les de 20-24 anys i del 5,9% per a les de 25-29 anys.
- **Factor educatiu:** determina les competències i les habilitats de les persones. Segons el Sljove, el 2001 està escolaritzat el 30% de la població de 15-29 anys i el 2014 ho està el 32%. L'abandonament escolar prematur ha passat del 29% el 2001 al 22% el 2014.
- **Factor econòmic:** condiciona la capacitat de despesa en cultura. En aquest sentit, la taxa d'atur ha passat del 13,3% el 2001 al 34% el 2014 i els ingressos mitjans de les persones joves han caigut des dels 1.051 euros el 2001 als 876 euros el 2014. D'altra banda, l'índex de pobresa és del 18,2% el 2001 i del 26,6% el 2014.

Els altres dos factors determinants són el temps disponible i els equipaments i dispositius públics i privats:

- **Temps disponible** un cop realitzades les activitats bàsiques. L'enquesta del 2014 indaga el temps disponible entre setmana i el cap de setmana. El 45% de la població jove diu que té força temps lliure o molt; només el 12% diu que amb prou feines li queda temps per a les seves activitats personals. La comparació amb l'enquesta del 2006 no és fàcil, atès que s'ha canviat la formulació de la pregunta. En aquell any, el 73% afirma tenir força temps lliure o molt, però només el 2% es queixa que el temps lliure és insuficient.
- **Equipaments i dispositius** per accedir als béns i serveis culturals. En el capítol 2, mostrem les dades relatives a equipaments de les llars catalanes i, per tant, la penetració dels dispositius necessaris per accedir a la cultura audiovisual i digital. La despesa de les llars catalanes en la partida de béns, equipaments i accessoris per a la societat de la informació corroboren aquest fet. D'altra banda, la despesa liquidada en cultura de l'Administració catalana ha passat de 387 milions d'euros el 2009, quan va començar la crisi, a 241 milions d'euros el 2013 (Anuari d'Estadístiques Culturals, 2015).

¹ Sistema d'indicadors sobre la joventut a Catalunya, estadística oficial de la Generalitat de Catalunya que es pot consultar al web de l'Observatori Català de la Joventut: www.gencat.cat/joventut.

Aquests factors, que al seu torn es poden considerar recursos, generen diversitat i varietat, d'una banda, i desigualtat, de l'altra. En aquest sentit, parlem, per exemple, de diferències i desigualtats existencials, relacionades amb variables com el sexe i l'edat, i de diferències i desigualtats socials, basades en la distribució de recursos com el capital cultural i educatiu, el capital econòmic, el relacional o el polític.

Aquestes tendències i aquests factors ajuden a situar l'anàlisi que realitzarem i la rellevància que té, en relació amb el fet que la població jove és protagonista del canvi a la societat digital, que té lloc en el context de processos d'emancipació que són dificultats per l'atur, per la precarietat laboral i per la pobresa, però alhora es troben amb una situació educativa lleugerament millor que la que hi havia al principi del segle.

ENDARRERIMENT DE L'EMANCIPACIÓ, AVANÇAMENT EN L'AUTONOMIA CULTURAL

Les persones que formen part d'aquesta etapa que anomenem *joventut* es troben avui en una situació plena de paradoxes, contradiccions i incerteses. La societat en la qual han nascut els ha orientat cap a projectes vitals d'autorealització que cada vegada són més complexos i es dilaten més en el temps, però alhora, en el que podem anomenar *dimensió cultural de la seva existència*, l'autonomia es produeix a una edat més primerenca.

Hi ha un consens força ampli en l'àmbit sociològic per reconèixer que la joventut és una construcció social, l'extensió de la qual varia en el temps i en l'espai, d'unes societats i èpoques a unes altres, però que es troba relacionada amb l'assoliment de la independència personal.

En la societat contemporània, aquesta independència (autonomia i emancipació) s'ha endarrerit i diversificat considerablement i, en conseqüència, s'ha allargat el període anomenat *joventut*. Alhora s'ha produït un desajust o una desincronització entre els diferents llindars de la transició biogràfica, fet derivat fonamentalment de la manca d'ocupació i de la precarietat d'aquesta, font fonamental de la renda.

En aquest context, la frontera per dalt de la joventut és flexible i porosa, delimitada pels *processos de transició a la vida adulta i d'emancipació*, que comporten l'obtenció d'una feina que permeti dur una vida autònoma.

L'ocupació estable per si mateixa no defineix el final de la transició a l'adulthood, però constitueix un element crucial, ja que proporciona independència econòmica, combinada amb autonomia residencial i organització d'un projecte personal de vida, mostrat a la societat de manera explícita o implícita. Per tant, hem de parlar de diverses fases i dimensions de la transició a la vida adulta.

Les fases es deriven de l'endarreriment constant de la independència vital (residencial, familiar, econòmica). Així, entre la població jove de 15 a 20 anys predomina el percentatge de les que estan estudiant, però a partir d'aquesta edat i molt especialment a partir dels 25 predomina, per contra, la població jove que cerca feina i que es troba en condicions de relació familiar molt diferents.

Per què necessitem parlar d'un conjunt d'elements definidors de la transició? Perquè és possible que una persona jove tingui ingressos que la dotin d'independència econòmica, però continuï vivint a la llar dels seus progenitors; i a l'inrevés, pot gaudir d'autonomia residencial, però necessitar el suport econòmic familiar. Al seu torn, tot i gaudir d'ingressos propis, aquests poden ser insuficients per desenvolupar un projecte personal de vida.

La independència s'hauria d'entendre, en aquest marc, com a multidimensional, incloent-hi la capacitat de prendre decisions autònomes, l'oportunitat de generar ingressos regulars propis, l'assumpció de responsabilitats cap a terceres persones, i al mateix temps el desplegament de noves formes de participació social, amb l'assumpció d'un estatut de ciutadania.

Ens trobem, doncs, en un context en el qual:

- S'ha ampliat per dalt el període de joventut en la trajectòria vital.
- S'ha incrementat l'autonomia cultural (capacitat de decisió sobre formes i estils de vida) en una etapa cada vegada més primerenca, gràcies a les noves tecnologies.
- S'han multiplicat les variables que defineixen aquest estadi intermedi i ambivalent, que Ruiz de Olabuénaga va anomenar, en el context d'una crisi anterior, *joventut lliberta*.

Durant aquest període, les persones joves es mouen entre marcs institucionals diferents: l'escola-institut-universitat i el mercat de treball; la família dels progenitors i la creació d'una llar pròpia, amb etapes de cohabitació; l'acompliment principal del rol de filla/fill i l'acompliment principal de pare/mare. Les pautes culturals canvien significativament segons aquestes variables.

Mentre que en el passat hi podia haver uns ritus de pas clarament instituits que regulaven aquestes transicions, actualment s'ha de parlar amb més propietat d'esdeveniments de significat personal (i col·lectiu) especial que no tenen llindars definits socialment.

Aquest repertori d'ambigüitats es dona més clarament en el període que va dels 25 als 30 anys: és una etapa de la vida en la qual s'ha produït o es produirà un abandonament progressiu del marc escolar; en la qual es produeix o es produirà una sortida de la llar parental; en la qual es defineixen els trets identificadors d'un projecte personal de vida, etc.

Així doncs, podem concloure:

- Que *no està clarament definit*, en termes d'edat, quan s'arriba a l'estatut d'adult, que depèn de l'assoliment de l'emancipació.
- Que, no obstant això, l'imperatiu d'autonomia i independència no en disminueix la força, sinó que l'accentua i produeix, en general, un estatus de *joventut lliberta* i, entre els joves més arriscats, situacions de pobresa i d'exclusió social, en abandonar la llar parental.
- Que les persones que estan vivint aquesta etapa de la vida no es caracteritzen per l'homogeneïtat, sinó per la *diversitat*, atès que, en l'horitzó de l'emancipació, se situen en estadis diversos i amb estratègies diferents.

- Que algunes d'aquestes diferències operen alhora com a *fonts de desigualtat*, ja que, segons el bagatge social, el gènere, etc., es poden iniciar transicions cap a l'adulthood més primerenques o més tardanes, es poden aconseguir més o menys oportunitats laborals, etc.

Aquestes circumstàncies històriques en les quals es desenvolupa la transició a la vida adulta ens fan concloure que no hi ha un model estàndard de transició. Al mateix temps, permeten constatar que l'etapa vital anomenada *joventut* és extraordinàriament diferent en cada persona atesa la diversitat de factors que condicionen l'evolució de cadascú. Però també que, en aquest context de creixent endarreriment de l'emancipació i de la independència, la dimensió cultural i de l'oci segueix una lògica paradoxal: les persones joves cada vegada adquireixen una autonomia més primerenca en tot allò que està relacionat amb les seves preferències personals i amb el seu ús del temps lliure, autonomia que es potencia amb les noves tecnologies personals, com la disponibilitat de telèfon intel·ligent des d'una edat molt primerenca, tot i que cada vegada s'endarrereix més la seva independència plena.

En resum, som davant d'un període de maduració que es dilata en el temps, que és molt intens i primerenc en la dimensió cultural entesa en sentit ampli (tot i que encara trobem el pes de la imposició de certes pràctiques com visites a museus o assistència a concerts de música clàssica), però que és molt tardà en l'assoliment de l'emancipació social com a conseqüència de l'atur i del treball precari i flexible. De tot això, en veurem nombroses mostres al llarg del text.

FITXES TÈCNIQUES DE LES ENQUESTES DEL 2013 I EL 2014

Les dades en què es basa aquest estudi provenen d'una explotació que van dur a terme els autors de l'Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya (ECPCC) dels anys 2001 i 2006 i l'Enquesta de participació cultural (EPC) dels anys 2013 i 2014. Totes aquestes enquestes pertanyen al Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. L'informe també utilitza algunes dades de l'EPC del 2015, tot i que no es va arribar a temps per fer una explotació *ad hoc* d'aquestes dades.

Les enquestes més utilitzades són l'EPC del 2013 i del 2014. L'enquesta del 2013, adreçada a la població de 14 anys i més, va disposar d'una mostra de 6.028 entrevistes, de les quals 1.365 van correspondre a persones d'entre 14 i 30 anys. Per tant, ofereix unes possibilitats d'anàlisi molt completes.

D'altra banda, l'enquesta del 2014 va utilitzar una mida mostral inferior: 1.845 entrevistes, de les quals 444 pertanyien a l'edat de 14 a 30 anys.

Fitxa tècnica de l'EPC del 2013	
Univers	Població de 14 anys i més entrevistada a la llar habitual (l'any 2013 va equivaler a 6.165.000 persones)
Àmbit territorial	Catalunya
Mostra	6.028 entrevistes (submostra de joves de 14 a 30 anys: 1.365)
Disseny mostral	Aleatori polietàpic estratificat. Aplicat a cada submostra territorial
Tècnica de recollida de la informació	Entrevistes personals realitzades a la llar habitual amb tauleta PC (TAPI)
Nivell de confiança	95%
Error mostral	$\pm 1,26\%$ (per a submostra joves 14-30 anys = $\pm 2,65\%$)
Treball de camp	Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura
Període i durada del treball de camp	D'octubre a desembre del 2013 (treball de camp continu i ininterromput, els set dies de la setmana)

Fitxa tècnica de l'EPC del 2014	
Univers	Població de 14 anys i més entrevistada a la llar habitual (l'any 2014 va equivaler a 6.404.613 persones)
Àmbit territorial	Catalunya
Mostra	1.845 entrevistes (submostra de joves de 14 a 30 anys: 444)
Disseny mostral	Aleatori polietàpic estratificat. Aplicat a cada submostra territorial
Tècnica de recollida de la informació	Entrevistes personals realitzades a la llar habitual amb tauleta PC (TAPI)
Nivell de confiança	95%
Error mostral	$\pm 2,28\%$ (per a submostra joves 14-30 anys = $\pm 4,65\%$)
Treball de camp	Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura i Ipsos
Període i durada del treball de camp	D'octubre a novembre del 2014 (treball de camp continu i ininterromput, els set dies de la setmana)

1. Evolució històrica



1.1. EVOLUCIÓ DE LES PRÀCTIQUES CULTURALS DELS JOVES (2001-2015)

Aquest capítol mostra l'evolució de les pràctiques culturals entre la joventut catalana en el període que va del 2001 al 2015. La perspectiva històrica permetrà situar els canvis més rellevants d'aquesta etapa. No obstant això, el propòsit inicial es veu entorpit en certa manera pel fet que no es poden construir sèries de diferents pràctiques d'una manera consistent a causa que les quatre enquestes realitzades en aquest període n'han canviat substancialment els plantejaments.

En l'enquesta del 2001 s'explora àmpliament l'equipament cultural de la llar, incloent-hi instruments musicals i obres d'art, i permet aproximar-nos a un aspecte important, que és el de les pràctiques d'aficionat; en canvi, no s'indaga en els interessos i les motivacions de les persones entrevistades i s'examina molt poc la llengua en què es realitzen les diferents pràctiques.

En l'enquesta del 2006 es dóna molta importància al temps lliure i a l'ús que se'n fa, a la freqüència de les pràctiques i al temps diari que es dedica a algunes d'aquestes activitats com la televisió i la ràdio; també s'investiga sobre el que es podria anomenar *sociabilitat de les pràctiques* (si es realitzen en solitari o en companyia). Aquest aspecte permetrà fer una aproximació al capital relacional en les activitats culturals.

L'enquesta del 2013 es distancia força de les dues de precedents, perquè s'interessa per la llengua en què es realitzen les diferents pràctiques i per la llengua preferida. També perquè indaga sobre el concepte de *cultura* que fa servir la població. A més, explora en detall la incorporació de les tecnologies digitals i els usos que permeten. Però en canvi, s'abandona l'anàlisi d'equipaments instrumentals i artístics a les llars i es modifiquen les freqüències de pràctica.

Per acabar, l'enquesta del 2014 segueix els passos de la del 2013, però es basa en una mida mostral molt més reduïda i incorpora alguns temes nous.

En resum, la possibilitat de construir sèries històriques que permetrien analitzar a fons els canvis registrats en interessos i pràctiques és molt escassa. Tanmateix, els canvis en els qüestionaris reflecteixen els desplaçaments que s'han produït en equipaments, interessos i pràctiques de la ciutadania, d'una banda, i els interessos de les institucions que han de produir polítiques culturals, de l'altra.

Quins desplaçaments més significatius s'observen? Cal tenir en compte dos factors per identificar-los i comprendre'ls: la societat digital i la crisi econòmica. Però, abans d'entrar-hi, intentarem compondre un panorama general de l'evolució de les pràctiques entre la població jove aquests 15 anys.

1.1.1. Ha augmentat la participació cultural en aquest període?

La pregunta no té una resposta concloent a causa de la dificultat de confeccionar sèries continuades per a tot el període, ja que s'han modificat les preguntes entre qüestionaris. Per exemple, podem saber el percentatge de persones entrevistades el 2001 que respo-

nen que mai han llegit un diari, però el 2013 la pregunta demana pels qui l'han llegit el dia anterior. Tenim registrat el percentatge dels que diuen que mai o gairebé mai han anat al cinema el 2006 (8%), però el 2013 es demana per qui hi va anar els darrers 12 mesos.

Podem extreure'n dues hipòtesis: que es dona, d'una banda, un creixement significatiu de la penetració de les pràctiques dels diversos camps culturals entre el 2001 i, com a mínim, el 2008, i, de l'altra, un retrocés en la participació cultural a partir del moment en què impacta més directament la crisi a les llars i en les polítiques públiques.

Per poder fer una aproximació segura utilitzarem, en el primer període, les dades corresponents a la categoria dels qui no fan mai o gairebé mai l'activitat de referència. Entre el 2001 i el 2006, el percentatge dels qui no realitzen la pràctica de referència es redueix en tots els casos. Per tant, podem afirmar que s'ha produït un increment de la participació cultural, encara que no en coneguem la profunditat i la intensitat. En la taula 1 hem ordenat les dades de més a menys penetració de les pràctiques segons els resultats obtinguts el 2006.

TAULA 1. POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS QUE NO REALITZA DETERMINADES PRÀCTIQUES CULTURALS. CATALUNYA, 2001 I 2006. PERCENTATGE

Pràctica	2001	2006
Escoltar música	3,2	1,7
Mirar la televisió	9,0	2,2
Utilitzar internet	27,0	5,3
Anar al cinema	7,7	8,0
Llegir llibres	25,5	14,1
Escoltar la ràdio	20,2	15,6
Llegir diaris	21,9	18,5
Visitar biblioteques	36,4	31,3
Assistir a concerts de música	51,4	31,5
Llegir revistes	40,7	35,2
Visitar museus	51,5	43,8
Visitar monuments	53,3	48,9
Anar al teatre	63,5	53,3
Visitar galeries	60,0	59,3
Pertànyer a una associació	69,1	67,6
Tocar un instrument	82,3	77,1
Veure dansa	90,6	86,1
Anar al circ	94,8	88,5

Font: Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2001 i 2006 (Departament de Cultura).

Els resultats obtinguts permeten copsar l'estructura de les pràctiques segons el grau de penetració social: n'hi ha de molt esteses i n'hi ha d'escassa implantació. En concret, podem constatar que hi ha quatre pràctiques molt esteses: escoltar música, mirar la televisió,

utilitzar internet i anar al cinema, amb percentatges inferiors al 10% de la població que no ha fet mai o gairebé mai aquestes pràctiques. Es podria dir que són activitats de cobertura universal, amb independència de la freqüència amb què es realitza cadascuna.

Hi ha tres pràctiques més que tenen una alta penetració. Són llegir llibres, escoltar la ràdio i llegir diaris. Amb una penetració mitjana se situen visitar biblioteques, assistir a concerts i llegir revistes.

La visita a museus i a monuments, l'assistència al teatre i la visita a galeries d'art tenen una penetració mitjana. La resta presenten una penetració mitjana baixa o molt baixa, com l'assistència a espectacles de dansa i de circ.

En resum, entre el 2001 i el 2006 les dades disponibles mostren que ha augmentat la participació cultural en tots els dominis. Les sèries confeccionades en el document *Enquesta de consum i pràctiques culturals del 2006* (Generalitat de Catalunya, 2008: 267 i seg.) així ho corroboren.

L'informe sobre *La dieta cultural dels catalans 2013* (Fundac i Generalitat de Catalunya) ofereix informació sobre la penetració social de les pràctiques per al període 2008-2013, però en aquest cas es refereix al conjunt de la població catalana. Les dades mostren un ascens fins al 2012 i un retrocés a partir d'aquell moment, que situa la penetració de les pràctiques estudiades en percentatges similars als del 2008.

TAULA 2. REALITZACIÓ DE DETERMINADES PRÀCTIQUES CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE MÉS DE 14 ANYS. CATALUNYA, 2008, 2012 I 2013. PERCENTATGE

Pràctica	2008	2012	2013
Música	87,2	93,3	86,9
Llibres	58,4	61,3	59,2
Cinema	35,5	36,9	35,1
Exposicions	30,2	33,1	29,2
Concerts	29,9	33,8	29,8
Espectacles	25,7	29,1	25,7
Videojocs	20,6	23,8	21,4

Font: Baròmetre de la Cultura 2008 (Fundac) i Enquesta de participació cultural 2012 i 2013 (Departament de Cultura).

Com ha afectat el període de recessió econòmica a la població juvenil? L'anàlisi realitzada a partir del capítol «Cultura dels informes generals» de l'*Enquesta a la joventut de Catalunya* del 2007 i el 2012 mostra que també s'ha produït una reducció significativa de les pràctiques que són *més oneroses* entre la població jove, i que aquesta reducció és més pronunciada en les cohorts més adultes, perquè són aquestes les que acusen més els efectes de la crisi econòmica, ja que es troben immerses en el procés d'emancipació en un context de crisi econòmica, d'atur elevat i de treball flexible (2012: 79).²

2 López Sintas *et al.* (2012).

Al començament d'aquest apartat ens qüestionàvem si ha augmentat la participació cultural durant aquest període. N'hem constatat un increment significatiu fins al 2012 i una disminució a partir d'aleshores com a conseqüència de la crisi. Però al mateix temps, s'ha produït un canvi derivat de la universalització de les TICO i de la configuració de la societat digital.

A partir d'aquestes dades es poden extreure tres conclusions: dues de relatives a tendències i la tercera a l'estructura de les pràctiques segons el grau de penetració.

En el període estudiat hi ha, inicialment, una tendència positiva cap a una penetració creixent de la participació cultural en diferents dominis i activitats, però aquesta tendència es veu interrompuda per l'impacte de la crisi econòmica.

Una segona tendència mostra el canvi que registren determinades pràctiques com a conseqüència de la immersió en la societat digital i el canvi de paradigma comunicatiu.

Per acabar, es constata que són quatre activitats les que realitza un percentatge més elevat de població jove i que, en certa manera, estan destinades a ser les que també tenen més penetració en la societat catalana. Són les següents: veure la televisió i continguts audiovisuals mitjançant diversos suports o dispositius, escoltar música, connectar-se a internet i anar al cinema.

A continuació, tractarem les dues tendències esmentades i posteriorment ens ocuparem de les pràctiques audiovisuals i de les lletrades i d'aquelles altres que impliquen sortir de casa i, en general, adquirir entrades.

1.1.2. La societat digital

El fet més important d'aquest període i que està destinat a produir una transformació decisiva de les formes de vida i de treball és la implantació de la societat digital.

Aquests darrers 15 anys s'ha produït una penetració intensa i extensa de les noves TICO, de manera que podem afirmar que, quan es realitza l'enquesta del 2013, la societat catalana i molt especialment la seva joventut ja estan immerses en una societat digital. Això es fa palès en les dotacions de les llars i de les persones (ordinadors, internet i telèfons mòbils intel·ligents). Com a resultat, totes les pràctiques culturals, incloent-hi les que es desenvolupen en equipaments específics fora de la llar (esports, concerts, exposicions, etc.) es poden gaudir ara des de casa mitjançant la connexió a internet en temps real (*streaming*) o en diferit. La distinció entre *en línia* i *fora de línia* ja no té sentit. Vivim en una societat nova.

Certament es pot parlar d'una bretxa digital que segueix línies de fractura social segons variables com l'edat, el sexe, el capital educatiu i la classe social. Tanmateix, els equipaments digitals, i amb aquests l'accés, es dirigeixen cap a la cobertura universal. La bretxa cada vegada tindrà més a veure amb els usos i les pràctiques i amb els béns i els serveis als quals s'accedeix que amb l'accés mateix. Això és especialment rellevant en un àmbit dominat majoritàriament per l'oferta de mercat.

Els equipaments de les llars i de les persones

En les enquestes del 2001 i el 2006 es fa una exploració completa dels equipaments de la llar, especialment de la dotació de cintes de casset, cintes de vídeo o CD, Walkman-

Discman, gravadores i lectors de CD, lectors de DVD, impressores i escàners, instruments d'arts plàstiques, pianos, òrgans i teclats, instruments de corda i de vent, discos de vinil, CD, DVD, etc., pintures, gravats, litografies, escultures i ceràmiques, antiguitats, fotografies d'autor i tapissos i obres d'art. Aquests elements es troben absents en les enquestes del 2013 i el 2014. Per tant, la taula 3 es limita a mostrar alguns dels equipaments de la llar que permeten comparar o que subratllen tendències.

TAULA 3. EQUIPAMENTS DE LES LLARS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2001, 2006 I 2013. PERCENTATGE

Equipament	2001		2006		2013	
	De 14 a 30 anys	Total	De 14 a 30 anys	Total	De 14 a 30 anys	Total
Televisió	99,6	99,8	98,8	98,4	94,6	90,5
Televisió de pagament	28,1	22,9	34,8	26,2	19,7	16,6
Antena parabòlica	20,3	19,4	35,4	28,5	23,0	15,6
Televisió per cable	-	-	42,8	33,3	-	-
Televisió per satèl·lit	-	-	54,8	53,4	-	-
Dos televisors o més	76,8	69,4	84,0	73,7	-	-
Ràdio	95,6	94,8	92,4	91,7	-	-
Equip de so	93,0	79,4	91,0	81,3	52,9	45,0
MP3, MP4, iPod	-	-	-	-	57,7	37,8
Càmera de fotos	89,5	81,4	63,7	65,2	-	-
Càmera digital	13,4	7,3	88,2	60,0	-	-
Càmera de vídeo	36,1	32,8	61,6	48,5	-	-
Vídeo	-	-	84,5	81,1	-	-
DVD	13,6	9,0	93,6	77,8	69,1	68,1
Consola de joc	-	-	61,2	34,3	42,6	19,0
Llibres	98,7	97,7	-	-	-	-
Llibres en català	92,0	87,0	-	-	-	-
Llibres digitals	-	-	-	-	14,3	12,3
Instruments musicals	45,5	36,1	-	-	-	-
Ordinador de sobretaula	-	-	-	-	60,0	53,5
Ordinador portàtil	-	-	-	-	78,6	61,4
Tauleta	-	-	-	-	34,1	24,9
Algun tipus d'ordinador	74,6	58,8	94,7	66,2	-	-
Accés a internet	45,8	34,6	85,1	53,3	91,5	75,4
Connexió de banda ampla	-	-	85,6	79,0	-	-
Telèfon mòbil	-	-	-	-	96,9	90,8

Font: Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2001 i 2006 i Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Nota: El 2013 es demana pels equipaments de la televisió (consola de joc, antena parabòlica, etc.) més que pels equipaments independents.

Una primera dada que es pot extreure de la taula 3 és l'existència d'una cobertura universal, o amb tendència universal, en determinats equipaments. Així succeeix amb la televisió, amb la ràdio, amb les càmeres digitals, amb els ordinadors i amb el telèfon mòbil.

La implantació de tots aquests equipaments és sensiblement superior entre la població jove que la que hi ha en la mitjana de la societat catalana. Es tracta d'un fenomen sistemàtic. Per tant, es pot concloure que tant els aparells relacionats amb la cultura audiovisual com els propis de la cultura digital penetren més entre la joventut. Ara bé, la distància entre cohorts és més elevada en tots els aparells relacionats amb la cultura digital, ja que es tracta de mitjans menys madurs socialment: els ordinadors, tant si són fixos com portàtils, l'accés a internet i el telèfon mòbil s'introdueixen amb rapidesa, però de manera desigual. Com podem veure en el capítol 2, tot això està relacionat amb diferències significatives en les pràctiques entre la població de més de 30 anys i la població jove.

Els aparells de televisió, lluny de retrocedir, registren una complexitat i una diversificació, amb dotacions complementàries per incrementar l'espectre de canals que es rep i la multiplicitat de funcions (antena parabòlica, televisió de pagament, etc.), alhora que augmenta el nombre de receptors per llar.

Amb l'ordinador i amb el telèfon mòbil passa una cosa semblant: són aparells multifuncionals, especialment amb la introducció dels telèfons intel·ligents.

Aquestes tres pantalles —televisió, ordinador i telèfon intel·ligent— concentren ara la majoria d'usos i pràctiques culturals, ja que serveixen per escoltar música i fer fotografies, per exemple, i comporten un retrocés dels equips especialitzats monofuncionals (cadena musicals, càmeres analògiques, càmeres de vídeo, cintes de CD i DVD, etc.).

La penetració de la societat digital

Les pràctiques de la cultura digital no es poden considerar un conjunt més d'activitats, al costat de les lletrades, musicals, cinematogràfiques o audiovisuals, perquè es corre el perill de no entendre la transcendència del canvi que s'ha produït en aquest període: la immersió en una nova societat i una nova cultura, en la qual allò oral, allò lletrat i allò audiovisual s'hi reinsereixen i s'hi resignifiquen. El llibre, la ràdio o la televisió no es troben en retrocés, ni la música o el cinema, sinó que les formes de pràctica han canviat radicalment. Podem trobar-ne un bon exemple en els viatges per raons culturals, que ara es poden preparar amb anterioritat i amb detall i l'experiència es pot prolongar i aprofundir mitjançant l'accés als continguts digitals de museus i tota mena de serveis. Se sol parlar de realitat augmentada per referir-se a aquesta experiència immersiva en l'univers digital i, per descomptat, constitueix una realitat sobredimensionada i sobresignificada.

Per tant, les pràctiques digitals no s'han d'entendre com un conjunt nou que s'afegeix a les precedents, sinó com una reorganització de totes les activitats en la societat/cultura digital. Aquesta societat es plasma en l'omnipresència dels ordinadors, de l'accés a internet i dels telèfons intel·ligents, que permeten el desenvolupament de pràctiques ubiqües. Ja no és la llar el centre de les pràctiques, com succeïa amb l'hegemonia de la televisió i la ràdio, sinó que la cultura és ubíqua i el centre d'accés a aquesta és la persona mateix.

Precisament per la transcendència d'aquest canvi en un període tan breu de temps, amb prou feines hi ha possibilitat de comparar dades entre enquestes, que s'han intentat adaptar, no sense dificultats, als camps nous per explorar. La taula 4 ofereix informació bàsica sobre diversos usos fonamentals.

TAULA 4. ÚS DE LES NOVES TECNOLOGIES ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2001, 2006, 2013 I 2015. PERCENTATGE

Tecnologia	2001	2006	2013	2015
Ordinador	83,9	82,8	-	-
Internet	73,0	94,6	96,9	98,3
Xats	-	44,8	-	-
Correu electrònic	-	24,2	61,7	-

Font: Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2001 i 2006 i Enquesta de participació cultural 2013 i 2015 (Departament de Cultura).

El 2001, el 84% de la població jove utilitza l'ordinador personal i la casa és el principal lloc per fer-ho (57%). En canvi, l'ús de l'ordinador només arriba al 36% de la població de més de 30 anys. El 42% ja el fa servir amb freqüència diària a la feina i el 22% en el temps d'oci.

El 2006 el percentatge d'ús entre la població jove no registra cap variació, però sí entre la població adulta, que ja arriba al 51%. El canvi més significatiu es troba en el fet que el 94% de la població jove l'utilitza a casa i el 58% ho fa per raons d'oci.

El 2013 l'ordinador és el mitjà principal no només per accedir a internet, sinó també per escriure, comunicar-se, escoltar música i veure pel·lícules, i se n'està estenent l'ús per llegir llibres, entre d'altres. S'ha tornat polivalent. El 63% acostuma a veure continguts audiovisuals per l'ordinador, si bé la televisió continua sent l'aparell preferit per al 84%.

Tot i així, les dades més recents de l'*Estudi general de mitjans* (EGM) sobre el dispositiu d'accés a internet indiquen que, des del final del 2014 i clarament durant el 2015, el telèfon intel·ligent ha superat ja d'una manera irreversible l'ordinador. El 92% d'individus utilitza el telèfon mòbil (Asociación para la investigación de medios de comunicación (AIMC), febrer/març del 2016).

Pel que fa a internet, en aquest període de temps s'ha universalitzat. Sembla que el gran salt s'ha donat entre el 2001 i el 2006 i ha passat del 73% d'usuaris els darrers 30 dies al 95%, primer, i al 98% el 2014. El percentatge total d'usuaris per a l'Estat espanyol és del 74,8%, mentre que per a Catalunya és del 79%.

Els canvis s'han produït també en els aspectes següents:

- La ubiqüitat de connexió, amb la presència en biblioteques, hotels, cafeteries i restaurants, etc.
- La diversitat d'usos que exploren en detall les dues últimes enquestes.
- El temps dedicat a navegar per internet.

El 35% l'utilitza entre 2 i 4 hores i al voltant del 25% més de 4 hores. Per a la majoria de població representa, doncs, un ús diari intens, i per a la població jove, un mitjà fonamental tant per descarregar i veure pel·lícules, música, jocs, etc. com per estudiar i cercar informació.

No obstant això, la novetat que ens sembla més rellevant és l'aparició de sociotecnologies com les *víquies*, de les xarxes socials i de tot un conjunt d'aplicacions que permeten superar la distinció clàssica i la divisió del treball entre producció i consum. En aquest sentit, parlem de sociotecnologies, que també permeten l'organització grupal i la producció i la creació autònoma de continguts.

Tot i que el procés de maduració social d'aquestes tecnologies és ràpid, també és cert que la implantació i l'experimentació es dona especialment entre les cohorts joves. La població en general mostra un grau d'interès elevat per la connexió a internet, però el 2013 encara hi ha un 29% de població de més de 30 anys que se sent aliena a la xarxa i això, en gran manera, és degut a la manca de competències i d'habilitats per utilitzar-la.

La rellevància de la connexió ubíqua, en trànsit, no només és patent per la importància de l'ús del telèfon intel·ligent, sinó pel fet que tot just en un any el segon lloc d'accés, després de la llar, l'ha passat a ocupar el carrer o el mitjà de transport (el 54% es connecta a internet en trànsit).³

1.1.3. L'impacte de la gran recessió

El període estudiat es caracteritza per un altre factor d'especial rellevància per a les pràctiques culturals, tot i que l'impacte que té és difícil de mesurar a curt termini. Ens referim a la gran recessió. La primera enquesta que investiga directament sobre aquesta qüestió és la del 2013 i ho fa mitjançant una pregunta en la qual se sol·licita el grau d'acord amb l'afirmació «He reduït la meva despesa en consums culturals». En el conjunt de la població, el percentatge de persones que s'hi manifesta d'acord és del 56% (entre la població jove arriba al 59%); en l'enquesta del 2015, pel que sembla, el percentatge de població total ha retrocedit 10 punts percentuals, fins al 46%.⁴ Entre la població jove, l'enquesta distingeix jovent que estudia (38,4%), jovent no emancipat (47,8%) i jovent emancipat (48,4%). Les reduccions més elevades es donen entre les famílies monoparentals (59,5%) i les parelles amb fills de menys de 14 anys (55%).

Una altra manera de poder conèixer l'impacte de la crisi en la participació cultural, tot i que és menys directa, és constatar si s'està produint més recerca d'ofertes per a l'accés a espectacles, si es produeix un canvi en els motius pels quals no es fan determinades pràctiques o se n'ha modificat la freqüència i si s'ha incrementat l'ús de continguts d'internet de manera gratuïta o la visita a biblioteques. En la taula 5 oferim informació sobre alguns d'aquests aspectes corresponent al 2013, la qual s'ha completat amb les dades generals del 2015.

La perspectiva comparada mostra que, entre aquestes dues dates, s'ha produït, d'una banda, una reducció del percentatge de població total que entén que la crisi ha canviat els seus comportaments culturals i, simultàniament, ha incrementat la cerca d'estratègies alternatives.

3 Audiència d'internet 2016 (AIMC).

4 EPC 2015 (Departament de Cultura).

TAULA 5. REDUCCIÓ DE LA DESPESA CULTURAL SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013 I 2015. PERCENTATGE

Despesa	2013		2015
	De 14 a 30 anys	Total	Total
Reduir despesa	59,1	56,1	86,2
Veure continguts en línia gratuïts	66,2	37,8	52,4
Aprofitar ofertes d'espectacles	47,5	32,1	37,3
Anar-hi només si s'obtenen ofertes	35,7	25,0	30,4
Anar a la biblioteca	23,3	15,6	16,2

Font: Enquesta de participació cultural 2013 i 2015 (Departament de Cultura).

Un cop feta aquesta apreciació general, convé destacar, en segon lloc, que l'impacte de la crisi sembla especialment rellevant entre la població jove, com ho denoten les dades de la recerca d'ofertes o la renúncia a anar a espectacles si no s'aconsegueixen aquestes avantatges. No obstant això, l'Enquesta de participació cultural de Catalunya 2015 (dades per a la població total) permet efectuar algunes matisacions significatives: quan es parla de l'impacte de la crisi en la reducció de la despesa cultural, les persones més afectades són les famílies monoparentals (60%) i les parelles amb fills petits (55%). Però en la recerca d'ofertes i en la reducció de l'assistència quan no s'aconsegueixen ofertes, els percentatges més elevats són els de persones joves (estudiants i joves, emancipades o no).

Quant a l'accés a continguts gratuïts i l'increment de la visita a biblioteques, les diferències entre població adulta i població jove són notòries, però en aquests dos ítems es creuen segurament les conseqüències d'un efecte històric (la crisi) així com generacionals i de cicle vital. La visita a biblioteques està protagonitzada per la població estudiantil i l'accés als serveis de la societat digital depèn del relleu generacional.

Un altre aspecte que hem considerat revelador de l'impacte de la crisi és el desplaçament que s'està produint en els motius pels quals no es realitzen determinades pràctiques o no es fan amb més freqüència. Mentre que el 2006 el percentatge més elevat entre la població jove es registra en la manca d'interès, seguida de la manca de temps, en les dues últimes enquestes (2013 i 2014) el pes es desplaça clarament cap al preu i cada vegada té més rellevància el consum gratuït de música, pel·lícules, llibres, etc. a internet.

En la taula 6, s'han seleccionat les tres raons més significatives pel que fa a la perspectiva evolutiva, en relació amb pràctiques que, en la majoria de casos, comporten pagar entrada i desplaçar-se fora de la llar.

TAULA 6. PRINCIPALS FACTORS QUE DETERMINEN L'ABSÈNCIA DE PARTICIPACIÓ CULTURAL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS L'ACTIVITAT. CATALUNYA, 2006 I 2014. PERCENTATGE

Factor	2006	2014
Concerts		
Preu	11,4	49,0
Manca d'interès	32,2	12,9
Manca de temps	23,5	23,4
Cinema		
Preu	15,5	59,8
Manca d'interès	26,3	7,6
Manca de temps	23,6	26,4
Teatre		
Preu	10,9	60,2
Manca d'interès	47,9	33,2
Manca de temps	16,3	28,3
Museus		
Preu	2,2	44,7
Manca d'interès	49,0	37,8
Manca de temps	26,8	33,7

Font: Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2006 i Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Els resultats són significatius. Mentre que el 2006 el factor principal que explica la freqüència reduïda de participació o l'absència de participació és l'absència d'interès, seguida de la manca de temps, el 2014 s'ha produït un desplaçament cap al preu com a raó fonamental, amb una reducció molt notòria de la manca d'interès. Així succeeix quan parlem de pràctiques que comporten desplaçaments, pagament d'entrades i altres costos complementaris. Per contra, en altres casos, com la lectura de llibres,⁵ el factor més rellevant és la manca de temps (42%) o la manca d'interès (29%), mentre que el preu només resulta decisiu per al 13%.

Aquests resultats s'han pogut corroborar en les enquestes dels tres darrers anys. En concret, quan es pregunta pels factors inhibidors de la participació cultural en general, trobem que el 2014 el preu és reconegut pel 75% de la població, mentre que la manca d'interès es redueix al 21%. Al seu torn, en l'enquesta del 2015, mentre que el 50,5% diu que no assisteix més al cinema pel preu, en el cas de manca de temps i manca d'interès es redueixen al 27% i el 22% respectivament, i en el cas de l'assistència a concerts els percentatges són del 41% per al preu, el 27% per a la manca d'interès i el 25,5% per a la manca de temps.

5 EPC 2015 (Departament de Cultura).

1.1.4. Les pràctiques de cultura lletrada

Des d'una perspectiva històrica, la implantació de la societat lletrada només es pot considerar assolida quan la immensa majoria de la població sap llegir i escriure, i això s'aconsegueix mitjançant la consolidació de l'ensenyament universal i la maduració dels sistemes educatius. Quin és el nivell d'instrucció de la població catalana de 16 anys i més actualment? Segons les dades que proporciona l'Idescat a partir de l'anàlisi del Cens de població i habitatges de l'INE, el percentatge de persones de 16 anys o més que no saben llegir o escriure i no tenen estudis és del 10% i fonamentalment és degut al fet que encara és molt elevat entre les persones que tenen més de 64 anys (33%), com es pot comprovar en la taula 7.

La cohort de persones entre 25 i 34 anys es pot dividir en tres parts: una amb titulació superior; una altra amb segon grau de segon nivell i la resta amb nivells inferiors (en concret, el 24% amb estudis de l'ESO).

TAULA 7. NIVELL D'INSTRUCCIÓ DE LA POBLACIÓ SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2011. PERCENTATGE

Grup d'edat	No sap llegir o escriure o no té estudis	Primer grau	Segon grau ESO	Segon grau no obligatori	Tercer grau	Total
De 16 a 24 anys	2,6	9,8	34,4	43,1	10,2	100
De 25 a 34 anys	2,7	6,2	23,7	34,3	33,1	100
De 35 a 64 anys	5,2	10,8	31,2	29,9	22,9	100
65 anys i més	32,9	28,7	22,1	9,0	7,4	100
Població de 16 anys i més	10,0	13,5	28,3	27,9	20,3	100
Població de 25 a 64 anys	4,5	9,6	29,2	31,0	25,6	100

Font: Cens de població i habitatges (Idescat).

A aquestes dades, convé afegir-n'hi una més sobre l'abandonament prematur dels estudis. Segons l'Eurostat, el 18,9% de la població d'entre 18 i 24 anys que no estudiava ha abandonat prematurament els estudis a Catalunya (el percentatge per a la Unió Europea és del 10,9%), és a dir, té com a màxim l'ESO.

A partir d'aquesta informació sobre el nivell d'instrucció, podem veure ara amb una mica més de detall les cinc pràctiques de la cultura lletrada sobre les quals es recull informació en aquestes enquestes: assistència a biblioteques i arxius, i lectura de llibres, diaris i revistes.

En l'assistència a biblioteques els darrers 12 mesos, l'enquesta del 2006 mostra un increment de 4 punts percentuals respecte del 2001: es passa del 63,6% al 67,1%. Les enquestes del 2013 i el 2014 pregunten només per l'assistència els darrers 3 mesos. En aquest cas, el percentatge se situa per sobre del 40%. En qualsevol cas, sempre hi ha un predomini de la població jove sobre l'adulta, i es pot comprovar que la joventut utilitza aquest equipament bàsicament per estudiar.

Quan es demana per la lectura de llibres els darrers 12 mesos, s'observen fluctuacions difícils d'explicar. Amb tot, el percentatge de persones joves que diuen que llegeixen llibres és similar el 2001 i el 2014, i se situa per sobre del 70%. Hi ha un predomini de lectura de llibres en castellà i, en tots els casos, la població jove és més lectora que l'adult. A més, a uns i altres els agraden lectures diferents: mentre que les persones més grans destaquen en la lectura de llibres per oci, les cohorts joves ho fan per raó d'estudis i professionals.

TAULA 8. PRÀCTIQUES LECTORES ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2001, 2006, 2013 I 2014. PERCENTATGE

Pràctica lectora	2001	2006	2013	2014
Anar a la biblioteca (darrers 12 mesos)	63,6	67,1	-	-
Anar a la biblioteca (darrers 3 mesos)	-	-	43,7	44,2
Anar a arxius (darrers 12 mesos)	11,5	15,2	-	-
Llegir llibres (darrers 12 mesos)	74,5	85,0	67,6	73,0
Llegir diaris (diàriament)	36,0	38,8	32,4	30,5
Llegir revistes (mensualment)	49,7	-	47,2	65,2

Font: Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2001 i 2006 i Enquesta de participació cultural 2013 i 2014 (Departament de Cultura).

Les dades corresponents a la lectura de diaris i revistes tampoc no són homogènies. No obstant això, pel que fa als diaris podem combinar les dades de lectura diària i lectura el dia d'ahir i per a revistes, les de lectura mensual.

La tendència en diaris és descendent i en la població jove ha passat del 36% al 30,5%. Som davant d'una pràctica en retrocés en la qual la població jove ofereix percentatges clarament inferiors als de la població més gran. En la lectura de revistes i diaris, la població jove destaca pel tema esportiu, mentre que la població adulta sobresurt en la informació general. Les diferències són significatives en tots dos casos.

Per tant, en l'àmbit de la cultura lletrada, no es pot dir que hi hagi un retrocés general i encara menys que sigui degut a la població juvenil. Però sí que hi ha diferències rellevants quan parlem dels gèneres llegits, sigui en llibres, revistes o diaris, i en l'ús de les biblioteques i dels arxius, on preval l'ús professional en l'època estudiantil.

1.1.5. Pràctiques de la cultura audiovisual

De vegades, cultura lletrada i cultura audiovisual es presenten com a oposades: una és activa i l'altra passiva; la segona conquereix el territori a la primera. No entrarem en aquest debat, només ens limitarem a oferir les dades relatives a l'audiència de televisió i de ràdio i a l'assistència al cinema en sala. A l'hora d'interpretar-ho cal tenir en compte el desplaçament que ja hem esmentat cap a l'univers digital. Per tant, la reducció d'assistència al cinema en sala no es pot entendre com una disminució de l'interès pel cinema i per les pel·lícules, sinó com una translació dels llocs del consum i de l'economia d'aquesta pràctica.

L'assistència al cinema el 2001 es mesura amb una freqüència anual, i el resultat és que el 91% de la població jove va a sales seguint aquesta pauta. El 2006 s'ofereix informació també sobre la freqüència trimestral i el resultat és del 80%; set anys després, la freqüència ha caigut significativament i se situa al voltant del 55%.

TAULA 9. PRÀCTIQUES AUDIOVISUALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA FREQUÈNCIA. CATALUNYA, 2001, 2006, 2013 I 2014. PERCENTATGE

Pràctica audiovisual	2001	2006	2013	2014
Anar al cinema (darrers 3 mesos)	-	80,4	55,2	58,5
Terror	-	-	13,2	-
Mirar la TV	91,0	97,8	-	-
Mirar TV ahir	-	-	84,7	87,9
Escoltar la ràdio	79,8	91,4	-	-
Ràdio cada dia o ahir	67,0	60,7	55,6	50,3
Escoltar música (darrers 3 mesos)	96,8	99,6	96,3	96,5

Font: Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2001 i 2006 i Enquesta de participació cultural 2013 i 2014 (Departament de Cultura).

Les enquestes del 2001 i el 2006 demanen per l'audiència de televisió de manera genèrica i obtenen percentatges superiors al 90%. En canvi, les del 2013 i el 2014 demanen si s'ha vist la televisió el dia anterior a la realització de l'enquesta. En aquest cas, el percentatge és una mica inferior, però continua sent molt elevat i se situa al voltant del 85% o més.

L'escolta de la ràdio es pot explorar mitjançant la combinació d'escolta diària i el dia d'abans. En aquest mitjà s'observa un descens, ja que passa del 67% el 2001 al 50% el 2014. Tant en l'escolta de la ràdio com en el visionament de la televisió, es dona la circumstància que la població de més de 30 anys presenta percentatges superiors als de la població jove.

Per acabar, observem les dades de l'escolta de música. Els mitjans audiovisuals (i posteriorment la digitalització) han comportat una revolució en l'escolta de música: al voltant del 96% diu que ha escoltat música els darrers tres mesos.

En resum, entre la població jove hi ha tres pràctiques audiovisuals (anar al cinema, veure la televisió i escoltar la ràdio) que es troben en retrocés, si bé els percentatges de practicants són elevats (cinema) o molt elevats (televisió i ràdio). Les raons d'aquesta evolució són ben diferents en cadascuna. Una quarta pràctica, l'escolta de música, es manté en percentatges de cobertura universal i clarament juvenil.

1.1.6. Les pràctiques fora de la llar

En aquest apartat final ens ocupem de les pràctiques que comporten necessàriament desplaçament fora de la llar, assistència a equipaments especialitzats i, en la majoria de casos, el pagament d'entrades. Ens referim a dos grups de pràctiques: les visites a llocs de patrimoni cultural com museus, monuments i jaciments, sales d'exposicions i galeries d'art, d'una banda, i de l'altra, l'assistència a espectacles d'arts escèniques.

En tots dos casos, els canvis en les preguntes del qüestionari els dos darrers anys obliguen a ser cautelosos a l'hora d'interpretar les dades. En les taules es marquen les diferències entre el 2001 i el 2006, d'una banda, i el 2013 i el 2014, de l'altra.

Visites a exposicions i museus

Entre les pràctiques que mantenen certa relació amb la cultura lletrada i clarament amb l'anomenada *alta cultura* es troben les corresponents a visites a museus, exposicions, galeries d'art, monuments, etc. Les dades, un cop més, ofereixen dificultats a l'hora de comparar-les. Entre el 2001 i el 2006 es produeix una tendència ascendent en la visita a museus de la població jove de Catalunya així com en la visita a monuments i jaciments, mentre que la visita a galeries d'art, que és una mica més reduïda, es manté estancada.

Aquestes dades no es poden comparar amb les referides al 2013 i el 2014, perquè la formulació de la pregunta es modifica. En aquestes últimes enquestes es demana primer de forma genèrica per la visita a exposicions i després pel tipus d'exposicions, incloent-hi museus, galeries, sales i monuments.

Quan ens aturem a considerar aquests dos darrers anys, també s'observa un increment d'un a l'altre, amb salts percentuals difícils d'explicar. Les visites a exposicions en general, a museus i monuments haurien crescut 7 punts percentuals en un sol any. Caldrà esperar a les dades del 2015 per comprovar la consistència de les dades.

Pràctiques d'arts escèniques

En aquest apartat incloem l'assistència a concerts musicals, l'assistència al teatre i espectacles de dansa o de circ.

L'assistència a concerts els darrers 12 mesos ofereix oscil·lacions d'una enquesta a una altra que no són fàcils d'explicar. Ara bé, el fet més significatiu es troba en certa estabilitat, ja que el 2001 realitza aquesta pràctica el 49% de la població jove i el 2014 el percentatge és un parell de punts percentuals superior.

En l'estudi de les pràctiques musicals, les enquestes del 2001 i el 2006 demanen si es toca un instrument: el 18% de la població jove afirma que ho fa el primer any i el 23% el 2006. En general, l'assistència a concerts i la pràctica instrumental és clarament juvenil, però hi ha diferències rellevants en els gèneres musicals: és més propi de gent gran la música clàssica, l'òpera i la sarsuela, mentre que resulta clarament juvenil el pop-rock i altres gèneres d'incorporació recent.

L'assistència al teatre i a la dansa els darrers 12 mesos mostra una tendència declinant. El percentatge de població jove que assisteix al teatre el 2001 és del 36,5% i el 2014 és del 21,5%. En la dansa es produeix una caiguda d'uns 2 punts percentuals. Per contra, l'assistència al circ sembla que ha augmentat 1 punt percentual.

Totes aquestes pràctiques, vistes globalment, tenen un perfil predominantment juvenil. D'altra banda, quan s'indaga per les causes que expliquen per què no es fan o per què no es fan amb més freqüència, en el teatre i en la dansa apareixen percentatges molt elevats

de manca d'interès el 2006, mentre que en el circ s'accentua la manca de temps. Tot això sembla indicar que el circ genera més simpatia que el teatre i la dansa.

Com ja hem constatat prèviament, som davant pràctiques clarament afectades per la crisi econòmica i, per tant, és raonable pensar que en totes s'ha produït un retrocés. En resum, podem parlar d'expansió de l'univers digital i retrocés de les pràctiques oneroses.

1.1.7. Conclusions del capítol

En estudiar l'evolució de les pràctiques culturals entre la joventut catalana en el període que va del 2001 al 2015 es poden extreure les conclusions següents:

1. Les dades de què disposem entre el 2001 i el 2008 mostren un augment de la participació cultural en tots els dominis. L'anàlisi d'aquestes dades descobreix una realitat més complexa per al període posterior, marcat per la crisi i la gran recessió, i l'impacte que han tingut sobre els ingressos de les llars i les polítiques públiques.
2. De les pràctiques analitzades n'hi ha quatre de molt esteses, fins al punt que tenen o tindran molt aviat una cobertura universal: escoltar música, mirar la televisió, utilitzar internet i anar al cinema, amb percentatges inferiors al 10% de la població que no ha realitzat mai o gairebé mai aquestes pràctiques.
3. En un segon nivell es troben les pràctiques d'alta penetració: la lectura de llibres, l'escolta de la ràdio i la lectura de diaris. Amb una penetració mitjana elevada se situen les visites a biblioteques, l'assistència a concerts i la lectura de revistes.
4. Es dona un nivell de freqüència mitjà en la visita a museus i a monuments, l'assistència al teatre i la visita a galeries d'art.
5. La resta de pràctiques presenten una penetració mitjana baixa o molt baixa, com l'assistència a espectacles de dansa i de circ.
6. La crisi i la gran recessió han suposat una disminució de totes les activitats que impliquen sortir de la llar, pagar entrades i altres despeses vinculades a l'activitat. En definitiva, de les pràctiques oneroses. Per això, es pot afirmar que en el període estudiat hi ha inicialment una tendència positiva cap a una penetració creixent de la participació cultural en diferents dominis i activitats, però que es veu interrompuda per l'impacte de la crisi econòmica.
7. Una segona tendència mostra l'alteració que registren determinades pràctiques com a conseqüència de la immersió en la societat digital i el canvi de paradigma comunicatiu. La prova més palesa d'aquesta immersió és la universalització de les TICO.
8. L'enquesta del 2013 mostra una societat catalana, i molt especialment la seva joventut, immersa ja en una societat digital. La televisió, l'ordinador i els telèfons intel·ligents són les tres pantalles que concentren actualment la majoria d'usos i pràctiques culturals.
9. El 2013 l'ordinador no només és el mitjà principal per accedir a internet, sinó també per escriure, comunicar-se, escoltar música i veure pel·lícules, i s'estén per llegir llibres i molts altres usos. S'ha tornat polivalent. El 63% acostuma a veure continguts audiovisuals per l'ordinador, si bé la televisió continua sent l'aparell preferit per al 84%.

10. No obstant això, les dades més recents de l'EGM sobre el dispositiu d'accés a internet indiquen que, des del final del 2014 i clarament durant el 2015, el telèfon intel·ligent ha superat ja d'una manera irreversible l'ordinador. El 92% dels individus utilitza el telèfon mòbil. Amb això, s'expandeix la ubiqüitat de connexió, la diversitat d'usos i el temps dedicat a la navegació digital.
11. En el futur pròxim l'anomenada *bretxa digital* tindrà més a veure amb els usos i pràctiques i amb els béns i serveis als quals s'accedeix que amb l'accés mateix.
12. L'impacte de la gran recessió és patent en el desplaçament que s'està produint en els motius pels quals no es realitzen determinades pràctiques o no es fan amb més freqüència. Mentre que el 2006 el percentatge més elevat entre la població jove es registrava en la manca d'interès, seguida de la manca de temps, en les tres darreres enquestes (2013, 2014 i 2015) el pes més elevat s'ha traslladat cap al preu i cada vegada té més rellevància el consum gratuït de música, pel·lícules, llibres, etc. a internet.
13. En l'àmbit de la cultura lletrada, no es pot dir que hi hagi un retrocés general i menys que sigui degut a la població juvenil. Però sí que hi ha diferències rellevants quan parlem dels gèneres llegits, sigui en llibres, revistes o diaris, i en l'ús de les biblioteques i els arxius, on preval l'ús professional en l'època estudiantil.
14. L'assistència al teatre i a la dansa els darrers 12 mesos mostra una tendència declinant. El percentatge de població jove assistent al teatre el 2001 és del 36,5% i el 2014, del 21,5%. En la dansa es produeix una caiguda en l'assistència al voltant de 2 punts percentuals.
15. Pel que fa al cinema, cal diferenciar entre l'assistència a sales (declinant) i el visionament en diversos dispositius digitals a la llar (creixent).

2. Perspectiva intergeneracional



“Per al meu avi, la tecnologia és un misteri al qual no es vol acostar. Pensa directament que és només per a joves. L’única tecnologia que utilitza és la televisió i el telèfon ocasionalment, però tot i així, si mai s’espantlen, no sap com reaccionar. La música moderna no li agrada gens, té prou amb la clàssica. Amb la meva mare hi ha moltes menys diferències; a més que ella és jove, hem compartit coneixements al voltant de la tecnologia”. (E-1)

En aquest capítol ens plantejem dues preguntes: hi ha diferències intergeneracionals, és a dir, entre la població jove, de menys de 30 anys, i la població adulta, de més de 30 anys, pel que fa a les pràctiques i a la participació cultural? En cas que n’hi hagi, com és raonable pensar, quines són les més rellevants?

Per estudiar-les agafarem les enquestes del 2013 i el 2014 i analitzarem, pas a pas, els aspectes més importants dels qüestionaris. Adoptarem com a referència l’enquesta del 2014, ja que és més recent, i la complementarem amb les dades de l’enquesta del 2013, que és més extensa i disposa d’una mostra més completa. D’aquesta manera, podrem oferir una radiografia de l’estat actual de la qüestió.

2.1. EL SIGNIFICAT DE LA CULTURA

2.1.1. La concepció de la cultura

Què entén la població entrevistada per *cultura*? Quines activitats considera pròpiament culturals? A la primera pregunta ens apropem mitjançant l’enquesta del 2013; a la segona, amb la del 2014. Les respostes permeten una aproximació a allò que podem anomenar *concepció nadiua de la cultura*.

L’enquesta del 2013 comença amb una pregunta sobre les idees que els vénen a la ment a les persones entrevistades quan senten la paraula *cultura*. Es tracta d’una pregunta de resposta espontània, amb opcions múltiples, que posteriorment es recodifica d’acord amb les categories recollides en la taula 10. Per tant, l’objectiu és captar les associacions mentals immediates o prereflexives.

En la taula 10 s’ofereixen els resultats que s’han obtingut. En cada casella oferim els percentatges de les persones que, quan se’ls realitza la pregunta, esmenten cada un dels ítems. Així, el 45,6% de les persones adultes associa la cultura al coneixement i a la ciència, mentre que entre la població jove es donen 6 punts percentuals menys d’associació.

TAULA 10. CONCEPTE DE CULTURA SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Coneixement i ciència	39,7	45,6
Tradicions, llengua i costums	40,9	30,5
Educació i família (criança dels fills)	16,6	25,9
Literatura	19,3	22,7
Art	19,8	17,7
Història	11,5	10,0
Estil de vida	6,5	6,5
Museus	6,5	5,9
Valors i creences	4,1	4,9
Oci, viatges, diversió	6,6	4,6
No m'interessa	0,2	0,5
Elitista, esnob	0,1	0,3
Altres	14,2	12,4
Ns/Nr	3,7	3,5

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Les tres primeres opcions per percentatge de població que les cita constitueixen indicadors d'uns altres tres conceptes acadèmics de cultura: coneixement adquirit, mode de vida col·lectiu i socialització o criança (procés). D'aquestes opcions, només les dues primeres aconseguen un consens relatiu clar, ja que les escull una proporció d'entre el 30% i el 46%. Sorprèn que no n'hi hagi cap que hagi assolit un percentatge elevat, la qual cosa deixa palès que no hi ha una unanimitat social clara sobre el que és la cultura.

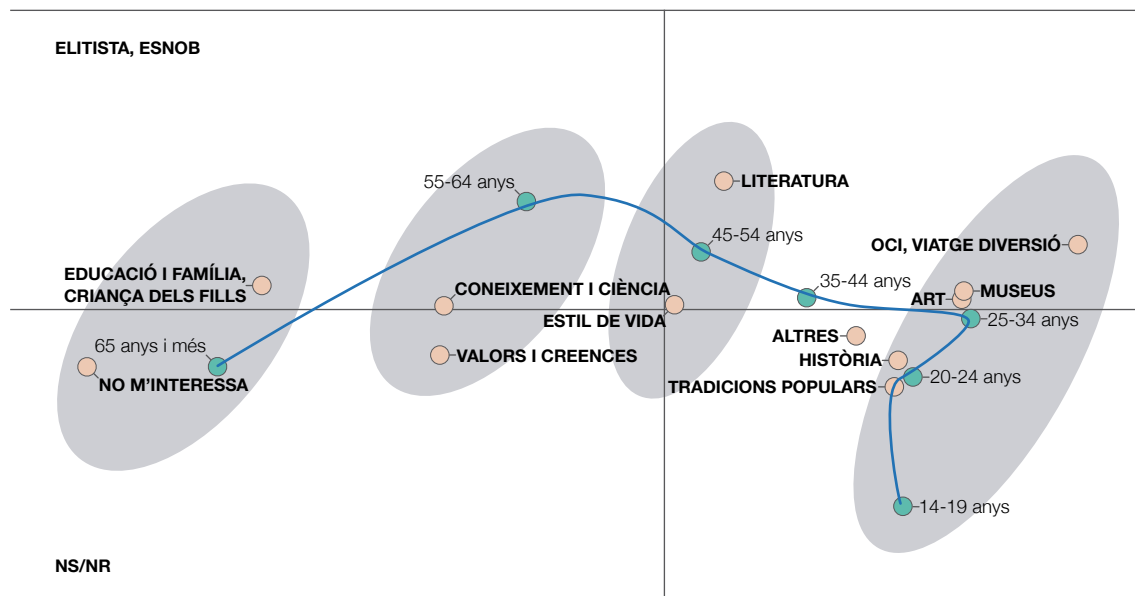
A més, també s'observen diferències significatives entre la població jove i la resta. Per al 40% de la joventut la cultura evoca la forma de vida d'un poble (tradicions, costums i llengua), mentre que el 46% de la població adulta associa la cultura a coneixements i ciència (saber institucionalitzat). La tercera definició de cultura, com a socialització, també troba un consens més elevat entre la població més gran (el 26% davant del 17% de la població jove).

Una quarta definició entén la cultura com a creativitat artística, en la qual es poden incloure els ítems de literatura, art, història i museus. Aquestes identificacions aconseguen percentatges molt baixos. Mentre entre la població més gran preval l'associació amb la literatura, entre les persones joves s'associa més amb l'art. També val la pena ressenyar que el 7% de persones joves associa cultura i oci, però entre la gent gran aquesta associació es dona només en el 5%.

En resum, podem parlar d'una visió contrastada: cultura com a coneixement i socialització, d'una banda, i cultura com a estil de vida d'un poble, de l'altra.

L'anàlisi de correspondències que s'ofereix en el gràfic adjunt mostra aquestes contraposicions segons l'edat. S'hi distingeixen quatre enclavaments clars associats a l'edat. A la dreta se situen les cohorts joves i s'hi vinculen tradicions, història, oci i viatges i museus. En posicions centrals trobem les cohorts de 35 a 54 anys, amb les quals són afins estils de vida i literatura.

GRÀFIC 1. CONCEPCIONS NADIUES DE CULTURA SEGONS EL GRUP D'EDAT



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Al pol de l'esquerra, amb una associació clara amb la cohort de 65 anys i més, trobem «Educació, família, criança dels fills», és a dir, socialització familiar; també «No m'interessa» i «Elitista, esnob».

Per acabar, un quart enclavament, relativament centrat però a l'àrea esquerra, és el corresponent a les persones madures de 55 a 64 anys, que són especialment afins a un concepte de cultura com a coneixement i ciència i com a valors i creences.

Quines activitats es consideren més qualificades com a culturals? La tercera pregunta de l'enquesta del 2014 indaga la qualificació comuna d'un repertori de pràctiques que, sovint, s'inclouen en els qüestionaris d'hàbits culturals. En concret, sol·licita que es classifiquin les 13 activitats que es mostren en una llista en tres grups: culturals, d'oci i indistintament culturals i d'oci. La taula 11 ofereix les dades que s'han obtingut en la població de més de 30 anys i en la de menys de 30 anys.

TAULA 11. QUALIFICACIÓ DE DETERMINADES ACTIVITATS COM A CULTURALS O D'OCI SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Activitat	De 14 a 30 anys				Més de 30 anys			
	Cultura	Oci	Indistint	Total	Cultura	Oci	Indistint	Total
Llegir llibres	37,0	11,2	51,8	100	38,5	12,2	49,2	100
Visitar un parc natural	18,8	45,9	35,3	100	14,4	47,9	37,7	100
Anar al cinema	6,5	66,5	27,0	100	8,9	56,7	34,5	100
Viure una experiència gastronòmica	14,4	52,0	33,6	100	11,7	57,2	31,0	100
Anar al teatre	38,7	20,6	40,7	100	36,1	20,1	43,8	100
Jugar a videojocs	1,6	94,0	4,4	100	1,2	93,9	4,9	100
Viatjar	13,2	29,8	57,0	100	14,8	28,4	56,8	100
Veure la televisió	4,2	70,6	25,2	100	3,6	73,0	23,5	100
Anar a un concert de música clàssica	44,2	19,7	36,1	100	42,6	19,6	37,9	100
Visitar una fira d'artesanía	36,6	25,9	37,5	100	33,1	29,0	37,8	100
Anar a la festa major del municipi	12,7	52,0	35,3	100	14,9	51,5	33,9	100
Anar a un concert de música actual	6,8	70,9	22,3	100	14,9	57,7	27,4	100
Visitar un museu, una exposició	61,3	5,4	33,3	100	54,6	8,7	36,7	100

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Observem primer els consensos bàsics entre població adulta i jove. N'hi ha tres d'especialment rellevants:

- a) Tant les persones de més de 30 anys com la població jove coincideixen a classificar les activitats de manera semblant, en el sentit que els percentatges més elevats en cada una segueixen la mateixa pauta. Per exemple, llegir llibres és una pràctica indistinta per a la població adulta i per a la jove (el 49% i el 52% respectivament), mentre que pertanyen clarament a l'àmbit de la cultura anar a un concert de música clàssica i visitar un museu o una exposició (el 43% i el 44%, en el primer cas, i el 55% i el 61%, en el segon).
- b) Només hi ha dues activitats que obtenen percentatges clars en la identificació com a culturals en totes dues poblacions: assistir a concerts de música clàssica i visitar museus i exposicions.
- c) Totes dues poblacions també identifiquen massivament com clarament d'entreteniment o d'oci dues activitats (jugar a videojocs i veure la televisió), en un context en el qual 7 de les 13 activitats referenciades a la llista es classifiquen preferentment en aquesta categoria, és a dir, com a pràctiques d'entreteniment.
- d) Pertanyen al camp de la indistinció quatre activitats: llegir llibres, anar al teatre, visitar una fira d'artesanía i viatjar. De les quatre, la darrera és la que obté un percentatge

més elevat de persones entrevistades que la situen en el territori de la indistinció (57%). En canvi, en les altres tres activitats són relativament elevats els percentatges dels qui les consideren culturals. Tenen, doncs, un caràcter híbrid, des de la perspectiva de les persones entrevistades.

Aquests quatre trets constitueixen el que es pot anomenar el *consens comú intergeneracional*. Hi ha diferències significatives entre població jove i adulta? Els percentatges de població jove que considera cultural anar a un concert de música clàssica (44%) i visitar un museu, una exposició (61%) són més elevats que els de la població adulta. Es podria dir que han interioritzat més profundament la visió legítima de la cultura.

A més, la població jove ofereix una visió més àmplia de les activitats culturals, ja que incorporen en el seu repertori en més percentatge les visites a parcs naturals, les experiències gastronòmiques i les fires d'artesania.

En resum, podríem dir que entre la població jove hi ha una legitimació forta de dues activitats centrals per al sistema cultural dominant, s'erosiona la seva classificació com a culturals en altres casos (lectura, cinema i festa major), però s'amplia el repertori amb noves experiències (ecològiques, gastronòmiques i patrimonials).

2.1.2. La importància de la cultura

Des d'una perspectiva antropològica, és a dir, la que considera la cultura com un mode de vida, no tindria cap sentit demanar-se per la importància de la cultura. Tot i així, com que amb el terme *cultura* freqüentment es designa un tipus específic de pràctiques, tal com hem vist en el punt anterior, el qüestionari de l'enquesta del 2013 incorpora una pregunta per investigar la rellevància de la cultura en la vida de les persones.

TAULA 12. IMPORTÀNCIA DE LA CULTURA SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Importància	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Molt important	51,3	62,6
Bastant important	41,5	31,5
Poc important	5,8	4,2
Gens important	0,8	0,6
Ns/Nr	0,6	1,1
Total	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Per al 63% de les persones de més de 30 anys la cultura és molt important. Si a això sumem el percentatge de les que la consideren bastant important, trobem que hi ha una gran unanimitat respecte d'això (94%).

Entre la població jove, la intensitat de la importància és inferior, ja que el percentatge de les persones que la consideren molt important és del 51%. No obstant això, hi ha un gran consens i unanimitat, ja que el 93% la considera bastant o molt important.

Les preguntes 4 i 5 de l'enquesta del 2014 demanen a la persona entrevistada que compari el seu nivell de participació cultural amb el d'altres persones. En primer lloc, amb les persones de la seva mateixa edat i, en segon, amb les del seu entorn. La taula 13 mostra les dades de la població de més de 30 anys i de la població de 14 a 30 anys.

TAULA 13. PARTICIPACIÓ CULTURAL PRÒPIA RESPECTE DE LES PERSONES DEL MATEIX GRUP D'EDAT I DEL MATEIX ENTORN, SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Participació comparada	De 14 a 30 anys		Més de 30 anys	
	Mateixa edat	Entorn	Mateixa edat	Entorn
Molt menys que elles	4,7	4,6	8,4	6,9
Menys que elles	18,3	17,4	26,9	22,8
Igual que elles	55,8	58,1	48,1	54,5
Més que elles	16,5	13,6	11,6	11,5
Molt més que elles	4,7	6,3	4,9	4,3
Total	100	100	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Els percentatges més elevats es donen en l'opció central, el que indica un sentit de normalitat, en tant que s'ubiquen en la pauta majoritària: les persones entrevistades consideren que participen al mateix nivell que les persones de la seva edat o del seu entorn. Tot i així, entre la població jove es donen percentatges més elevats de conformitat amb la pauta majoritària (el 56% i el 58% respectivament).

Si sumem les respostes a «Més que elles» i «Molt més que elles» per identificar una categoria de població amb més participació cultural observem que aquest grup arriba a una cinquena part de la població jove, mentre que és clarament inferior entre les persones adultes, que es decanten per considerar que les persones de la seva edat i del seu entorn participen més que elles: el 36% i el 30% respectivament afirmen que les persones de la seva edat i les del seu entorn tenen una participació cultural més gran.

Es pot concloure que entre la població jove hi ha un percentatge més elevat que entre la població general que considera que té un nivell de participació cultural més elevat que les persones de la seva edat i les del seu entorn. No és una diferència gaire elevada, però suficient com per mostrar un sentit de compromís cultural més elevat. Recordem, d'altra banda, que presenten una concepció més àmplia de la cultura.

El balanç de resultats del 2015 mostra que, efectivament, entre la població jove (estudiants especialment, però també persones joves no emancipades o en procés d'emancipació però sense descendència) es declaren percentatges de participació més elevats. Som, doncs, davant el que es pot considerar una participació declaratòria, però sens dubte rellevant.

2.1.3. Interès i motivació per la cultura. Les preferències

Amb l'enquesta del 2013 ens podem aproximar a les preferències o als interessos culturals. Una de les preguntes del qüestionari ofereix una llista de 21 activitats i interroga per l'interès que desperten, el qual s'ha de classificar en una escala de 0 a 10, on 0 vol dir cap interès i 10 molt interès.

TAULA 14. INTERÈS PER DETERMINADES PRÀCTIQUES CULTURALS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

	Pràctica	Mitjana	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	Diferència joves/adults
Juvenils	Escoltar música, veure pel·lícules, sèries... en línia	3,9	7,4	2,9	4,5
	Descarregar-se música, pel·lícules, sèries etc.	3,6	7,0	2,7	4,3
	Connectar-se a internet	5,9	8,6	5,1	3,5
	Jugar a videojocs	2,3	4,7	1,6	3,1
	Assistir a un concert de música actual	5,6	7,0	5,2	1,8
	Anar al cinema	6,8	7,8	6,6	1,2
Adultes	Assistir a un concert de música clàssica	4,3	3,6	4,5	-0,9
	Llegir diaris	6,0	5,5	6,2	-0,7
	Anar a la biblioteca	4,7	5,3	4,6	0,7
	Anar a l'òpera	3,7	3,2	3,8	-0,6
	Visitar monuments, jaciments	5,8	5,4	5,9	-0,5
	Llegir revistes	4,7	5,1	4,6	0,5
Transversals	Visitar museus	5,6	5,3	5,7	-0,4
	Anar a un espectacle de circ	4,5	4,8	4,4	0,4
	Veure la televisió	7,1	7,3	7,0	0,3
	Llegir llibres	6,7	6,5	6,8	-0,3
	Visitar exposicions	5,4	5,2	5,5	-0,3
	Anar a un musical	5,1	5,3	5,0	0,3
	Escoltar la ràdio	6,7	6,6	6,8	-0,2
	Anar al teatre	5,7	5,6	5,8	-0,2
	Anar a un espectacle de dansa	4,6	4,8	4,6	0,2

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

A partir dels resultats de la taula 13 es poden efectuar dos tipus d'anàlisi: d'una banda, observar quines pràctiques interessin més les persones joves i quines la gent gran; de l'altra, analitzar els tipus de pràctiques segons els nivells de diferències que hi ha entre totes dues poblacions. En aquest capítol ens centrem en les diferències intergeneracionals.

Hem classificat la llista d'activitats en tres grups: si les diferències dels valors oscil·len entre una i quatre dècimes, considerem que som davant d'un tipus de pràctiques transversals des de la perspectiva de les preferències o dels interessos generacionals; si la diferència de valors oscil·la entre cinc i nou dècimes, les definim com de diferència generacional moderada, mentre que quan se supera la unitat, entenem que ens trobem davant pràctiques amb una marca generacional.

En aquest sentit, es poden considerar transversals nou tipus de pràctiques: veure la televisió, escoltar la ràdio, llegir llibres, anar al teatre, visitar museus, visitar exposicions, anar a un musical i anar a espectacles de dansa i de circ. En aquests nou casos, les diferències en els interessos no arriben a les cinc dècimes.

Per contra, n'hi ha 12 en les quals es produeixen diferències generacionals significatives. En vuit, aquestes diferències són molt marcades, i són clarament juvenils, mentre que en les altres hi ha una distància moderada i són de perfil adult. Les que mostren un contrast elevat en els interessos són totes les relacionades amb la cultura digital (connectar-se a internet, escoltar música en línia o veure pel·lícules en línia, descarregar-se pel·lícules, cançons... i jugar a videojocs). A aquestes quatre, que, sens dubte, estan marcades avui per l'efecte cohort, cal afegir-n'hi d'altres que depenen clarament de l'efecte cicle vital, com ara anar al cinema i a concerts de música actual, visitar biblioteques i llegir revistes.

Amb unes diferències entre població jove i adulta que es poden considerar moderades (entre 5 i 9 dècimes), però amb un perfil més madur, trobem: visitar monuments o jaciments, assistir a un concert de música clàssica i anar a l'òpera. En aquestes pràctiques, juntament amb visitar exposicions i visitar museus, es dona un predomini de la població adulta.

2.1.3.1. Les motivacions per consumir

Amb les enquestes del 2013 i el 2014 és possible conèixer les motivacions que porten a consumir un determinat bé cultural, els factors que determinen el consum del producte i els incentius que el poden estimular.

Les motivacions

La pregunta cinc de l'enquesta del 2013 i la pregunta sis de l'enquesta del 2014 indaguen els motius que tenen un paper important a l'hora de realitzar consums culturals. El qüestionari ofereix menys opcions el 2013 que el 2014. En aquest darrer any apareixen 20 opcions, més «Altres» i «Ns/Nr». En cadascuna, les persones entrevistades havien de manifestar si el factor determinat els influïa en les seves preferències a l'hora de consumir un determinat bé o no. Per a la taula 15 hem seleccionat els percentatges corresponents a les mencions en positiu.

TAULA 15. MOTIU PER CONSUMIR UN BÉ CULTURAL SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013 I 2014. PERCENTATGE

Motiu	2013		2014	
	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Poder-ho passar bé, gaudir, desconnectar, escapar de l'estrès diari	-	-	59,0	55,9
L'artista/Els artistes que hi participen	61,7	59,0	53,2	51,7
La qualitat del producte	-	-	49,9	55,2
Gratuïtat	29,3	20,3	45,3	38,2
Aprendre a ampliar els meus coneixements	-	-	42,5	39,0
Recomanació d'amics, familiars	39,2	34,7	39,7	35,0
Poder-hi anar amb els amics	29,7	11,6	36,1	24,0
Experiència diferent	16,0	11,2	31,5	22,7
Facilitat, disponibilitat de temps, proximitat	16,6	15,4	25,8	26,1
Proposta o invitació d'algun familiar o amics	-	-	22,9	25,3
Donar suport a un familiar o amic que hi participa	-	-	22,4	22,5
Novetat/estrena	18,3	13,6	21,5	21,8
Proposta o invitació de la meua parella	-	-	18,4	23,6
Recomanació de la crítica	15,6	16,5	17,1	17,4
Recomanació en xarxes socials, internet	13,5	5,1	15,4	8,2
Poder-hi anar la família, amb els nens	3,2	12,0	14,2	27,4
Algun tipus d'oferta en un portal d'internet (Atrápalo, Lastminute...)	6,5	2,4	13,4	8,9
Reafirmar la meua identitat	-	-	8,0	10,6
Despertar l'interès per la cultura en els meus fills	-	-	6,2	18,0
Estar a l'última	-	-	3,9	4,5
Ser fan	18,8	6,6	-	-
Altres motius	4,1	8,0	1,6	1,1
Ns/Nr	0,6	3,4	0,4	1,1

Font: Enquesta de participació cultural 2013 i 2014 (Departament de Cultura).

Amb alguna excepció significativa, l'ordenació estructural dels motius que són rellevants per escollir determinats consums culturals és semblant entre la població adulta i la població de menys de 30 anys. Quines són aquestes excepcions? D'una banda, les pràctiques vinculades a la reproducció familiar i, en conseqüència, a una etapa molt concreta del cicle vital («Poder-hi anar la família, amb els nens» i «Despertar l'interès per la cultura en els meus fills») i, de l'altra, les relacionades amb internet. Entre la població jove tenen prioritat els consums vinculats a internet, mentre que hi ha un percentatge més elevat de la població adulta que es regeix per motivacions de socialització familiar.

En el repertori de motius exposats n'hi ha tres que destaquen clarament:

- «Poder-ho passar bé, gaudir, desconnectar, escapar de l'estrès diari».
- «L'artista/Els artistes que hi participin».
- «La qualitat del producte».

La població jove es decanta més clarament pels motius d'entreteniment i evasió. També tenen més pes entre aquesta població motius com la gratuïtat, poder-hi anar amb els amics o realitzar una experiència diferent, és a dir, motius molt relacionats amb l'etapa del cicle vital: mancances financeres, experimentació de novetats i convivialitat en grup.

En conclusió, no som davant de sistemes de motivació diversos des de la perspectiva de l'edat, sinó davant èmfasis diferents en la dimensió familiar o en la d'autorealització. A la llum d'aquestes dades no es pot parlar de fractura generacional.

Els factors que dificulten el consum

La pregunta Q/7 investiga els motius que dificulten la participació en activitats culturals mitjançant un repertori de 17 opcions. La taula 16 presenta els resultats que s'han obtingut i permet comparar entre els resultats de les dues enquestes.

TAULA 16. FACTORS QUE DIFÍCULTEN EL CONSUM CULTURAL SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013 I 2014. PERCENTATGE

Factor	2013		2014	
	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Preu	71,1	59,3	75,0	58,0
Manca de temps	42,1	40,6	42,1	44,0
Manca d'interès	16,5	17,6	21,2	22,0
Manca d'informació	9,9	6,1	18,0	12,7
Manca d'oferta	13,5	10,5	15,5	10,8
Manca d'oferta pròxima	-	-	12,4	17,1
L'oferta pròxima no és del meu interès	3,7	4,0	12,0	7,6
Prefereixo fer altres coses en el meu temps lliure	-	-	9,8	8,1
Problemes de mobilitat, de salut	9,4	9,8	1,8	9,8
No tinc prou coneixements	3,9	3,4	6,4	5,2
No tinc gent amb qui fer-les, anar-hi	3,4	2,3	5,9	4,2
Ho faig en línia per internet mitjançant descàrrega	-	-	5,1	1,0
Tinc responsabilitats familiars, nens/nenes	-	-	4,4	12,8
Manca d'oferta per a famílies	1,6	3,6	4,2	7,2
L'oferta existent és de baixa qualitat	-	-	4,1	4,1
Ho faig per internet a través de plataformes de pagament	-	-	2,6	1,1
Altres motius	2,3	5,2	1,5	2,6
Ns/Nr	0,5	1,8	0,0	0,2

Font: Enquesta de participació cultural 2013 i 2014 (Departament de Cultura).

De nou s'obté una estructura i una ordenació dels factors molt semblant, si bé amb algunes diferències que val la pena esmentar. N'analitzem les tres més importants. L'obstacle més gran és, en tots dos casos, el preu, però hi ha un percentatge molt superior (de 17 punts percentuals) de població jove (75%) que declara que aquest factor és crucial.

A una gran distància del factor preu se situa al factor manca de temps. Els percentatges són propers entre la població adulta i la jove, però és una mica més elevat entre les persones adultes. En tercer lloc hi és l'absència d'interès, que afecta poc més d'una cinquena part de la població.

Com es pot veure, es tracta de tres obstacles per a la participació cultural, que són radicalment diferents i que permeten construir tres grups diferents: el primer grup és de caràcter extrínsec; el segon grup es correspon amb els recursos i les capacitats de què està dotat l'actor social o no, mentre que el tercer grup és clarament intrínsec pel que fa a les seves motivacions i preferències personals, forjades durant la seva socialització i constitutives del seu estil de vida.

Els factors extrínsecs operen com a condicions externes de possibilitat o d'accés als béns culturals. En concret, destaquen les dificultats econòmiques (preus) i les causades per la manca d'oferta i d'informació. L'aparició d'internet permet evitar aquestes dificultats en molts casos, i és particularment rellevant per a la població jove, ja que el 5% diu que utilitza les descàrregues en línia per complir els seus objectius.

Un segon grup de factors és de caràcter intrínsec, relacionat amb els recursos socials de què disposa l'individu: salut-mobilitat, temps, coneixements o capital educatiu i xarxa o capital relacional. Els problemes de salut/mobilitat i els de temps són clarament més importants per a la població adulta, mentre que el capital relacional —xarxa propera que comparteix preferències— i el capital educatiu —coneixements— és més rellevant entre la població jove.

Per acabar, hi ha un tercer tipus de factors que són també intrínsecs, però de tipus motivacional o actitudinal, és a dir, que expressen l'àmbit de preferències personals configurades durant la socialització. Són els següents: absència d'interès, requisits de qualitat i preferències diferents de les que s'ofereixen. En els percentatges relatius a l'absència d'interès no hi ha diferències significatives, en canvi, sí que apareixen en l'interès per l'oferta pròxima (més percentatge de persones joves insatisfetes). També és més elevat el percentatge de població jove que té un ventall de preferències més ampli en el temps lliure.

Els incentius que estimulen la participació cultural

En la taula 17 s'ofereix una llista d'incentius que poden contribuir a incrementar la participació cultural. Els hem ordenat de més a menys, prenent com a referència la població jove. Només hi ha dos casos en què el percentatge corresponent a la població adulta és més elevat que el de la població jove: «Millor accés amb transport privat, disponibilitat de pàrquing» i «Possibilitat d'anar-hi amb nens». Hi ha més persones de més de 30 anys que disposen de vehicle propi i que tenen situacions vitals de socialització de descendents.

TAULA 17. INCENTIUS PER INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓ CULTURAL SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Incentiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Una baixada en el preu	88,3	76,8
Que sigui gratuït	84,6	73,8
Beneficis per portar amics o familiars	67,3	55,7
Activitats adreçades al meu grup d'edat	64,8	48,6
Tenir més informació de l'esdeveniment abans d'anar-hi	60,5	50,6
Millor accés amb transport públic	60,1	54,2
Horaris més adequats	59,2	50,2
Sistema d'abonament, carnet cultural	56,8	42,6
Poder comprar entrades a última hora	54,8	39,4
Activitats que permetin conèixer altra gent, socialitzar-se	49,1	37,8
Disposar de recursos en línia extres per aprofitar la visita	47,5	31,1
Millor accés amb transport privat, disponibilitat de pàrquing	43,7	45,4
Que l'organització cultural ofereixi recursos en línia per aprofitar la meua visita	43,5	33,1
Possibilitat d'anar-hi amb nens	30,6	41,9
Accés prèmium, VIP	19,5	11,9
Altres	0,5	1,9
Cap dels anteriors	0	0,5

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

En primer lloc, tant la població jove com l'adult assenyalen majoritàriament dos incentius, que en realitat són un mateix: la reducció del preu i l'oferta gratuïta. El tercer, tot i que a distància, també té un caràcter econòmic (beneficis per dur familiars o amics). Amb un percentatge més baix apareix un ampli grup en el qual els percentatges de suport se situen entre el 50% i el 67%. També cal assenyalar que les diferències entre la població jove i l'adult estan clarament marcades i apareixen en tots els incentius proposats. L'ordenació jerarquitzada dels incentius és força similar, tot i que la possibilitat de realitzar activitats entre un grup de la mateixa generació està més marcada entre la població jove. Per acabar, la població enquestada, i sobretot la població jove, considera que la participació es podria incrementar si s'adoptés un paquet d'incentius variats.

La pregunta següent, procedent de l'enquesta del 2013, planteja si, en el context de la gran recessió i de la implantació de les TICO, s'està produint un canvi en el consum i en la participació cultural fonamentalment per raons econòmiques. La pregunta diu: «A continuació us llegiré tot un conjunt de frases relacionades amb hàbits i comportaments culturals. Em podríeu dir en quin grau hi esteu d'acord o en desacord?» L'escala distingeix entre molt i bastant d'acord, d'una banda, i poc o gens d'acord, de l'altra.

TAULA 18. GRAU D'ACORD AMB DETERMINADES AFIRMACIONS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

En els darrers temps...	Molt d'acord	Bastant d'acord	Poc d'acord	Gens d'acord	Ns/Nr	Total
he reduït la meva despesa en consums culturals	24,3	33,6	16,0	24,1	1,9	100
accedeixo a més continguts en línia gratuïts	31,0	34,1	8,1	25,1	1,6	100
accedeixo a més continguts en línia de pagament	1,9	6,2	14,1	76,0	1,8	100
busco ofertes per anar al teatre, al cinema, concerts...	16,5	30,1	13,8	37,7	1,9	100
només vaig al teatre o al cinema si puc obtenir ofertes o descomptes, jornades gratuïtes	9,8	25,3	16,3	46,9	1,7	100
he augmentat les meves visites a biblioteques	9,7	13,2	15,0	60,6	1,6	100

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Un percentatge elevat, superior al 50%, afirma que ha reduït la seva despesa en consums culturals. En el cas de la població jove, la suma de molt i bastant d'acord arriba al 58%, mentre que entre l'adulta és del 54%. D'altra banda, i com a contrapartida a la dada anterior, el 65% de la població jove utilitza internet per accedir a la cultura de manera gratuïta, mentre que només ho fa el 27% de la població adulta. Un percentatge molt reduït utilitza canals de pagament.

En la pràctica teatral, tot i que un percentatge del 46% cerca ofertes o avantatges en els preus, també hi ha un 47% que va al teatre amb independència que hi hagi ofertes o descomptes.

Es podria sospitar que la crisi ha suposat un increment significatiu de l'ús d'equipaments públics com les biblioteques. Però també és cert que la majoria de població jove i adulta no ha canviat la seva pauta per aquest motiu. Així, el 23% de la població jove i el 13% de l'adulta afirmen que han visitat més la biblioteca.

2.1.4. La informació sobre l'oferta cultural

En la taula 19 s'ofereixen els resultats obtinguts en preguntar per les vies d'informació sobre les activitats culturals. En aquest cas, hi ha diferències marcades entre les vies que utilitza la població jove i les que utilitza la població adulta. Entre el jovent apareix, en primer lloc, l'ús d'internet; en segon, però a una distància notable, la televisió i, en tercer lloc, les recomanacions familiars. En canvi, entre la població adulta, el primer lloc l'ocupa la televisió, el segon, internet i el tercer, els diaris.

TAULA 19. VIES D'INFORMACIÓ DE LES ACTIVITATS I ESDEVENIMENTS CULTURALS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Via d'informació	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Internet	78,4	40,8
Televisió	41,3	50,9
Recomanació de familiars	21,7	15,4
Ràdio	15,9	21,3
Publicitat al carrer	14,4	14,0
Diaris	14,2	35,5
Revistes	7,5	5,2
Publicitat en centres cívics	7,4	8,3
Altres vies	5,5	2,9

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Per a la gran majoria de població jove, la via per antonomàsia per obtenir informació sobre activitats culturals és internet. En canvi, només ho és per al 41% de la població adulta, per als quals continua sent més important la televisió (el 51% la utilitza com a font d'informació d'activitats culturals principal).

Aquesta estructura reflecteix clarament els diferents processos històrics de socialització: televisió i diaris per a la gent gran; internet i televisió per a les persones més joves. Però també mostra les diferències derivades del cicle vital: importància de la família entre el jove. Ara bé, la creixent importància d'internet entre les persones adultes indica que aquest serà el mitjà futur per excel·lència de la informació cultural per al conjunt de la societat.

Atesa la importància que ha adquirit internet, als qui han respost que utilitzen aquest mitjà digital se'ls demana, a continuació, per les plataformes que empren normalment. De nou, vegeu la taula següent on s'observen diferències notòries entre la població jove i l'adulta.

TAULA 20. PLATAFORMES DIGITALS EMPRADES PER ACONSEGUIR INFORMACIÓ CULTURAL SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Plataformes digitals	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Facebook	75,8	42,3
Pàgines web de diaris	27,1	35,5
Altres xarxes socials	25,1	11,6
Webs d'ofertes	22,5	22,3
Twitter	21,4	7,5
Pàgines web de revistes o blogs	10,7	17,5
Webs o blogs d'organitzacions culturals	10,6	20,8
Butlletins d'informació i correus electrònics	7,5	7,3
Blogs personals	5,0	3,6
Altres vies	3,8	8,6

Q11b. Anteriorment m'heu comentat que utilitzeu internet, entre altres vies, per informar-vos sobre activitats o esdeveniments culturals. Quines plataformes d'internet utilitzeu normalment per fer-ho?

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

La plataforma preferida per a uns i altres és Facebook, però mentre que el 75% de les persones que diuen que utilitzen internet fa servir aquesta xarxa social, només ho fa el 42% de la població adulta. En segon lloc, apareixen les pàgines web de diaris, però en aquest cas el percentatge és més elevat entre la població adulta que entre la jove. La població adulta també destaca amb percentatges superiors als de la població jove en pàgines web de revistes o blogs i webs o blogs d'organitzacions culturals, és a dir, pàgines que fan referència a fonts externes d'autoritat. Per contra, entre el jovent són els mitjans digitals —nascuts digitalment— els que tenen més adhesió, com és el cas de Facebook, per descomptat, però també d'altres xarxes socials, webs d'ofertes i Twitter. Mentre que la població adulta té la seva referència en el món lletrat predigital, la població juvenil la té directament en el món digital.

Un cop efectuat aquest primer recorregut pel significat de la cultura, que ens ha permès observar la definició nadiua de *cultura*, la rellevància que se li atorga, les motivacions i els interessos, els factors inhibidors i els incentius possibles, així com les fonts i vies d'informació, descriurem la participació i el consum en els diferents camps i dominis culturals (mitjans de comunicació, internet, continguts audiovisuals, cinema en sala, música, videojocs, concerts, espectacles, exposicions, llibres, biblioteques i associacionisme).

En aquest apartat ja ha aparegut la importància de la distinció entre pràctiques personals i realitzades a la llar, d'una banda, i pràctiques que requereixen desplaçament a equipaments especialitzats, de l'altra. També hem registrat la importància creixent, tant general com intergeneracional, de les pràctiques digitals. Per aquest motiu és raonable començar amb l'estudi dels equipaments de la llar.

2.2. LES PRÀCTIQUES CULTURALS

Les enquestes de què disposem permeten analitzar tres aspectes molt importants: l'equipament tecnològic de les llars i de les persones; la freqüència de pràctiques i els tipus de béns consumits, i la llengua en què es realitzen les pràctiques o els consums de béns culturals.

2.2.1. L'equipament tecnològic de la llar: la digitalització

En l'enquesta del 2001 tenia ordinador el 74,6% de la població jove i el 52% de l'adult. Aleshores es demanava exclusivament per l'ordinador. I la connexió a internet era accessible per al 45,8% del jovent i per al 29,8% de les persones adultes. En el període que va des d'aleshores fins al 2013-2014 es produeix un canvi no només quantitatiu, sinó, i sobretot, qualitatiu.

TAULA 21. EQUIPAMENTS TECNOLÒGICS DE LA LLAR SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Equipament tecnològic	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Ordinador de sobretaula	60,0	51,6
Ordinador portàtil	78,6	56,4
Tauleta o iPad	34,1	22,2
Organitzador personal (PDA)	7,9	6,1
Cadena musical	52,9	42,7
Reproductor MP3 o MP4	57,7	32,0
Lector de llibres digitals	14,3	11,8
Connexió a internet	91,5	70,7
Vídeo	19,5	19,2
DVD	69,1	68,1
Consola de joc	42,6	19,0
Antena parabòlica	23,0	15,6
Televisió	96,4	96,2
Abonat televisió de pagament	19,7	15,7

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En tots els equipaments registrats, i especialment en els equipaments relacionats amb internet, el percentatge referit a la població jove supera el de la població adulta. En canvi, quan es tracta d'aparells de televisió i d'equips relacionats amb la televisió (DVD o vídeo) no hi ha diferències significatives.

L'enquesta del 2001 demana per qualsevol classe d'equipaments, incloent-hi obres d'art com pintures, escultures, tapissos, etc. Aquests béns ornamentals, de caràcter tant estètic com posicional, predominen entre les llars amb més poder adquisitiu. D'altra banda, també es recull automàticament informació sobre béns relacionats amb la pràctica artística, i molt especialment amb la pràctica musical. En aquest cas, s'observa la importància de l'efecte de socialització i la introducció en les dues darreres dècades, de la socialització musical i artística de les generacions més recents. Per això, aquests béns apareixen amb més freqüència entre la població jove.

Les llars catalanes estan finalitzant el procés bàsic de digitalització mitjançant l'adquisició dels dispositius d'accés a la xarxa i els serveis i les aplicacions necessaris per a la navegació.

D'altra banda, la incorporació recent dels telèfons intel·ligents i d'altres dispositius portàtils permeten parlar de personalització de la cultura, en un sentit molt ampli, i de generalització de la comunicació mòbil. Les cohorts més joves són les protagonistes d'aquest canvi. El resultat és un desplaçament progressiu de la llar als contextos d'estada i de trànsit. D'aquesta manera també es difumina la distinció entre el consum a la llar i fora de la llar.

2.2.2. Els mitjans de comunicació

Un grup de preguntes estudia l'ús dels mitjans de comunicació el dia anterior a l'entrevista (o el mes anterior, en el cas de les revistes). En concret, es demana per la lectura de diaris, la lectura de revistes, l'escolta de la ràdio o el visionament de la televisió.

TAULA 22. ÚS DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013 I 2014. PERCENTATGE

Mitjà de comunicació	2014		2013	
	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Diaris	30,5	42,7	32,4	41,1
Revistes	65,2	59,4	47,2	38,8
Ràdio	50,3	57,4	55,6	56,3
Televisió	87,9	93,9	84,7	89,8

Font: Enquesta de participació cultural 2013 i 2014 (Departament de Cultura).

El mitjà més utilitzat diàriament és, el 2014 i des de fa temps, la televisió. En segon lloc, la lectura de revistes, seguida de l'escolta de la ràdio i de la lectura de diaris. Mentre que la televisió té una cobertura universal, els altres mitjans tenen una presència més baixa, però també dinàmiques històriques diferents, ja que descendeix l'escolta de la ràdio i augmenta la lectura de revistes.

En analitzar les diferències generacionals, observem que, llevat de la lectura de revistes, on predomina clarament la població jove, en els altres tres casos es dona un predomini

destacat de la població adulta. La diferència més gran, de 12 punts percentuals, es produeix en la lectura de diaris: el 30,5% de la població jove va llegir diaris el dia anterior a l'entrevista, mentre que ho va fer el 42,7% de la població adulta.

L'enquesta del 2013 permet aprofundir més en els formats de lectura, en la llengua utilitzada i en els gèneres preferits. Com ja hem comentat, deixem per a un altre apartat la qüestió de la llengua emprada. Ara explorarem formats i continguts. En primer lloc, comencem amb les persones lectores de premsa diària (taula 23). Encara predomina l'ús del format físic (paper), sobre el format digital. No obstant això, les dades indiquen que hi ha una transició generacional (o revolució silenciosa), en la qual el paper és molt majoritari entre les persones que tenen més de 30 anys, mentre que el format digital ha penetrat més entre la població jove.

També podem observar que la subscripció és un fenomen minoritari: el 10% de la població adulta i el 8% de la jove diuen que estan subscriptes a algun diari.

TAULA 23. LECTURA DE DIARIS SEGONS LA PENETRACIÓ, ELS FORMATS I ELS GÈNERES, PER GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Llegir (ahir)	32,4	41,1
Format físic	67,5	80,6
Format digital	40,6	28,1
Subscripció	8,4	10,2
Lectura en català	34,4	35,5
Lectura en castellà	46,8	48,8
Lectura en dues llengües	16,1	14,0
Diari d'informació general de pagament	66,7	77,6
Diari d'informació general gratuït	15,0	15,1
Diari esportiu	35,5	25,9
Informació econòmica	4,4	3,2
Informació local	11,0	14,0
Altres	1,5	1,6

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Quant als gèneres, hi predomina clarament la premsa d'informació general de pagament, tant en la població jove com en l'adulta. Si bé entre totes dues hi ha una diferència d'11 punts percentuals, la llegeix més la població de més de 30 anys. En segon lloc, però a una distància notable, apareix la premsa esportiva. En aquest cas, n'és la població jove la lectora principal. Hi ha, per tant, diferències significatives en els gèneres preferits per les dues poblacions.

Què succeeix amb la lectura de revistes? Té un comportament similar a la lectura de premsa diària? Efectivament: és molt majoritària la lectura en paper i, en canvi, molt minoritària la pràctica de la subscripció, i en el format digital destaca la població jove.

TAULA 24. LECTURA DE REVISTES SEGONS LA PENETRACIÓ, ELS FORMATS I ELS GÈNERES, PER GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Llegir (ahir)	47,2	38,8
Format físic	91,4	95,7
Format digital	17,1	9,3
Subscripció	7,2	8,7
Lectura en català	13,8	12,6
Lectura en castellà	81,6	84,2
Lectura en dues llengües	6,7	7,4
Informació general o d'actualitat	20,0	20,6
Suplement dominical	3,8	9,8
Cor	27,9	40,7
Esport o aficions	23,5	13,9
Cultura, arquitectura, fotografia	8,5	9,4
Economia	2,0	2,8
Científiques, divulgació	15,6	16,8
Cinema	5,5	2,9
Música	17,9	10,2
Informàtica, videojocs, consoles	10,9	2,9
Viatges, geografia, història	9,0	10,4
Altres	12,0	16,0

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

D'altra banda, les revistes són extraordinàriament especialitzades. En aquest cas, les més llegides són les del cor i les esportives, seguides per les d'informació general o d'actualitat. En els dos primers casos es donen diferències notòries segons l'edat: la població adulta destaca en la lectura de revistes del cor (41%), que també són les més llegides per la població jove (28%), però el jovent també destaca en la premsa esportiva, de la qual és molt inferior el percentatge de públic lector adult.

La població jove destaca en la lectura de revistes de música, d'informàtica i videojocs i de cinema, a més de les esportives. Per la seva banda, la població adulta ho fa clarament només en dos: cor i suplement dominical.

En la taula 25 oferim les dades referides als gèneres radiofònics. Se n'han distingit sis i una categoria residual. Hi ha dos gèneres que destaquen per sobre dels altres: la música i la informació.

Amb l'excepció de l'escolta musical, on hi ha un predomini molt destacat de la població juvenil (el 85% l'escolta, davant del 61% de població adulta), en la resta de gèneres es donen percentatges més elevats en la població adulta. Així succeeix especialment en els informatius, que segueixen el 64% de la població de més de 30 anys i només el 27% de les persones de menys de 30 anys.

TAULA 25. ESCOLTA DE LA RÀDIO SEGONS LA PENETRACIÓ I ELS GÈNERES, PER GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Escoltar (ahir)	55,6	56,3
Català	41,6	44,5
Castellà	42,1	46
Les dues llengües	20,1	17,9
Musical	84,9	61,0
Cultural	7,5	14,9
Informatius	27,4	64,3
Entreteniment	23,0	30,2
Esports	16,1	18,9
Economia	1,0	3,3
Altres	1,4	3,0

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En la programació cultural, d'entreteniment, esports, economia i altres es donen percentatges més elevats de població adulta.

La televisió, com ja hem constatat, és el mitjà per antonomàsia amb un caràcter transversal indiscutible. Hi ha diferències significatives en analitzar els gèneres? La taula 26 mostra que sí que n'hi ha i quin n'és l'abast.

TAULA 26. AUDIÈNCIA DE TELEVISIÓ SEGONS LA PENETRACIÓ, ELS FORMATS I ELS GÈNERES, PER GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Veure (ahir)	84,7	89,9
Català	40,2	49,9
Castellà	87,1	81,9
Cinema	59,9	57,7
Sèries	75,1	53,4
Documentals	30,8	40,0
Informatius	54,0	80,8
Infantil	10,6	9,1
Entreteniment	42,9	47,0
Cultural	13,9	19,8
Esport	32,1	25,0
Altres	2,5	3,8

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En l'ús de la televisió per veure cinema o programació infantil, els percentatges entre totes dues poblacions són molt similars. Ara bé, les sèries i l'esport tenen un caràcter més juvenil. Així, el 75% de la població jove segueix les sèries, mentre que entre la població adulta només ho fa el 53%; el 32% de la població jove segueix l'esport per la televisió, mentre que en el cas de la població adulta el percentatge és del 25%. En tots els altres gèneres, es donen percentatges més elevats entre la població de més de 30 anys, i són molt destacats en el seguiment dels informatius i els documentals.

Per tant, els gèneres de lectura o d'audiència operen clarament com a factors de diferenciació intergeneracional: aquesta diferenciació es fa especialment visible en el contrast entre la recerca d'informació —predomina la població adulta en els mitjans de comunicació de masses— i el seguiment de gèneres i programació musical, esportiva o cinematogràfica, incloent-hi les sèries —on es donen els percentatges més destacats de la població més jove.

2.2.3. Internet

Pel que fa a l'exploració dels usos d'internet, se n'estudia, en primer lloc, l'ús i la freqüència: usuaris els darrers 30 dies i el dia d'ahir, així com nombre de minuts connectats a la xarxa. Entre la població jove, el 98% ha estat connectat el dia anterior i el 94% els 30 dies anteriors a l'entrevista. Els percentatges de la població adulta són inferiors: el 66% diu que ha estat connectat els darrers 30 dies, mentre que el dia anterior a l'entrevista el percentatge ha estat del 86%. El caràcter generacional d'internet és evident, malgrat la penetració creixent i la tendència irreversible a la universalització.

Aquesta constatació queda confirmada quan s'estudia la intensitat d'ús mitjançant el temps de connexió: mentre que la població jove predomina en les freqüències altes, gairebé duplicant la població adulta, aquesta es dispersa per les freqüències de connexió inferiors a dues hores.

TAULA 27. TEMPS DEDICAT AL DIA A NAVEGAR PER INTERNET SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Temps	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Més de 8 hores	4,4	2,2
De 4 a 8 hores	19,8	10,1
De 2 a 4 hores	35,3	18,4
D'1 a 2 hores	23,6	27,7
De 45 minuts a 1 hora	8,8	18,4
De 30 a 44 minuts	2,9	9,1
De 15 a 29 minuts	4,0	8,5
Menys de 15 minuts	0,7	5,3
Ns/Nr	0,6	0,2
Total	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Un percentatge proper al 60% de la població jove està connectat a internet més de dues hores diàries.

Per fer una aproximació més profunda a la penetració d'internet ens hem de centrar en els usos, i molt especialment en els usos culturals i mediàtics. En la taula 28 es poden veure els webs que utilitzen els dos tipus de població i en la taula 29 els usos culturals.

En l'enquesta del 2013, una pregunta planteja quin tipus de web s'ha consultat els darrers 30 dies. La llista ofereix 18 opcions que, a efectes analítics i des de la perspectiva intergeneracional que ens ocupa, es poden agrupar en tres tipus: aquells en els quals els percentatges dels dos grups de població són similars, aquells en els quals els percentatges de la població jove són clarament més elevats que els de la població adulta, que són la gran majoria i, en tercer lloc, un petit grup de tres tipus de web en els quals predomina l'ús de la població més gran.

TAULA 28. TIPUS DE WEBS CONSULTATS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

	Tipus de web	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	Diferència persones joves/adultes
Juvenils	Webs de premsa esportiva publicada en paper	17,7	12,9	2,2
	Webs de revistes	12,8	6,6	6,2
	Webs de ràdios	12,9	8,9	4,0
	Webs de televisions	17,9	9,3	8,6
	Portals de pel·lícules	35,3	13,5	21,8
	Portals de música	45,7	20,8	24,9
	Portals de videojocs	19,1	4,9	14,2
	Xarxes socials	82,1	53,5	28,6
	Blogs o webs personals	30,8	16,8	14,0
Adultes	Webs de bancs i caixes	23,5	34,8	-11,3
	Webs d'administracions públiques	12,7	17,8	-5,1
	Webs de premsa generalista publicada en paper	25,4	37,4	-12,0
Transversals	Webs de premsa econòmica publicada en paper	4,7	4,7	0
	Mitjans de comunicació digitals	16,5	16,2	0,3
	Cercadors	82,9	83,4	-0,5
	Portals generalistes	12,5	14,5	-2,0
	Webs temàtics i comercials	24,1	23,5	0,6
	Altres	7,5	9,0	-1,5
Cap		0,7	1,5	-0,8
Ns/Nr		0,1	0	0,1

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Els webs transversals atès l'ús similar entre els dos grups de població (jove i adulta) són els cercadors (que s'aproximen a la cobertura universal). N'hi ha quatre tipus que estan poc implantats (els webs temàtics i comercials, els portals generalistes, els webs de premsa econòmica publicada en paper, els mitjans de comunicació digitals i altres).

Tenen un perfil predominantment adult, ateses les diferències de percentatge d'ús, dos webs relacionats amb gestions econòmiques i administratives que, per la funció específica que compleixen, són pròpies de persones adultes, i els webs de premsa generalista publicada en paper, que es tracta, sens dubte, d'un mitjà el referent de legitimitat del qual és que té una història acreditada en un mitjà físic.

En tots els altres webs, el predomini juvenil és patent, especialment en els portals de música i de pel·lícules, en videojocs, en blogs o webs personals i en xarxes socials. En concret, el 79,5% de la població jove i el 51% de l'adulta utilitza el Facebook; altres xarxes, com Twitter, Instagram o Google+, tenen una presència inferior, però sempre es dona una diferència molt clara a favor de la població jove (a Twitter és del 25% i el 9% respectivament i a Google+ del 22% i l'11% respectivament).

Què es pot dir dels usos culturals d'internet? En la taula 29 s'ofereix un ventall de 23 activitats i es distingeix si s'utilitza internet de manera directa per a la pràctica cultural en temps real o si es descarrega el producte per consumir-lo posteriorment en altres dispositius.

TAULA 29. ACTIVITATS CULTURALS REALITZADES EN LA XARXA SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

	Activitat	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	Diferència
Juvenils	Descarregar música	44,6	14,7	29,9
	Veure pel·lícules	49,1	25,1	24,0
	Escollir música en línia	50,8	30,2	20,6
	Jugar a videojocs en línia	27,0	9,5	17,5
	Descarregar pel·lícules	24,5	10,6	13,9
	Veure o compartir fotografies	50,6	37,2	13,4
	Veure televisió en línia	22,3	12,2	10,1
	Descobrir artistes nous	15,6	6,1	9,5
	Descarregar videojocs	11,6	3,0	8,6
	Descarregar programari	15,3	9,6	5,7
	Cercar informació d'artistes favorits	27,5	23,3	4,2
	Descarregar llibres	11,1	6,5	4,6
	Transversals	Escriure el meu propi blog	6,1	2,6
Escollir la ràdio en línia		15,6	13,0	2,6
Treballar en línia amb altres persones		5,0	3,9	1,1
Penjar les meves obres audiovisuals en línia		3,1	1,2	1,9
Penjar la meua pròpia música		2,7	1,1	1,6
Aprendre a crear música, audiovisuals, literatura		2,4	1,2	1,2
Adulta	Llegir notícies, diaris	52,7	58,2	-5,5
	Descarregar programes de ràdio	2,3	2,8	-0,5
	Descarregar programes de TV	3,7	4,2	-0,5
	Penjar la meua pròpia obra literària	0,3	0,3	0
	Altres	9,2	16,7	-
	Ns/Nr	1,8	4,7	-

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Entre la població jove hi ha quatre usos que se situen entorn o per sobre del 50% i són, per aquest ordre: llegir notícies, diaris (53%), escoltar música en línia (51%), veure o compartir fotografies (51%) i veure pel·lícules (49%). Informació, música, fotografia i cinema són, doncs, les quatre pràctiques culturals que tenen un desenvolupament directe a internet més elevat i que s'han desplaçat a la xarxa entre la població jove.

Si considerem aquestes quatre pràctiques, en l'anàlisi intergeneracional ja apareixen diferències clares. La població adulta utilitza internet més que la jove per llegir notícies i diaris

(58%), però aquesta és l'única pràctica de les que ja estan implantades a internet en la qual la població adulta sobrepassa la jove. Les diferències són especialment grans, a favor dels joves, en les pràctiques audiovisuals com descarregar i escoltar música (amb 30 i 20 punts percentuals de diferència respectivament), veure pel·lícules i descarregar-les (24 i 14 punts de diferència), jugar a videojocs (14 punts) o veure la televisió (10 punts).

Òbviament, hi ha una penetració molt diferenciada de les pràctiques digitals entre la joventut i la població adulta, fet que s'ha de tenir en compte en la planificació de les polítiques culturals.

En l'enquesta del 2013 es demana, a més, si la descàrrega o l'escolta de música i l'ús d'altres continguts (televisió, pel·lícules...) s'ha realitzat pagant o gratuïtament. En tots dos casos es dona sempre una presència més gran de la població jove, però mentre el percentatge de persones que paguen per descàrrega o ús directe de continguts és molt minoritari, en el consum gratuït trobem el 39% en la descàrrega de música i el 46% en l'escolta en línia; el 28% en la descàrrega de sèries, pel·lícules i documentals i el 43% en la visió directa en línia; el 9% en la descàrrega de llibres, i el 16% en la descàrrega de programari.

2.2.4. L'ús del telèfon mòbil

En l'enquesta del 2013 s'indaga per l'ús del telèfon mòbil. L'utilitza el 97% de la població jove i el 89% de l'adulta. Quan s'estudien les finalitats complementàries de l'ús del telèfon mòbil, en destaquen especialment dues: enviar missatges (SMS o WhatsApp) i fer fotos. En totes dues hi ha un predomini clar de l'ús per part de la població jove, tot i que la diferència és més gran en el segon cas.

TAULA 30. USOS DEL MÒBIL SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Ús	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Utilitzar mòbil	96,9	89,0
Missatges (SMS, WhatsApp)	96,6	76,8
Fer fotos	75,8	43,1
Internet (WAP)	65,6	32,9
Correu electrònic	61,7	31,4
Escoltar música	54,7	14,4
Serveis 3G	31,6	13,3
Gravar vídeos	29,0	8,6
Escoltar la ràdio	27,9	11,9
Jugar a videojocs	22,7	6,0
Veure pel·lícules, sèries	11,9	2,7
Llegir llibres	6,1	1,8
Veure altres programes de televisió	4,2	0,9
Cap	2,2	19,3

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Ara bé, la dada més rellevant és que, en qualsevol dels usos que es preveuen en l'enquesta i que es recullen en la taula 30, la població jove va molt per davant de la població adulta. De fet, encara hi ha el 19% de la població adulta que afirma que només utilitza el mòbil per a la funció telefònica de fer o rebre trucades.

Dit això, val la pena assenyalar que hi ha tres usos que també són majoritaris entre les persones joves: la connexió a internet, el correu electrònic i l'escolta de música, mentre que els percentatges de la població adulta són molt més reduïts en aquests tres casos.

2.2.5. Els continguts audiovisuals

En aquest apartat s'estudien els continguts audiovisuals: pel·lícules, sèries, vídeos, documentals i videojocs. La primera pregunta indaga la freqüència amb què s'han vist pel·lícules, sèries, vídeos (incloent-hi els de la cadena popular Youtube), documentals o videojocs els darrers tres mesos. Atès que la pregunta investiga les pràctiques digitals domèstiques, en queden excloses les pel·lícules que s'han vist en sala.

TAULA 31. FREQUÈNCIA DE CONSUMS DE CONTINGUTS AUDIOVISUALS A LA LLAR SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Freqüència	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Cada dia	37,3	28,8
Més d'una vegada a la setmana	29,9	28,1
Una vegada a la setmana	10,0	9,8
Dues o tres vegades al mes	6,2	4,3
Una vegada al mes	3,5	2,0
Menys d'una vegada al mes	1,2	2,3
Mai	11,3	23,1
Ns/Nr	0,6	1,5
Total	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Hi ha diferències significatives entre la població jove i l'adulta que es manifesten especialment en el percentatge de persones que no realitzen la pràctica, d'una banda, i en l'alta freqüència, de l'altra. Així, la població jove que mai no ha consumit és 12 punts percentuals inferior a la població adulta (l'11% davant del 23%). D'altra banda, la població jove que realitza aquests consums amb freqüència diària supera en 8 punts percentuals la població adulta. Per tant, no només hi ha un percentatge més elevat de consumidors entre les persones joves, sinó que a més ho fan amb més intensitat.

En analitzar els gèneres que s'han vist, s'ofereix una llista de 16 gèneres diferents, tal com es mostra en la taula 32.

TAULA 32. GÈNERES QUE S'HAN VIST EN AUDIOVISUALS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Gènere	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Comèdia	66,4	57,7
Acció i aventures	60,2	52,8
Ciència-ficció i fantàstic	45,0	27,7
Drama	31,5	35,7
Terror	30,8	11,2
<i>Thriller</i> i suspens	30,1	30,2
Documental	25,0	34,9
Animació i dibuixos animats	20,6	12,2
Musical	16,4	9,4
<i>Western</i> , bèl·lic i històric	11,7	20,4
Infantil	7,9	8,3
Educació	6,8	4,5
Salut	5,1	4,4
App d'entreteniment	4,6	1,0
Jocs socials	4,1	0,9
Eròtic	2,7	1,1
Altres	4,6	5,7
No recorda	2,8	4,3

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Hi ha dos gèneres que desperten el màxim interès tant entre la població jove com entre l'adult. Tanmateix, els percentatges d'adhesió a aquests gèneres de la població jove superen clarament els corresponents a la població de més de 30 anys.

Mentre que el drama, el documental i el gènere bèl·lic (incloent-hi el *western*) tenen un perfil més adult, la ciència-ficció, el cinema de terror i el d'animació, els musicals, les aplicacions d'entreteniment i els jocs socials són clarament més juvenils.

Per tant, es pot dir que el cinema és una pràctica en si mateixa predominantment juvenil i que hi ha diferències significatives des de la perspectiva dels gèneres preferits.

Quan es demana pels aparells o dispositius en els quals s'acostuma a veure els continguts audiovisuals,⁶ els resultats més destacats són els següents: l'ordinador l'utilitza el 63% de la població jove, mentre que només ho fa el 21% de l'adult; quant a la televisió, diu que l'utilitza el 84% de la població jove i el 94% de l'adult, i la telefonia mòbil, l'11% de la població jove i el 3% de l'adult. Els altres aparells que s'inclouen en l'enquesta (tauleta, consola de joc, DVD, portàtil) tenen un ús minoritari, i els utilitzen més les persones joves.

6 «En quins aparells o dispositius acostumeu a veure els continguts audiovisuals?» (FUNDACC, 2013).

El qüestionari també demana sobre els formats que s'empren, i diferencia entre format físic, digital, reproducció en temps real (*streaming*) o televisió.

TAULA 33. FORMATS QUE S'UTILITZEN PER VEURE ELS AUDIOVISUALS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Format	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
En un DVD o Blu-ray (suport físic)	3,2	2,6
En un arxiu digital	4,7	2,1
A internet, directament en línia (<i>streaming</i>)	31,8	7,3
A la televisió	60,1	87,7
Ns/Nr	1,1	0,3
Total	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

El format predominant és la televisió, però amb una diferència significativa entre l'ús que en fa la població adulta (88%) i la població jove (60%). Gairebé un terç de la població jove veu els continguts en *streaming*, mentre que només ho fa el 7% de les persones de més de 30 anys. Aquests fets permeten entreveure dos universos culturals diferenciats: el digital directe i la televisió. D'altra banda, l'ús dels formats físics i dels arxius digitals té una presència que es pot considerar residual.

Per acabar, es demana per la forma d'accés: gratuïta o pagant entrada. En aquest cas, hi ha un consens altíssim: el 95% de la població, tant la jove com l'adulta, ha accedit gratuïtament als continguts consumits.

2.2.6. El cinema en sala

L'estudi de l'assistència al cinema comença demanant el nombre de pel·lícules que s'han vist o la freqüència d'assistència; segueix amb els gèneres cinematogràfics i també tracta aspectes relacionats amb la modalitat d'assistència (gratuïta o pagant, amb companyia o en solitari), i conclou amb l'anàlisi dels motius pels quals no es va al cinema amb més freqüència.

Comencem amb l'assistència: el percentatge de persones adultes que no ha anat al cinema en cap ocasió els 30 dies anteriors a l'enquesta se situa en el 67%, 26 punts percentuals per sobre de la població jove (41%). Aquestes diferències sorgeixen també quan analitzem les freqüències o el nombre de pel·lícules que s'han vist el darrer mes: l'assistència al cinema en sala és un fenomen predominantment juvenil, possiblement com a resultat d'un fenomen de cicle vital més que de cohort.

Només si distingim els individus entre molt cinèfils (que han anat al cinema més de cinc vegades al mes) i la resta apareix una lleugera diferència a favor de la població adulta. Però tant entre els esporàdics (una vegada al mes) com entre els habituals (de dues a cinc vegades al mes), la població jove supera clarament l'adulta. L'assistència a sales té una empremta juvenil.

TAULA 34. NOMBRE DE PEL·LÍCULES VISTES AL CINEMA ELS DARRERS 3 MESOS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Nombre de pel·lícules	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
0	41,5	67,3
1	17,4	12,8
2	22,2	7,5
3	9,3	4,7
4	3,9	3,0
5	3,3	1,2
> de 5	2,6	3,5
Total	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Els gèneres cinematogràfics

En tractar els gèneres cinematogràfics que ha vist la població entrevistada, se'n diferencien 13 tipus. Com es pot constatar en la taula 35, en la majoria sobresurt el percentatge de població jove respecte de la de més de 30 anys.

TAULA 35. GÈNERES DE LES PEL·LÍCULES VISTES EN SALA SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Gènere	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Comèdia	21,9	9,8
Acció i aventures	24,7	10,7
Ciència-ficció i fantàstic	17,0	6,7
Drama	9,0	6,1
Terror	13,2	2,4
Thriller i suspens	6,4	4,5
Documental	0,6	0,7
Animació i dibuixos animats	3,7	3,7
Musical	1,0	0,5
Western, bèl·lic i històric	0,8	1,6
Infantil	1,1	3,2
Eròtic	0,1	0,0
Altres	1,0	1,2
No recorda	0,3	0,4

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Es pot afirmar que hi ha acord en els gèneres que es prefereixen més, si bé els percentatges són molt diferents: primer, el cinema d'acció i aventures; en segon lloc, la comèdia, i en tercer, la ciència-ficció i el cinema fantàstic. No passa el mateix amb el cinema de terror, que constitueix la quarta preferència de la població juvenil i amb prou feines interessa el 2% de la població més gran.

Pel que fa a l'assistència a la sala, en companyia o en solitari, l'enquesta ofereix quatre opcions: amb la parella, amb amics, amb els fills o en solitari. En el cas de la població jove, destaca clarament el percentatge de les persones que hi assisteixen amb amics, és a dir, amb el grup d'afinitat i d'iguals (el 62% davant del 18% de la població adulta). Per contra, en les altres tres modalitats, sobresurten sempre els percentatges de la població més gran. Així, en parella va al cinema el 47% de les persones de més de 30 anys (davant del 32% de la població jove); amb fills, el 29% davant del 2%, i en solitari els percentatges són del 5% de la població més gran i de l'1% de la població jove.

En resum, no només l'assistència al cinema és una pràctica d'un caràcter juvenil marcat, sinó que a més es diferencia per la preferència destacada de determinats gèneres i per la forma d'assistència: grups d'iguals.

Les motivacions

Un aspecte important per a les polítiques culturals és el que té a veure amb les motivacions que impedeixen que s'assisteixi al cinema amb més freqüència. En aquesta pregunta es dona un percentatge elevat de població que no sap o no respon: una quarta part entre la població jove i dos cinquenes parts entre la població adulta.

TAULA 36. MOTIUS PELS QUALS NO ES VA AL CINEMA AMB MÉS FREQUÈNCIA SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Motiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Preu	59,8	30,6
Manca de temps	26,4	22,0
Manca d'interès	7,6	9,4
Manca d'oferta	5,9	4,7
L'oferta existent és de baixa qualitat	3,9	4,1
Manca d'oferta pròxima	3,5	5,2
Ho faig per internet mitjançant descàrrega, en línia	3,3	1,0
Prefereixo fer altres coses en el meu temps lliure	2,7	6,5
Tinc responsabilitats familiars, nens/nenes	2,5	6,9
Manca d'informació	1,9	1,0
Manca d'oferta per a famílies	1,7	2,2
L'oferta pròxima no és del meu interès	1,4	3,4
No tinc gent amb qui fer-les, anar-hi	0,7	1,0
Ho faig per internet a través de plataformes de pagament	0,5	0,2
Problemes de mobilitat, de salut	0,3	3,8
No tinc prou coneixements	0,1	0,2
Altres motius	0,0	0,8
Ns/Nr	24,5	40,4

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

El factor més important que actua com a inhibidor de l'assistència a sales és el preu (vegeu taula 36), ja que afecta el 60% de la població jove, que, d'altra banda, és la més assídua al cinema, i el 31% de la població adulta.

El segon factor, tot i que a considerable distància, és el del temps, que incideix més en la població jove (26%) que en l'adulta (22%). En tercer lloc, amb un pes poc rellevant, se situa la manca d'interès. La resta de motius que es presenten en l'ampli repertori que recull l'enquesta té escassa rellevància.

2.2.7. Els videojocs

Si bé jugar a videojocs és una pràctica minoritària en el conjunt de la població, entre les persones de 14 a 30 anys, es dona un percentatge lleugerament superior al 50% i va en augment. També és més elevada la intensitat amb la qual juguen les cohorts més joves: cada dia, més d'una vegada a la setmana o un cop a la setmana (vegeu taula 37).

TAULA 37. FREQUÈNCIA AMB LA QUAL S'HA JUGAT A VIDEOJOCES SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Frequència	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Cada dia	16,3	5,0
Més d'una vegada a la setmana	15,5	4,3
Una vegada a la setmana	8,9	2
Dues o tres vegades al mes	4,1	1,2
Una vegada al mes	3,6	1,1
Menys d'una vegada al mes	3,7	1,4
Mai	47,7	84,3
Total	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Tant el perfil general de les persones que juguen a videojocs o jocs d'ordinador com la freqüència d'aquesta activitat són juvenils, ja que mentre que el 32% de la població jove juga més d'un cop a la setmana o fins i tot cada dia, només ho fa amb aquesta intensitat de freqüència el 9% de la població adulta.

Els gèneres dels videojocs

En tots els gèneres referenciats en la taula 38 predomina el percentatge de la població jove sobre el de persones de més de 30 anys. En els únics que apareix un percentatge una mica significatiu (al voltant del 3%) entre la població adulta són en els d'estratègia i els de puzzle/intel·ligència.

TAULA 38. GÈNERES DE VIDEOJOCOS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Gènere	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Futbol	16,2	1,8
Estratègia	15,4	3,2
Aventura	13,5	1,8
Motor	9,5	1,1
Joc en línia	9,2	1,7
Puzle/intel·ligència	7,9	3,6
Rol	6,0	0,4
Lluita-boxa	5,2	0,5
Altres esports	4,9	0,8
Arcade	4,9	1,1
Jocs de taula	2,6	1,2
Simuladors de vol	1,4	0,3
Música-ball	1,2	0,3
Tennis	0,9	0,4
Pinball-joc del milió	0,7	0,2
Escacs	0,5	0,3
Altres	2,4	1,2

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Per a les cohorts joves, els gèneres preferits són el futbol, l'estratègia i l'aventura.

TAULA 39. DISPOSITIUS EN ELS QUALS ACOSTUMA A JUGAR A VIDEOJOCOS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Dispositiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Ordinador	26,2	6,2
Consola de joc connectada a televisió	21,8	4,0
Televisió	21,6	2,7
Telefonia mòbil	14,5	3,4
Consola de joc portàtil	5,4	0,9
Tauleta o iPad	3,1	1,1
Reproductor MP4 o altres	0,4	0,0
Altres	0,2	0,1

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

El 70% de la població jove diu que hi ha accedit gratuïtament, mentre que en la població adulta arriba al 73%. El 30% de la població jove diu que ha pagat, mentre que només ho ha fet el 25% de l'adulta.

2.2.8. L'escolta de música

El qüestionari indaga, en primer lloc, per l'escolta de música, com a pràctica mediada, i, per tant, sense incloure-hi l'assistència a concerts en directe. Un cop feta aquesta precisió, les dades mostren que l'escolta de música és una pràctica generalitzada, ja que només el 3,5% de la població jove i el 13% de l'adulta diuen que no l'escolten mai.

Quan es compara amb l'enquesta del 2001, l'única diferència ressenyable és que aleshores el percentatge de població adulta que deia que no escoltava música era 4 punts percentuals superior: el 17%.

La taula 40 ofereix dades sobre la freqüència de l'escolta i distingeix set categories.

TAULA 40. FREQUÈNCIA DE L'ESCOLTA DE MÚSICA (EXCLOENT-NE LA MÚSICA EN DIRECTE) ELS DARRERS 3 MESOS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Frequència	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Cada dia	81,5	52,6
Més d'una vegada a la setmana	10,3	18,7
Una vegada a la setmana	1,8	6,1
Dues o tres vegades al mes	1,4	3,4
Una vegada al mes	0,6	2,9
Menys d'una vegada al mes	0,8	2,3
Mai	3,5	13,1
Ns/Nr	0,1	0,9
Total	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Les diferències intergeneracionals estan molt marcades. El percentatge de població jove que escolta música amb freqüència diària és del 81%, mentre que el de població de més de 30 anys és del 52%, amb una diferència de gairebé 30 punts percentuals. Atès que l'escolta de música és un fenomen generalitzat, les dades relatives a la freqüència mostren una empremta clarament juvenil, és a dir, es troba més inserida en les seves vides quotidianes.

Els gèneres musicals

Els gèneres musicals són operadors extraordinaris de diferenciació social. En aquest cas, els veiem com a operadors de diferències intergeneracionals. Certament, el pop i el rock

són gèneres de gran apreciació intergeneracional, però, tot i així, la distància entre el percentatge de la població jove que l'escolta i la població de més de 30 anys és de 20 punts percentuals, com es pot constatar en la taula 41. Atès l'origen històric del pop i del rock, pot sorprendre aquest fet, ja que es podria interpretar que som davant d'un gènere vinculat a una cohort i que ha mantingut la seva adhesió en el temps. No obstant això, el que observem és la capacitat de vincular-se també a una etapa del cicle vital i de renovar les seves bases socials, fet que no succeeix en altres gèneres.

TAULA 41. GÈNERES MUSICALS ESCOLTATS ELS DARRERS 3 MESOS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Gènere	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Pop, rock	74,1	53,9
Electrònica	30,9	7,2
Hip-hop	23,6	3,8
Salsa i música llatina	20,6	14,9
Alternativa	19,5	7,3
Melòdica, cantautor	17,1	35,1
Flamenc	16,3	14,8
Soul, funk, rhythm-and-blues	12,7	9,1
Folk tradicional, músiques del món	12,5	15,1
Altres	12,5	8,1
Jazz, blues, country	11,8	13,0
Hard, heavy	10,2	4,9
Bandes sonores	10,0	7,1
Simfònica i orquestra	5,9	15,7
Música coral i gòspel	2,8	3,8
Òpera, sarsuela	2,4	8,2
Infantil	2,2	2,6
Música de cambra	1,9	6,4
No recorda	0,4	0,8

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Hi ha diferències molt notòries entre els gèneres preferits per les dues categories de població. En nou dels gèneres que ofereix el repertori, a més del pop i el rock, sobresurten els percentatges de la població juvenil. Succeeix especialment en el cas de la música electrònica i del hip-hop, on les diferències són molt grans i es fa palesa la vinculació d'aquests gèneres amb les cohorts més joves. Per contra, en els gèneres anomenats *clàssics* (música simfònica, òpera i sarsuela o música de cambra) destaquen els percentatges de població de més de 30 anys. El classicisme musical pressuposa edats madures, segurament perquè requereix un procés complex d'incorporació de les competències auditives.

A continuació, oferim informació sobre els dispositius emprats per escoltar música. La taula 42 mostra que hi ha dos universos diferenciats en l'escolta de música. En les cohorts joves predominen els aparells digitals nous: ordinador, mòbil, reproductors MPC o anàlegs i tauleta, mentre que en les cohorts de més de 30 anys predominen els mitjans de l'era de la comunicació de masses i analògics: ràdio, equip de música, televisió i CD.

TAULA 42. DISPOSITIUS EMPRATS PER ESCOLTAR MÚSICA SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Dispositiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Ordinador	55,8	18,0
Telefonia mòbil	49,6	9,9
Ràdio	39,2	54,8
Reproductor MP3 o altres	21,3	6,9
Equip de música	13,1	18,4
Televisió	10,9	13,2
Tauleta o iPad	5,2	1,7
CD/DVD portàtil	4,2	7,3
Reproductor DVD connectat a televisió	1,7	2,0
Consola de joc connectada a televisió	0,9	0,1
Consola de joc portàtil	0,3	0,1
Altres	0,9	1,3

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

D'altra banda, l'enquesta mostra també el retrocés que han registrat aparells com el CD, el reproductor de DVD o les consoles de joc. Així, l'última música que ha escoltat la població jove procedeix d'arxius digitals o d'internet directament mitjançant *streaming* (el 38% i el 27% respectivament). Per contra, entre la població adulta, el 54% procedeix de la ràdio i només el 9% mitjançant *streaming*. El 96% de la població jove i el 91% de l'adulta han obtingut la música escoltada gratuïtament.

2.2.9. Assistència a concerts

En l'exploració de les pràctiques musicals s'escruten tres àmbits de participació: en primer lloc, l'assistència a concerts en directe els darrers 12 mesos; a continuació, l'assistència a macrofestivals com el Primavera Sound, el Sónar, etc., i, per acabar, l'audiència mitjançant el web. La majoria de població no ha anat a concerts (66%) ni a macroesdeveniments musicals, ni ha vist concerts per internet (81%). En els tres casos, es produeix una gran diferència intergeneracional, i és la població jove la que mostra una participació més elevada (el 50% en el cas dels concerts en directe, el 25,5% en els macroesdeveniments i el 33% en el visionament per internet).

TAULA 43. FREQUÈNCIA DE L'ASSISTÈNCIA A CONCERTS EN DIRECTE ELS DARRERS 12 MESOS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Vegades	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
0	49,4	71,2
1	16,8	10,3
2	10,5	8,4
3	5,0	3,6
4	4,0	1,4
5	2,5	1,4
> de 5	11,8	3,7
Total	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Quant als concerts en directe, a més, coneixem la freqüència. És la població jove la que manifesta una intensitat més elevada, amb el 12% que diu que ha anat a més de cinc concerts el darrer any, mentre que només ho ha fet el 4% de la població adulta.

La meitat dels concerts als quals ha assistit la població jove són d'entrada gratuïta o amb descomptes. Entre els de pagament, el 21% ha comprat l'entrada a taquilla i el 23%, a internet. La població jove va als concerts i al cinema en grup d'afinitat o amiat (81%), mentre que entre la gent gran predomina l'assistència amb parella (el 51% ho fa així) o amb els fills (9%). També són més les persones grans que hi assisteixen en solitari (5%) que les joves (1%).

Els gèneres musicals escoltats en directe

En la taula 44 es presenten les dades corresponents als gèneres musicals escoltats en directe. Hi ha quatre gèneres propis de població adulta, tot i que són minoritaris, atesa la diferència que hi ha entre les persones joves i les de més de 30 anys. Ens referim a la música simfònica, la música coral, la música de cambra i l'òpera o la sarsuela. Òbviament, es tracta de gèneres madurs, però que gaudeixen de legitimitat intergeneracional com hem mostrat al principi d'aquest capítol quan hem tractat del concepte nadiu de *cultura*.

Ara bé, en l'assistència a concerts en directe, el gènere més practicat per la població jove i la població adulta és la música pop i rock, tot i que la diferència entre una i l'altra és de 17 punts percentuals.

En parlar de concerts en directe, tots els altres gèneres són clarament juvenils. Després del pop-rock, les músiques amb més atractiu per a la joventut són l'electrònica i l'alternativa.

TAULA 44. GÈNERES MUSICALS ESCOLTATS EN DIRECTE SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

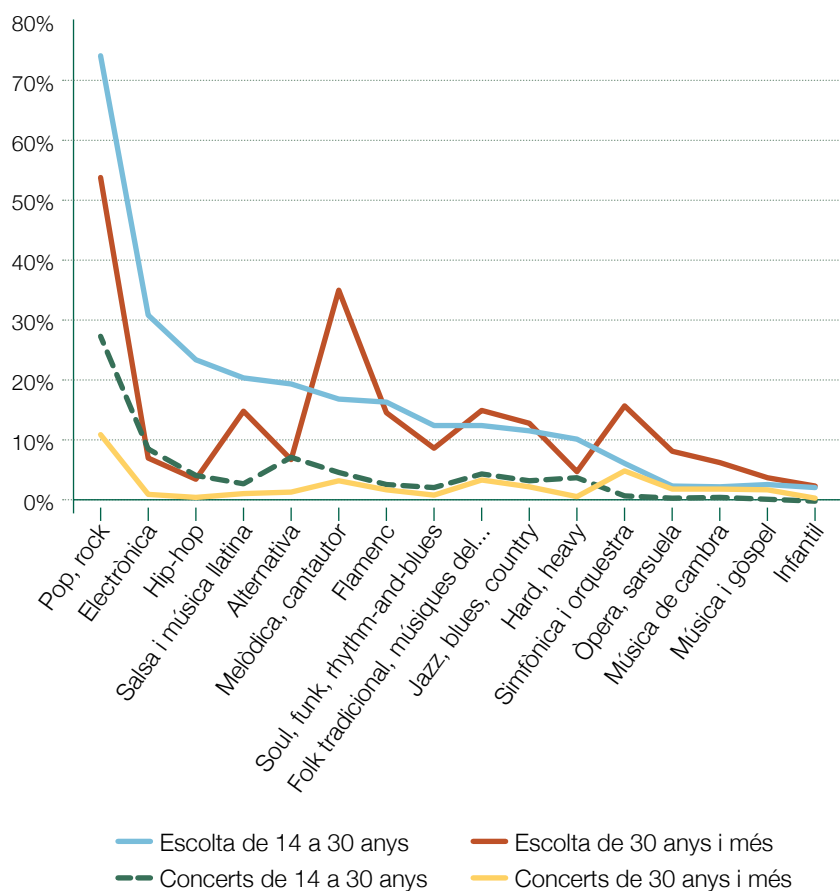
Gènere	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Pop, rock	27,8	10,9
Electrònica	8,9	0,9
Alternativa	7,4	1,4
Altres	5,2	2,1
Melòdica, cantautor	4,9	3,4
Folk tradicional, músiques del món	4,7	3,4
Hip-hop	4,5	0,4
Hard, heavy	3,9	0,8
Jazz, blues, country	3,3	2,4
Salsa i música llatina	2,6	1,3
Flamenc	2,6	1,7
Soul, funk, rhythm-and-blues	2,1	0,9
Simfònica i orquestra	0,9	5,0
Música coral i gòspel	0,5	1,8
Música de cambra	0,5	2,0
Òpera, sarsuela	0,2	2,0
No recorda	0,2	0,2
Infantil	0,1	0,5

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En el gràfic 2 es representen els resultats obtinguts en parlar de l'escolta de música i l'assistència a concerts. La superposició de tipus de pràctica permet constatar diversos fenòmens:

- a) La música preferida per tots i en tots els formats es la música pop-rock.
- b) La majoria de gèneres musicals recollits en l'enquesta tenen un perfil juvenil, tant si es tracta d'escolta com d'assistència a concerts en directe.
- c) El distanciament entre generacions es produeix en tres gèneres: música electrònica, hip-hop i hard-heavy.
- d) Hi ha un nucli de pràctiques —músiques clàssiques— que és clarament adult, tot i que és minoritari tant quan parlem d'escolta com d'assistència a concerts. Les diferències més notòries s'estableixen al voltant de la música simfònica i l'òpera.
- e) El segon gènere preferit per les persones adultes en l'escolta, però no en els concerts, és la música melòdica i de cantautor.
- f) La música infantil és més escoltada per la població adulta, com a conseqüència de la funció socialitzadora familiar.

GRÀFIC 2. GÈNERES MUSICALS DE LA MÚSICA ESCOLTADA I DELS CONCERTS ALS QUALS S'HA ASSISTIT SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En resum, els gèneres musicals, tant en l'escolta com en l'assistència a concerts, operen com a diferenciadors generacionals molt clars, i això succeeix fins i tot en el cas del pop-rock, segurament per la renovació constant del repertori.

Les motivacions per anar-hi i per no anar-hi

El 19% de la població ha seguit concerts per internet (entre els quals el 33% de la població jove i el 14,5% de la població adulta). A aquest petit grup se li demana els motius que l'han portat a utilitzar el web. S'ofereix una llista d'11 motius. Només en un d'aquests motius (poder gaudir d'un concert/ball sol) es dona un percentatge més gran de les persones adultes.

TAULA 45. MOTIUS PELS QUALS S'HA SEGUIT UN CONCERT PER INTERNET SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Motiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Perquè el lloc on es va fer era massa lluny	12,7	3,4
Perquè era gratuït	10,1	3,7
Perquè era un concert antic	7,8	4,4
Per poder-lo veure sense sortir de casa	6,5	4,2
Perquè anar-hi era car	6,2	1,9
Perquè no tenia temps per anar-hi	5,1	2,1
Perquè podia accedir a material inèdit	2,3	1,1
Per poder gaudir d'un concert jo sol	1,0	2,2
Perquè el web permetia accedir a informació sobre el concert i aprofundir-hi	0,7	0,2
Per crear i compartir una selecció dels meus concerts favorits	0,3	0,1
Per interactuar amb altres espectadors a través de les xarxes socials		
Altres motius	1,6	1,1

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Tal com hem fet anteriorment, es poden distingir entre motius extrínsecs i intrínsecs. En aquesta ocasió, cal destacar especialment les oportunitats que ofereixen les xarxes: connectivitat ubíqua, informació complementària, crear i compartir arxius, etc. L'accés al web ofereix oportunitats inèdites relacionades amb la connectivitat ubíqua, amb la gratuïtat, amb l'accés a material antic o inèdit, etc. En tots els casos, excepte en el motiu que fa referència a la recepció solitària i, per tant, al plaer estètic personal, els percentatges de la població jove superen els de l'adult.

Per acabar, a la taula 46 s'analitzen els motius pels quals no es va a concerts o no s'hi va amb més freqüència. Un percentatge significatiu, molt més elevat entre la població de més de 30 anys, s'apunta al no sap/no respon (el 43% de les persones adultes i el 30% de la joventut). Dit això, cal destacar la importància que té el preu com a primer motiu inhibidor, si bé ho fa molt més entre la població jove (el 49% addueix aquest motiu) que entre la població adulta (26%).

Hi ha cinc motius en els quals els percentatges de la població de més de 30 anys superen els de la població jove. Dos d'aquests estan relacionats significativament amb la formació del gust (manca d'interès i preferir fer altres coses a l'hora del temps lliure); uns altres dos, amb les responsabilitats familiars, i el cinquè, amb les capacitats de mobilitat o la salut. En tots els altres, els percentatges de la població jove superen els de les persones de més de 30 anys i ho fan especialment en el preu (el 49% davant del 26%), en la manca de temps (el 23% davant del 19%), en la manca d'oferta i en la manca d'informació.

TAULA 46. MOTIUS PELS QUALS NO ES VA A CONCERTS O NO S'HI VA AMB MÉS FREQUÈNCIA SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Motiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Preu	49,0	26,3
Manca de temps	23,4	19,6
Manca d'interès	12,9	13,8
Manca d'oferta pròxima	9,4	7,5
Manca d'oferta	8,2	4,2
Manca d'informació	6,0	2,5
L'oferta pròxima no és del meu interès	4,1	2,5
Prefereixo fer altres coses en el meu temps lliure	4,0	5,3
L'oferta existent és de baixa qualitat	2,6	0,8
Tinc responsabilitats familiars, nens/nenes	2,4	6,9
No tinc prou coneixements	1,9	0,6
Manca d'oferta per a famílies	1,3	1,6
No tinc gent amb qui fer-les, anar-hi	1,2	1,1
Problemes de mobilitat, de salut	0,8	3,8
Ho faig per internet mitjançant descàrrega, en línia	0,6	0,3
Ho faig per internet a través de plataformes de pagament	0,1	0,1
Altres motius	0,8	1,1
Ns/Nr	29,8	43,3

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

2.2.10. Assistència a espectacles escènics

El 65% de la població no ha anat a espectacles d'arts escèniques (circ, teatre, dansa, màgia, festivals o cicles literaris) els darrers 12 mesos. En analitzar des de la perspectiva intergeneracional, s'observa que la joventut freqüenta més aquests espectacles que la població adulta, ja que el 41% hi ha assistit, mentre que entre la població adulta només ho ha fet el 33%. Les persones joves no només assisteixen en més quantitat sinó també amb més freqüència. Cal ressenyar, però, una excepció: entre els que hi han assistit més de cinc vegades els darrers 12 mesos, els percentatges són idèntics amb independència de l'edat (4%). A continuació examinarem l'assistència segons el gènere d'espectacle.

La taula 47 ofereix els resultats obtinguts en analitzar l'assistència a diferents gèneres d'espectacles segons l'edat. Amb l'excepció de tres gèneres (màgia, teatre infantil i òpera), en tots els altres predomina l'assistència de la població juvenil per sobre de l'adulta. En la màgia es dona una situació d'equilibri, però en el teatre infantil i en l'òpera les persones adultes destaquen per sobre de les joves, si bé els percentatges són reduïts en tots els casos. És a dir, som davant pràctiques molt minoritàries.

TAULA 47. GÈNERES D'ESPECTACLES D'ARTS ESCÈNIQUES ALS QUALS S'HA ASSISTIT ELS DARRERS 12 MESOS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Gènere	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Teatre	21,5	20,7
Musical	11,8	7,8
Dansa	7,8	4,2
Circ	6,8	4,8
Festival o cicle literari	6,2	2,4
Màgia	2,8	3,0
Teatre infantil	2,3	4,3
Òpera	0,1	1,3

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Les pràctiques en les quals es donen percentatges més elevats són l'assistència al teatre, ja que poc més d'un quart de la població diu que hi ha assistit els darrers 12 mesos. El 8% de la població jove diu que disposa d'algun tipus d'abonament a sales de teatre, mentre que només el té el 5% de la població de més de 30 anys. Els musicals, la dansa, el circ i els festivals tenen una empremta més clarament juvenil.

L'enquesta s'ocupa també d'indagar el visionament d'espectacles d'arts escèniques per internet. L'ús d'internet per veure espectacles d'aquest tipus presenta el 8% en el conjunt de la població, i es distribueix en el 15% entre la població jove i el 6% entre la població adulta. Quins són els motius que argüeixen per a l'ús del web?

TAULA 48. MOTIUS PELS QUALS S'HAN VIST ESPECTACLES D'ARTS ESCÈNIQUES PER INTERNET SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Motiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Perquè el lloc on es va fer era massa lluny	32,7	22,7
Perquè era gratuït	28,6	26,7
Perquè anar-hi era car	26,1	13,2
Per poder-lo veure sense sortir de casa	24,0	33,0
Perquè era un espectacle antic	21,2	21,6
Perquè no tenia temps per anar-hi	13,3	20,1
Perquè podia accedir a material inèdit	8,3	7,3
Per poder gaudir d'un espectacle jo sol	6,5	3,3
Perquè el web permetia accedir a informació sobre l'espectacle i aprofundir-hi	4,6	4,8
Per crear i compartir una selecció dels meus espectacles favorits	0,9	0
Per interactuar amb altres espectadors a través de les xarxes socials	0	0
Altres motius	7,3	4,0

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Per a les persones adultes la raó fonamental (33%) rau en la possibilitat de veure l'espectacle sense haver de sortir de casa; en canvi, per a la població jove la causa que esgrimeix un percentatge més alt (33%) és la llunyania i, en segon i tercer lloc, la gratuïtat o el cost.

Per acabar, com en un altre tipus de pràctiques, s'indaga pels factors que inhibeixen l'assistència a aquest tipus d'espectacles. Es demana a la població enquestada per què no va a espectacles o per què no ho fa amb més freqüència.

El factor que selecciona un percentatge més elevat tant de població jove com adulta és el preu. Tot i així, entre una població i l'altra es dona una diferència de 10 punts percentuals (el 60% per al jovent i el 50% per a la població adulta).

TAULA 49. MOTIUS PELS QUALS NO ASSISTEIX A ESPECTACLES D'ARTS ESCÈNIQUES O NO HO FA AMB MÉS FREQUÈNCIA ELS DARRERS 12 MESOS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Motiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Preu	60,2	50,5
Manca de temps	33,2	35,5
Manca d'interès	28,3	25,8
Prefereixo fer altres coses en el meu temps lliure	11,4	9,9
Manca d'oferta pròxima	9,8	12,9
Manca d'informació	9,8	8,1
Manca d'oferta	7,1	6,1
L'oferta pròxima no és del meu interès	3,0	4,8
Tinc responsabilitats familiars, nens/nenes	3,0	8,1
No tinc prou coneixements	2,8	1,7
No tinc gent amb qui fer-les, anar-hi	2,8	2,1
L'oferta existent és de baixa qualitat	2,1	2,7
Manca d'oferta per a famílies	1,9	3,3
Problemes de mobilitat, de salut	0,4	8,8
Ho faig per internet mitjançant descàrrega, en línia	0,3	0,3
Ho faig per internet a través de plataformes de pagament	0,3	0,4
Ns/Nr	0,3	0,7
Altres motius	1,3	2,9

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La població adulta addueix més que la jove manca de temps, problemes de mobilitat i salut, manca d'oferta propera i necessitat d'atendre la família com a motius extrínsecs que determinen no assistir-hi. Al seu torn, ofereix criteris més exigents, ja que també considera en més proporció que l'oferta pròxima no té interès i és de baixa qualitat.

2.2.11. Visita a exposicions

El 64% de la població no ha visitat exposicions els darrers 12 mesos. En analitzar la dada en perspectiva intergeneracional, observem que en aquest període ha visitat exposicions el 39% de la població jove i el 35% de la població adulta.

TAULA 50. FREQUÈNCIA DE VISITES A EXPOSICIONS ELS DARRERS 12 MESOS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Frequència	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
0	61,0	65,1
1	16,6	11,8
2	4,9	7,1
3	3,6	3,9
4	3,7	2,8
5	3,3	1,8
> de 5	6,9	7,4
Total	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

El percentatge de població jove que ha visitat una única exposició el darrer any és 5 punts percentuals superior al corresponent a la població més gran. Però entre la població que realitza més visites, els percentatges són molt similars, al voltant del 7%. És a dir, que hi ha un públic minoritari però constant en les exposicions, tant entre les persones de menys de 30 anys com entre la població més gran.

Tipus d'exposicions

L'enquesta ofereix cinc tipus d'espais expositius: museus, galeries d'art, sales d'exposicions, monuments i altres. En la taula 51 oferim els resultats obtinguts en l'anàlisi intergeneracional de les visites els darrers 12 mesos. Tant entre la població jove com entre l'adulta, els percentatges més elevats es donen en la visita a museus (el 25% i el 22% respectivament).

TAULA 51. ESPAIS EXPOSITIUS VISITATS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Espai	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Museus	25,1	21,9
Galeries d'art	9,1	8,1
Sales d'exposicions	14,4	15,5
Monuments	14,9	11,1
Altres	0,7	1,5

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Tot i que les diferències no són gaire grans, llevat de les sales d'exposicions, en museus, galeries d'art i monuments predomina la població jove.

El 31% de la població prepara les visites a exposicions. La diferència aquí no és significativa entre jovent i població adulta. Però, quins recursos s'utilitzen amb més freqüència per a això i, sobretot, quins trien d'una manera més destacada unes cohorts i altres?

TAULA 52. INSTRUMENTS QUE S'UTILITZEN PER PREPARAR LES VISITES A EXPOSICIONS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Instrument	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Web del museu...	77,5	60,4
Guia turística	23,0	20,7
Viquipèdia	16,2	10,7
Pàgines diferents del web del museu...	14,0	15,1
Catàleg físic de l'exposició	12,3	14,8
Informació en diaris, revistes	11,7	22,9
Xarxes socials	8,4	6,0
Aplicacions mòbils	3,9	0,2
Altres recursos	13,4	9,7

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

El recurs que més utilitza tant la població jove com l'adulta és el web de l'equipament que es visitarà, sigui museu, galeria d'art, sala d'exposicions, etc. De fet, el 77,5% de la població jove i el 60,4% de la població adulta s'informen per aquest mitjà. A partir d'aquest fet fonamental, apareixen diferències significatives entre un grup i un altre. Així, per a la població jove tenen molta importància les guies turístiques, Viquipèdia i un altre tipus de pàgines web, mentre que per a la població adulta el segon lloc l'ocupen els diaris i les revistes, les guies turístiques, les pàgines web i el catàleg físic de l'exposició. Hi ha referents d'autoritat diferenciats entre uns i altres, en un marc que s'està transformant a causa dels mitjans digitals.

Hi ha alguna pauta temporal en la realització d'aquestes visites? Es distribueixen de manera relativament regular al llarg de l'any o es concentren en períodes de vacances? Per a la població jove té més importància el període de vacances, en el qual, a més, poden organitzar visites autònomes amb el grup d'amics, mentre que per a la població de més de 30 anys, és més elevat el percentatge de les persones que fan visites al llarg de l'any.

D'altra banda, un percentatge més aviat reduït (5%) de la població entrevistada ha realitzat visites a museus o exposicions mitjançant el web. Entre la població de menys de 30 anys aquest percentatge arriba al 8%, mentre que entre la població més gran es redueix al 4%. A continuació, exposem els motius d'aquestes visites.

TAULA 53. MOTIUS DE L'ÚS DEL WEB PER REALITZAR VISITES A EXPOSICIONS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Motiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Perquè era gratuït	43,4	25,0
Perquè el lloc on es va fer era massa lluny	18,8	37,1
Perquè podia accedir a material inèdit	15,2	17,6
Per veure una obra d'art en detall	15,2	31,7
Perquè no tenia temps per anar-hi	7,1	14,6
Per gaudir d'exposicions en línia creades expressament	7,1	4,9
Per poder gaudir d'un museu o una galeria d'art per mi mateix	6,3	19,5
Per interactuar amb altres espectadors a través de les xarxes socials	6,2	1,5
Per crear i compartir la meva pròpia col·lecció d'obres d'art favorites	0	0,5
Altres motius	26,8	22,5

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Les motivacions també apareixen diferenciades pels grans grups d'edat amb què treballam. Per a la població jove, el preu/gratuïtat és el factor més important, mentre que per a la població més gran apareixen dos factors especialment significatius: la distància i l'aproximació detallada a l'obra. A més, els percentatges corresponents a la població adulta són superiors als de la població jove en altres aspectes com el temps, l'accés a material exclusiu o inèdit i el gaudi estètic personal. En tots aquests casos es donen diferències marcades, per la qual cosa podem al·ludir a sistemes de justificació o motivació diversos, en els quals la naturalització de l'univers digital es dona de manera destacada entre la població jove (accés a exposicions nascudes ja a la xarxa o ús de les xarxes socials, a més de la gratuïtat) i la maduració de l'exigència entre la població adulta (material inèdit, veure detalls de les obres).

D'acord amb el plantejament de l'enquesta, també en aquest cas s'inquireix pels factors que inhibeixen la participació. La taula 54 n'ofereix els resultats i, una vegada més, el preu apareix com el factor més rellevant per a totes dues poblacions (el 45% i el 38% respectivament).

En aquest cas, és interessant ressenyar que hi ha una significativa discrepància entre la població jove i l'adulta en el segon factor adduït: mentre la primera es decanta per la manca d'interès, la segona ho fa per la manca de temps. En qualsevol cas, preu, manca d'interès i manca de temps són les raons que pesen més per justificar l'absència de pràctica.

TAULA 54. MOTIUS PELS QUALS NO ES VA A EXPOSICIONS O NO S'HI VA AMB MÉS FREQUÈNCIA SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Motiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Preu	44,7	37,7
Manca d'interès	37,8	29,0
Manca de temps	33,7	37,5
Prefereixo fer altres coses en el meu temps lliure	12,5	10,5
Manca d'oferta pròxima	9,8	12,2
Manca d'informació	8,4	8,1
Manca d'oferta	4,2	5,3
L'oferta pròxima no és del meu interès	4,2	3,8
Tinc responsabilitats familiars, nens/nenes	3,5	7,6
No tinc prou coneixements	3,1	2,7
Manca d'oferta per a famílies	2,1	2,9
L'oferta existent és de baixa qualitat	1,7	1,3
Ho faig per internet mitjançant descàrrega, en línia	1,2	1,7
No tinc gent amb qui fer-les, anar-hi	0,7	1,7
Problemes de mobilitat, de salut	0,1	8,8
Altres motius	1,9	3,2
Ns/Nr	1,2	1,5

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

2.2.12. Les pràctiques lectores: llibres i biblioteques

El 40% de la població general no ha llegit cap llibre els darrers 12 mesos. En aquesta pregunta no s'inclouen els llibres que s'han de llegir per necessitats educatives o professionals. Les diferències grupals són molt rotundes: el 44% de la població de més de 30 anys no ha llegit cap llibre, mentre que entre la població jove no ho ha fet el 27%.

D'altra banda, el 82% no ha llegit llibres en format digital, percentatge que es redueix al 77% quan examinem només les pautes de la població jove.

TAULA 55. FREQUÈNCIA DE LECTURA DE LLIBRES EN PAPER O EN FORMAT DIGITAL SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Freqüència	Llibres en paper		Llibres en format digital	
	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
0	27,0	44,1	77,0	83,8
1	11,1	10,1	9,1	4,0
2	14,1	10,8	2,6	2,9
3	13,6	8,1	5,9	1,6
4	8,0	7,0	1,8	1,6
5	4,8	3,6	0,0	0,8
> de 5	21,3	16,3	3,6	5,3
Total	100	100	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Els gèneres llegits

TAULA 56. GÈNERES LLEGITS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Gènere	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Novel·la policíaca i de terror	11,5	10,7
Novel·la històrica i d'aventures	24,1	17,6
Novel·la fantàstica i de ciència	18,2	7,8
Novel·la romàntica	17,5	9,5
Novel·la d'humor	5,4	3,8
Altres novel·les	14,8	16,8
Assaig	3,7	4,8
Poesia	3,2	2,3
Teatre	3,4	1,3
Contes	2,4	2,7
Divulgatiu	8,2	7,6
Autoajuda	2,9	3,0
Manuale tècnics i professionals	8,2	4,2
Infantil i juvenil	2,1	0,9
Còmics	4,5	1,2
Biografies i memòries	8,0	10,1
Religió	2,2	2,3
Altres	6,2	4,4
No recorda	0,1	0,1

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Atesa l'heterogeneïtat de llibres que es publiquen, és interessant conèixer els gèneres preferits per grups d'edat. El gènere preferit per la població jove i per l'adult és la novel·la històrica i d'aventures, però amb 7 punts percentuals de diferència a favor de la població jove (24%), que destaca en tots els tipus de novel·la especificats.

Hi ha també un contrast significatiu en la lectura de manuals tècnics i professionals i en la de còmics. La població adulta només sobresurt en llibres d'assaig i de biografies i memòries.

L'enquesta del 2013 demana la forma d'adquisició o d'accés a l'últim llibre llegit.

TAULA 57. PROCEDÈNCIA DE L'ÚLTIM LLIBRE LLEGIT SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Procedència	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Hipermercat	1,4	0,9
Fnac	3,5	1,3
El Corte Inglés	0,6	0,4
Abacus	2,1	0,9
Llibreria	17,3	17,2
Quiosc	0,2	0,2
Regalat	13,6	12,6
Biblioteca	8,7	5,7
Prestat	11,8	9,2
Compra per internet	1,9	1,4
Internet, sense pagament	4,0	2,9
Compra a domicili	0,8	1,4
Venda ambulat	0,2	0,6
Inclòs en un diari o revista	0	0
Altres	1,3	1,8

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Els percentatges més elevats es donen en l'adquisició en llibreries. Entre la població jove destaca l'accés mitjançant regals o préstec. El 4% se'ls descarrega d'internet gratuïtament.

Pel que fa a la visita a biblioteques, el 71% de la població no ha visitat mai la biblioteca els darrers 12 mesos; el percentatge entre la població adulta és del 77% i entre la població jove, del 56%. Així, doncs, el 44% de les persones de menys de 30 anys visita la biblioteca amb certa freqüència, i aquesta activitat és essencialment juvenil i predominant entre les persones joves en qualsevol tipus de freqüència: el 19% la visita com a mínim amb una freqüència setmanal, i el motiu principal és per raó d'estudis.

TAULA 58. MOTIUS DE LA VISITA A LA BIBLIOTECA SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Motiu	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Oci	33,6	68,6
Estudis	64,2	13,2
Treball	8,5	10,0
Altres	10,5	19,8

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Hi ha un contrast de motius entre generacions que mostra la diferent funció que compleix la biblioteca segons l'etapa del cicle vital: mentre la majoria de persones que visiten la biblioteca ho fa per raó d'oci/entreteniment, per a la majoria de les persones de menys de 30 anys la visita a la biblioteca està relacionada essencialment amb el fet de ser estudiant. Tot i així, el 34% de la població jove la visita també per oci. Quines tasques es duen a terme a la biblioteca? En quina mesura han deixat de ser un contenidor de llibres?

TAULA 59. TASQUES QUE S'HAN REALITZAT A LA BIBLIOTECA SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Tasca	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Consultar llibres	53,8	34,5
Cercar informació	47,3	27,5
Estudiar	42,1	4,0
Demandar material en préstec	29,5	45,9
Utilitzar internet	18,4	6,1
Llegir la premsa	9,4	9,6
Consultar revistes	9,1	10,9
Acompanyar altres persones	6,0	21,5
Participar en una activitat organitzada	0,6	4,4
Altres tasques	2,5	4,1

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

L'anàlisi de les tasques que es realitzen a les biblioteques mostra també que hi ha disparitat d'usos entre cohorts joves i adultes. Així, per a la població de menys de 30 anys en destaquen tres usos que estan estretament interrelacionats: consultar de llibres, cercar informació i estudiar. Per contra, per a la població de més de 30 anys el primer ús és demandar material en préstec i, tot i que a distància, consultar llibres i cercar informació.

Encara hi ha tres usos més en els quals apareix la diversitat: els percentatges corresponents a persones de més de 30 anys destaquen a acompanyar altres persones i realitzar una activitat programada per la biblioteca, mentre que el jovent ho fa en l'ús d'internet. Així

doncs, els usos de la biblioteca mostren necessitats i pràctiques diverses en aquest equipament cultural distribuït territorialment.

2.2.13. La pertinença associativa

L'enquesta d'hàbits i pràctiques culturals interroga també les persones entrevistades sobre la seva participació en associacions i especialment en associacions culturals. Aquest aspecte no sempre es considera en les enquestes de participació cultural, però és molt interessant: les persones que participen en associacions constitueixen una minoria qualificada i desenvolupen una forma especialment activa de participació. D'altra banda, en el si de l'associacionisme voluntari, el cultural és un dels més dinàmics i amb capacitat de crear tendències i moviments en la societat.

L'any 2001, el percentatge de persones joves associades és del 31% i el 2006, del 32,4%. D'altra banda, com que la formulació de la pregunta varia en les enquestes del 2013 i el 2014, els resultats que s'obtenen són molt diferents i molt reduïts. Per contra, en el balanç de resultats del 2015 s'afirma que la dada per al conjunt de la població és del 35%, la qual cosa mostra consistència amb les del principi de segle.

El percentatge de persones afiliades entre la població jove sempre sol ser lleugerament inferior al de la població en general i, en conseqüència, al de la població de més de 30 anys. Així, el 2006 el percentatge de població associada entre la joventut és del 32% i entre les persones de més de 30 anys, del 38%. També el 2014 el percentatge de persones adultes associades és del 18,6%.

Una segona pregunta indaga sobre el tipus d'associació o, de manera més precisa, sobre l'àmbit d'actuació cultural en el qual s'inscriu l'associació a la qual pertany. L'enquesta en distingeix 16 tipus, entre els quals s'inclouen també partits polítics i sindicats. Vegem-ne els resultats obtinguts.

Àmbits associatius

Tot i que la llista d'àmbits associatius és àmplia, encara apareix un percentatge elevat en la categoria d'altres, fet que fa pensar en l'heterogeneïtat d'activitats que s'inclouen en el que s'entén per associacionisme cultural. En concret, el 28% de les persones joves i el 21% de les de més de 30 anys diuen que estan afiliats a altres tipus associatius de caràcter cultural no recollits en la llista del qüestionari.

Un cop dit això, en analitzar en perspectiva intergeneracional, trobem tant convergències com divergències. L'àmbit en el qual participa un percentatge més elevat en les dues categories d'edat és el de les associacions de cultura (38%). També es dona una gran similitud de percentatges en les associacions de cultura popular i tradicional. Som davant dos tipus ben difosos i que tenen un caràcter transversal des de la perspectiva de l'edat.

A partir d'aquí sorgeixen diferències significatives que tenen a veure fonamentalment amb la pertinença a tipus associatius vinculats a les etapes del cicle vital (associacions de joventut i esplais, AMPA i associacions o casals d'avis).

TAULA 60. PERTINENÇA A ASSOCIACIONS SEGONS EL TIPUS D'ASSOCIACIÓ, PER GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013 I 2014. PERCENTATGE

Tipus d'associació	2013		2014	
	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Associació de cultura	29,1	29,8	38,7	38,5
Associació de joventut i esplais	19,6	1,9	20,6	2,3
Associació de cultura popular i tradicional	19,1	21,4	20,2	23,5
Club de consum cultural	6,3	5,3	9,8	7,7
Solidaritat 3r i 4t món	7,6	2,9	5,4	5,9
Sindicat	2,5	2,4	4,4	3,9
AMPA	1,9	9,1	3,9	6,8
Associació ecologista	1,3	1,6	3,9	2,1
Partit polític	1,9	1,5	2,5	3,8
Associació religiosa	2,5	3,7	2,0	4,1
Associació regional	3,1	1,8	2,0	4,6
Club de fans	0,0	0,0	2,0	0,0
Centre excursionista	8,2	5,2	1,5	3,5
Entitat pacifista	0,6	0,5	0	0
Associació o casal d'avis	0,6	15,9	0	10,0
Altres	20,3	21,0	28,4	21,5

Font: Enquesta de participació cultural 2013 i 2014 (Departament de Cultura).

Els tipus associatius que es defineixen per una orientació ideològica (partits, sindicats, religiosos, ecologistes) es poden diferenciar entre organitzacions d'autoritat, tradicionals i organitzacions més horitzontals vinculades a nous moviments socials. En les primeres predomina la població adulta i en les segones, la població més jove.

En darrer lloc es poden contraposar també les associacions regionals (amb perfil més adult) i els clubs de fans (amb empremta més juvenil).

2.3. DIMENSIONS DE LES PRÀCTIQUES

En aquest apartat final del capítol ens ocupem de diverses dimensions rellevants de les pràctiques culturals: la dimensió econòmica, relacional, territorial i lingüística. Les enquestes permeten una aproximació que pot ser útil per comprendre la distribució social de les pràctiques i per dissenyar les polítiques culturals més idònies per a cada grup d'edat.

2.3.1. Economia de les pràctiques

En parlar aquí de l'economia de les pràctiques ens estem referint a un aspecte restringit: el conjunt de mitjans i d'actituds que es posa en joc per accedir als consums culturals o per a la participació cultural. En aquest sentit, les dades de les enquestes ens permeten aproximar a l'adquisició de béns i serveis a les llars (dotació d'equips i dispositius, subscripcions i abonaments...) i a les formes d'accés a espectacles diversos, museus, etc. La conclusió òbvia és que les llars han fet un gran esforç, fins i tot en el context de la crisi, per dotar-se dels dispositius i serveis necessaris per accedir als continguts digitals i l'han fet especialment a les llars en les quals viuen persones joves.

La revolució audiovisual, primer, i digital, després, han modificat substancialment l'economia de les pràctiques, ja que han permès un desplaçament de consums des d'equipaments especialitzats (sales de cinema, de concerts...) a la llar o de forma ubiqua i personalitzada. D'altra banda, la facilitat d'accés als béns digitals ha creat el que es pot anomenar una *visió de la gratuïtat* que no es produeix en altres camps de la vida econòmica.

Certament, la gratuïtat o la reducció de tarifes (cost per entrada) pot estar relacionada en determinats casos, com els museus, espectacles, etc., amb una política pública, però en general és el resultat de les oportunitats de descàrrega que ofereix l'univers digital.

Què ens diuen les dades de les enquestes més recents? Quan en l'enquesta del 2014 es demana pels motius que afavoreixen el consum d'un producte cultural, entre la població jove la gratuïtat obté un percentatge d'adhesions del 45% (en la població adulta és del 38%). Es tracta d'un dels motius més destacats. Però, a més, quan a continuació es pregunta pels factors que dificulten la participació en les activitats culturals, el preu sorgeix amb una acceptació majoritària (el 75% entre la població jove i el 58% entre l'adulta).

També hem constatat que la crisi ha afectat de manera més greu el consum de la població jove, especialment quan no té el suport familiar, pel fet de trobar-se en procés d'emancipació.

La pràctica de la subscripció (a diaris o revistes, per exemple) o l'abonament al teatre i a les arts escèniques en general està poc estesa: el 10% de persones subscrietes a diaris en la població entrevistada; el 8% a revistes; el 17% amb abonament a televisió de pagament (4 punts percentuals a favor de les persones més joves: el 20% davant del 16%); el 2,3% en videojocs de pagament a internet (el 24% de les persones joves i el 7% de les persones adultes els utilitzen gratuïtament); el 4% paga per llegir diaris o revistes (mentre que el 41% ho fa gratuïtament); el 2,5% descarrega música pagant (mentre el 39% de la població jove i l'11% de l'adulta ho fan gratuïtament); el 4% escolta música en línia pagant, mentre el 46,4% de les persones joves i el 20% de les persones adultes ho fan gratuïtament; el 3% paga per veure pel·lícules, mentre que el 43% i el 15% respectivament ho fa gratuïtament, i el mateix es pot dir de la descàrrega de llibres, de sèries o de programari. Pel que fa al teatre, només el 2% té abonament.

D'altra banda, el 95% de la població tant jove com adulta afirma que l'última pel·lícula, sèrie o documental que ha vist no ha estat en sales sinó gratuïtament. De la mateixa manera, quan es parla de l'escolta de música per diferents mitjans, el 92% diu que ho ha fet sense pagar (el 96% de la població jove i el 91% de l'adulta). En el cas dels videojocs, el 71,5% de la població no ha pagat. Aquí és lleugerament superior el percentatge de les persones de més de 30 anys que no paga (el 30% de la població jove paga i només ho fa el 25% entre la població adulta).

El 65% de la població jove està d'acord que, en el context actual, accedeix a més continguts en línia gratuïts (entre la població adulta només es posiciona així el 28%). D'altra banda, quan el 2014 es pregunta per les fórmules per incentivar la participació cultural, la primera i clarament més destacada és la baixada del preu: el 88% de les persones joves i el 77% de l'adulta pensa així. En segon lloc el fet que sigui gratuït, amb el 85% d'acord entre la població jove i el 74% entre l'adulta.

Per tant, l'univers digital pertany al territori de la gratuïtat. Representa un canvi de model de producció i reproducció, un canvi, en definitiva, d'economia. Davant l'exploració de les pràctiques que permeten els nous mitjans i que protagonitzen especialment les cohorts més joves, la *vella economia gutenberiana* respon titllant de pirateria les descàrregues gratuïtes i la dinàmica juvenil de compartir.

Però, què passa quan parlem de pràctiques que es realitzen en equipaments fora de la llar, molts dels quals són de propietat privada?

Quan parlem d'assistència al cinema, només l'1,3% hi ha anat gratuïtament i el 4,5% ha gaudit de descomptes. En el cas de l'assistència a concerts, el 49% de la població jove i el 43% de l'adulta diu que ha disposat d'entrades gratuïtes. En les arts escèniques, el 23% de la població jove i el 20% de l'adulta ha obtingut entrades gratuïtes. A això cal afegir que el 5% de les persones joves i el 3% de les persones grans han aconseguit descomptes.

En la visita a exposicions i museus, el 54% hi ha accedit gratuïtament, i el percentatge de les persones grans que no han de pagar és 5 punts percentuals superior.

En el cas dels llibres és important el regal (14%), el préstec institucional (9%) i el personal (12%). El 4% de les persones joves descarrega els llibres gratuïtament d'internet.

Una anàlisi més sistemàtica hauria de diferenciar diversos àmbits en relació amb l'economia de les pràctiques: el mercat cultural, tal com funciona en sales de cinema o en concerts de música actual, amb descomptes per a població jove i per a persones d'edat avançada, amb abonaments i altres estratègies de fidelització. L'univers digital, un univers de mercat, però en el qual els públics de facto desenvolupen habilitats per *imposar* una nova economia de la gratuïtat, a partir de la transformació de les lògiques de producció, distribució i reproducció dels béns digitals. El sector públic cultural que ofereix tant accessos gratuïts com preus *polítics* —no sempre sustentats en una política de democratització sinó de protecció a determinats sectors d'acord amb una visió legitimista de la cultura. I el tercer sector de l'associacionisme, basat en el treball voluntari.

2.3.2. Modalitat de pràctica: dimensió relacional

Sovint tendim a pensar en les pràctiques culturals com a activitats individuals. La realitat és que la majoria tenen sempre una dimensió relacional i, en certs casos, són, a més, indicadors de sentit de pertinença o de posició social. Per tant, la modalitat de la pràctica, individual o amb acompanyament, és molt important.

Quan es demana pels factors que inhibeixen la realització d'activitats culturals, en la llista se n'inclouen diversos que fan referència a aquesta dimensió relacional: no tenir amb qui anar-hi, tenir responsabilitats familiars o la manca d'oferta per a famílies. De la mateixa manera, també quan s'estudien les pràctiques que comporten el desplaçament fora de la llar es

demana amb qui s'ha realitzat la pràctica, de manera que es reconeix la dimensió relacional. Per acabar, cal afegir que la revolució més recent en les pràctiques digitals té a veure amb les tecnologies wiki, que permeten la cooperació, la participació en xarxes socials i el desenvolupament de noves formes d'organització.

Els percentatges de població que addueixen com a factors de la seva escassa participació cultural els relacionals ja esmentats són molt reduïts: el 6% de la població jove diu que no realitza l'activitat perquè no té amb qui anar (el 4% de la població adulta) i el 4% perquè té responsabilitats familiars o per manca d'oferta per a famílies (en aquest cas, els percentatges més elevats es donen entre la població adulta, amb l'11% i el 5% respectivament).

Ara bé, quan es demana per quines persones han influït a l'hora de despertar l'interès per la cultura i per l'art, trobem una situació més complexa. Els percentatges més elevats en relació amb la mitjana es donen en l'opció autoreferent, jo mateix, i és més elevada entre la població adulta (el 75% davant del 67%).

TAULA 61. PERSONES/CIRCUMSTÀNCIES QUE HAN DESPERTAT L'INTERÈS PER LA CULTURA I PER L'ART SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Persona/circumstància	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Jo mateix	67,2	74,9
La meva parella	7,5	19,1
El meu pare	37,2	23,2
La meva mare	40,9	21,5
Els meus avis	6,4	3,2
Un altre familiar	8,7	10,2
Els amics	27,3	16,9
Companys de feina	3,2	3,7
L'escola	31,2	15,0
La universitat	12,0	5,4
El lloc de treball	2,6	2,6
Una experiència cultural	5,5	3,9
Espais de cultura	1,9	3,3
Altres	2,3	2,8

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Veiem després la importància dels progenitors i, especialment, de la mare, entre la població jove (el 41% davant del 21,5% de la població adulta). A continuació, apareix l'escola (31%) i, en quart lloc, els amics (27%). És a dir, que després dels contextos centrals de la socialització primària (família i escola) trobem la socialització entre iguals.

Quan s'analitzen les formes de socialitat posades en joc en les pràctiques fora de casa, observem també diferències significatives entre els grans grups d'edat. Per a les cohorts joves resulta especialment important la possibilitat de realitzar la sociabilitat amical. Així, quan es

pregunten els motius per consumir un producte cultural el 2013 destaca el fet de poder-hi anar amb amics (el 30% de les persones joves i el 12% de les adultes).

És especialment interessant l'anàlisi de les modalitats de pràctica. Disposem de dades per a l'assistència al cinema, a concerts, exposicions i arts escèniques. En totes es produeix una mateixa pauta: les persones joves prefereixen realitzar les pràctiques amb amics i, en segon lloc, amb la parella. La solitud només destaca una mica quan parlem de l'assistència a exposicions.

TAULA 62. PERSONES AMB LES QUALS VA A ESPECTACLES LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS, SEGONS EL TIPUS D'ESPECTACLE. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Persona amb qui va	Tipus d'espectacle			
	Cinema	Concerts	Exposicions	Escèniques
Sol	0,9	1,1	9,5	1,6
En parella	32,6	16,4	25,8	24,9
Amb amics	62,1	80,6	58,6	61,1
Amb fills	1,8	0,3	2,7	6,2
Ns/Nr	2,6	1,5	3,4	6,2
Total	100	100	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Els concerts musicals són la pràctica on més destaca la socialitat amical, d'acord, d'altra banda, amb el paper que té la música com a creadora d'identitat grupal; al cinema, un terç ho fa en parella.

Per contra, les persones adultes prefereixen estar amb la parella. Destaca també l'assistència amb fills o en solitari. Hi ha aquí, doncs, dues pautes ben diferenciades.

2.3.3. Dimensió territorial: la mobilitat

Un altre aspecte que explora el qüestionari està destinat a captar la distribució desigual dels equipaments, els béns i els serveis pel territori. Considera la funció de centralitat cultural de Barcelona i les capitals de província i demana pels desplaçaments realitzats a aquests centres per dur a terme diferents activitats que només s'ofereixen en aquests punts. El bloc comença amb una primera pregunta amb la qual s'indaga sobre el lloc de residència. Si la persona entrevistada resideix a la ciutat de Barcelona queda exclosa d'aquesta part del qüestionari.

En l'era del consum i el turisme cultural també es produeixen nombrosos desplaçaments en sentit invers, de la ciutat a les poblacions perifèriques, per assistir a festes i esdeveniments culturals. D'altra banda, hi ha les persones pendulars, les que treballen a la ciutat però es desplacen a l'hàbitat rural o segona residència d'oci el cap de setmana. L'enquesta no ha tingut en compte aquesta bidireccionalitat de moviments.

En la taula següent es mostren els resultats corresponents a les persones que els darrers sis mesos no s'han desplaçat a Barcelona o a una altra capital de província per realitzar algunes de les activitats que es proposen (visitar museus, anar al cinema, assistir a jornades o conferències...). En general, la immensa majoria de la població no realitza aquest tipus de desplaçaments.

TAULA 63. PERSONES QUE NO HAN REALITZAT DESPLAÇAMENTS A BARCELONA O A UNA ALTRA CAPITAL DE PROVÍNCIA ELS DARRERS 6 MESOS SEGONS EL GÈNERE CULTURAL, PER GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Gènere	A Barcelona		A una altra capital de província	
	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys
Museu o exposició	87,3	84,4	86,2	82,9
Teatre	86,0	84,6	85,3	88,1
Dansa	95,5	95,9	92,6	93,8
Concert o festival	75,0	88,4	71,2	85,6
Òpera	96,4	96,3	94,1	95,9
Biblioteca	93,2	95,9	86,2	92,0
Cinema	80,8	89,3	60,3	81,9
Festa popular	71,7	86,6	56,0	71,5
Conferència, debat	90,3	91,0	83,5	89,2

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Quan observem els desplaçaments a Barcelona, els percentatges de persones joves que es desplacen a la ciutat són clarament més elevats en concerts, cinema i festes populars. Les persones grans ho fan més en visites a museus i assistència al teatre, però realment les diferències més significatives es troben en els concerts i les festes populars.

De la mateixa manera, també són reduïts els percentatges de persones que es desplacen a les capitals de província per raons culturals, si bé la mobilitat juvenil és més gran en tots els tipus de serveis culturals considerats amb l'excepció de la visita a museus.

Es pot dir que hi ha una mobilitat juvenil molt més elevada que la de les persones adultes.

2.3.4. Dimensió lingüística

La dimensió lingüística de la cultura i les competències lingüístiques dels subjectes constitueixen un aspecte fonamental de les pràctiques culturals. En el nostre cas i context encara té més rellevància. En primer lloc, indaguem les pràctiques i competències lingüístiques. A continuació, observem en quina llengua es realitzen les pràctiques culturals principals.

D'acord amb les dades de l'enquesta del 2014, la llengua habitual de la persona entrevistada es distribueix tal com veiem en la taula 64. Les dades són molt similars a les que es van obtenir el 2013 en preguntar per la llengua de la persona que ocupa la posició de sustentadora principal de la llar.

TAULA 64. LLENGUA PARLADA HABITUALMENT SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2014. PERCENTATGE

Llengua	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	Total
Català	32,8	41,3	39,4
Castellà	57,9	53,2	54,2
Anglès	0,8	0,4	0,5
Àrab	2,3	1,7	1,8
Altres	6,2	3,6	4,0
Total	100	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

La llengua majoritària és el castellà, especialment entre la població jove (el 58% davant del 53%). Al voltant d'un terç de la població jove té com a llengua habitual el català, mentre que entre la població adulta arriba al 41%. Les altres llengües tenen un pes molt reduït, si bé cal destacar el 2,3% de la població jove que parla àrab com a llengua habitual.

Quan en l'enquesta del 2013 es va demanar a la persona entrevistada per la llengua en què preferia fer l'enquesta, el 40% de la població jove la va preferir fer en català, i el 60% en castellà. En aquesta mateixa enquesta, es pregunta per la llengua d'identitat. Els resultats s'ofereixen en la taula 65.

TAULA 65. LLENGUA D'IDENTITAT SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Llengua	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	Total
Català	36,5	38,4	38,0
Castellà	52,4	55,0	54,4
Àrab	2,8	2,4	2,5
Altres	8,3	4,1	5,0
Total	100	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La llengua d'identitat majoritària és el castellà, tot i que ara el percentatge que ofereix la població jove és més reduït que el de l'adulta i més reduït del que hem vist en la taula anterior referit a la llengua habitual. Cal imaginar, doncs, un lleuger desplaçament cap al català com a llengua d'identitat.

Ara analitzarem les competències lingüístiques. El 94% de la població jove i el 90% de l'adulta diuen que entenen el català, percentatges que s'elevan al 100% quan es tracta del castellà. El 49% de la població jove i el 18% de l'adulta entenen l'anglès, i l'àrab el 5% i el 3% respectivament.

El 87% de les persones de menys de 30 anys i el 74% de la població més gran diuen que parlen català. D'altra banda, el 84% de la població jove i el 56% de l'adulta escriuen el català.

Per explorar l'evolució del català escrit els darrers cinc anys es pregunta per dos tipus de textos: estudis/professionals i privats. En tots dos casos la població de més de 30 anys indica que hi ha estabilitat, mentre que entre la població de menys de 30 anys s'assenyala un increment de l'ús del català en aquest període. Hi ha, doncs, un progrés de les competències lingüístiques i, sobretot, de l'ús del català escrit entre la població jove (vegeu taula 66).

TAULA 66. ÚS PERSONAL DEL CATALÀ ESCRIT EN RELACIÓ AMB EL QUE SUCCEÏA FA CINQ ANYS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Ús	Estudis o activitats professionals	Textos personals privats
Molt inferior	1,7	1,5
Inferior	12,7	8,3
Igual	56,7	67,0
Superior	24,3	20,5
Molt superior	3,1	2,5
Ns/Nr	1,5	0,3
Total	100	100

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Aquest ús més gran es dóna més en l'àmbit professional (el 27% d'increment) que en l'àmbit privat (23%).

En aquesta mateixa línia d'exploració d'usos, també és interessant l'ús del català en les relacions amb els amics: també entre els joves es dóna un ús més elevat (63%) que entre la població adulta (56%).

Per acabar, examinem les llengües en què s'han realitzat algunes de les principals pràctiques estudiades en l'enquesta. Vegem en primer lloc l'ús en els mitjans de comunicació. El qüestionari demana per la llengua en què s'ha realitzat la pràctica referida i distingeix quatre opcions: en castellà, en català, en les dues llengües o en altres llengües. Els resultats obtinguts s'ofereixen en la taula 67.

En termes generals, es pot afirmar que hi ha una prevalença del castellà, si bé en l'escolta de la ràdio hi ha un lleuger predomini del català. D'altra banda, hi ha diferències generacionals significatives. Quan centrem la nostra mirada en l'ús exclusiu del català, observem que hi ha un lleuger predomini de la població adulta en la lectura de diaris i en el visionament de televisió, mentre que en la lectura de revistes i en l'escolta de la ràdio en català predomina la població jove.

Si observem l'ús exclusiu del castellà, en els quatre mitjans predomina la població jove, així que hi ha un predomini especialment alt en el visionament de la televisió (del 64% davant del 45%) i, amb molt poques diferències, en la lectura de revistes.

TAULA 67. CONSUM CULTURAL SEGONS LA LLENGUA UTILITZADA DEPENDENT DE L'ACTIVITAT, PER GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	Català		Castellà		Totes dues		Altres	
	De 14 a 30 anys	30 anys i més	De 14 a 30 anys	30 anys i més	De 14 a 30 anys	30 anys i més	De 14 a 30 anys	30 anys i més
Llegir diaris	40,2	42,5	50,6	42,1	10,9	18,7	4,1	1,4
Llegir revistes	21,4	18,3	57,6	56,4	23,1	27,0	6,1	3,3
Escoltar la ràdio	43,6	41,7	42,5	38,1	13,9	23,4	3,7	1,0
Veure la televisió	13,1	22,9	63,6	45,3	25,5	35,7	2,7	2,6

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En l'ús indiferent de les dues llengües predomina la població adulta, amb diferències que són significatives en tots els casos, però especialment en l'escolta de la ràdio i en el visionament de la televisió.

Per acabar, en l'ús d'altres llengües els percentatges d'ús són reduïts i només en la lectura de revistes superen el 5%. Hi ha un predomini clar de la població jove.

En la taula 68, atès l'impacte de la globalització en els camps relacionats amb les pràctiques que s'hi presenten, s'ofereixen a més les dades d'ús de l'anglès. Les dades de la situació actual de penetració dels diferents idiomes en l'oferta cultural de mercat són prou il·lustratives.

TAULA 68. LLENGUA EMPRADA SEGONS L'ACTIVITAT CULTURAL PER GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	Català		Castellà		Anglès	
	De 14 a 30 anys	30 anys i més	De 14 a 30 anys	30 anys i més	De 14 a 30 anys	30 anys i més
Internet	37,3	37,7	92,4	86,6	24,8	11,1
Pel·lícules	9,5	19,2	74,1	75,1	14,2	3,5
Última pel·lícula	2,4	2,1	53,9	28,5	2,2	1,5
Música	6,2	13,4	40,1	39,4	42,9	23,1
Videojocs	0,4	0,4	34,6	12,2	16,1	1,8
Concerts	16,4	10,0	24,3	13,3	12,1	5,7
Espectacles	21,8	17,3	18,6	14,2	1,0	0,9
Exposicions	17,6	19,3	17,5	13,3	7,3	2,7

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En totes les pràctiques de mercat, que van des de l'ús d'internet, passant pel cinema i per la música, fins als videojocs i els concerts, predomina la llengua castellana, excepte en l'escolta de música, on predomina l'anglès. Aquesta llengua també té una penetració significativa a internet, en les pel·lícules i els videojocs.

Només hi ha dues pràctiques (que, en part, tenen una oferta pública important), que són els espectacles i les exposicions, en les quals els percentatges de població jove són més elevats en català, però amb diferències respecte del castellà molt poc significatives.

2.4. CONCLUSIONS DEL CAPÍTOL

Després d'aquest ampli recorregut descriptiu, que, tot i així, no ha pretès esgotar les possibilitats de les enquestes del 2013 i el 2014, sembla oportú extreure'n algunes conclusions:

1. En el marc d'un consens relativament ampli sobre la concepció de la cultura i la seva dinàmica i una estructura de pràctiques força similar, l'anàlisi realitzada permet assenyalar l'existència de diferències significatives entre la població jove i l'adult, que poden ser degudes a tres efectes: cicle vital, cohort o període històric. Totes les persones entrevistades estan vivint en el mateix moment i, per tant, estan afectades per les conseqüències de la crisi econòmica i del procés de digitalització, ara bé, aquests dos fenòmens històrics tenen incidències molt diferents segons la cohort de pertinença i l'etapa del cicle vital.
2. Hi ha quatre conceptes principals de *cultura*: com a coneixement adquirit, com a identitat i manera de vida d'un poble, com a socialització o educació i com a àmbit de la creativitat i l'art. La població jove es debat entre una concepció tradicional i legitimista, d'una banda, i una ampliació del repertori cultural amb noves experiències (ecològiques, gastronòmiques i patrimonials), de l'altra.
3. Hi ha consens sobre la importància de la cultura (més del 90% ho consideren així), però la intensitat de la seva rellevància destaca pel fet que té un percentatge més elevat de persones adultes (el 63% davant del 51% de la població jove).
4. Aquesta dinàmica de consensos i divergències es capta bé en analitzar les preferències culturals de les persones joves i de les adultes. Així, considerem que hi ha nou pràctiques transversals: veure la televisió, escoltar la ràdio, llegir llibres, anar al teatre, visitar museus, visitar exposicions, anar a un musical i anar a espectacles de dansa i de circ. Mentre que n'hi ha vuit que són destacadament juvenils. D'una banda, connectar-se a internet, escoltar música en línia o veure pel·lícules en línia, descarregar-se pel·lícules, cançons, etc. i jugar a videojocs, que, sens dubte, estan marcades avui per l'efecte cohort. De l'altra, anar al cinema i a concerts de música actual, visitar biblioteques i llegir revistes, que depenen clarament de l'efecte cicle vital.
5. En tractar de les motivacions que governen la participació cultural, entre la gent gran destaquen les relacionades amb la reproducció familiar i, per tant, amb una etapa del cicle vital (poder-hi anar la família, amb els nens, i despertar l'interès per la cultura entre els meus fills). També manifesten una exigència més elevada en la qualitat del producte, mentre que entre la població jove destaca l'experimentació i l'aprenentatge, així com l'accés mitjançant internet, amb un èmfasi més gran en els processos d'autorealització i emancipació.

6. Com hem comentat, un fet històric significatiu del període estudiat és la gran recessió, la crisi econòmica i les dificultats consegüents per a la participació cultural. En aquest sentit, la població jove, especialment la que està en procés d'emancipació, es troba més afectada que l'adult, i per això també assenyalava el preu com el factor principal que inhibeix la participació i la gratuïtat o reduccions del cost com a facilitadors.
7. L'altre gran procés històric del període és la consolidació de la societat digital. En aquest sentit, la població jove és la capdavantera d'una nova economia de la gratuïtat en la cultura i la que desenvolupa d'una manera més àmplia i intensa totes les potencialitats de les noves tecnologies, que ja no es poden considerar tecnologia de la informació i de la comunicació, sinó també de l'organització.
8. La importància de la digitalització és patent quan s'estudien els equipaments de les llars, on, amb l'excepció de la televisió i del vídeo, en tots els altres casos, es dona un percentatge més elevat d'equipaments entre la població jove. Així succeeix especialment en tots els dispositius portàtils, en la connexió a internet, en les consoles de joc i en els dispositius que amplien l'ús de la televisió i els seus serveis. Per tant, tot i que hi ha una tendència cap a la universalització de les tecnologies digitals, la penetració està clarament diferenciada.
9. La població jove viu la societat digital en clau de comunicació mòbil i ubíqua mitjançant els nous dispositius intel·ligents i portàtils. Per això, s'està produint una intensa personalització de la participació cultural (no cal parlar només de consum, sinó també de creació i cocreació) i una individualització que desplaça l'espai de connexió al lloc on es troben les persones. La llar comença a veure'n desplaçada la centralitat a l'individu mateix.
10. En aquest marc, tot i que continua operant una visió legitimista de la cultura que troba el seu nucli de consens al voltant de la música clàssica i la visita a museus, apareix una concepció i sobretot una pràctica molt més oberta, variada i dessacralitzada, on la funció d'entreteniment adquireix una rellevància especial.
11. Pel que fa als mitjans audiovisuals, amb l'excepció de la lectura de revistes, on destaca clarament la població jove, en els altres tres casos es dona un predomini de la població adulta. La diferència més voluminosa es produeix en la lectura de diaris, que és de 12 punts percentuals: el 30,5% de la població jove ha llegit diaris el dia anterior a l'entrevista, mentre que ho ha fet el 42,7% de la població adulta.
12. El cinema i les sèries, la música, els videojocs, la informàtica i l'ús d'internet, els esports, sigui quin sigui el mitjà a través del qual s'hi accedeix, tenen sempre un caràcter juvenil.
13. Les diferències no es produeixen només en les practiques, sinó sobretot en els gèneres de cada pràctica. Així, no només l'assistència a sales de cinema és predominantment juvenil, sinó que alguns gèneres, com el cinema de terror, amb prou feines interessa les persones adultes, mentre que fascina la població jove.
14. En el cas de la música, que és una pràctica molt estesa, universal, les diferències en els gèneres són extraordinàriament significatives. Certament, la música pop-rock és la més escoltada pels dos grups d'edat, però en més percentatge per la població jove. Ara bé, les diferències es produeixen quan parlem de les músiques clàssiques (simfònica, òpera o de cambra). En aquest cas és una pràctica minoritària i es produeix una situació de gran interès analític i polític. Són músiques que el

- conjunt de la població accepta com a pràctiques d'identitat amb la cultura legítima, però la població jove les escolta i assisteix a concerts d'aquest tipus molt menys que la població adulta. Per contra, la població jove assisteix a concerts en més quantitat i amb més freqüència, però són de músiques *actuals*.
15. En superposar les dades sobre l'escolta de música i l'assistència a concerts s'obtenen els resultats següents:
 - La música preferida per tots i en tots els formats és la música pop-rock.
 - La majoria de gèneres musicals recollits en l'enquesta tenen un perfil juvenil, tant si és escolta com si és assistència a concerts en directe.
 - El distanciament entre generacions es produeix en tres gèneres: música electrònica, hip-hop i hard-heavy.
 - Hi ha un nucli de pràctiques (músiques clàssiques) que és clarament adult, tot i que és minoritari tant quan parlem d'escolta com d'assistència a concerts. Les diferències més notòries s'estableixen entorn de la música simfònica i l'òpera.
 - El segon gènere preferit per les persones adultes en l'escolta, però no en els concerts, és la música melòdica i de cantautor.
 - La música infantil és més escoltada per la població adulta.
 16. En l'assistència a espectacles i en la visita a exposicions i monuments els percentatges entre població adulta i jove solen estar més equilibrats i les diferències són més petites. Per exemple, en el cas del teatre, els percentatges són del 21,5% per a la població jove i del 20,7% per a l'adulta; en museus, del 25% per a la població jove i del 22% per a la població adulta, i en exposicions, del 14,4% i del 15,5% respectivament.
 17. La lectura té un caràcter juvenil i també la freqüència o la intensitat de lectura, de manera que el 21% de la població jove ha llegit més de cinc llibres els darrers 12 mesos, mentre que només ho ha fet el 16% de la població adulta.
 18. El percentatge de persones afiliades entre la població jove sol ser lleugerament inferior al de la població en general i, en conseqüència, al de la població de més de 30 anys. Així, el 2006 el percentatge de població associada entre la joventut és del 32% i entre les persones de més de 30 anys, del 38%. També el 2014 el percentatge de persones adultes associades és del 18,6%. Dit això convé assenyalar que hi ha associacions de perfil juvenil i d'altres d'adult. Des d'aquesta perspectiva, les associacions culturals tenen un perfil transversal.
 19. La població juvenil prefereix realitzar les pràctiques culturals amb el grup d'amics, mentre que la població adulta ho fa amb la parella o amb la família. De nou trobem aquí la incidència de l'efecte cicle vital.
 20. La població jove practica una mobilitat territorial més elevada a l'hora de realitzar les seves pràctiques preferides.
 21. En un context en què predomina la llengua castellana com a llengua de participació cultural, la població jove mostra més competències lingüístiques en català i un desplaçament cap a aquesta com a llengua d'identitat. D'altra banda, la participació cultural en llengua catalana té més presència en exposicions, espectacles i la ràdio, mentre que és molt reduïda en videojocs, el cinema i la música.

22. L'efecte de cohort està molt present en les activitats relacionades amb la societat digital. Així ho hem constatat en tot allò que està relacionat amb internet i amb les noves pantalles en general, del qual destaquen els múltiples usos de les tauletes i els mòbils, i també amb els videojocs. En contrast, els mitjans en paper i la pantalla de la televisió estan perdent presència entre les cohorts més joves. En el cas de la televisió aquest retrocés és lent, ja que en realitat, com succeeix amb el cinema en sala, la televisió s'està redefinint, com reflecteix el consum de sèries entre la població jove.
23. La lectura de llibres i l'assistència a biblioteques estan més relacionades amb l'efecte cycle vital i, per tant, amb el fet que moltes persones joves són estudiants. Aquestes dues pràctiques augmenten a mesura que anem cap a les cohorts més joves.
24. L'assistència a concerts i al cinema en sala també sembla que està relacionada amb l'efecte cycle vital, si bé per una altra raó: pel paper que aquestes pràctiques tenen en la socialització entre el grup d'iguals.
25. En resum, les diferències significatives que hem trobat estan relacionades tant amb el procés d'emancipació i autonomia personal (experimentació i aprenentatge), el que comporta una obertura a gèneres diversos, com amb els efectes que produeixen els canvis històrics sobre una cohort o unes cohorts determinades (iniciació nadiua a la societat digital i exploració de totes les seves potencialitats).

3. Les diferències internes en el si de la joventut catalana



La població jove no és una categoria social homogènia. Com hem vist en el capítol precedent, per contraposició amb la població adulta, sorgeixen trets que mostren certes semblances internes, però avui més que mai, en aprofundir-hi, apareixen múltiples línies de diferenciació i fractura social. A més de les diferències i disparitats que podem anomenar *existencials*, en el sentit que fan referència a les condicions que afecten el desenvolupament de la personalitat i tenen a veure amb variables com el sexe o l'edat, en trobem d'altres que són producte directe de l'estructura social i que es basen en la desigualtat de recursos socials, com la situació laboral i el capital educatiu i econòmic, familiar o personal. Els recursos o béns socials permeten (o impossibiliten) actuar i tenir projectes en la societat i poden anar des de la xarxa de parents i amics i les connexions socials (capital relacional) fins a les rendes i el capital, passant pel nivell educatiu i el capital cultural.

A més de les diferències generacionals quant a les expectatives, que es tradueixen en les dificultats d'emancipació o en la frustració davant el funcionament de la democràcia, com reflecteixen les enquestes, hi ha altres dimensions en què les diferències són rellevants.

En aquest apartat ens ocuparem d'aquestes diferències i desigualtats internes i en la seva relació amb els interessos i les pràctiques culturals. Dedicarem un punt especialment a les diferències que es deriven de la llengua parlada, per a la qual cosa observarem la llengua que s'ha utilitzat en l'entrevista.

3.1. SEXE/GÈNERE

L'enquesta del 2013, que de nou ens servirà per elaborar aquest capítol, atès que és més rica i complexa, comença preguntant pel concepte de *cultura*. Tot i que les diferències no són especialment abundants, sí que n'hi ha. Així, els percentatges d'homes joves que es decanten per una concepció de la *cultura* com a coneixement i com a educació superen els corresponents a les dones. Per contra, aquestes sobresurten en els relatius a tradicions i pautes d'identitat, però també en els ítems que es vinculen a una concepció humanista, on se subratllen els aspectes artístics i creatius de la cultura: art, literatura o història. Així queda reflectit en la taula 69.

TAULA 69. CONCEPTE NADIU DE CULTURA ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL SEXE. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte de cultura	Homes	Dones
Coneixement	41,0	38,4
Educació	17,5	15,8
Tradicions	39,1	42,9
Estil de vida	6,4	6,6
Oci	5,5	7,8
Art	17,3	22,3
Literatura	17,6	21,0
Història	10,4	12,4
Valors i creences	4,1	3,9
Museus	6,2	6,8

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Un segon aspecte que cal tenir en compte és el relatiu a les diferències que hi ha quan parlem de l'interès per diferents tipus d'activitats culturals. La taula 70 s'ha confeccionat sumant els percentatges corresponents a les persones que, en una escala del 0 al 10, atorguen un 9 o un 10 a l'interès per la pràctica de referència, per tant, manifesten el màxim interès.

En la majoria de pràctiques, els percentatges corresponents a les dones superen els dels homes, sobretot quan es tracta de l'interès pels llibres, pel teatre i pels musicals. En el cas dels homes, només es dedica un percentatge destacat molt clarament als videojocs.

TAULA 70. INTERÈS ALT (9 I 10) PER DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL SEXE. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	Homes	Dones
Llibres	17,9	33,5
Diaris	16,0	11,3
Revistes	6,5	9,9
Monuments	9,9	15,5
Museus	9,2	15,6
Exposicions	8,9	14,9
Biblioteques	11,2	19,2
Concerts de música clàssica	5,6	9,2
Concerts de música actual	30,0	34,9
Teatre	13,4	22,4
Dansa	8,0	21,4
Circ	8,7	15,8
Musicals	9,5	23,1
Òpera	5,7	8,7
Cinema	42,2	46,4
Televisió	33,6	38,7
Ràdio	25,2	27,4
Videojocs	31,8	8,5
Internet	64,7	64,8
Descàrrega de música...	43,2	40,9
Escolta de música...	49,2	48,2

Unitat: percentatge agregat dels que puntuen 9 i 10 en una escala on 0 equival a un interès nul i 10 al màxim interès.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En les pràctiques hi ha diferències significatives segons el sexe, amb pràctiques clarament masculines i d'altres amb un perfil inequívocament femení, com es veu en la taula 71.

TAULA 71. REALITZACIÓ DE DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL SEXE. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	Homes	Dones
Llegir diaris (ahir)	40,3	24,4
Llegir revistes (30 dies)	45,0	49,4
Anar al cinema (3 mesos)	54,3	56,2
Escoltar la ràdio (ahir)	57,4	53,8
Veure la televisió (ahir)	87,2	82,2
Internet (30 dies)	97,4	96,5
Internet (ahir)	90,4	90,0
Telèfon mòbil (30 dies)	95,9	98,0
Concerts de música (12 mesos - 4 o més)	19,0	16,8
Macrofestivals	20,5	17,9
Espectacles (12 mesos - 4 o més)	4,5	7,8
Llegir llibres (12 mesos)	59,7	75,7
Jugar a videojocs (3 mesos)	69,6	30,4
Visitar biblioteques (3 mesos)	37,6	50,0
Pertànyer a una associació cultural	13,5	9,1
Participació activa (entre els associats)	80,2	96,8

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Els contrastos i les diferències més marcades es produeixen en quatre de les activitats previstes: jugar a videojocs els darrers 3 mesos, llegir diaris ahir, llegir llibres els darrers 12 mesos i visitar biblioteques. Les dues primeres tenen un marcat perfil masculí, mentre que les dues últimes tenen una empremta més femenina. També ofereixen un perfil lleugerament més femení llegir revistes i utilitzar el mòbil els darrers 30 dies i assistir a espectacles artístics.

D'altra banda, el percentatge d'homes inscrits a associacions culturals supera el de les dones, però aquestes els superen en participació.

Quan estudiem els factors que dificulten una participació més elevada en les pràctiques culturals, s'observa que entre les dones pesa més la manca de temps, el cost econòmic, els problemes de mobilitat i la manca d'informació. Entre els homes, se subratlla amb un percentatge més elevat la manca d'interès. Sens dubte, en totes les enquestes del temps és patent que les dones tenen una fracció de temps lliure inferior que els homes i, d'altra banda, també tenen menys disponibilitats econòmiques.

TAULA 72. FACTORS QUE DIFICULTEN LA PARTICIPACIÓ CULTURAL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL SEXE. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Factor	Homes	Dones
Manca de temps	39,9	44,4
Preu	67,7	74,6
Manca d'interès	18,2	14,9
Manca d'informació	8,4	11,3
No tenir prou coneixements	3,3	4,6
Oferta de baixa qualitat	4,1	3
Problemes de mobilitat	7	11,8
No tenir gent amb qui fer-les	2,8	3,8
Manca d'oferta	14,5	12,4
Manca d'oferta per a famílies	0,4	2,9

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Hi ha dos aspectes especialment importants per analitzar les diferències per sexe, atesa la complexitat de cada un dels camps de pràctica: l'estudi dels gèneres i dels usos dels equipaments.

Quant als gèneres culturals, disposem d'una base d'informació molt completa, ja que si sumem tots els tipus de gènere segons els camps de pràctica reunim 200 ítems. Pel que fa als usos d'equipaments, són especialment importants quan es tracta dels aparells digitals (ordinador, mòbil), però també per a equipaments físics multifuncionals com ara les biblioteques.

En la taula 73 es presenta una llista seleccionada dels gèneres culturals en la qual apareixen més clarament les diferències per sexe. Es pot interpretar aquesta taula de la manera següent: entre els homes que llegeixen diaris, el 51,2 % llegeix diaris esportius; en canvi, només ho fa el 8,9 % de les dones que llegeixen aquest tipus de mitjà. De la mateixa manera, entre els homes que llegeixen llibres, el 2 % llegeix poesia, mentre que ho fa el 4,5 % de les dones lectores.

Tot i que pot resultar molt tòpic, la realitat que mostren les dades de les entrevistes és que hi ha universos polaritzats per raó de sexe en l'àmbit cultural, que són clarament més influents en els camps relacionats amb la lectura (diaris i revistes, llibres i biblioteques), però també en tot allò que està relacionat amb la informàtica, la música o els continguts audiovisuals. La lectura de llibres és predominantment femenina en nombrosos gèneres, llevat de la ciència-ficció, l'assaig, els còmics i la divulgació. També es donen percentatges més elevats en espectacles artístics i en visites a museus.

TAULA 73. GÈNERES CULTURALS CONSUMITS/PRACTICATS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL SEXE. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Gènere	Homes	Dones
Diari esportiu	51,2	8,9
Revistes del cor	8,2	46,2
Revistes esportives	46,2	6,4
Revistes d'estètica i moda	2,2	32,5
Revistes d'informàtica, videojocs	20,2	2,3
Ràdio programació musical	80,9	89,2
Ràdio esports	25,7	5,6
Televisió programació infantil	7,2	14,4
Televisió esports	49,6	13,0
Web premsa esportiva paper	30,3	4,8
Web videojocs	30,2	7,6
Web temàtic o comercial	27,1	21,0
Blogs o webs personals	28,7	32,9
Instagram	13,5	26,9
Google +	19,8	24,7
Facebook	77,6	81,6
Audiovisuals de ciència-ficció	50,1	39,7
Audiovisuals de drama	20,7	42,6
Audiovisuals de comèdia	61,4	71,6
Audiovisuals d'acció i aventures	69,9	50,0
Audiovisuals de <i>western</i> i bèl·lic	14,5	8,8
Audiovisuals infantils	4,7	11,3
Audiovisuals eròtics	4,1	1,2
Audiovisuals de jocs socials	6,6	1,5
Música hard-heavy	13,5	6,8
Música electrònica	40,6	21,0
Música salsa, llatina	15,9	25,4
Teatre	15,5	21,5
Espectacle musical	2,7	7,2
Dansa	3,0	6,8
Visita a museus	16,9	20,2
Visita a exposicions	6,0	9,8
Visita a galeries d'art	13,2	18,2
Novel·la romàntica	2,3	33,1
Poesia	2,0	4,5
Centres excursionistes	10,4	6,3
Associacions de cultura popular i tradicional	21,1	16,1
Associacions de joventut i esplai	21,1	17,7
Associació regional	5,2	0,0
Habilitats artístiques	11,2	20,7

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Hi ha un univers esportiu que és masculí, amb independència del suport o de l'equipament en el qual tingui lloc, i un univers més relacionat amb l'estètica i amb el cultiu de les relacions socials que té un perfil femení (vegeu l'ús de les xarxes socials, per exemple).

Els videojocs, en gairebé totes les seves possibilitats de realització, són clarament masculins, però especialment els que tenen a veure amb esports com el futbol i el motor, amb acció i aventures i amb estratègia, així com els que es practiquen en línia. Només en un cas el percentatge femení és superior al masculí: jocs de trencaclosques/intel·ligència.

Els gèneres audiovisuals i musicals ofereixen una diferenciació clara. Dins d'aquests inclouem tant l'assistència a sales especialitzades com l'audició i el visionament a la llar o en altres contextos amb aparells mòbils i personals.

Per acabar, les pràctiques relacionades amb la socialització infantil (teatre infantil, lectures infantils, contes) destaquen en el perfil femení.

Vegem ara els usos culturals dels equipaments (vegeu taula 74): oferim informació dels usos culturals d'internet, del telèfon mòbil i de les biblioteques. En general, els homes predominen en descàrregues de qualsevol tipus, llevat de llibres. En l'ús del telèfon mòbil no es revelen gaires diferències per sexe. En canvi, en les activitats que es desenvolupen a la biblioteca sí.

Les dades fonamentals que es poden extreure d'aquesta taula corroboren afirmacions que ja hem realitzat abans: el predomini masculí en tot allò que està relacionat amb els videojocs, amb independència del suport o el mitjà a través del qual es juga o s'hi accedeix. La pràctica més freqüent entre els homes és la descàrrega gratuïta d'internet, sigui en música, en pel·lícules o en programari, amb l'excepció dels llibres. Els percentatges de dones destaquen sobre els dels homes a realitzar fotografies i compartir-les a internet.

TAULA 74. USOS CULTURALS D'INTERNET, DEL TELÈFON MÒBIL I DE LES BIBLIOTEQUES ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL SEXE. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Internet	Homes	Dones
Jugar a videojocs en línia	41,6	12,3
Descarregar videojocs	19,8	3,9
Descarregar música	46,9	41,2
Escoltar música en línia	52,4	52,8
Descarregar pel·lícules, sèries	36,6	28,1
Veure pel·lícules, sèries	47,5	44,4
Veure o compartir fotografies	50,7	54,2
Descarregar llibres	8,0	12,7
Descarregar programari	25,8	14,1
Llegir notícies, diaris o revistes	47,4	40,5
Veure televisió en línia	24,6	24,9
Descarregar continguts televisius	6,7	5,1
Escoltar la ràdio en línia	23,4	21,3
Descarregar continguts radiofònics	3,2	2,7
Telèfon mòbil (darrers 30 dies)		
Missatges	96,4	96,6
Internet	64,3	66,8
Serveis 3G	35,1	28,2
Correu electrònic	60,9	62,5
Escoltar la ràdio	29,4	26,4
Escoltar música	53,5	55,9
Veure pel·lícules, sèries	12,9	11,1
Veure programes de televisió	5,5	3,0
Fer fotos	73,4	78,1
Gravar vídeos	28,0	29,8
Jugar a videojocs	30,2	15,1
Llegir llibres	5,2	7,1
Biblioteca		
Cercar informació	36,0	39,7
Consultar llibres	50,6	52,0
Llegir premsa	6,1	2,3
Consultar revistes	9,9	6,4
Demandar material en préstec	36,0	42,5
Utilitzar internet	14,6	13,0
Participar en activitats organitzades	2,7	2,0
Estudiar	50,4	51,7
Acompanyar altres persones	5,4	7,8
Altres tasques	1,5	4,0

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

3.2. EDAT

D'acord amb el nostre plantejament de recerca de les diferències internes que hi ha en la categoria del jovent català, ara estudiarem les que apareixen en relació amb l'edat, i diferenciarem tres categories internes: de 14 a 19 anys, de 20 a 24 anys i de 25 a 30 anys. En primer lloc tractarem el concepte nadiu de *cultura*.

Com hem vist en el capítol 2, el concepte de *cultura* com a manera de vida d'un poble — tradicions i identitat — és el que més suport troba entre la joventut. Aquí veiem, a més, que és un concepte transversal.

TAULA 75. CONCEPTE NADIU DE CULTURA ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte de cultura	De 14 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 30 anys
Coneixement i ciència	35,8	43,9	39,9
Educació i família	14,8	15,2	18,5
Tradicions	40,4	40,3	41,7
Estil de vida	6,0	5,9	7,2
Oci	4,8	6,5	7,8
Art	17,3	20,6	20,9
Literatura	14,0	19,4	22,3
Història	12,5	11,5	10,6
Valors i creences	4,8	3,7	3,9
Museus	6,3	3,4	8,3

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La definició «Coneixement i ciència» la subratllen en un percentatge més elevat les persones que tenen entre 20 i 24 anys (44 %), davant del 36 % de les persones de menys de 20 anys i el 40 % de les que tenen entre 25 i 30 anys.

El concepte d'«Educació i família» segueix una pauta ascendent i mostra, per tant, una correlació directa amb l'edat: com més edat es té, més èmfasi en l'educació. El mateix succeeix, però d'una manera encara més clara, amb «Literatura».

D'altra banda, en 7 dels 10 ítems els percentatges més elevats es donen en la cohort de més edat. Només en el cas de l'associació de la cultura amb la història es dona el percentatge més elevat en la cohort més jove.

Es podria concloure que la maduració en edat, amb tot el que comporta, per exemple, increment del capital educatiu, suposa que conceptes com coneixement, socialització i expressió artística adquireixin més suport en les cohorts més grans.

En la taula 76 s'examina la relació entre l'edat i els interessos culturals. S'hi presenta una llista de 21 interessos culturals. A primer cop d'ull s'observen dues grans lògiques: els interessos que mostren una relació lineal positiva amb l'edat (com més gran, més percentatge de persones interessades) i els que manifesten una relació lineal negativa (l'interès disminueix a mesura que augmenta l'edat).

TAULA 76. INTERÈS ALT (9 I 10) PER DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	De 14 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 30 anys
Llibres	17,7	26,3	29,5
Diaris	7,3	13,2	17,9
Revistes	6,0	9,8	8,9
Monuments	9,8	9,6	16,4
Museus	11,0	10,7	14,2
Exposicions	10,5	9,6	13,8
Biblioteques	14,0	15,6	15,7
Concerts de música clàssica	6,0	6,5	8,6
Concerts de música actual	39,0	30,1	29,6
Anar al teatre	15,3	15,0	20,9
Anar a dansa	16,5	9,3	16,4
Anar al circ	12,7	9,8	13,3
Anar a un musical	18,5	11,0	17,9
Anar a l'òpera	6,3	5,4	8,7
Anar al cinema	52,3	41,0	41,0
Televisió	43,6	30,0	34,8
Ràdio	23,4	21,3	31,0
Videojocs	26,8	19,4	16,5
Internet	70,5	64,9	60,5
Descarregar música...	52,4	41,4	36,2
Escoltar música...	56,0	53,8	41,6

Unitat: Percentatge agregat dels que puntuen 9 i 10 en una escala on 0 equival a un interès nul i 10 al màxim interès.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Totes les activitats relacionades amb la cultura lletrada i clàssica en un sentit ampli (llegir llibres, diaris, revistes, visitar monuments i museus, escoltar música clàssica, anar a l'òpera o al teatre i escoltar la ràdio) pertanyen al grup de relació lineal positiva. Per contra, al grup de relació lineal negativa es troben associats tots els interessos relacionats amb l'anomenada *cultura audiovisual i digital* (que va des d'anar al cinema fins a connectar-se a internet i descarregar-se música, passant pels videojocs, els concerts de música actual i la dansa, i que inclou també l'interès per la televisió).

En resum: l'edat ofereix dos universos que, sens dubte, estan relacionats amb un efecte de maduració al llarg de la trajectòria vital.

Anem a veure en quina mesura es reproduïxen les dades obtingudes per als interessos en el cas de les pràctiques. La taula 77 ofereix els resultats corresponents a les tres cohorts que analitzem.

TAULA 77. REALITZACIÓ DE DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	De 14 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 30 anys
Llegir diaris (ahir)	15,7	32,4	42,9
Llegir revistes (30 dies)	44,0	47,3	49,1
Anar al cinema (3 mesos)	58,9	57,5	51,8
Escoltar la ràdio (ahir)	44,9	53,5	63,4
Veure la televisió (ahir)	86,5	85,1	83,5
Internet (30 dies)	98,3	97,5	95,9
Internet (ahir)	92,9	91,0	88,0
Telèfon mòbil (30 dies)	93,3	97,5	98,9
Concerts de música (12 mesos - 4 o més)	14,5	22,3	17,4
Macrofestivals	15,1	25,3	18,3
Espectacles (12 mesos - 4 o més)	6,7	4,2	7,2
Llegir llibres (12 mesos)	68,3	69,6	66,2
Jugar a videojocs (3 mesos)	58,0	53,8	42,2
Visitar biblioteques (3 mesos)	58,0	47,5	32,1
Pertànyer a una associació cultural	11,7	12,1	10,7
Participació activa	93,5	76,7	87,1

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Per contra, en analitzar les pràctiques observem tres pautes. Per tant, no hi ha una unió perfecta entre interessos i pràctiques. En concret, la pauta de relació lineal positiva amb l'edat es produeix en la lectura de diaris i revistes, en l'escolta de la ràdio i en l'assistència a espectacles. A això s'afegeix un ús més elevat del telèfon mòbil per la cohort més adulta, encara que totes les cohorts s'aproximen a la cobertura universal.

Es produeix una situació de relació lineal negativa en les pràctiques clarament digitals (ús d'internet, jugar a videojocs i veure la televisió). També en la visita a biblioteques, amb una diferència molt notable de 26 punts percentuals entre la cohort més jove (58%) i la més adulta (32%). Destaca igualment la cohort més jove en la participació activa en les associacions en què milita.

La tercera pauta es correspon amb les pràctiques en les quals el percentatge més elevat de practicants es produeix en la cohort intermèdia (20-24 anys), fet que segurament està relacionat amb la disponibilitat de més recursos econòmics, amb la maduració i l'autonomia personal i amb la disponibilitat de temps. En concret, ens referim a pràctiques com assistir a concerts de música i macrofestivals.

Per acabar, trobem dues pràctiques en les quals les diferències internes entre les diferents cohorts de joves no són gaire significatives: llegir llibres i pertinença a associacions.

Quant als factors que dificulten la participació (vegeu taula 78), es constata que la importància del preu augmenta amb l'edat, segurament perquè en estar més avançat el procés d'emancipació de la llar paterna hi ha més dificultats per disposar de mitjans propis per a la participació i el consum cultural.

TAULA 78. FACTORS QUE DIFÍCULTEN LA PARTICIPACIÓ CULTURAL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Factor	De 14 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 30 anys
Manca de temps	40,3	44,8	41,8
Preu	65,3	73,0	73,7
Manca d'interès	22,8	16,9	12,5
Manca d'informació	7,5	10,4	10,9
No tenir prou coneixements	4,8	3,9	3,4
Oferta de baixa qualitat	3,7	2,8	4,1
Problemes de mobilitat	12,5	10,7	6,6
No tenir gent amb qui fer-les	5,0	2,8	2,8
Manca d'oferta	11,5	13,5	14,6
Manca d'oferta per a famílies	0,8	0,3	3,1

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Els dos factors que pesen més com a condicionants que dificulten la participació són el preu i la manca de temps. Tots dos factors pesen significativament menys en la cohort més jove. El mateix succeeix en la manca d'oferta, la manca d'oferta per a famílies i la manca d'informació. Per contra, es dona una correlació inversa amb l'edat en quatre factors que són clarament significatius dels condicionants de les persones adolescents: manca d'interès, no tenir prou coneixements, problemes de mobilitat i no tenir amb qui fer-les.

Hem confeccionat la taula 79 per estudiar els usos culturals d'internet per grup d'edat. S'hi pot constatar que hi ha diferències clares per cohort. Trobem tres situacions: relació lineal positiva amb l'edat, relació lineal negativa i relació curvilínia, perquè els percentatges més elevats es donen en la cohort d'edat intermèdia.

TAULA 79. USOS CULTURALS D'INTERNET ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS PER GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Ús	De 14 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 30 anys
Jugar a videojocs en línia	35,1	27,8	21,6
Descarregar videojocs	15,5	11,0	10,1
Descarregar música	54,3	48,1	35,3
Veure o compartir fotografies	58,4	54,2	47,6
Escoltar música en línia	58,5	58,3	45,6
Descarregar pel·lícules, sèries	29,9	38,6	30,6
Veure pel·lícules, sèries	48,7	52,5	40,5
Descarregar llibres	8,6	14,5	9,1
Descarregar programari	16,5	25,5	19,2
Llegir notícies, diaris o revistes	29,5	51,0	49,2
Descarregar continguts televisius	3,8	6,9	6,7
Escoltar ràdio en línia	19,1	25,2	22,8
Descarregar continguts radiofònics	0,8	4,1	3,7
Veure televisió en línia	23,2	24,6	25,9

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La descàrrega i el seguiment de videojocs, música i fotografies ofereixen els percentatges més elevats en la cohort més jove i els més baixos en la cohort més adulta. Hi ha un descens, doncs, de l'activitat a mesura que avança l'edat. Una situació completament inversa —i, per tant, de relació lineal positiva— només es dona a veure la televisió en línia. En la resta de casos, els percentatges més elevats es produeixen en la cohort intermèdia, que destaca clarament en la descàrrega i el visionament de pel·lícules i sèries, de llibres i de programari.

Mereixen un comentari especial quatre pràctiques pel fet que la distància fonamental es dona entre la cohort més jove —la menys practicant en aquests casos— i les altres dues cohorts. Ens referim a llegir notícies, diaris o revistes, descarregar i escoltar la ràdio o la televisió. Les cohorts més adultes entre la joventut estan desplaçant determinats usos culturals cap a internet.

En la mateixa línia se situen les dades relacionades amb l'ús del telèfon mòbil (vegeu taula 80). Els usos més centrats en la comunicació i en l'entreteniment troben els percentatges més elevats en les persones més joves.

TAULA 80. USOS CULTURALS DEL TELÈFON MÒBIL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Ús (darrers 30 dies)	De 14 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 30 anys
Missatges	97,9	95,7	96,4
Internet	68,9	64,7	64,1
Serveis 3G	27,9	36,7	31,0
Correu electrònic	56,6	65,3	62,8
Escoltar la ràdio	28,4	28,7	27,1
Escoltar música	69,4	59,0	43,8
Veure pel·lícules, sèries	16,6	12,1	9,0
Veure programes de televisió	5,1	7,0	2,0
Fer fotos	78,6	78,0	72,9
Gravar vídeos	35,7	28,6	25,2
Jugar a videojocs	26,8	24,0	19,5
Llegir llibres	4,6	9,0	5,5

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

D'altra banda, les cohorts més joves estan començant a utilitzar els mòbils per a un ventall ampli d'usos, alguns dels quals són nous, però d'altres constitueixen desplaçaments des de dispositius i pantalles hegemòniques en altres moments. Són clau per escoltar música i fer fotografies, però també per connectar-se a internet a cada moment i per veure pel·lícules i sèries o jugar a videojocs. Les diferències més elevades entre cohorts es donen en el cas de l'escolta de música, del visionament de pel·lícules i de la gravació de vídeos. D'altra banda, la cohort intermèdia destaca sobre la mitjana en l'ús de serveis 3G, correu electrònic i lectura de llibres.

En analitzar les tasques realitzades a les biblioteques (vegeu taula 81), de nou constatem algunes diferències significatives segons el grup d'edat. El grup més jove (de 14 a 19 anys) fa servir la biblioteca fonamentalment per estudiar, i el percentatge de persones que així ho fa (64%) duplica amb escreix el de la cohort més adulta (30%). També destaca, tot i que amb distàncies més petites, en la recerca d'informació.

En canvi, la cohort intermèdia sobresurt a consultar llibres, sol·licitar material en préstec i utilitzar internet. I la cohort més adulta té percentatges superiors a la mitjana a consultar revistes, llegir premsa i acompanyar altres persones. Aquestes diferències estan relacionades amb l'ocupació predominant en cada estrat d'edat i amb les responsabilitats que es van assumint en el procés d'emancipació. El grup de 20 a 24 anys té un percentatge important de persones estudiant, que encara depenen econòmicament dels progenitors, però que gaudeixen d'una gran independència vital, mentre que entre la cohort més adulta, que ja ha assumit tasques de responsabilitat familiar i professional, apareix la importància de la premsa i la d'acompanyar altres persones, que bé poden ser els descendents.

TAULA 81. USOS DE LA BIBLIOTECA ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Ús	De 14 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 30 anys
Cercar informació	40,5	36,3	36,7
Consultar llibres	50,6	56,5	48,1
Llegir la premsa	2,6	3,0	6,3
Consultar revistes	6,0	7,7	10,2
Demandar material en préstec	34,1	44,6	41,7
Utilitzar internet	15,1	18,5	7,8
Participar en activitats organitzades	-	4,2	3,4
Estudiar	63,8	58,9	30,0
Acompanyar altres persones	4,7	4,2	10,7
Altres tasques	2,6	2,4	3,9

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En resum, es pot dir que l'edat opera com un factor important en la diferenciació de les pràctiques. En ocasions, com ja hem vist en el capítol 1, com a efecte del cicle vital i, per tant, relacionada amb l'experimentació i amb la maduració, amb les experiències concretes de socialització i amb les funcions específiques de cada etapa. Més o menys taxa d'escolarització equival a més o menys vinculació amb el mercat de treball i més o menys progrés en el procés d'emancipació. En aquest sentit, les pràctiques de la cohort més jove (de 14 a 19 anys) presenten unes diferències clares amb les altres dues cohorts. Ho hem vist en l'ús de les biblioteques i en els usos del telèfon mòbil i d'internet —tot i la cobertura universal de tots dos—, en les pràctiques, en els interessos i en la concepció de la cultura.

Per contrast, la cohort de persones joves adultes (de 25 a 30 anys) es distingeix per una concepció i una pràctica més legitimista de la cultura, que es manifesta amb un èmfasi especial en l'expressió artística, amb uns interessos més elevats en tot el repertori de pràctiques vinculades a la lectura, la lectura de diaris i la cultura clàssica (exposicions, òpera...), que indiquen una integració més elevada en la concepció dominant de cultura, un ajust més gran de les preferències que predominen en la societat. Aquest procés es capta de manera especial en les pràctiques musicals, com mostrarem més endavant, en presentar l'anàlisi de correspondències múltiples de les pràctiques musicals.

Per acabar, els tres grups d'edat analitzats es troben inserits plenament en el paradigma comunicatiu digital, però les cohorts més joves destaquen en general per una exploració i una explotació de les potencialitats de les tecnologies que li donen suport més altes, i hi troben més versatilitat i plurifuncionalitat. No podem oblidar que Twitter acaba de celebrar ara el desè aniversari, que Facebook va néixer el 2004 i que WhatsApp es va llançar el 2009. Per tant, atesa la velocitat de canvi d'aquestes tecnologies, les persones que tenen ara entre 25 i 30 anys hi han accedit en plena joventut, mentre que les persones que tenen entre 14 i 19 anys s'han socialitzat amb aquestes. En aquesta cohort més jove es conjuguen l'efecte cicle vital, l'efecte cohort i l'efecte període històric.

3.3. SITUACIÓ LABORAL

En aquest apartat tractarem les dades referides als interessos i les pràctiques culturals segons la situació laboral. Distingim tres situacions fonamentals, si bé som conscients que en determinats casos es pot compatibilitzar, per exemple, l'estudi i el treball. Aquestes situacions es distingeixen segons si la tasca predominant és l'estudi o el treball i si, en cas d'haver abandonat els estudis, s'està a l'atur. Segons les dades de l'enquesta, podem dividir la població jove en tres terços: un terç està estudiant i, en concret, al voltant del 10% està realitzant estudis universitaris; el 29,3% està a l'atur, i la resta, en altres situacions.

A l'interior d'aquesta categoria de límits borrosos que anomenem *joventut*, òbviament les tasques estan relacionades amb les etapes del cicle vital. Així, la majoria de persones de la cohort més jove està estudiant; en la cohort intermèdia ja hi ha una part important que abandona els estudis i cerca feina, mentre una altra porció significativa continua realitzant estudis terciaris. Per acabar, a partir dels 24 anys, la majoria cerca feina, treballa o, en aquest moment històric concret, està a l'atur.

És interessant tenir en compte aquesta característica de la joventut, perquè permet observar com van canviant les funcions dins el cicle vital i, amb aquestes, les pautes culturals.

Quan ens centrem en el concepte nadiu de *cultura*, constatem que en tres de les concepcions identificades —cultura com a coneixement, com a socialització i com a expressió artística— els percentatges corresponents a la població ocupada superen d'una manera significativa els percentatges corresponents a la població aturada i estudiant. En general, es pot afirmar que la població ocupada puntua per sobre de la mitjana en tots els ítems excepte en dos i d'aquesta manera expressa la seva conformitat amb la visió dominant.

TAULA 82. CONCEPTE NADIU DE CULTURA ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA SITUACIÓ LABORAL. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte de cultura	Ocupada	Desocupada	Estudiant
Coneixement i ciència	46,9	35,2	38,4
Educació i família	18,2	14,2	17,1
Tradicions	41,2	47,1	36,1
Estil de vida	6,4	6,9	6,4
Oci	7,9	6,1	5,3
Art	21,1	18,9	18,6
Literatura	21,5	19,1	16,0
Història	13,8	9,3	10,0
Valors i creences	4,6	3,9	3,4
Museus	8,6	5,9	5,5

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La concepció que identifica la cultura amb tradicions i identitat, com a manera de vida d'un poble, és la que subratlla més la població aturada, amb el 47% d'adhesions a aquest concepte, mentre que entre les persones que estan estudiant és només del 36%.

Per la seva banda, la població estudiantil, tot i que comparteix la visió comuna, ho fa puntant per sota de la mitjana en tots els ítems.

A continuació estudiarem de manera conjunta les dades corresponents als interessos i pràctiques per mostrar les similituds i els contrastos (vegeu taules 83 i 84).

En primer lloc veiem l'univers o el domini de la lectura: llibres, diaris i revistes. En dues d'aquestes activitats, la població ocupada presenta percentatges d'interès més elevats que els de la que està a l'atur i l'estudiantil, i són especialment baixos els interessos de la població estudiantil en les tres.

TAULA 83. INTERÈS ALT (9 I 10) PER DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA SITUACIÓ LABORAL. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	Ocupada	Desocupada	Estudiant
Llibres	31,8	25,1	20,2
Diaris	21,7	12,0	8,5
Revistes	9,2	9,3	6,8
Monuments	15,6	13,8	9,8
Museus	14,1	12,7	11,5
Exposicions	11,9	13,4	11,1
Biblioteques	14,7	14,7	16,4
Concerts de música clàssica	7,7	8,8	6,4
Concerts de música actual	32,2	27,7	36,9
Anar al teatre	21,3	17,6	15,0
Anar a dansa	14,3	16,6	13,5
Anar al circ	13,6	12,2	10,0
Anar a un musical	19,3	13,2	14,9
Anar a l'òpera	8,5	7,3	5,3
Anar al cinema	43,7	40,9	48,2
Televisió	28,9	44,3	35,9
Ràdio	30,2	28,9	19,8
Videojocs	15,3	21,6	23,5
Internet	59,8	65,7	67,6
Descarregar música...	35,8	41,7	47,3
Escoltar música...	45,9	46,1	52,7

Unitat: percentatge agregat dels que puntuen 9 i 10 en una escala on 0 equival a un interès nul i 10 al màxim interès.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

No obstant això, quan mirem les pràctiques efectives, la població estudiantil és la que més llegeix llibres, seguida de la població ocupada. Es mantenen grans distàncies en la lectura de diaris, ja que mentre que els va llegir el dia anterior a l'entrevista el 48% de persones ocupades, només ho va fer el 33% de la població aturada i el 18% de la població estudiantil. Curiosament, aquesta darrera sí que destaca en la lectura de revistes, tot i que hi manifesta un escàs interès.

La població ocupada mostra un interès per sobre de la mitjana en les pràctiques relacionades amb la idea de cultura legítima: interès per monuments i museus, anar al teatre, assistir a musicals i a l'òpera, entre d'altres. I els ítems corresponents de la taula 83 corroboren l'adequació entre l'interès i la pràctica efectiva. Així succeeix amb les pràctiques relatives a l'assistència a concerts, festivals i espectacles, pràctiques en les quals es requereix desplaçament i pagament d'entrades. En aquestes, els percentatges més elevats es troben entre la població ocupada i els més baixos, entre la població aturada. La població estudiantil es troba en una posició intermèdia.

La població aturada només destaca de manera significativa en l'interès per veure la televisió (44,3%). Però, en la pràctica, com ja hem constatat, és una pràctica molt transversal, amb escasses diferències entre els tres tipus de població. En canvi, el percentatge que més sobresurt per sobre de la mitjana en l'escolta de ràdio és el de les persones ocupades (65,4%).

TAULA 84. REALITZACIÓ DE DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA SITUACIÓ LABORAL. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	Ocupada	Desocupada	Estudiant
Llegir llibres (12 mesos)	68,3	63,2	71,6
Llegir diaris (ahir)	47,8	32,8	18,2
Llegir revistes (30 dies)	49,1	45,8	47,4
Anar al cinema (3 mesos)	57,9	48,8	60,0
Escoltar la ràdio (ahir)	65,4	56,0	48,2
Veure la televisió (ahir)	82,9	86,0	85,5
Internet (30 dies)	98,0	94,1	99,1
Internet (ahir)	89,5	87,3	93,5
Telèfon mòbil (30 dies)	99,1	97,8	94,7
Concerts de música (12 mesos - 4 o més)	21,7	14,2	17,9
Macrofestivals	23,5	16,1	17,2
Espectacles (12 mesos - 4 o més)	9,0	3,4	6,0
Jugar a videojocs (3 mesos)	45,6	49,3	54,5
Visitar biblioteques (3 mesos)	31,5	33,3	64,9
Pertànyer a una associació cultural	12,1	12,3	10,9
Participació activa	81,8	86,0	90,4

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Quant a la població estudiantil cal ressenyar quatre pràctiques, dues de les quals (llegir llibres i anar a biblioteques) estan relacionades amb l'ocupació vital i les altres dues (anar al cinema i jugar a videojocs) amb les preferències recreatives. Pel que fa a la visita a biblioteques, les persones que estudien destaquen fonamentalment per tres usos: cercar informació, consultar llibres i estudiar. A aquests es pot afegir, tot i que amb una freqüència inferior, accedir a internet. Per contra, la població aturada destaca per sobre de la mitjana en el préstec de material.

Entre les preferències i les pràctiques de la població estudiantil hi ha una consistència quan parlem del cinema, dels videojocs, de l'accés a internet, però també de la música clàssica i de l'òpera, per les quals manifesten un interès escàs i un percentatge de pràctica reduït.

En canvi, hi ha desajust en la lectura de llibres: el percentatge d'interès és inferior que la mitjana, però en canvi, el de persones practicants de la lectura de llibres és el més elevat. D'altra banda, els individus que treballen són realment els que assisteixen més a concerts i macrofestivals i manifesten un gran interès pels concerts de música actual.

Entre la població aturada, el màxim ajust es dona a veure la televisió. Encara que els agrada assistir a espectacles, especialment de música clàssica, ho fan en un percentatge inferior a la mitjana. Aquí, per tant, opera la diferent disponibilitat de recursos.

Les pràctiques relacionades més estretament amb la cultura digital (navegació per internet i ús del mòbil) estan generalitzades i les diferències no es consideren gaire significatives. No obstant això, en les taules 85 i 86, on oferim dades sobre els usos culturals d'internet i del telèfon mòbil, es pot constatar tant la referida transversalitat com l'existència de matisos i diferències rellevants entre la població estudiantil i la resta d'iguals.

TAULA 85. USOS CULTURALS D'INTERNET ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA SITUACIÓ LABORAL. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Ús	Ocupada	Desocupada	Estudiant
Jugar a videojocs en línia	24,4	24,7	31,4
Descarregar videojocs	10,5	10,9	14,0
Descarregar música	39,4	39,5	54,0
Escoltar música en línia	54,8	44,4	57,6
Descarregar pel·lícules, sèries	33,6	31,3	32,7
Veure pel·lícules, sèries	43,0	46,2	48,4
Veure o compartir fotografies	53,7	46,2	55,9
Descarregar llibres	10,7	9,9	10,3
Descarregar programari	19,0	21,6	19,6
Llegir notícies, diaris o revistes	50,1	46,5	35,9
Veure televisió en línia	25,1	23,6	24,5
Descarregar continguts televisius	5,8	6,5	6,0
Escoltar la ràdio en línia	25,1	17,4	23,2
Descarregar continguts radiofònics	3,8	2,3	3,2

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Així succeeix en sis usos d'internet relacionats amb els videojocs, la música, les pel·lícules i compartir fotografies. De tots aquests, el que marca una diferència més gran és la descàrrega de música. Aquests usos es reiteren també en el cas del telèfon mòbil, que és el mitjà que més s'utilitza per gravar vídeos.

L'anàlisi del telèfon mòbil mostra la versatilitat d'aquest dispositiu i la capacitat d'adaptar-se a diferents funcions socials. Així, entre la població ocupada destaquen usos que tenen un component laboral indubtable, com són l'accés a internet, a serveis 3G i a correu electrònic.

TAULA 86. USOS CULTURALS DEL TELÈFON MÒBIL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA SITUACIÓ LABORAL. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Ús (darrers 30 dies)	Ocupada	Desocupada	Estudiant
Missatges	98,5	93,5	97,5
Internet	70,8	61,3	65,1
Serveis 3G	38,7	28,0	30,0
Correu electrònic	73,0	54,5	57,7
Escoltar la ràdio	32,3	23,8	27,7
Escoltar música	50,0	49,0	65,3
Veure pel·lícules, sèries	10,6	9,3	15,8
Veure programes de televisió	4,6	2,5	5,0
Fer fotos	77,9	71,7	77,7
Gravar vídeos	27,7	26,5	32,4
Jugar a videojocs	23,7	19,3	26,1
Llegir llibres	7,1	6,3	5,2

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En tots els tipus d'ús previstos, la població aturada presenta els percentatges més baixos en relació amb la mitjana. Aquesta població segueix l'estructura general d'usos, però amb una freqüència inferior, derivada dels costos associats a aquesta tecnologia.

Atès que la situació laboral influeix en un ampli ventall de recursos necessaris per al consum i per a la pràctica cultural i, especialment, en el temps i la renda disponibles, és especialment interessant analitzar els factors que dificulten la participació (vegeu taula 87). En aquest sentit, l'enquesta no ofereix sorpreses: la manca de temps afecta especialment les persones ocupades (56%), mentre que el preu dificulta el consum cultural a les persones aturades (80%) i la manca d'interès està per sobre de la mitjana en el cas de les persones que estudien.

Les persones aturades assenyalen també, tot i que en un percentatge molt inferior, la manca d'informació i els problemes de mobilitat.

TAULA 87. FACTORS QUE DIFICULTEN LA PARTICIPACIÓ CULTURAL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA SITUACIÓ LABORAL. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Factor	Ocupada	Desocupada	Estudiant
Manca de temps	55,9	25,2	44,3
Preu	66,7	80,4	66,7
Manca d'interès	13,2	15,4	22,0
Manca d'informació	10,5	12,7	6,6
No tenir prou coneixements	3,1	4,6	3,8
Oferta de baixa qualitat	5,0	2,9	3,4
Problemes de mobilitat	7,0	10,3	11,5
No tenir gent amb qui fer-les	1,8	3,4	4,7
Manca d'oferta	14,5	14,2	11,5
Manca d'oferta per a famílies	1,1	2,7	0,4

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En resum, la variable de la situació laboral permet constatar diferències relacionades amb la funció (estudiants) i la disponibilitat de recursos (persones aturades/ocupades).

3.4. NIVELL D'ESTUDIS

Com ja mostren la majoria d'estudis sobre pràctiques culturals realitzats, un dels factors principals, si no és el principal, que determina la participació cultural en una societat o en un grup, és el capital educatiu. Al costat d'aquest, per descomptat, el capital econòmic. En els dos apartats següents analitzarem amb especial atenció les diferències i desigualtats que es relacionen amb el capital educatiu i, tot i que amb menys detall, amb la classe social.

L'enquesta del 2013 distingeix set nivells educatius: no sap llegir ni escriure; estudis primaris sense acabar; primer grau (primària); segon grau, primer cicle (2a etapa d'EGB/ESO); segon grau, segon cicle (FP I i II, BUP-batxillerat); tercer grau, primer cicle (títols universitaris mitjans), i tercer grau, segon cicle (llicenciatures i doctorats). En la nostra anàlisi, hem simplificat per la base del sistema i hem unit en una única categoria (1G) els tres primers nivells, atès el percentatge reduït de persones que no tenen estudis o que només tenen estudis primaris.

Tenint en compte l'esglaonament creixent del sistema educatiu en els estudis terciaris i la importància que, com veurem, té el capital educatiu per a les pràctiques culturals, en el futur serà convenient diferenciar un nombre més gran de nivells: màsters i doctorats, per descomptat, però també persones que acaben els seus estudis en universitats estrangeres.

Vegem a continuació els resultats que s'obtenen quan s'analitzen les dades des d'aquesta perspectiva del capital educatiu assolit.

3.4.1. Concepte nadiu de cultura

En analitzar les dades relatives a la concepció nadiua de la *cultura* s'observa immediatament que les dues idees predominants —com a coneixement i com a conjunt de tradicions que produeixen identitat— tenen un caràcter transversal, si bé en la primera influeix més el capital educatiu que en la segona, ja que el percentatge més elevat de la cultura com a coneixement es produeix entre les persones amb educació terciària de segon cicle, mentre que en la visió de la cultura com a manera de vida d'un poble, trobem els percentatges més elevats en educació terciària de primer cicle i en educació secundària de primer cicle.

TAULA 88. CONCEPTE NADIU DE CULTURA ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte de cultura	1G	2G/1C	2G/2C	3G/1C	3G/2C	Total
Coneixement	36,1	36,0	40,6	40,6	41,5	39,8
Educació	15,5	20,4	15,9	20,0	12,3	16,6
Tradicions	37,5	43,6	39,9	44,5	40,8	41,0
Estil de vida	11,1	5,3	5,6	12,3	5,1	6,5
Oci	8,3	7,6	4,8	10,3	8,7	6,6
Art	12,7	12,0	18,2	30,3	28,6	19,7
Literatura	9,9	9,8	17,5	33,5	28,7	19,2
Història	8,3	12,4	9,6	14,2	16,3	11,5
Valors i creences	0,0	4,9	3,6	9,7	1,5	4,0
Museus	8,3	4,9	5,3	10,3	9,2	6,5

Nota: G = grau.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La relació lineal positiva entre el concepte nadiu de *cultura* i el nivell educatiu es produeix en els ítems que fan referència a cultura humanista i creativa, és a dir, que tenen un concepte més clàssic de cultura: art, literatura, història i museus. En tots aquests es produeix un salt significatiu en passar de l'educació secundària a la terciària.

En aquest horitzó, destaquen les pautes de la cultura com educació o socialització familiar, que troba la puntuació més baixa entre les persones amb més nivell educatiu, però també de la cultura com a valors i creences i com a estil de vida.

Quan en l'enquesta es demana a la població jove el grau en què la cultura és important per a ella, s'observa que hi ha una relació lineal positiva amb el capital educatiu: com més nivell educatiu més percentatge de persones n'assenyala la importància. Només en els nivells educatius inferiors apareix un percentatge aproximat del 15% que no la considera rellevant per a la seva vida.

En examinar la satisfacció amb l'oferta disponible, s'observa que les persones més insatisfetes es troben als extrems: el 35% de les persones amb més nivell educatiu consideren inadequada l'oferta existent i entre les que només tenen estudis de primària el percentatge se situa en el 31%. Això indica que l'oferta acontenta més els nivells educatius mitjans.

3.4.2. L'interès per les pràctiques culturals

En aquesta ocasió, explorarem l'interès des d'una doble perspectiva: les persones que manifesten no tenir cap interès (puntuen 0 en l'escala) i les que li concedeixen el màxim interès (puntuen 9 i 10).

TAULA 89. INTERÈS NUL (0) PER DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	1G	2G/1C	2G/2C	3G/1C	3G/2C	Total
Libres	16,7	6,2	6,5	4,5	2,0	6,2
Diaris	24,3	14,0	11,7	3,2	5,6	10,9
Revistes	22,9	14,0	11,1	3,9	7,2	10,8
Monuments	20,8	14,7	11,5	1,3	3,1	10,2
Museus	26,8	17,2	12,5	0,6	2,6	11,3
Exposicions	25,7	15,6	12,6	1,9	3,6	11,3
Biblioteques	30,0	14,2	14,9	5,2	6,2	13,2
Concerts de música clàssica	48,6	36,9	28,9	14,2	13,8	27,4
Concerts de música actual	9,6	5,4	7,1	0,6	4,1	5,8
Anar al teatre	19,7	16,0	12,2	1,3	2,6	10,6
Anar a dansa	26,4	21,2	18,3	8,9	10,2	17,0
Anar al circ	16,9	15,8	18,0	6,5	10,2	15,2
Anar a un musical	22,2	15,2	14,1	1,6	6,2	12,3
Anar a l'òpera	56,2	38,4	34,2	20,5	17,3	32,1
Anar al cinema	8,6	3,6	2,4	0,0	3,1	2,7
Televisió	4,2	2,2	3,4	1,3	7,1	3,5
Ràdio	11,3	8,6	8,1	1,9	5,7	7,3
Videojocs	28,8	16,4	22,3	28,9	34,7	24,2
Internet	8,5	4,0	0,9	0,9	0,0	1,6
Descarregar música...	22,2	11,2	7,0	6,4	6,7	8,3
Escoltar música...	15,7	10,2	6,6	3,2	5,1	7,0

Nota: G = grau.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

L'observació de la taula 89 permet extreure diverses conclusions:

- a) Hi ha una correlació molt clara amb l'interès per la participació cultural. Els percentatges més grans de manca absoluta d'interès es donen sistemàticament entre les persones amb el nivell educatiu més baix. Només hi ha tres pràctiques que no obeeixen aquesta regla: l'interès pels videojocs, per la televisió i pel circ.
- b) En observar la relació entre els diferents nivells educatius i l'absència d'interès, es constata que hi ha un salt molt significatiu des de l'ensenyament secundari de segon cicle a l'ensenyament superior. Les diferències en els valors són molt rellevants, i en força casos se situen al voltant dels 10 punts percentuals o per sobre. És el que succeeix, per exemple, en l'interès pels monuments o pels concerts de música clàssica.
- c) Amb l'excepció de tres interessos (llegir llibres, anar a l'òpera i a concerts de música clàssica), en els quals es dona una correlació directa, en els altres casos el nivell més baix en els percentatges d'interès es produeix en el primer cicle d'ensenyaments terciaris i no en el segon.
- d) En l'interès per la música clàssica i per anar a l'òpera, les persones amb el capital educatiu inferior ofereixen percentatges molt elevats d'absència d'interès: el 49% en el primer cas i el 56% en el segon. En la lectura de llibres aquest percentatge és només del 17%.
- e) Entre les persones amb més nivell educatiu, es dona una manca d'interès molt notòria per la televisió i pels videojocs, ja que presenten els percentatges més elevats i clarament per sobre de la mitjana.
- f) Els percentatges de la manca d'interès per la música clàssica i l'òpera tenen un significat especial entre les persones amb un nivell educatiu elevat, perquè són tan elevats com els dels qui manifesten el màxim interès per aquestes pràctiques. Dit d'una altra manera, l'interès per les pràctiques que millor expressen sentit de legitimitat cultural susciten un interès reduït fins i tot entre els grups socials als quals més identifiquen.

Vegem ara el fenomen des de l'altra banda: el màxim interès, és a dir, el dels que qualifiquen el seu interès amb un 9 o un 10 en l'escala.

TAULA 90. INTERÈS ALT (9 I 10) PER DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	1G	2G/1C	2G/2C	3G/1C	3G/2C	Total
Llibres	9,7	15,1	22,8	39,7	41,3	25,4
Diaris	12,8	10,3	12,8	16,8	19,0	13,7
Revistes	4,3	7,6	7,6	14,9	7,7	9,2
Monuments	7,0	5,0	9,8	22,0	23,5	12,6
Museus	11,2	8,4	9,7	17,5	23,1	12,3
Exposicions	11,2	8,0	9,4	14,8	23,6	11,8
Biblioteques	14,0	15,0	11,5	18,7	26,4	15,1
Concerts de música clàssica	8,4	3,5	5,8	9,7	14,3	7,2
Concerts de música actual	28,7	34,9	18,4	34,2	35,2	32,2
Anar al teatre	16,7	15,1	15,0	22,9	28,1	17,7
Anar a dansa	15,3	14,9	12,5	20,1	16,9	14,6
Anar al circ	19,7	14,7	11,6	11,0	11,2	12,4
Anar a un musical	13,9	18,3	14,4	7,1	20,0	16,2
Anar a l'òpera	2,7	4,0	5,9	14,1	11,7	7,1
Anar al cinema	41,1	46,9	38,1	25,0	23,9	36,2
Televisió	32,4	30,2	27,0	21,7	20,4	26,2
Ràdio	24,6	27,0	20,7	15,6	12,3	20,2
Videojocs	50,7	65,5	66,1	60,0	66,0	64,6
Internet	36,1	46,2	44,7	30,7	38,8	42,1
Descarregar música...	42,9	52,3	48,8	45,1	48,5	48,7
Escoltar música...	34,3	50,7	44,7	34,9	46,7	44,3

Unitat: percentatge agregat dels que puntuen 9 i 10 en una escala on 0 equival a un interès nul i 10 al màxim interès.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En adoptar aquesta perspectiva, es constata que hi ha un conjunt d'interessos que estan directament relacionats amb el nivell educatiu i que corresponen al que podríem anomenar *interès per una cultura lletrada i clàssica*, ja que inclou les pràctiques de lectura (llibres, diaris), visita a monuments i exposicions i interès per la música clàssica, l'òpera i el teatre, especialment. També s'inclou en aquest grup, però és més transversal, l'interès pels concerts de música actual.

En un contrast clar amb el cas anterior, trobem diversos interessos en els quals els percentatges més elevats es produeixen en el nivell educatiu més baix i es dona una correlació inversa entre l'interès i el nivell educatiu. Aquest és el cas de l'interès pel circ, però també per l'escolta de la ràdio o pels videojocs i per la televisió.

Un tercer grup d'interessos té, en principi, un caràcter més transversal, en la mesura que gairebé tots els nivells educatius ofereixen percentatges d'interès molt elevats o pròxims a la mitjana. Aquest és el cas de l'interès per connectar-se a internet o per escoltar música.

Per acabar, hi ha dos tipus d'interès (escoltar música i anar al cinema) que es caracteritzen pel fet que el percentatge més elevat es dona en el nivell secundari de primer cicle, però també hi ha un percentatge elevat, al voltant de la mitjana, entre els que se situen en el nivell terciari de segon cicle, la qual cosa permet sospitar que la coincidència en l'interès no ho és en el gènere de música o de pel·lícules que s'escolten o es veuen. Per comprovar-ho hem d'analitzar els gèneres corresponents.

En les dades anteriors, no només hem vist el percentatge de persones interessades, sinó de les que, en una escala d'1 a 10, puntuen el màxim interès —per tant, hem vist la intensitat de l'interès.

En analitzar conjuntament l'absència d'interès (puntuació de 0) i la màxima intensitat en l'interès (puntuació de 9 i 10), es pot concloure que hi ha un nucli dur de la legitimitat cultural en la relació entre nivell educatiu i interès que està format realment només per dues pràctiques en positiu (música clàssica i òpera) i per una pràctica en negatiu (jugar a videojocs).

Hem vist els interessos. Hi ha relació de simetria entre aquests i les pràctiques o resulta que com a mínim en algunes d'aquestes es donen situacions d'asimetria i de desajust que resulta convenient conèixer per saber com operen de facto els públics? Una primera conclusió general pot ser que, tant en la dotació d'equipaments a la llar com en les activitats fora de la llar (des d'anar a sopar o a fer una copa fins a viatjar a l'estranger), el capital educatiu té un paper clarament determinant. Així, per exemple, es constata que les persones amb nivell educatiu elevat utilitzen l'ordinador en un percentatge molt elevat per veure els continguts audiovisuals, mentre que entre les persones amb nivell educatiu més baix pesa especialment la televisió.

En la taula 91 s'ofereix una bateria àmplia d'indicadors per observar les pràctiques efectives, que van des de la lectura de llibres fins a la pertinença a associacions. També s'inclouen les pautes de determinats gèneres de pràctiques per escrutar la diferenciació per nivell educatiu.

Una dada especialment rellevant és el salt que es produeix entre els nivells educatius primaris i secundaris, d'una banda, i els terciaris, de l'altra.

Comencem amb les pràctiques lectores, que inclouen la lectura de llibres, anar a biblioteques, la lectura de diaris i la lectura de revistes. En tots els casos, trobem un salt significatiu des de la secundària a la terciària, tot i que no en tots es dona una linealitat positiva perfecta, segons la qual com més nivell educatiu més percentatge de lectors. Així, en la lectura de revistes i a anar a biblioteques es dona un predomini de les persones amb estudis terciaris de primer cicle. Tanmateix, la relació sembla molt intensa: en la lectura de diaris el dia d'ahir es passa del 19% entre les persones amb el nivell educatiu més baix al 54% en les de nivell terciari de cicle superior, i en la lectura de llibres els darrers 12 mesos, del 55% de les persones amb nivell d'estudis primaris al 84% en les persones de nivell superior. Tot i la democratització de les competències lectores, la lectura està clarament determinada pel capital educatiu.

TAULA 91. REALITZACIÓ DE DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	1G	2G/1C	2G/2C	3G/1C	3G/2C	Total
Llegir diaris (ahir)	19,4	22,2	29,8	39,4	53,6	32,4
Llegir revistes (30 dies)	33,3	45,1	46,6	56,1	50,0	47,2
Llegir llibres (12 mesos)	54,9	52,7	66,3	81,4	83,9	67,6
Anar a la biblioteca (3 mesos)	28,2	36,9	40,1	59,0	55,9	43,7
Ràdio (ahir)	54,9	40,9	56,5	69,9	58,5	55,7
Televisió (ahir)	88,7	89,8	85,8	81,3	76,4	84,8
Abonat a televisió de pagament	12,5	16,1	20,0	24,0	22,3	19,7
Continguts audiovisuals (setmanal)	81,7	77,0	77,6	72,9	74,5	76,8
Tenir ordinador	41,8	49,3	64,0	77,8	73,8	63,5
Tenir televisió	88,1	88,0	85,8	80,7	76,4	84,4
Internet (30 dies)	85,9	92,4	98,0	100,0	99,5	96,9
Internet (ahir)	67,2	87,0	91,0	94,9	93,8	90,2
Escoltar música en línia	41,0	51,9	52,2	53,5	56,9	52,2
Veure pel·lícules en línia	35,0	39,9	46,0	48,1	54,4	46,0
Descarregar programari	8,2	14,9	20,0	19,4	30,4	20,1
Llegir notícies, diaris... en línia	16,4	26,9	43,0	59,4	62,1	43,9
Jugar a videojocs en línia	20,0	33,7	30,9	19,9	13,9	27,1
Jugar a videojocs (setmanal)	26,4	32,3	35,1	24,5	14,3	30,1
Telèfon mòbil	97,2	92,9	97,1	97,4	100,0	96,9
Cinema (3 mesos)	36,1	52,7	52,8	61,5	70,1	55,3
Concerts de música (12 mesos)	12,9	31,9	44,2	53,8	61,2	44,1
Macrofestival	-	14,1	18,8	16,7	26,7	19,2
Circ (12 mesos)	4,2	3,1	6,8	6,5	11,2	6,7
Teatre (12 mesos)	13,9	9,8	16,0	34,0	27,2	18,5
Dansa (12 mesos)	-	5,3	4,7	6,5	6,1	4,9
Exposicions generals (12 mesos)	22,2	24,8	26,9	44,2	52,6	31,9
Museus (12 mesos)	15,3	15,6	14,3	24,4	35,4	18,6
Monuments	7,0	4,4	6,4	7,7	16,4	7,7
Exposicions (12 mesos)	4,2	6,7	14,2	25,2	29,2	15,8
Pertànyer a una associació cultural	8,3	7,2	11,1	14,1	15,9	11,3
Anar de viatge a l'estranger	6,9	16,9	20,7	36,8	47,2	24,9

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Què succeeix quan parlem de continguts audiovisuals? Referent a això, hi ha dues qüestions inicials rellevants: el grau de penetració i els mitjans o aparells a través dels quals s'accedeix a aquests continguts.

Al contrari que la lectura, els continguts audiovisuals tenen una penetració més gran i més transversal i, a més, segueixen una pauta de correlació lineal inversa, de manera que com més nivell educatiu, menys pràctica, i el percentatge inferior se situa entre les persones amb nivell terciari de primer cicle.

Ara bé, als continguts audiovisuals es pot accedir pels mitjans clàssics (la ràdio i la televisió) o per l'ordinador i internet. Cada un d'aquests mitjans té un segon aspecte diferenciador. Són transversals, però amb matisos significatius. Així, quan analitzem l'escolta de la ràdio, constatem que, malgrat la transversalitat, l'utilitzen més les persones amb educació terciària, mentre que quan analitzem l'accés als continguts audiovisuals a través de la televisió —sigui aparell especialitzat o amb l'ordinador—, comprovem que la relació és negativa: el percentatge més elevat de televidents se situa entre les persones que tenen estudis primaris o secundaris de primer cicle i, per contra, el més baix es dona entre les que tenen estudis terciaris de cicle superior. Tot això indica que la televisió està perdent pes en les categories amb més capital educatiu, mentre que la ràdio el manté. Ara bé, el percentatge de persones que veuen la televisió diàriament entre les persones que tenen estudis universitaris és molt elevat (per sobre del 75%) i aquestes es doten, a més, d'equipaments que permeten un consum selectiu, com la televisió per abonament, o segueixen els continguts audiovisuals per l'ordinador.

Certament, l'ordinador s'està implantant com una alternativa a la televisió, especialment entre les cohorts joves, per la versatilitat i la ubiqüitat, i tot i que l'accés a internet està en trànsit d'universalització, encara hi ha diferències marcades pel nivell d'estudis, especialment en l'ús intensiu (internet ahir), però també en un ampli ventall d'activitats com escoltar música, veure pel·lícules, seguir les notícies i, sobretot, descarregar programari. Només hi ha una activitat en la qual els percentatges més elevats es donen entre les persones que tenen estudis secundaris i els més baixos entre les que tenen estudis terciaris. Els videojocs són una pràctica de persones amb estudis secundaris i obtenen poca acceptació en els nivells educatius superiors.

La resta de pràctiques, especialment les que suposen un desplaçament fora de casa (anar al cinema, a concerts i festivals, al teatre, a museus i exposicions, pertinença a associacions i anar de viatge a l'estranger), mantenen una relació lineal positiva amb el nivell educatiu, i les diferències són especialment grans en assistència a concerts (el 13% de persones amb estudis primaris davant del 61% de persones amb estudis terciaris superiors), assistència a exposicions (del 4,2% al 29,2%) i viatjar a l'estranger (del 7% al 47%).

En resum, el pes del capital educatiu es deixa sentir en gairebé totes les pràctiques, siguin lletrades, audiovisuals o digitals, es realitzin a l'interior de casa o a l'exterior.

Contrastos entre interessos i pràctiques

En les taules 89 i 90 hem presentat les dades sobre els interessos culturals. En la taula 91, les relatives a les pràctiques, amb més detall, ja que l'enquesta permet aprofundir-hi més. Per diverses raons, l'acoblament entre unes i altres sol ser difícil, per no dir impossible. No obstant això, la cultura digital permet aproximar millor les preferències i la realització. No entrarem en l'anàlisi de tots els camps o dominis culturals que hem estudiat, però sí que n'hem de subratllar els més interessants:

1. En general, es pot afirmar que hi ha més distància en les pràctiques que en els interessos. Un bon exemple n'és el cinema, però aquesta norma també es compleix en general —les persones amb nivell educatiu practiquen més del que diuen que els interessa.

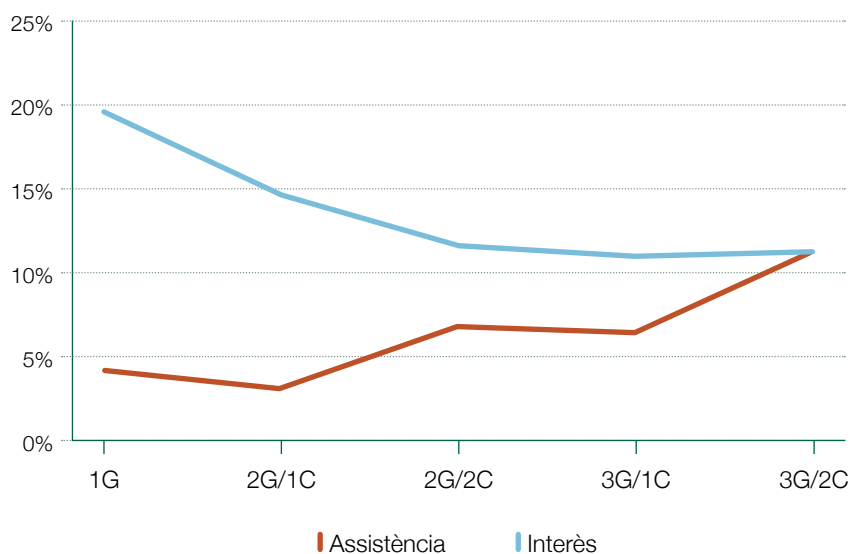
2. Hi ha un domini en què es produeix un notable paral·lelisme entre els interessos i les pràctiques: la visita a museus, monuments o exposicions, i la lectura de llibres. En aquest cas, es dóna una correlació lineal directa, que augmenta les distàncies en passar del nivell d'ensenyament secundari al terciari.

També hi ha l'acoblament en interessos i pràctiques en què es dóna una correlació inversa, com és el cas de la televisió o jugar a videojocs.

3. Un segon grup es caracteritza per la falta d'acoblament entre interessos i pràctiques.

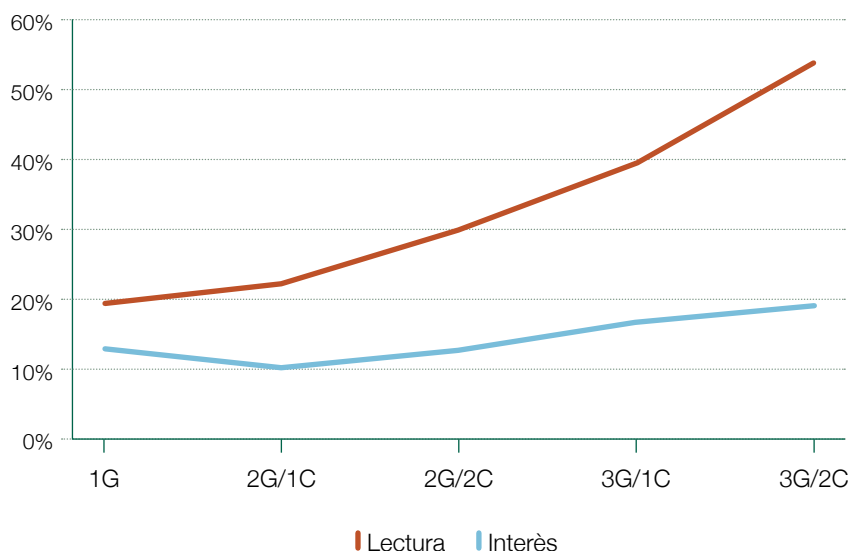
En uns casos, la pràctica corresponent està més marcada pel nivell educatiu del que indica la distribució d'interessos. Així succeeix en la lectura de diaris o en l'escolta de la ràdio. Les classes educatives altes poden mostrar desinterès, o fins i tot desdeny, cap a un domini que, no obstant això, després practiquen en percentatges significatius. Per exemple, a escoltar la ràdio. Un cas molt significatiu és el del circ, en l'interès del qual es dóna una relació lineal negativa —el percentatge de persones amb nivell educatiu baix és més elevat que el de persones amb nivell educatiu alt— i, en la pràctica, en canvi, la relació és lineal positiva —el practiquen més les persones amb més capital educatiu. En aquest sentit, es fa palès que no només és rellevant estudiar preferències i aversions, sinó també les contradiccions entre les preferències declarades i les pràctiques realitzades.

GRÀFIC 3. INTERÈS PER L'ASSISTÈNCIA AL CIRC ELS DARRERS 12 MESOS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE



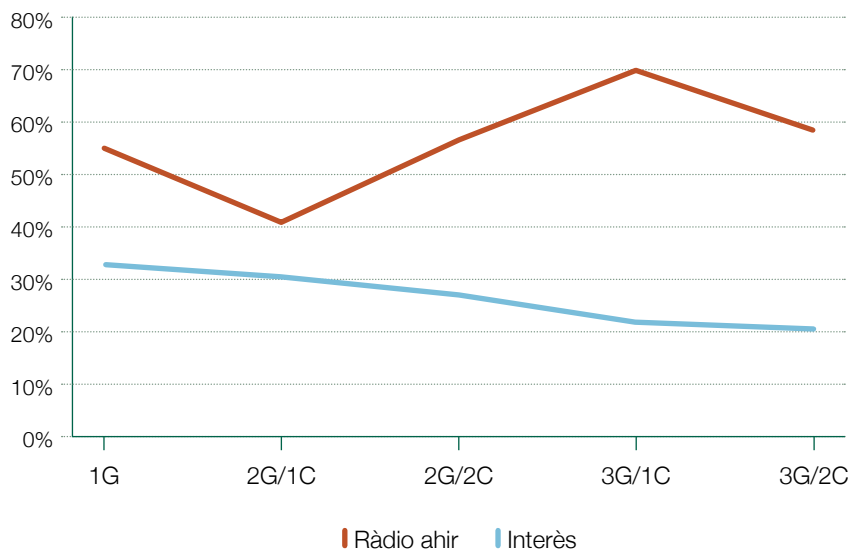
Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

GRÀFIC 4. INTERÈS PER LA LECTURA DE DIARIS EL DIA D'AHIR ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

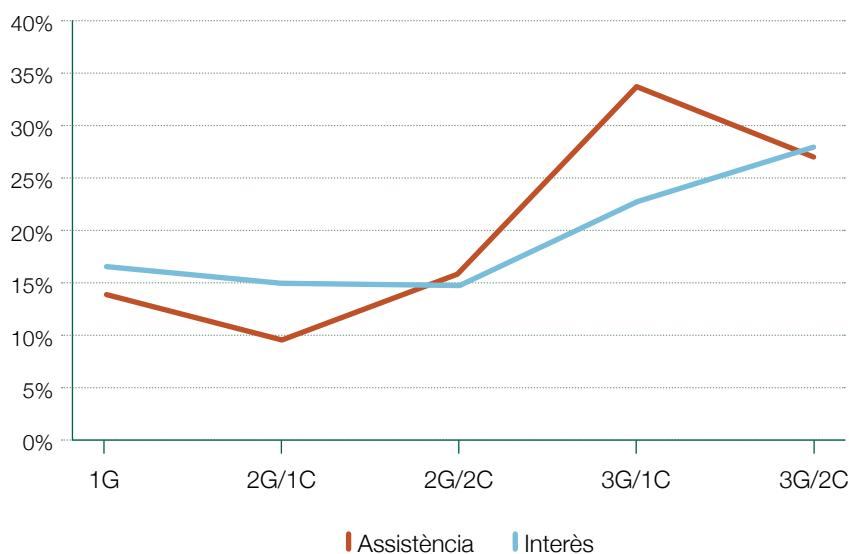
GRÀFIC 5. INTERÈS PER L'ESCOLTA DE RÀDIO EL DIA D'AHIR ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Un cas relativament anòmal és el del teatre, ja que, d'una banda, apareix una relació lineal positiva de l'interès pel teatre amb el nivell educatiu, però en canvi, els percentatges més elevats de pràctica del teatre es produeixen entre les persones que tenen estudis superiors de primer cicle.

GRÀFIC 6. INTERÈS PER L'ASSISTÈNCIA AL TEATRE ELS DARRERS 12 MESOS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE



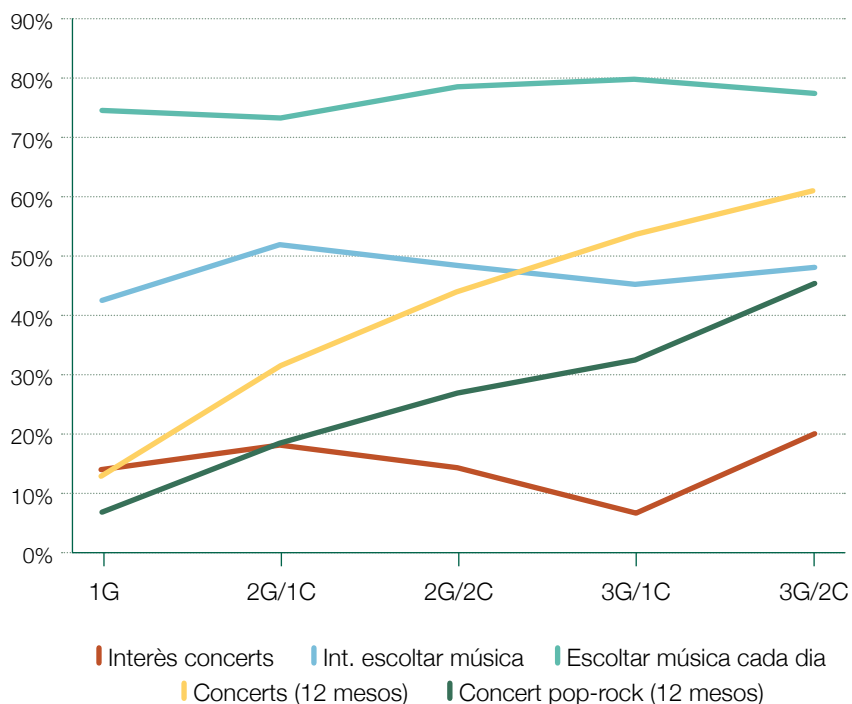
Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La música s'ha de tractar a part, ja que en aquest cas podem comparar les dades relatives a l'escolta de música a qualsevol lloc i a qualsevol moment i l'assistència a concerts en equipaments especialitzats, amb el desplaçament corresponent, el cost de l'entrada i altres possibles despeses. A més, es tracta de la pràctica que més es realitza i una de les més multiformes, atesa l'associació que es dóna amb la identitat i la construcció de grups i posicions socials.

En primer lloc, s'observa un acoblament notable entre l'interès per la música en general i la pràctica d'escoltar-la cada dia. En aquest cas, es tracta d'una pràctica i d'un interès molt transversal. Però tot canvia quan observem les dades sobre l'assistència a concerts. En aquest cas, també l'interès per realitzar aquesta pràctica mostra certa transversalitat, amb un èmfasi més gran entre les persones que tenen estudis superiors, però quan es té en compte l'assistència a concerts els darrers 12 mesos, les diferències són molt notòries: només el 13% de les persones que tenen estudis primaris diu que ha assistit a concerts en general i el 7% a concerts de pop-rock, mentre que el 61% i el 45% respectivament de les persones que tenen estudis terciaris superiors han anat a aquests concerts. No només l'assistència a concerts de música clàssica, simfònica i d'òpera està marcada pel nivell d'estudis, sinó també el rock, la música alternativa, el jazz i altres gèneres.

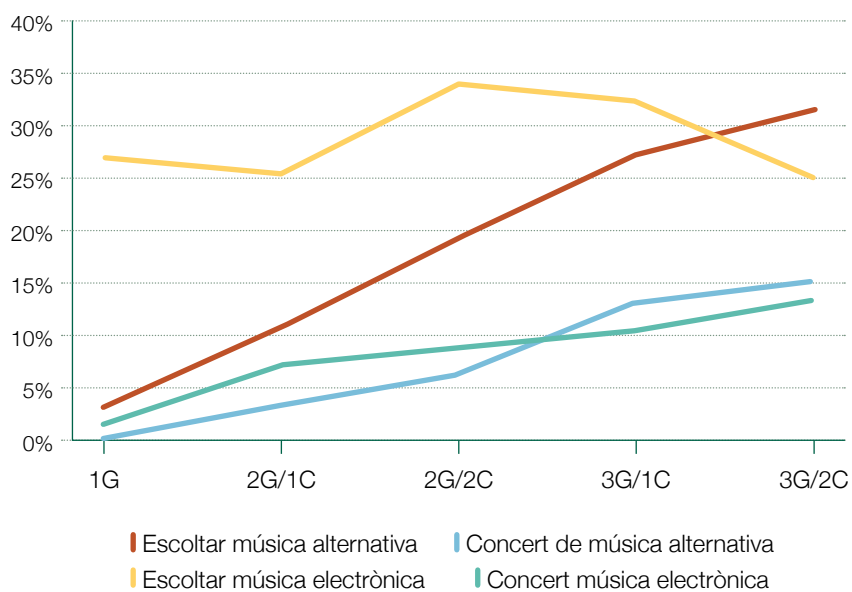
L'escolta en aparells analògics o digitals té un efecte relativament democratitzador, en el sentit que és més fàcil ajustar les preferències a les realitzacions. Però, les preferències no són portadores de marques de posició social? El gràfic 8 mostra, mitjançant la distribució de l'escolta de música alternativa, que hi ha gèneres que tenen una relació lineal positiva amb el capital educatiu. Sigui el que sigui el que les persones entrevistades tenen a la ment quan senten la paraula *música alternativa*, és evident que genera una identificació segons el nivell educatiu. I ho fa tant en l'escolta com en l'assistència a concerts, cosa que no succeeix amb la música electrònica.

GRÀFIC 7. INTERÈS PER ESCOLTAR MÚSICA I ASSISTIR A CONCERTS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

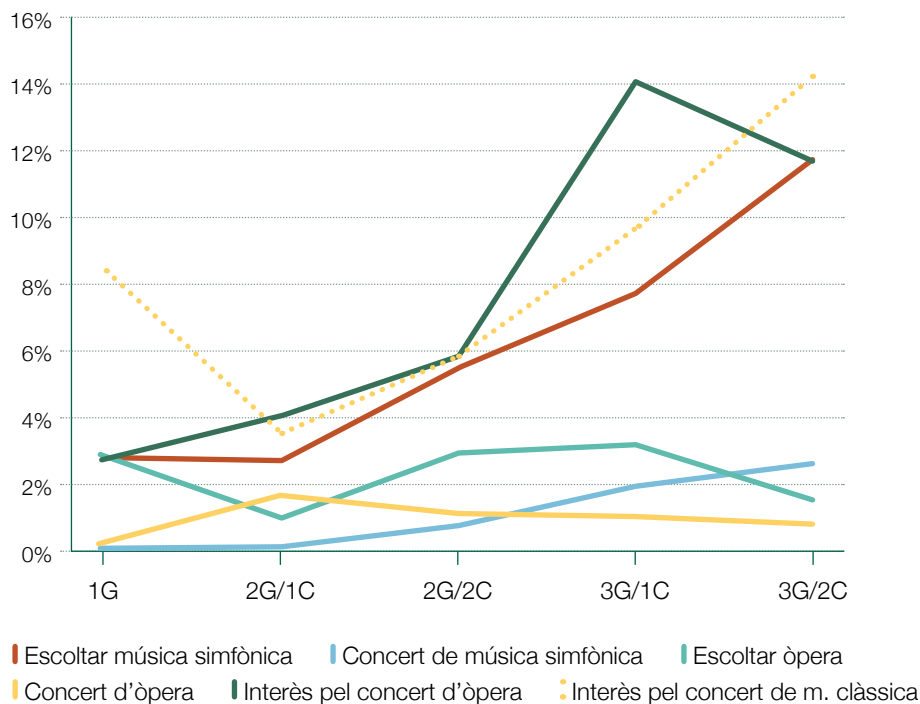
GRÀFIC 8. ESCOLTA DE MÚSICA MODERNA I ASSISTÈNCIA A DIFERENTS TIPUS DE CONCERTS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Per acabar, el gràfic 9 permet observar els gèneres que tenen una identificació més legitimista o elitista i que practiquen minories qualificades.

GRÀFIC 9. ESCOLTA DE MÚSICA CLÀSSICA I ASSISTÈNCIA A DIFERENTS TIPUS DE CONCERTS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Hi ha una relació força clara entre l'interès pels concerts de música clàssica, escoltar música simfònica i anar a concerts de música simfònica. La digitalització permet un acoblament entre interessos i pràctica. Tot i així, val la pena assenyalar que entre les persones amb baix nivell educatiu trobem percentatges que són superiors als del nivell educatiu immediatament superior, potser pel fet d'haver interioritzat sense cap distanciament la visió legitimista.

D'altra banda, en el cas de l'òpera es dona més asimetria entre interès, escolta i assistència i els percentatges més elevats d'interès i escolta es donen en les persones amb educació superior, però de primer nivell.

L'enquesta del 2013 indaga també sobre la pràctica d'un conjunt d'activitats que comporten formació complementària a la reglada i diverses formes de participació en la vida social, que poden anar des de l'associacionisme cultural fins a la sortida a fer una copa o la pràctica d'esport. En la taula 92 oferim les dades corresponents a un extracte d'aquestes.

Amb l'excepció de la participació en una associació de cultura popular tradicional, en totes les altres activitats hi ha una relació lineal gairebé positiva amb el nivell educatiu.

TAULA 92. ACTIVITATS FORMATIVES I SOCIALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	1G	2G/1C	2G/2C	3G/1C	3G/2C	Total
Associació cultural	16,7	29,4	20,5	40,9	45,2	28,9
Assoc. cultura popular tradicional		23,5	18,1	23,8	19,4	19,0
Anar a una conferència o un debat (6 mesos)	3,2	1,6	1,9	8,7	9,4	3,5
Aprendre o practicar habilitats artístiques i culturals	11,3	16,4	12,7	25,8	21,5	15,9
Estudiar idiomes, informàtica o altres activitats instructives	29,6	22,7	32,8	43,2	54,1	35,1
Anar d'excursió o de visita cultural fora del municipi, amb pernoctació	21,1	15,1	24,6	34,6	37,9	25,9
Anar de viatge a l'estranger	6,9	16,9	20,7	36,8	47,2	24,9
Anar a sopar a un restaurant	50,0	63,1	70,0	83,2	91,8	72,3
Sortir de nit a ballar o a fer una copa	46,5	55,6	68,1	76,9	79,5	67,6
Anar a la segona residència o a casa d'amics o familiars fora del municipi	64,8	63,6	67,3	69,7	70,9	67,3
Fer esport	60,6	69,8	68,1	75,5	81,0	70,6

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Per tant, es pot concloure que la formació complementària (anar a una conferència, estudiar idiomes o anar d'excursió cultural), les activitats socials (associacionisme cultural, sopars i sortides nocturnes, visitar amics o familiars) i les d'auto-realització (fer esport i aprendre o practicar habilitats artístiques) estan relacionades clarament amb el nivell d'estudis.

Per acabar, estudiarem mitjançant les dades de les tres properes taules els motius que han impulsat al consum cultural, els factors que l'han inhibit i els incentius que el podrien fomentar, segons el nivell educatiu i d'acord amb les declaracions de les persones entrevistades.

En la taula 93 ens ocupem dels motius que han afavorit el consum cultural segons declaren les persones entrevistades.

La pauta general mostra que el grau d'acord amb la majoria d'afirmacions que s'han presentat en l'enquesta està relacionat amb el nivell cultural i que els percentatges més elevats es troben entre els que tenen estudis terciaris, sigui de primer cicle o de segon.

TAULA 93. FACTORS QUE AFAVOREIXEN EL CONSUM CULTURAL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Factor	1G	2G/1C	2G/2C	3G/1C	3G/2C	Total
L'artista/els artistes que hi participen	40,7	43,8	51,5	53,4	77,1	53,6
Poder passar-ho bé, gaudir, desconnectar, escapar de l'estrès diari	40,7	62,4	54,6	67,7	67,0	58,8
La qualitat del producte	37,0	39,8	51,2	57,8	53,2	50,0
Aprendre, ampliar els meus coneixements	29,6	36,3	41,4	57,1	46,8	42,8
Recomanació d'amics, familiars	42,9	28,8	41,4	45,3	38,8	39,3
Recomanació en xarxes socials, internet	14,3	8,8	15,6	16,3	21,3	15,2
Recomanació de la crítica	3,7	9,2	17,5	19,3	24,3	16,9
Proposta o invitació de la meua parella	11,1	10,8	15,0	24,8	35,1	17,9
Proposta o invitació d'algun familiar o amics	11,1	18,8	24,0	22,4	25,0	22,8
Novetat/Estrena	29,6	14,3	22,4	19,9	26,6	21,4
Poder-hi anar amb els amics	25,9	27,6	37,7	44,7	34,4	36,1
Poder-hi anar amb la família, amb els nens	18,5	16,4	14,3	7,5	13,3	13,9
Experiència diferent	18,5	25,5	33,5	25,5	36,7	31,3
Facilitat, disponibilitat de temps, proximitat	3,7	19,5	24,1	28,0	41,5	25,6
Algun tipus d'oferta en un portal d'internet	3,7	12,0	11,1	22,4	17,5	13,2
Gratuïtat	17,9	47,0	48,6	34,8	41,5	45,3
Despertar l'interès per la cultura entre els meus fills	18,5	4,0	6,1	4,3	6,9	5,9
Reafirmar la meua identitat	-	8,0	7,3	2,5	14,9	7,7
Donar suport a un familiar o amic que hi participa	11,1	13,5	20,7	29,4	35,6	22,2

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Entre les excepcions a aquesta pauta n'hi ha tres que estan relacionades amb les relacions familiars: la recomanació d'amics o familiars, poder-hi anar amb la família, amb els nens, i despertar la cultura entre els fills.

Aquestes dades permeten diferenciar entre motivacions basades en el procés d'individualització —experiència diferent— i motivacions més familiaristes —socialització dels descendents. Les primeres són més presents en els nivells educatius alts, mentre que les segones en els més baixos.

La taula 94 s'ocupa dels factors que dificulten la participació. Entre les persones amb el màxim nivell educatiu, se subratllen amb més freqüència la manca de temps i la manca d'oferta. En tots dos casos hi ha una relació lineal positiva entre el nivell educatiu i la incidència d'aquests factors.

TAULA 94. FACTORS QUE DIFICULTEN LA PARTICIPACIÓ CULTURAL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Factor	1G	2G/1C	2G/2C	3G/1C	3G/2C	Total
Manca de temps	37,0	35,2	39,5	52,8	56,1	42,4
Preu	77,8	70,5	73,5	85,6	76,6	74,8
Manca d'interès	14,8	26,7	25,0	8,8	10,1	21,3
Manca d'informació	37,0	14,0	17,2	13,7	26,1	17,8
L'oferta existent és de baixa qualitat	14,8	5,2	3,5	-	7,4	4,1
Problemes de mobilitat, de salut	11,1	1,2	2,0	2,5	-	1,8
Manca d'oferta	3,7	13,6	16,8	9,9	19,1	15,5
Manca d'oferta per a famílies	14,8	6,8	4,4	-	-	4,0
Tinc responsabilitats familiars, nens	22,2	11,2	3,1	-	2,7	4,5
Prefereixo fer altres coses en el meu temps lliure	10,7	14,3	9,3	11,8	4,8	9,9

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

El factor preu apareix subratllat per percentatges superiors al 70%. El més elevat és el que apareix entre les persones amb estudis terciaris de primer cicle.

La manca d'interès i la preferència per altres activitats destaca entre les persones de segon cicle. Les persones amb el nivell educatiu més baix presenten els percentatges més elevats per sobre de la mitjana en manca d'informació, baixa qualitat de l'oferta i problemes de mobilitat. Però sobretot on se singularitzen és en la manca d'oferta per a famílies i a tenir responsabilitats familiars.

TAULA 95. INCENTIVS PER FOMENTAR LA PARTICIPACIÓ CULTURAL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL NIVELL D'ESTUDIS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Incentiu	1G	2G/1C	2G/2C	3G/1C	3G/2C	Total
Una baixada en el preu	66,7	93,6	87,3	94,4	83,6	88,3
Que sigui gratuït	67,9	86,9	86,0	91,3	74,5	84,9
Millor accés amb transport públic	59,3	72,1	59,4	55,9	48,9	59,9
Millor accés amb transport privat, disponibilitat de pàrquing	59,3	39,4	45,8	53,1	28,2	43,4
Possibilitat d'anar-hi amb nens	63,0	42,4	27,1	23,8	27,7	30,1
Tenir més informació de l'esdeveniment abans d'anar-hi	77,8	67,2	60,3	55,6	52,7	60,3
Disposar de recursos en línia extres per aprofitar la visita	28,6	58,8	43,3	43,8	54,3	47,2
Horaris més adequats	74,1	60,4	62,2	53,4	45,7	59,0

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Per acabar, la taula 95 ofereix les dades relatives als incentius que podrien fomentar la participació cultural segons les persones entrevistades i el seu nivell educatiu. La petició d'una baixada de preus o que directament les activitats siguin gratuïtes té un consens molt alt, però les persones que manifesten menys acord amb aquestes mesures de gratuïtat o preus polítics són les que tenen menys nivell educatiu.

Per contra, és més important la facilitat d'accés amb transport públic o privat, la disponibilitat d'informació, la millora en els horaris i la possibilitat d'anar-hi amb els fills.

Les tres taules mostren, doncs, una pauta comuna de les persones amb menys nivell educatiu que té a veure amb el que podem anomenar un *familiarisme cultural* davant de pràctiques més individualitzades entre les classes altes.

D'altra banda, l'economia de la gratuïtat té el suport principal en nivells educatius mitjans i també terciaris.

3.5. CLASSE SOCIAL

Serveix la classe social per explicar les diferències culturals? Alguns corrents han tendit a minimitzar el paper que té la classe social en les societats de consum de masses i multicultural, en les quals intervenen o pesen altres factors com l'edat, el gènere, la pertinença ètnica, etc. L'evidència de les enquestes realitzades l'última dècada en diversos països mostra que la classe social continua sent important.

En les enquestes que fem servir en aquest estudi, la classe social es construeix a partir de les dades d'ocupació i, en concret, del membre sustentador principal. Per al cas de la població aturada s'utilitza com a referència l'ocupació anterior.

En aquest apartat farem una aproximació bàsica a la incidència que tenen les classes socials en la participació cultural. En distingim cinc. La taula 96 ofereix la relació entre el concepte nadiu de *cultura* i la classe social.

Dels quatre conceptes que fem servir en aquest estudi, dos estan clarament relacionats amb la classe social: la cultura com a coneixement i com a expressió creativa i artística. Per la seva banda, la socialització familiar troba més consens entre les classes baixes i la cultura com a tradició i identitat d'un poble, entre les classes mitjanes.

La concepció *legitimista* en el sentit més ampli —competències artístiques i capital educatiu— és la que genera més afinitat amb les classes altes, mentre que la concepció de cultura com a identitat col·lectiva ho fa entre les classes mitjanes i el *familiarisme* de nou té una base popular.

TAULA 96. CONCEPTE NADIU DE *CULTURA* ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA CLASSE SOCIAL. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte de cultura	Alta	Mitjana alta	Mitjana	Mitjana baixa	Baixa
Coneixement i ciència	45,0	42,6	40,1	34,9	30,0
Educació i família	16,7	16,2	17,0	15,7	22,2
Tradicions	29,5	42,5	43,1	36,5	11,1
Estil de vida	8,2	5,9	6,1	8,6	-
Oci	10,0	6,6	6,5	5,9	10,0
Art	29,5	23,2	21,0	11,0	-
Literatura	36,7	22,4	19,6	11,0	-
Història	19,7	12,5	11,8	7,5	-
Valors i creences	3,3	1,5	4,8	5,1	-
Museus	16,4	7,4	5,9	5,5	-

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La taula 97 analitza els interessos en diferents camps de participació cultural. La correlació amb la classe social és inqüestionable en tots els tipus d'interès.

En un ampli ventall d'interessos, que van des de la lectura de llibres, diaris i revistes, passant pels concerts de música, anar a l'òpera o al cinema, fins a la connexió a internet, es dona sempre una correlació lineal directa entre l'increment en el percentatge de persones que hi estan d'acord i la trajectòria des de la classe baixa a l'alta.

Certament, hi ha pràctiques en les quals les diferències entre classes baixes, mitjanes i altes estan molt marcades i en d'altres en les quals es dona una transversalitat més elevada, com, per exemple, en la descàrrega de música o la connexió a internet. Però la direcció sempre és la mateixa: com més alta és la classe social més freqüència d'interès es té.

En un altre grup de pràctiques succeeix justament el contrari: veure la televisió, escoltar la ràdio i jugar a videojocs, d'una banda, i de l'altra, assistir a espectacles de dansa, de circ o musicals.

TAULA 97. INTERÈS ALT (9 I 10) PER DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	Alta	Mitjana alta	Mitjana	Mitjana baixa	Baixa
Libres	40,0	27,7	26,6	16,5	10,0
Diaris	20,3	15,8	12,9	12,5	0,0
Revistes	13,3	7,0	8,5	7,5	0,0
Monuments	21,7	11,7	13,4	9,1	10,0
Museus	19,7	13,2	12,4	9,0	11,1
Exposicions	21,3	13,2	11,4	9,0	11,1
Biblioteques	27,4	15,4	13,9	16,2	0,0
Concerts de música clàssica	12,9	8,8	7,3	4,7	0,0
Concerts de música actual	45,9	34,2	31,9	30,1	10,0
Anar al teatre	28,8	20,1	17,4	13,8	11,1
Anar a dansa	6,8	12,5	16,6	12,2	25,0
Anar al circ	4,9	8,5	13,9	12,6	27,3
Anar a un musical	15,0	14,1	18,1	12,5	22,2
Anar a l'òpera	11,3	8,5	8,0	3,1	0,0
Anar al cinema	50,8	43,2	44,1	44,7	30,0
Televisió	26,2	28,0	35,4	49,4	50,0
Ràdio	23,0	18,8	28,0	29,8	30,0
Videojocs	14,8	19,8	19,3	24,3	33,3
Internet	78,3	66,4	64,0	62,0	55,6
Descarregar música...	50,8	39,2	43,2	40,8	30,0
Escoltar música...	56,7	51,3	47,4	48,4	50,0

Unitat: percentatge agregat dels que puntuen 9 i 10 en una escala on 0 equival a un interès nul i 10 al màxim interès.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Ara bé, què passa quan analitzem les pràctiques? Doncs que l'hegemonia d'una única lògica de classe es trenca i apareixen contradiccions —si més no desajustos— entre els interessos confessats i les pràctiques realitzades. En primer lloc, vegem els casos en què es compleix la pauta de correlació directa, que es dona en la lectura de diaris i revistes i anar al cinema, a concerts i a macrofestivals.

TAULA 98. REALITZACIÓ DE DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA CLASSE SOCIAL. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	Alta	Mitjana alta	Mitjana	Mitjana baixa	Baixa
Llegir diaris (ahir)	44,3	40,8	32,1	22,7	10,0
Llegir revistes (30 dies)	50,8	43,4	49,3	44,9	20,0
Anar al cinema (3 mesos)	70,5	69,2	54,2	40,6	40,0
Escoltar la ràdio (ahir)	60,0	61,4	55,8	47,8	60,0
Veure la televisió (ahir)	80,0	81,7	84,0	91,7	77,8
Internet (30 dies)	100,0	99,3	97,9	92,5	60,0
Concerts de música (12 mesos - 4 o més)	30,0	21,2	19,4	7,1	-
Macrofestivals	44,1	29,2	15,0	11,4	-
Espectacles (12 mesos - 4 o més)	8,3	8,4	6,7	2,4	-
Llegir llibres (12 mesos)	70,5	75,3	69,9	52,9	30,0
Jugar a videojocs (3 mesos)	36,1	47,1	50,3	54,3	40,0
Visitar biblioteques (3 mesos)	59,0	47,1	44,6	32,5	37,5
Pertànyer a una associació cultural	8,3	14,8	12,1	5,9	10,0
Participació activa	100,0	80,0	88,8	80,0	100,0

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

D'altra banda, la classe baixa presenta també els percentatges més reduïts en totes les pràctiques excepte en l'escolta de la ràdio, l'ús del telèfon mòbil i la participació associativa.

La classe alta que manifesta escàs interès per la ràdio o per la televisió presenta percentatges per sobre de la mitjana i fins i tot més elevats que els de la classe baixa (en la televisió).

La classe mitjana alta destaca a anar a espectacles, llegir llibres i pertinença a associacions.

En les taules 99 i 100 examinem els usos culturals d'internet i del telèfon mòbil entre la població jove. Malgrat que som davant pràctiques molt transversals i esteses, les diferències de classe són indubtables.

En el cas dels usos d'internet, si descomptem descarregar videojocs i jugar-hi, en tots els altres usos predominen les classes alta i mitjana alta.

TAULA 99. USOS CULTURALS D'INTERNET ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA CLASSE SOCIAL. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Ús	Alta	Mitjana alta	Mitjana	Mitjana baixa	Baixa
Jugar a videojocs en línia	13,3	24,9	27,8	30,8	40,0
Descarregar videojocs	6,6	13,0	11,9	12,8	-
Descarregar música	50,0	45,2	43,3	44,4	16,7
Escoltar música en línia	58,3	58,9	51,2	49,4	16,7
Descarregar pel·lícules, sèries	49,2	33,3	31,6	30,2	16,7
Veure pel·lícules, sèries	50,0	49,8	46,1	41,0	-
Veure o compartir fotografies	71,7	56,9	50,6	48,9	16,7
Descarregar llibres	15,0	11,1	10,9	6,8	-
Descarregar programari	30,0	22,3	20,2	14,9	-
Llegir notícies, diaris o revistes	52,5	52,4	43,8	33,2	33,3
Veure televisió en línia	44,3	30,7	24,4	14,9	-
Descarregar continguts televisius	3,3	8,1	6,1	3,8	-
Escoltar la ràdio en línia	28,3	24,2	22,2	19,6	16,7
Descarregar continguts radiofònics	1,6	7,0	2,3	1,3	-

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Un cas especialment significatiu és el corresponent a la pràctica de veure i compartir fotografies a internet: les diferències entre la classe baixa i la classe alta superen els 50 punts percentuals.

També en els usos del telèfon mòbil es repeteix la mateixa lògica de classe social, que es plasma, d'una banda, en el fet que les classes baixes són les que menys ús fan en tots els tipus d'ús —i, en aquest cas, també en els videojocs, possiblement perquè els seus dispositius no disposen de les aplicacions necessàries.

D'altra banda, en la majoria d'usos del mòbil les classes mitjana alta i alta ofereixen els percentatges més elevats. I això pot servir per veure la televisió o jugar a videojocs pel mòbil.

Hi ha dos usos que tenen un caràcter molt transversal, amb l'excepció de la classe baixa. Són veure pel·lícules i sèries i escoltar música.

Atesos els resultats que estem obtenint i la correlació entre pràctiques culturals i classe social, no és estrany que també es doni aquesta lògica en els usos de la biblioteca. Efectivament, hi ha una correlació directa entre la finalitat d'estudiar i la classe social: el 66% de les persones de classe alta utilitza la biblioteca per estudiar davant del 20% de les persones de classe baixa i, per contra, el 25% de les persones amb menys nivell social van a la biblioteca per connectar-se a internet, mentre que només ho fa el 3% de les de classe alta.

TAULA 100. USOS CULTURALS DEL TELÈFON MÒBIL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA CLASSE SOCIAL. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Ús (darrers 30 dies)	Alta	Mitjana alta	Mitjana	Mitjana baixa	Baixa
Missatges	95,0	97,8	97,4	93,6	77,8
Internet	75,4	70,4	65,3	60,0	20,0
Serveis 3G	39,3	39,6	30,2	25,8	11,1
Correu electrònic	75,0	67,4	60,8	56,2	40,0
Escoltar la ràdio	16,4	28,9	29,0	26,8	11,1
Escoltar música	54,1	58,1	54,0	54,7	20,0
Veure pel·lícules, sèries	11,7	12,2	11,8	12,3	10,0
Veure programes de televisió	5,0	7,0	3,3	3,4	-
Fer fotos	93,3	78,9	76,3	68,5	20,0
Gravar vídeos	32,8	30,7	27,9	30,1	10,0
Jugar a videojocs	23,3	19,3	23,4	24,7	-
Llegir llibres	6,7	6,3	6,6	4,3	-

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Per acabar, quan es consideren els factors que, segons afirmen les persones entrevistades, dificulten la participació, es constata la lògica de la distribució dels recursos: per a les classes alta i mitjana alta, el recurs més escàs és el temps, mentre que per a les baixes, ho són els diners. Així, mentre que el 67% de les persones de classe alta addueix com a factor dissuasiu el preu, entre les classes baixes s'arriba al 78%. Per la seva banda, mentre entre les persones joves de classe mitjana alta el 49% diu que no participa més per manca de temps, el percentatge es redueix al 31% entre les de classe mitjana baixa.

3.6. LLENGUA PARLADA

La llengua, ja sigui com a mitjà de comunicació personal i col·lectiva, com a factor d'identitat o com a instrument de distinció social, té un paper central en les manifestacions culturals i en la participació social. Per tant, explorar la relació de la llengua amb les diferents pràctiques i interessos culturals constitueix un factor determinant per comprendre les diferències internes en un grup o comunitat.

Per identificar la llengua, partim de l'idioma en què, d'acord amb la petició formulada per la persona entrevistada, s'ha realitzat l'entrevista en cada cas. Segons les dades de perfil sociodemogràfic i posició social, entre les persones de parla catalana trobem percentatges superiors que entre la castellana quant a estudis superiors (el 34% entre les que parlen català i el 19,2% entre les que parlen castellà), en persones ocupades i que estudien (el 25% de la població jove de parla catalana està a l'atur i entre les persones joves que parlen castellà el percentatge arriba al 32%), en estudis de la mare (el 24% de la població jove de parla catalana té mares amb estudis superiors, mentre que només els té el 13% de la

població jove de parla castellana) i en classe social (mentre que el 34,5% de la població jove de parla catalana és de classe alta, ho és el 16,5% de les persones joves que parlen castellà). En conjunt, es pot parlar, per tant, d'una posició social millor i d'un capital educatiu, personal i familiar més elevat.

Ara analitzarem interessos i pràctiques culturals tenint en compte aquestes dades. En primer lloc, d'acord amb la lògica del qüestionari, explorarem el concepte nadiu de *cultura* en relació amb la llengua. Les diferències més significatives es donen en tres ítems: la cultura com a tradicions i marcadors d'identitat, com a art i com a literatura, que es relacionen amb dos conceptes de *cultura* —com a forma de vida d'un poble o comunitat i com a expressió artística.

TAULA 101. CONCEPTE NADIU DE CULTURA ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA LLENGUA. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Concepte de cultura	Català	Castellà	Total
Coneixement	41,0	39,1	39,9
Educació	15,3	17,6	16,6
Tradicions	43,9	39,1	41,2
Estil de vida	6,0	7,1	6,6
Oci	7,8	5,7	6,6
Art	23,4	16,9	19,7
Literatura	24,1	15,2	19,1
Història	13,1	10,3	11,5
Valors i creences	3,5	4,4	4,0
Museus	7,0	6,2	6,5

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Ens aturem en les diferències més significatives, que, en aquest cas, es produeixen en dues definicions: la cultura com a identitat col·lectiva i com a expressió creativa. El 44% de les persones joves entrevistades que parlen català entén que la cultura s'ha de comprendre com la forma de vida d'un poble (tradicions...), cinc punts percentuals per sobre que les que parlen castellà. Les diferències són més voluminoses quan mirem els ítems relacionats amb l'expressió artística i, especialment, amb l'art i la literatura (del 23% al 17% i del 24% al 15% respectivament). En resum: entre la població que parla català destaquen dues definicions, identitat i creativitat consumada.

De la mateixa manera, quan es demana pel grau en què és important la cultura, el 59% de les persones que parlen català considera que és molt important, mentre que entre els que parlen castellà el percentatge és del 46%. En línia amb això, es manifesten més insatisfets amb l'oferta existent les persones que parlen català: el 35% la considera inadequada, mentre que només ho fa el 25% entre les que parlen castellà.

A continuació, presentem les dades relatives a l'interès —màxim interès, ja que puntuen 9 i 10 en una escala de 0 a 10. La llengua apareix de nou com un clar factor de diferenciació.

TAULA 102. INTERÈS ALT (9 I 10) PER DIFERENTS ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA LLENGUA. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	Català	Castellà	Total
Libres	28,2	23,3	25,4
Diaris	16,9	11,4	13,9
Revistes	8,2	8,3	8,2
Monuments	15,4	11,0	13,1
Museus	14,4	10,8	12,4
Exposicions	13,1	11,0	11,8
Biblioteques	16,3	14,3	15,2
Concerts de música clàssica	8,7	6,3	7,3
Concerts de música actual	35,2	30,3	32,4
Anar al teatre	20,6	15,7	17,8
Anar a dansa	15,7	13,7	14,6
Anar al circ	12,7	11,9	12,3
Anar a un musical	18,7	14,5	16,3
Anar a l'òpera	8,5	6,1	7,2
Anar al cinema	44,6	44,2	44,4
Televisió	29,7	41,4	36,4
Ràdio	24,5	27,8	26,4
Videojocs	17,6	24,1	20,2
Internet	64,8	64,3	64,5
Descarregar música...	40,1	43,6	42,1
Escoltar música...	51,2	47,1	48,9

Unitat: percentatge agregat de les persones que puntuen 9 i 10 en una escala on 0 equival a un interès nul i 10 al màxim interès.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Hi ha tres pràctiques en les quals no hi ha diferències i que són clarament transversals. Es tracta de l'interès per la lectura de revistes, per anar al cinema i per la connexió a internet. Les diferències més marcades sorgeixen en l'interès per les pràctiques audiovisuals i videojocs. Concretament, el 30% de les persones que parlen català diu que té interès per la televisió, mentre que entre les que parlen castellà l'interès arriba al 41%.

En la resta d'activitats es dona sempre un percentatge més elevat entre les que parlen català i això és així en tot el que té a veure amb una concepció lletrada i artística de la cultura: lectura de llibres i diaris, visites patrimonials o assistència a espectacles, sigui de música actual o d'òpera.

Vegem ara la relació de la llengua amb les pràctiques, començant per les típiques de la cultura lletrada.

3.6.1. La cultura lletrada

La taula 103 ofereix informació sobre les pràctiques de la cultura lletrada depenent de la llengua que s'ha emprat en l'entrevista. Aquest domini cultural, en el qual trobem llegir llibres, llegir diaris, llegir revistes i visitar biblioteques, està clarament hegemunitzat per les persones de parla catalana, amb diferències que en alguns casos superen els 10 punts percentuals (llegir llibres, llegir diaris, llegir revistes o llegir revistes científiques).

TAULA 103. PRÀCTIQUES DE LECTURA ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA LLENGUA. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Pràctica	Català	Castellà	Total
Llegir llibres (12 mesos)	75,1	61,8	67,6
Llegir diaris (ahir)	38,6	28,0	32,7
Diari d'informació general de pagament	68,7	65,0	66,9
Diari esportiu	36,9	34,1	35,6
Diari local	14,2	8,3	11,3
Revistes (30 dies)	53,4	42,7	47,4
Revistes d'informació general o d'actualitat	19,6	20,5	20,0
Revistes del cor	19,3	36,4	28,0
Revistes d'esport	27,6	19,6	23,5
Revistes científiques	19,9	11,4	15,6
Revistes de cinema	4,7	6,3	5,5
Anar a la biblioteca (3 mesos)	47,5	41,0	43,8

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Només quan ens ocupem dels gèneres de les revistes llegides —no de diaris ni de llibres— n'apareixen alguns en què la població que realitza les entrevistes en llengua castellana ofereix percentatges més elevats de lectura (revistes del cor o de cinema i música). En el cas de les primeres, es dona una gran diferència, ja que les revistes del cor només les llegeix el 19% de la població que parla català i, en canvi, el percentatge entre la població que parla castellà arriba al 36%.

3.6.2. La cultura audiovisual

Les persones que realitzen l'entrevista en català tenen un equipament de les llars més bo (en televisors amb DVD, consola de joc o antena parabòlica i en abonament a televisió de pagament). Això és especialment vàlid per als equipaments de l'era digital: ordinador (el 69% té ordinador de sobretaula davant del 53%; el 84% té portàtil davant del 75%; el 40% té tauleta davant del 29%; el 60% té cadena musical davant del 47%, i el 95% té connexió a internet davant del 89%).

Les dades sobre les pràctiques concretes indiquen que hi ha un percentatge més elevat de persones catalanoparlants que escolten la ràdio (11 punts percentuals de diferència), però

que els percentatges de les persones castellanoparlants són superiors en l'audiència de televisió i de continguts audiovisuals setmanals (3 punts percentuals de diferència).

TAULA 104. CONSUMS I EQUIPAMENTS AUDIOVISUALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA LLENGUA. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Consum	Català	Castellà	Total
Ràdio (ahir)	62,0	51,0	55,8
Televisió (ahir)	83,3	86,4	85
Abonat a televisió de pagament	21,5	18,2	19,6
Televisió: informatius	56,8	52,4	54,3
Televisió: culturals	20,1	9,2	13,9
Continguts audiovisuals (setmanal)	87,9	90,8	89,6
Cinema (3 mesos)	60,1	51,0	65,0
Equipament/Ordinador	71,6	57,1	63,4
Televisió	82,4	85,8	84,3

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Quan hem estudiat els interessos per determinades pràctiques o dominis culturals, hem constatat que el percentatge de persones catalanoparlants molt interessats a veure la televisió és clarament inferior al de les persones castellanoparlants. També ara veiem que aquelles utilitzen amb més freqüència l'ordinador per seguir els continguts audiovisuals. No obstant això, les diferències entre una població i l'altra respecte del seguiment de televisió i de continguts audiovisuals només és de 3 punts percentuals. De tot això es poden extreure tres conclusions:

- La imatge negativa de la televisió entre els sectors culturals més exigents.
- L'hegemonia de facto de la televisió en les dues poblacions (entre les persones catalanoparlants, el 83% va veure la televisió el dia anterior a l'entrevista, el 88% segueix continguts audiovisuals amb periodicitat setmanal i el 82% els va seguir a través del televisor).
- Hi ha una penetració més elevada dels mitjans digitals entre la població catalanoparlant, fet que ratifiquen moltes altres dades.

Per acabar, també en l'assistència al cinema hi ha una diferència significativa entre una població i l'altra, a favor de la catalanoparlant.

3.6.3. La cibercultura

La penetració d'internet es realitza a través de l'ordinador, de les tauletes i dels telèfons mòbils. Els tres equipaments estan més implantats a les llars on la persona entrevistada és catalanoparlant. Les diferències no són gaire elevades, però atesa la generalitat, no deixen de ser significatives. D'altra banda, també aquesta població fa un ús més extens i intens d'internet i dedica més temps diari a la navegació digital.

TAULA 105. USOS CULTURALS D'INTERNET ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA LLENGUA. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Usos culturals d'internet	Català	Castellà	Total
Internet (30 dies)	99,5	95,1	97,0
Internet (ahir)	94,0	87,1	90,2
Jugar a videojocs en línia	27,3	27,1	27,2
Escoltar música en línia	54,9	50,5	52,5
Veure pel·lícules en línia	47,9	44,5	46,0
Descarregar programari	25,2	15,8	20,0
Llegir notícies, diaris... en línia	47,7	40,6	43,8
Escoltar la ràdio en línia	25,3	19,9	22,3
Telèfon mòbil	98,0	96,1	97,0
Mòbil: jugar a videojocs	19,5	25,0	22,6

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Només quan parlem de la pràctica dels videojocs s'observa un equilibri —a internet— o un percentatge superior entre la població castellanoparlant quan es tracta d'utilitzar el mòbil o quan es parla en general de jugar a videojocs (amb periodicitat setmanal, el 37% de la població catalanoparlant i el 40% de la població castellanoparlant).

3.6.4. La cultura musical

Quan es tracta d'escoltar música o d'assistir a concerts, de nou constatem que hi ha percentatges més elevats entre la població catalanoparlant.

TAULA 106. PRÀCTIQUES MUSICALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA LLENGUA. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Pràctiques musicals	Català	Castellà	Total
Escoltar música cada dia	83,7	73,8	78,1
Escoltar pop-rock	81,3	68,8	74,2
Escoltar música alternativa	27,2	13,6	19,6
Escoltar música simfònica	8,8	3,7	5,9
Escoltar electrònica	33,7	28,6	30,8
Escoltar òpera	3,2	1,5	2,2
Anar a concerts de música (12 mesos)	55,1	35,4	44
Anar a macrofestivals	21,1	17,5	19,5
Anar a concerts de música simfònica (12 mesos)	2,0	0,1	0,9

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Les diferències són especialment notables quan es tracta d'anar a concerts els darrers 12 mesos (20 punts percentuals de diferència a favor de la població catalanoparlant). D'altra banda, aquesta pauta és molt general, amb l'excepció d'alguns gèneres musicals, com l'escolta de flamenc (l'11% davant del 20%) i de salsa o música llatina (el 16% davant del 24%). En tots els altres gèneres, sigui escoltats en dispositius o amb participació directa, el percentatge de públic catalanoparlant sempre és superior a la mitjana, amb independència que parlem de música folk o popular o de música pop-rock, d'alternativa o de simfònica, per a públic adult o infantil.

3.6.5. Assistència a espectacles i visita a llocs patrimonials

L'assistència a espectacles artístics o la visita a llocs patrimonials i d'arts plàstiques es caracteritza pel fet que en totes les pràctiques considerades els percentatges de la població catalanoparlant superen els de la població castellanoparlant.

TAULA 107. ASSISTÈNCIA A ESPECTACLES I VISITA A LLOCS PATRIMONIALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA LLENGUA. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Espectacle o espai	Català	Castellà	Total
Circ (12 mesos)	8,8	4,9	6,6
Teatre (12 mesos)	25,5	13,2	18,6
Dansa (12 mesos)	7,1	3,3	5,0
Musical (12 mesos)	7,5	3,1	5,0
Màgia	4,5	1,7	2,9
Exposicions en general (12 mesos)	40,3	25,1	31,7
Museus (12 mesos)	23,1	15,0	18,5
Galleries d'art	9,8	6,3	7,8
Monuments	11,4	5,1	7,9
Exposicions (12 mesos)	23,3	10,2	15,9

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Les diferències són especialment notables quan parlem de visites a exposicions o al teatre. Mentre que el 40% de la població jove de parla catalana ha fet visites a exposicions els darrers 12 mesos, només ho ha fet el 25% de la població jove de parla castellana. En l'assistència a espectacles teatrals es dona una diferència de 12 punts percentuals.

En resum, l'assistència a espectacles i la visita a llocs patrimonials i exposicions artístiques tenen un perfil marcat per la llengua parlada.

3.6.6. Factors que dificulten la participació

Per acabar, analitzarem els factors que dificulten la participació cultural o que operen com a obstacles. També en aquest cas la llengua parlada permet captar l'existència de diferèn-

cies que hi guarden relació. En tots els factors considerats, amb l'excepció de la manca d'informació, la població que s'expressa en català en l'entrevista supera la mitjana i es distancia clarament de la població que s'expressa en castellà.

TAULA 108. FACTORS QUE DIFICULTEN LA PARTICIPACIÓ CULTURAL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA LLENGUA. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Factor	Català	Castellà	Total
Manca de temps	43,0	41,8	42,3
Preu	74,8	68,5	71,2
Manca d'interès	17,7	15,7	16,6
Manca d'informació	9,5	9,9	9,7
No tenir prou coneixements	5,3	2,8	3,9
Oferta de baixa qualitat	6,6	1,4	3,7
Problemes de mobilitat	13,1	6,2	9,2
No tenir gent amb qui fer-les	4,1	2,8	3,4
Manca d'oferta	19,3	8,8	13,3
Manca d'oferta per a famílies	1,2	2,1	1,7

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La població de parla catalana es decanta més que la població de parla castellana per qüestions com el preu, la manca d'oferta, la baixa qualitat de l'oferta o els problemes de mobilitat.

En relació amb la rellevància del preu, es troben les respostes relacionades amb l'evolució del consum durant la crisi, ja que també les persones entrevistades en català diuen en un percentatge més gran que han reduït el consum cultural (el 61% davant del 56% de les persones que han respost en castellà), que han incrementat les descàrregues gratuïtes en línia (el 67% davant del 63%) o que es preocupen més per cercar ofertes a les entrades (el 51% davant del 43%).

D'això es dedueix que la crisi els ha afectat més? O que han desenvolupat una pauta de més ajust de la despesa?

Hi ha dos elements significatius: una exigència més elevada en la qualitat i en l'adequació de l'oferta i una actitud més exigent pel que fa al cost de la cultura, que segurament està relacionada amb el fet que s'empra més la cultura no audiovisual.

3.7. ALTRES ACTIVITATS CULTURALS

Una visió completa de la cultura ha d'incloure moltes més activitats de les que sol recollir un qüestionari. Tanmateix, és habitual incloure-hi dos aspectes que són molt importants: les pràctiques d'aficionat o amateur i altres activitats complementàries, que poden oscil·lar

des de fer cursos de formació o assistir a debats i conferències fins a sortir de copes o fer esport.

L'enquesta del 2013 proporciona dades sobre un ventall d'activitats que es poden prendre com a indicadors de diverses dimensions de la vida sociocultural:

- Com a pràctiques de sociabilitat, d'activació de la societat civil i d'integració en la vida social dominant (pertinença associativa, sortir a sopar o a fer una copa i anar d'excursió pel territori).
- Com a pràctiques de desenvolupament personal d'acord amb pautes establertes (estudiar idiomes, fer esport i viatjar a l'estranger).
- Com a pràctiques d'autorealització i desenvolupament de capacitats expressives (practicar habilitats artístiques o culturals).

En qualsevol cas, es tracta de realitzar activitats o adquirir competències que responen a pautes vinculades amb l'ideal social dominant.

En la taula 109 presentem el ventall d'activitats que recull l'enquesta del 2013 segons les variables principals que s'han examinat en aquest capítol.

Des de la perspectiva del sexe, s'observa que la sortida nocturna de la llar i especialment la pràctica de l'esport tenen un perfil més masculí (el 78% dels homes fa esport davant del 63% de les dones). En canvi, la realització de pràctiques per adquirir habilitats artístiques o culturals, anar a segones residències, aprendre idiomes o sortir a l'estranger presenten percentatges més elevats en les dones (en el cas de l'adquisició d'habilitats artístiques la diferència és de 9 punts percentuals a favor de les dones).

Mirem ara les diferències segons els grups d'edat. Aprendre habilitats, fer esport, anar a una segona residència i estudiar idiomes són pràctiques que es donen en un percentatge més elevat entre la cohort més jove, ja que segurament són activitats relacionades amb pautes de maduresa i de control familiar. Per contra, en les cohorts més adultes, tenen més pes les sortides independents fora de la llar.

Podem sospitar que totes aquestes pràctiques mantenen una correlació estreta amb el nivell educatiu, amb la classe social i, pel que hem vist, amb la llengua d'identitat. I així es pot comprovar, en efecte, en la taula 105.

En totes les activitats es fa un salt qualitatiu en els percentatges de realització quan passem de l'educació secundària a la terciària i, llevat d'una, en totes les altres el percentatge més elevat es produeix entre les persones que tenen estudis superiors de segon cicle.

TAULA 109. REALITZACIÓ D'ALGUNES ACTIVITATS CULTURALS SEGONS LES CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

Activitat	Total	Sexe		Grup d'edat			Nivell d'estudis					Classe social					Llengua de l'entrevista	
		Homes	Dones	De 14 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 30 anys	1G	2G/1C	2G/2C	3G/1C	3G/2C	Alta	Mitjana alta	Mitjana	Mitjana baixa	Baixa	Català	Castellà
Pertinença a una associació	11,3	13,5	9,1	11,7	12,1	10,7	8,3	7,1	11,1	14,1	15,8	8,3	14,8	12,1	5,9	10,0	17,0	6,8
Anar de viatge a l'estranger	25,0	23,8	26,0	21,0	26,8	26,2	6,9	16,9	20,7	36,8	47,2	45,9	33,5	24,5	12,2	20,0	29,4	21,6
Estudiar idiomes, informàtica...	35,1	32,6	37,6	36,3	35,8	34,0	29,6	22,7	32,8	43,2	54,1	50,8	44,9	34,8	22,0	30,0	42,3	29,6
Anar d'excursió amb pernoctació	25,8	25,3	26,4	22,8	26,8	27,3	21,1	15,1	24,6	34,6	37,9	36,7	27,6	27,0	18,4	10,0	35,5	18,4
Anar a sopar a un restaurant	72,3	72,8	72,0	62,5	78,0	75,4	50,0	63,1	70,0	83,2	91,8	91,8	82,4	72,4	58,4	33,3	78,1	67,8
Sortir de nit a ballar o a fer una copa	67,3	69,1	66,0	61,8	77,5	65,7	46,5	55,6	68,1	76,9	79,5	93,4	73,2	68,3	54,1	30,0	71,6	64,0
Anar a una segona residència	67,6	66,2	68,5	73,5	72,7	60,6	64,8	63,6	67,3	69,7	70,9	68,9	74,3	69,0	55,3	50,0	71,6	64,4
Fer esport	70,4	78,0	63,0	76,8	73,0	65,4	60,6	69,8	68,1	75,5	81,0	90,0	75,4	70,9	60,8	44,4	76,3	65,9
Aprendre a practicar habilitats artístiques o culturals	15,9	11,2	20,7	19,5	11,0	16,2	11,3	16,4	12,7	25,8	21,5	23,3	16,5	17,5	8,7	10,0	18,2	13,8

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

També és rotund el resultat en estudiar la classe social: en totes les pràctiques predominen els percentatges de realització entre les persones de classe alta o mitjana alta, amb diferències molt significatives.

Per acabar, també la llengua parlada incideix clarament en la diferenciació o la distribució desigual d'aquestes pràctiques. En totes es dona un predomini dels percentatges de la població jove catalana que realitza l'entrevista en català. Les diferències són especialment notables en la pertinença a associacions o en el desenvolupament d'una formació complementària, com l'aprenentatge d'idiomes o d'informàtica, i en la participació en excursions culturals amb pernoctació. Es tracta de pràctiques d'integració en la vida col·lectiva, mitjançant la participació en l'organització de la societat civil i el desenvolupament de les oportunitats personals mitjançant les competències lingüístiques.

3.8. L'ANÀLISI DELS GÈNERES CULTURALS

Per tal de complementar l'anàlisi realitzada fins ara, farem un recorregut per cinc camps de pràctiques culturals servint-nos de les dades relatives als gèneres preferits i escollits.

En les pàgines precedents hem constatat que hi ha gèneres literaris en els quals es produeix un percentatge més elevat de lectores que de lectors i en d'altres és al revés, que determinats estils o gèneres musicals estan més vinculats amb una cohort o amb un grup d'edat que amb un altre, que determinats tipus de lectura s'associen a nivells de capital educatiu concrets o a una determinada classe social. Ara veurem aquestes relacions de manera sistemàtica, mitjançant la tècnica de l'anàlisi de correspondències múltiples, la qual cosa permet observar interdependències i associacions entre les variables fonamentals de classificació social (edat, sexe, nivell educatiu, situació laboral i classe social) i les diferents pràctiques i gèneres per camps culturals.

En concret, aplicarem la tècnica a la lectura de premsa i revistes, a la lectura de llibres, a l'escolta de música, als continguts audiovisuals i a l'assistència a museus i la visita d'exposicions.

La tècnica permet aprofundir en les relacions que s'estableixen entre diverses variables categòriques observades en una mateixa població descrivint com es vinculen les unes amb les altres, i genera una representació gràfica que ajuda a visualitzar la proximitat o la llunyania —atraccions i repulsions— entre les categories que formen part d'aquestes variables. D'alguna manera, es podria dir que aquesta tècnica permet captar les afinitats electives entre pràctiques i preferències, d'una banda, i les variables sociodemogràfiques, de l'altra (vegeu Ariño, 2011).

En observar com es relacionen entre si les pràctiques i com s'associen a les categories sociodemogràfiques principals, podem veure com s'organitza l'espai cultural en un àmbit específic i com es vincula a l'espai social resultant. Al seu torn, en situar cada activitat en la proximitat de les categories que la identifiquen més, es pot veure quines categories de les variables de classificació s'associen més directament a unes pràctiques o gèneres de pràctiques i, per tant, quines variables contribueixen a formar d'una manera particular un enclavament cultural concret.

D'aquesta manera, podem veure com s'organitza cada camp d'activitat i quines associacions es produeixen amb cada gènere musical, literari, audiovisual, etc. En el camp de les lectures, per exemple, es pot veure l'extraordinària força d'organització que desplega la variable sexe, mentre que en el de les pràctiques musicals, ho fa l'edat. I en tots els casos, sobre l'eix vertical, marcant desigualtats, apareix la classe social i el nivell educatiu.

3.8.1. El camp dels gèneres de la premsa i les revistes

L'estudi dels gèneres periodístics i revistes entre la població de menys de 30 anys a Catalunya obeeix a un espai bifactorial clarament perceptible.

En primer lloc, l'eix horitzontal té associat, al seu pol esquerre, les revistes del cor i les d'estètica i moda, mentre que al pol dret es vinculen especialment la premsa i les revistes esportives. Al pol esquerre se situen les dones, mentre que al dret apareixen els homes. Per tant, aquesta és la principal línia articuladora de l'espai de lectura de premsa i revistes.

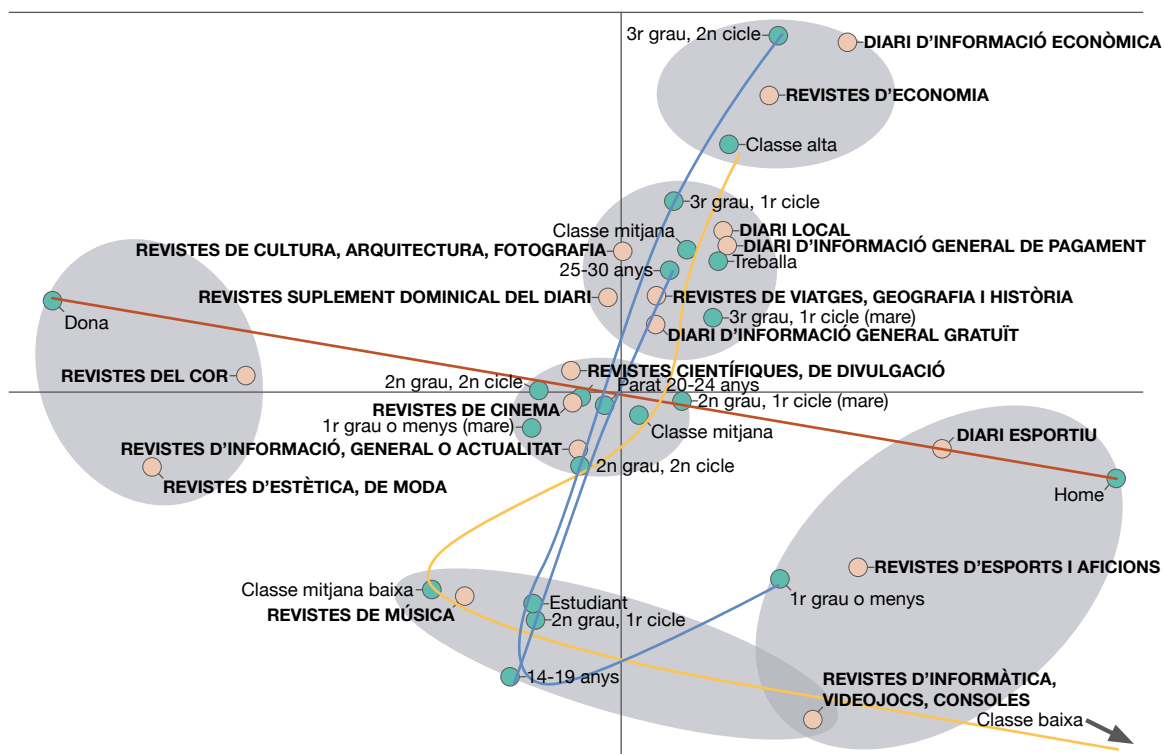
En segon lloc, es detecta l'existència d'un eix vertical que tindria al pol superior les classes altes, mentre les classes més baixes se situarien al capdavant, molt més avall de l'espai recollit en el gràfic. Mentre les classes altes i mitjanes altes es distingeixen especialment per la lectura de diaris i revistes d'informació econòmica, les classes baixes estan relativament

al marge de la lectura de premsa i revistes. A la part inferior del gràfic es pot identificar un espai articulat al voltant de les classes mitjanes i mitjanes baixes, amb una forta presència de població estudiantil i de 14 a 19 anys, on destaca la lectura de revistes de música i revistes d'informàtica, videojocs i consoles.

Al marge dels espais assenyalats més clarament diferenciats, es pot identificar una intensa zona central en la qual se situen moltes altres modalitats de premsa i revistes que, per tant, no registren un consum diferenciat entre els joves catalans.

Per acabar, cal assenyalar que els eixos d'aquesta anàlisi de correspondències expliquen conjuntament el 68,9% de la inèrcia del model. Més concretament, l'eix horitzontal és responsable del 40,5%, mentre que en el cas de l'eix vertical, ho és del 28,4%.

GRÀFIC 10. CAMP DELS GÈNERES PERIODÍSTICS I DE REVISTES ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2013



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

3.8.2. El camp de la lectura de llibres

L'anàlisi de correspondències efectuada sobre els gèneres literaris i la lectura de llibres permet identificar l'existència de dos grans eixos que en el gràfic se situen diagonals als eixos d'abscisses i ordenades.

El primer és un eix fortament vinculat a posicions de capital educatiu i classe social que té, a la part superior, els nivells més elevats d'estudis i una proximitat més alta al gènere de l'assaig. El pol inferior d'aquesta primera diagonal està associat a la classe mitjana baixa, amb els nivells d'estudis més baixos i situacions d'atur i amb una absència de referents de gèneres literaris. Prolongant la diagonal per la part inferior, fora ja del gràfic presentat, se situen les classes socials més baixes, en les quals apareixen associades lectures de religió.

El segon eix que, a manera de diagonal invertida, travessa també els eixos d'abscisses i ordenades, està vinculat al sexe/gènere: a l'extrem superior esquerre es troben les dones, que revelen una orientació més alta cap a la novel·la romàntica, el teatre i la literatura infantil i juvenil, mentre que a l'extrem inferior dret se situen els homes, en una posició més associada als llibres de divulgació i als manuals tècnics i professionals.

Per acabar, cal destacar la formació d'un espai central dens en el qual s'amunteguen els gèneres la lectura dels quals registra un grau de diferenciació social més baix entre la població de menys de 30 anys de Catalunya. Aquí es troba la poesia, els contes, la novel·la històrica i d'aventures i la novel·la policíaca i de terror.

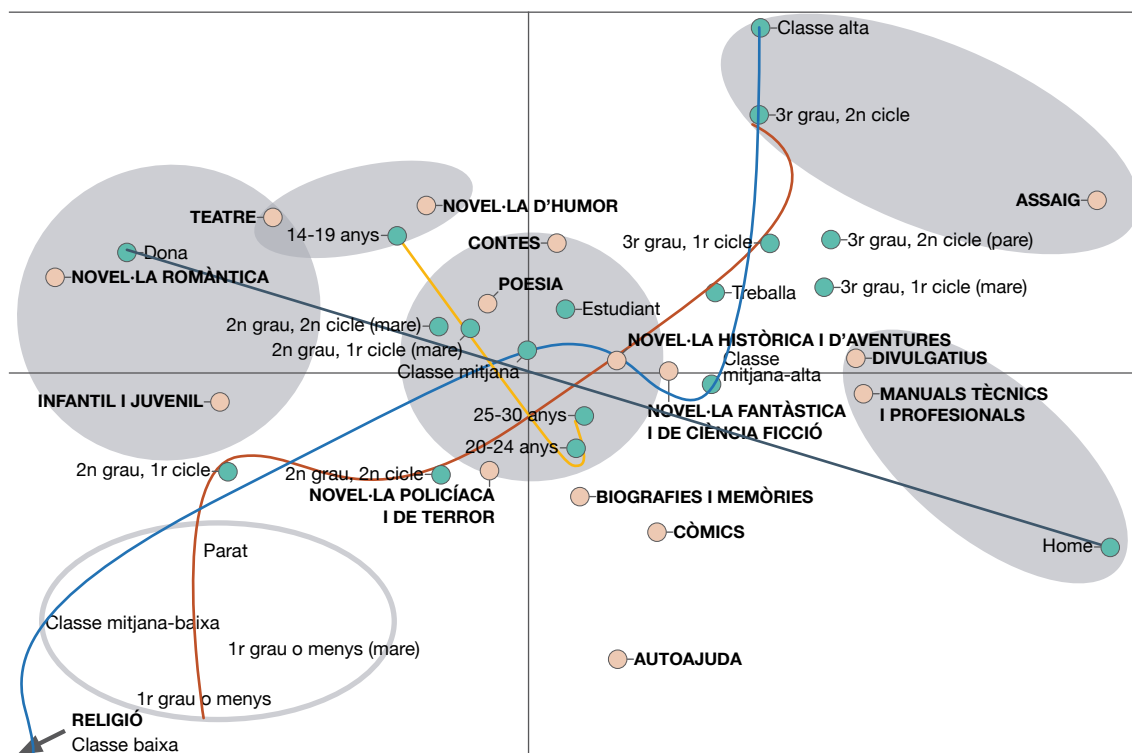
L'edat específica de les persones joves no sembla introduir gaire variació en aquesta anàlisi dels gèneres literaris, ja que, com es pot observar en el gràfic, tant el subgrup de 20 a 24 anys com el de 25 a 30 anys estan dins el cercle central, és a dir, a l'espai comú. No obstant això, les persones més joves, de 14 a 19 anys, estan una mica distanciades d'aquest espai central, a prop de gèneres com la novel·la d'humor i el teatre.

Els gèneres que apareixen a la zona dreta, vinculats al pol masculí i a nivells educatius baixos, són les biografies, els llibres d'autoajuda i els còmics.

Per acabar, cal assenyalar que tots dos eixos expliquen el 64,9% de la variància total de la informació registrada sobre gèneres literaris: l'eix horitzontal —que es pot vincular a la diagonal de gènere— és responsable del 48,3% i el vertical —vinculat a la diagonal de classe social—, del 16,6%.

La superposició del gràfic 10, dedicat als gèneres de la premsa i revistes, i del gràfic 11, dedicat als gèneres literaris, permet constatar que, amb les diferències pròpies de cada gènere, el camp de la cultura lletrada està estructurat al voltant d'un eix de diferenciació sexe/gènere i un altre de clara desigualtat en el repartiment dels recursos educatius i econòmics associat a la dimensió culte/popular i professional/entreteniment.

GRÀFIC 11. CAMP DE LA LECTURA DE LLIBRES ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2013



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

3.8.3. El camp dels gèneres audiovisuals

Passem ara a un univers en el qual la gènesi i la dinàmica històrica són diferents de les de la cultura lletrada. Ens referim als gèneres audiovisuals, en els quals, en principi, es podria pensar que el capital educatiu adquirit mitjançant el sistema escolar per generar distincions entre culte i popular o professional i entreteniment no és tan rellevant. Vegem com funciona aquest espai.

L'anàlisi de l'espai del consum de gèneres audiovisuals mostra l'existència d'un eix vertical que adquireix horitzontalitat a l'extrem inferior i adopta la forma de L. Aquest eix es combina amb una diagonal que creua l'espai de les abscisses i les ordenades des del quadrant superior esquerre fins al quadrant inferior dret i que es correspon amb la variable sexe/gènere.

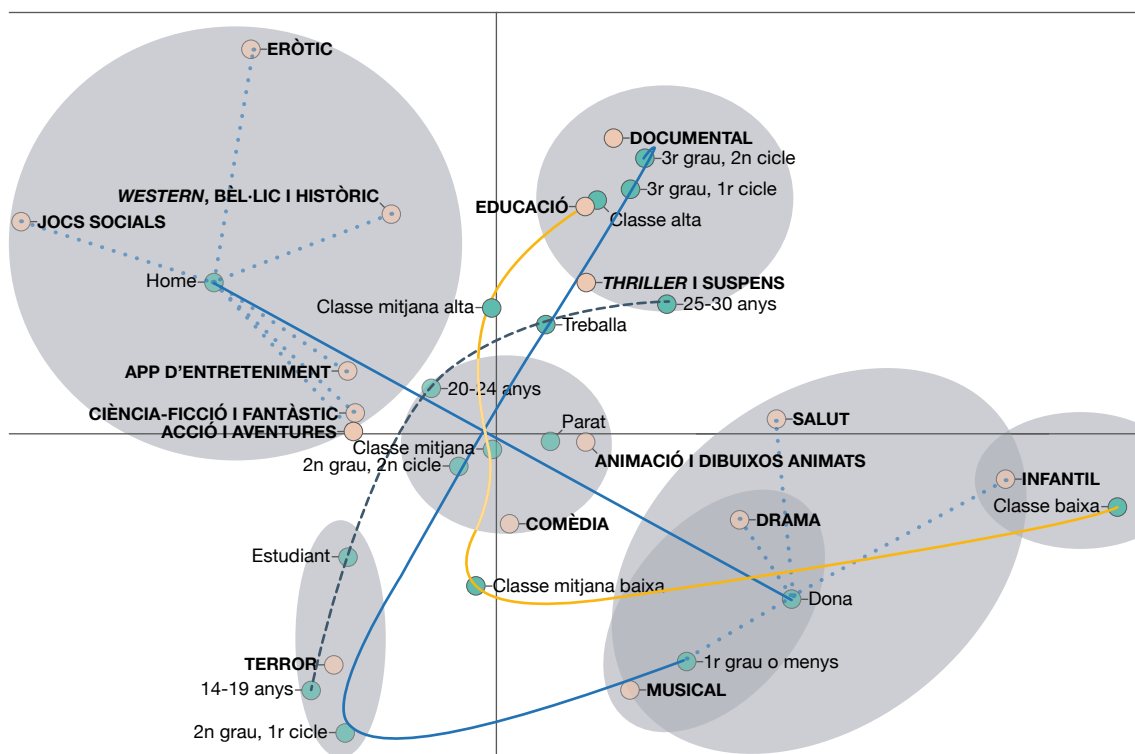
Sobre aquests eixos es formen cinc espais de referències de gèneres audiovisuals que adquireixen cert grau de diferenciació social i que es descriuen a continuació: la línia en forma de L uneix en el traçat les variables de classe social i nivell d'estudis i, en certa manera, també s'associa a l'asta la variable edat, que té un recorregut vertical. A l'extrem superior se situen els nivells més elevats de les variables d'estudis i de classe social. Els audiovisuals relacionats amb l'educació, els documentals i els *thrillers* i les pel·lícules de suspens són els gèneres que apareixen al costat de les característiques sociodemogràfiques esmentades. També cal assenyalar que el subgrup d'edat juvenil més procliu a situar-se en aquest espai social és el de 25 a 30 anys.

En la mesura que es va descendant per l'asta de la L i s'arriba al punt d'intersecció entre les abscisses i les ordenades, es concentren els nivells mitjans d'estudis i de posició social. La comèdia i els dibuixos animats són els gèneres més presents en aquest espai central indiferenciat.

En baixar fins al punt d'enllaç amb el peu de la L també baixem cap a posicions socials més baixes i titulacions escolars de menys qualificació. Aquí se situen els joves de 14 a 19 anys i les preferències audiovisuals més específiques es refereixen al gènere de terror.

Per acabar, al peu o braç de la L s'ubica l'espai social en el qual hi ha les classes baixes, amb un consum audiovisual al qual s'associa preferentment el gènere infantil. En el traçat del peu de la L es produeix un encreuament amb el pol dret inferior de l'eix sexe/gènere, on es vinculen gèneres com el drama, els musicals i de nou l'audiovisual infantil.

GRÀFIC 12. CAMP DELS GÈNERES AUDIOVISUALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2013



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Tal com estem comentant, l'eix definit pel capital educatiu i el capital econòmic es veu travessat per una diagonal que situa, a l'extrem superior (quadrant superior esquerre), els homes, en un espai en el qual les preferències audiovisuals principals són el gènere eròtic, els jocs socials, el western, les pel·lícules bèl·liques i històriques, el cinema d'acció i aventures, el cinema fantàstic i de ciència-ficció i, per acabar, les app d'entreteniment. A l'extrem inferior d'aquesta diagonal, ja al quadrant inferior dret, es trobarien les dones, amb una clara preferència pel gènere dramàtic, els musicals i els espectacles infantils.

La vinculació de l'edat amb l'eix vertical indica la relació que hi ha en aquesta etapa del cicle vital amb els processos de maduració i adquisició de capital educatiu i capital social.

Tots dos eixos expliquen el 69,2% de la inèrcia del model. El primer és responsable del 27,9% i el segon, del 41,3%. De nou trobem, doncs, que l'eix sexe/gènere és el que té una capacitat diferenciadora més gran.

3.8.4. El camp de les activitats culturals, exposicions i espectacles

El camp dels diversos gèneres i modalitats entorn dels quals s'articulen les exposicions i els espectacles entre les preferències del jovent català ha estat objecte de l'anàlisi de correspondències que es presenta a continuació. En conjunt, l'espai bifactorial obtingut explica el 52,6% de la variància (el 30,3% de l'eix horitzontal i el 22,3% del vertical), lleugerament inferior, doncs, al registrat a la resta d'anàlisis que es presenten en aquest apartat, potser per l'heterogeneïtat de les activitats culturals incloses.

Pel que fa a l'eix horitzontal, apareix clarament vinculat a la variable edat, de manera que el subgrup més jove, entre 14 i 19 anys, se situa al pol esquerre, mentre que el gran, de 25 a 30 anys, apareix al dret. Al mateix eix horitzontal se situa el sexe, amb menys recorregut i amb els homes al pol esquerre i les dones al dret. Així, els homes i els més joves —tant de 14 a 19 anys com de 20 a 24 anys— semblen estar vinculats als museus i exposicions i a les biblioteques —probablement pel fet que es troben en els últims trams del període escolar obligatori i postobligatori, ja que aquestes preferències apareixen també associades a la condició d'estudiant—, així com als concerts i festivals i les festes populars.

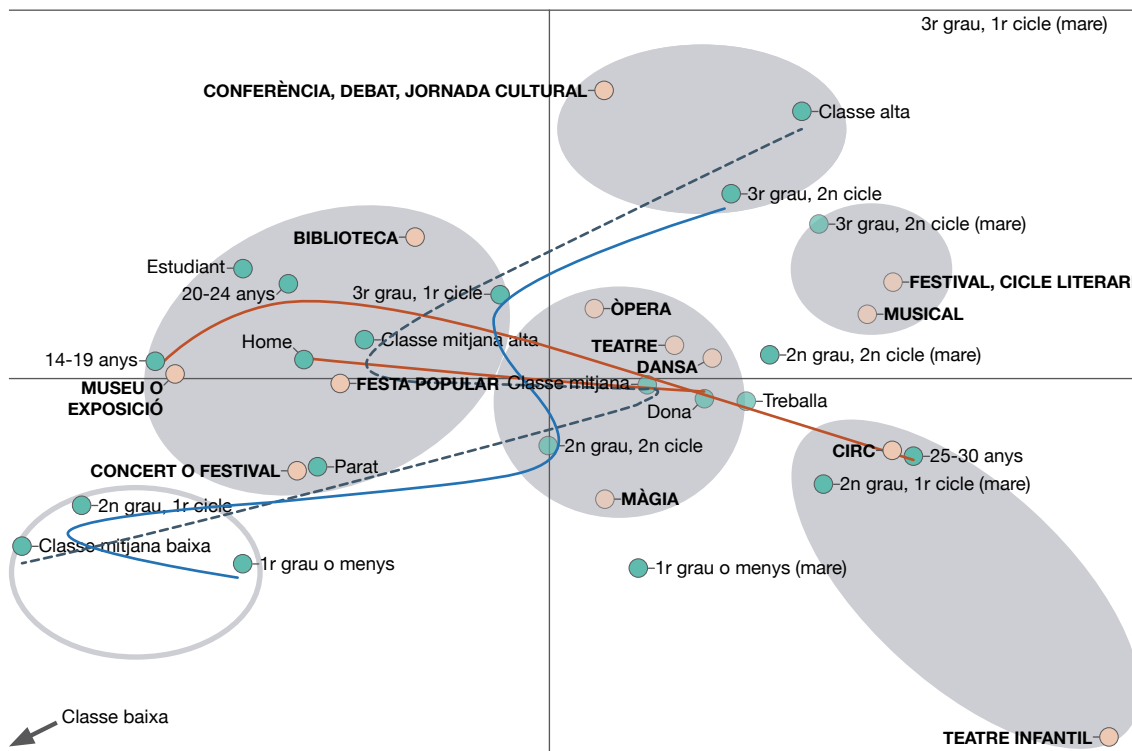
Al pol dret, amb un vincle amb el jovent adult, és a dir, les persones de la cohort de més edat, apareix en primer lloc el circ i el teatre infantil, probablement relacionats amb el fet que una part d'aquesta població ja té descendents als quals socialitzar.

A la intersecció entre l'eix d'abscisses i ordenades apareix un petit espai central en el qual se situen les pràctiques amb poc grau de diferenciació social, entre les quals destaquen l'òpera, el teatre, la dansa i la màgia, tot i així associades a classes mitjanes i a dones.

Al costat d'aquest eix, i associat a l'edat, el gràfic també mostra amb claredat l'efecte de la classe social en la distribució de les preferències culturals del jovent català. Així, la classe alta se situa al pol superior de l'eix vertical, la classe mitjana i mitjana alta al centre i la classe mitjana baixa a prop del pol inferior.

Les persones joves de classe social baixa apareixen a l'extrem inferior de l'eix vertical, més enllà de l'àrea reflectida de manera visible en el gràfic, en un espai amb una absència de referents culturals significativa, la qual cosa també afecta les persones de classe social mitjana baixa. Per contra, les persones de classe alta semblen molt més properes a les conferències, als debats i a les jornades culturals, circumstància que segurament està relacionada amb la seva dedicació universitària i el seu nivell d'estudis més elevat.

GRÀFIC 13. CAMP DE LES ACTIVITATS CULTURALS, EXPOSICIONS I ESPECTACLES ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2013



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

3.8.5. El camp dels gèneres musicals

L'anàlisi de correspondències aplicada a les preferències del jovent català en matèria de gèneres musicals ha donat lloc a un espai bifactorial els eixos del qual són responsables de gairebé el 80% de la inèrcia. El model, per tant, té un elevat potencial explicatiu. Com en el cas anterior, l'eix horitzontal apareix vinculat a les variables d'edat i sexe, mentre que el vertical està relacionat amb les de classe social i capital educatiu.

Al pol esquerre de l'eix horitzontal es forma un espai social vinculat als grups més joves (14-19 anys), al voltant dels quals apareix també la condició d'estudiant i home, la qual cosa indica que aquestes són les característiques que diferencien un consum musical a l'espai general. Els gèneres musicals que se situen en aquest espai són el hard i el heavy, la música electrònica i el hip-hop.

Per contra, a l'extrem dret de l'eix horitzontal se situen les dones i els grups d'edat juvenil més grans (25-30 anys) i, en general, la població jove que està treballant. Per a aquests perfils socials s'adverteix una proximitat més elevada a la cançó melòdica i de cantautor, al folk tradicional i a les músiques del món.

L'eix horitzontal que s'acaba de descriure el travessa un altre de vertical que conjumina les posicions de classe social i capital educatiu de manera descendent traçant una L com la que s'ha descrit en un altre apartat. Aquest eix inicia el recorregut al quadrant superior dret,

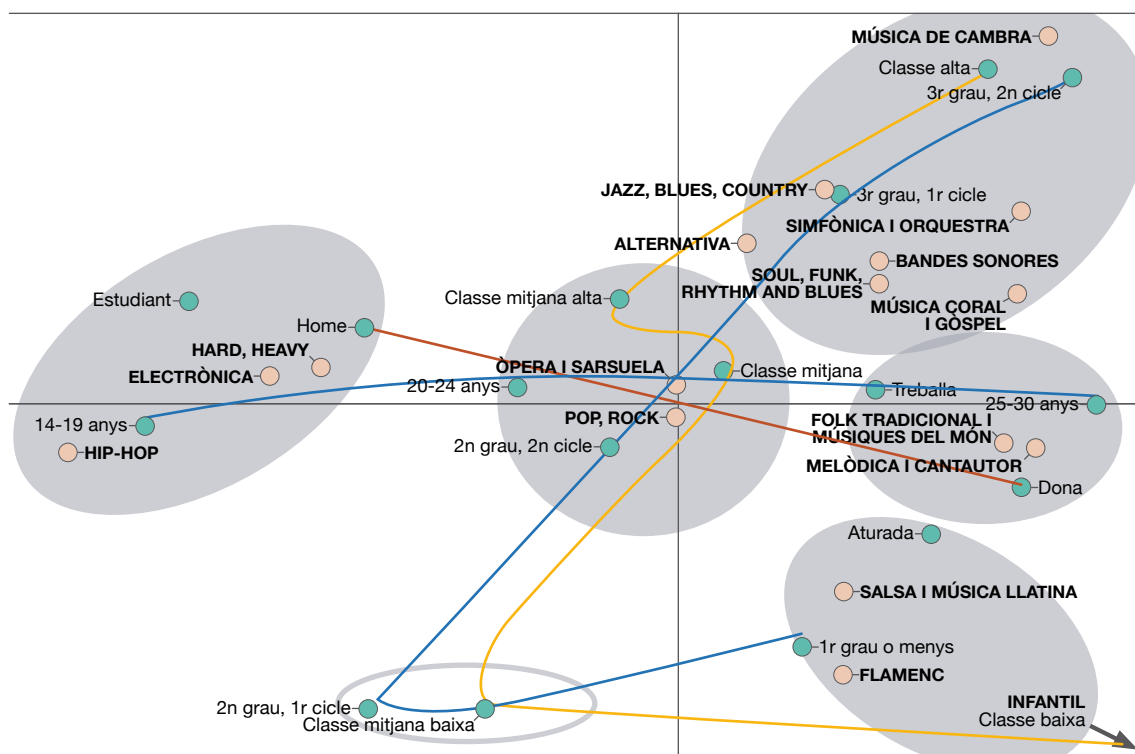
on es concentren els nivells més alts de capital educatiu i les posicions de classe social alta, baixa de manera vertical i s'endinsa en el quadrant inferior esquerre, on s'ubiquen les classes mitjanes baixes, i des d'aquí es desplaça horitzontalment fins al quadrant inferior dret, on s'ubiquen les classes socials baixes. El tipus de preferències que es concentren al quadrant superior dret es refereixen a la música de cambra, la música simfònica i d'orquestra, les bandes sonores i el jazz, el blues i el country.

A l'altra banda de l'eix, les classes baixes es troben molt més pròximes a estils musicals com el flamenc, la salsa i la música llatina, mentre que les classes mitjanes baixes no es distingeixen per cap gènere musical específic.

A l'encreuament entre l'eix de les abscisses i les ordenades es configura un espai central reduït indiferenciat en el qual se situen el pop, el rock, l'òpera i la sarsuela al voltant de les classes mitjanes, les classes mitjanes altes i les persones de 25 a 30 anys.

L'eix horitzontal és responsable del 47,7% de la inèrcia total, mentre que el vertical ho és del 31,7%.

GRÀFIC 14. CAMP DELS GÈNERES MUSICALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2013



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

3.8.6. La influència del sexe

En quatre de les cinc anàlisis efectuades, la variable sexe ha aparegut amb una capacitat diferenciadora notable, especialment en el cas de les lectures de llibres i lectures de premsa i diaris. Les categories *dona* i *home* se situen distants i s'aproximen a l'eix horitzontal amb una gran capacitat explicativa de la inèrcia. En tots aquests casos, apareixen gèneres d'activitat cultural o activitats que tenen una definició nítidament masculina o femenina.

En el quadre següent resumim les troballes que s'han fet al llarg d'aquest capítol.

TAULA 110. GÈNERES MÉS CONSUMITS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL SEXE. CATALUNYA, 2013

Camp	Més masculines	Més femenines
Premsa i revistes	Esportives i d'informàtica, diari ahir, ràdio ahir	Cor, estètica i moda, llegir revistes
Llibres	Manuale tècnics i professionals	Teatre, novel·la romàntica, infantil/juvenil
Continguts audiovisuals	Jocs socials, <i>western</i> , internet, jugar a videojocs, ràdio, televisió, esports, ciència-ficció, audiovisuals, aventures i bèl·liques	Drama, musical, infantil, anar al cinema, televisió infantil, ràdio musical, xarxes socials, drama i comèdia
Música	Hip-hop, <i>hard</i> , heavy, electrònica	Melòdica, cantautor, salsa i llatina, tradicional i músiques del món
Exposicions i espectacles	-	Espectacles, biblioteca, teatre, museus, galeries
Altres	Pertinença a associacions excursionistes, de joventut i regionals	Habilitats artístiques

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La recerca constata que hi ha universos culturals diferenciats segons el sexe. Ho hem vist amb claredat en el gràfic de lectures. I hem comprovat que es vertebren entorn de factors de diferenciació sobre eixos mentals les polaritats dels quals són els universos professional/domèstic, instrumental/expressiu, intern/extern, esport i força física/sentiment i emocions. Hi ha universos de gust que es mostren molt diferents i amb una inequívoca persistència en el temps de les distincions. El cas de la premsa esportiva amb el marcat caràcter masculí és molt il·lustratiu. Però té la seva contrapartida en les revistes del cor, que són femenines.

3.8.7. La influència de l'edat

També la variable de l'edat ha mostrat una capacitat diferenciadora especial en certs camps, atès que les seves categories no s'amunteguen a l'espai central ni s'ubiquen properes entre si, sinó en una disposició separada i distant, i acoblant-se a un dels eixos factorials d'organització de les activitats o a un altre. En concret, s'acoblen a l'eix horitzontal de manera molt clara en el camp dels gèneres musicals, de l'assistència a exposicions i visita a monuments; i a l'eix vertical en la lectura de diaris i revistes i en continguts audiovisuals. En el cas de les lectures de llibres és on menys distància es dona i, en conseqüència, on menys incidència té aquesta variable.

En el quadre següent s'ofereix una visió sintètica d'aquestes associacions.

TAULA 111. GÈNERES MÉS CONSUMITS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013

Camp	De 14 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 30 anys
Lectura de llibres	Novel·la d'humor, teatre		
Prensa i revistes	Revistes musicals, esportives i d'informàtica	Divulgació, cinema	Arquitectura, fotografia, diari de pagament, diari ahir, ràdio ahir, assistir a espectacles 12 mesos
Música	Hip-hop, hard-heavy, electrònica	Pop-rock, concerts i macrofestivals	Melòdica i cantautor, gèneres clàssics
Continguts audiovisuals	Terror, anar al cinema 3 mesos, televisió ahir, internet ahir, jugar a videojocs	Ciència-ficció	<i>Thriller</i> , suspens
Exposicions i espectacles	Museus, biblioteca	Biblioteca	Òpera, teatre, dansa, circ, festival
Altres	Participació activa en associacions	-	-

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Però, un cop subratllada aquesta importància general de l'edat com a factor de diferenciació, cal distingir diverses lògiques, com mostra el fet mateix de l'acoblament a l'eix horitzontal o al vertical o la més o menys capacitat explicativa de la inèrcia general.

Com ja hem dit, tradicionalment es distingeixen tres efectes d'edat: de cicle vital, de cohort i de període històric. Una cohort es caracteritza pel fet que els seus membres comparteixen una història comuna en el mateix moment del cicle vital i és necessari diferenciar els dos efectes per no associar mecànicament les pràctiques a una categoria determinada.

En concret, en les anàlisis dels gèneres musicals preferits, es produeix una contraposició entre gèneres moderns i tradicionals, la qual es plasma en l'eix horitzontal, amb una gran capacitat d'explicació de la variància, que està relacionada amb la transició generacional. Les línies d'unió que hem traçat entre les categories de la variable són planes, de llarg recorregut i distància entre grups i s'acoblen sobre l'eix horitzontal marcant l'associació estreta que tenen, amb la lògica subjacent, que és la contraposició entre pràctiques i gèneres tradicionals i moderns. La cohort més jove s'associa a músiques innovadores, mentre que el grup del jovent adult s'associa a músiques més consolidades i de més recorregut històric, sigui en el vessant clàssic (quan es combina amb el nivell educatiu alt) o de gèneres més populars (quan interacciona amb estudis primaris).

Sospitem que, en la mesura que es tracta d'un fenomen generacional, la maduració de les cohorts joves o el seu avançament per l'estructura social i la seva creixent visibilitat pública suposen també una consagració de les pràctiques que els estan associades (el cas del jazz és paradigmàtic, però pel que sabem per altres investigacions també es pot aplicar al rock).

En segon lloc, la vinculació de la variable edat a altres camps d'activitat (visita a biblioteques i museus, entre les persones més joves, i assistència al circ o a espectacles infantils, entre la cohort de la joventut adulta), té a veure més amb un efecte de cicle vital que amb un efecte de cohort. La cohort més jove té com a ocupació principal l'estudi i realitza visites guiades a museus, mentre que un percentatge de persones de la cohort més adulta està casat, té descendència i la socialitza en activitats de circ o espectacles infantils.

D'altra banda, quan l'edat s'associa a l'eix vertical, també està relacionada amb una distinció de situació ocupacional: estudis versus treball o atur, la qual cosa indica que hi ha pràctiques culturals vinculades a aquestes funcions laborals o reproductives. Així, els grups de més edat són els que presenten més proporcions de persones treballant o aturades i en fase de reproducció. En conseqüència, es diferencien pel consum de mitjans (premsa i revistes econòmiques davant de revistes de música, esportives o d'informàtica i videojocs).

Així doncs, hi ha pràctiques i gustos que estan associats preferentment a elements i processos específics del cicle vital (visita a biblioteques/espectacles infantils; revistes de música/premsa local) i als processos d'emancipació social que comporten maduració educativa, inserció laboral i assumptió de rols reproductius, mentre que altres pràctiques semblen més vinculades a l'emergència històrica de noves músiques o gèneres cinematogràfics i tenen una socialització diferenciada per raó de cohort.

En el procés d'afirmació de les identitats juvenils, i al compàs de l'ascens de la cultura digital, les cohorts joves s'allunyen de la lectura de revistes o de l'assistència a concerts de música culta. Com ja hem comentat en un altre text (Ariño, 2011), quan les associacions observades expressen l'efecte cohort veiem la ràpida transició de la centralitat de la cultura lletrada cap a la cultura digital.

En resum, es pot dir que l'edat opera com un factor important en la diferenciació de les pràctiques: en ocasions, com ja hem vist en el capítol 1, com a efecte del cicle vital i, per tant, relacionat amb l'experimentació i amb la maduració, amb les experiències concretes de socialització i amb les funcions específiques de cada etapa. Més o menys taxa d'escolarització, més o menys vinculació al mercat de treball, i menys o més avançament en el procés d'emancipació. En aquest sentit, les pràctiques de la cohort més jove (14-19 anys) presenten unes diferències clares respecte de les altres dues cohorts. Les hem vist en l'ús de les biblioteques, en els usos del telèfon mòbil i d'internet (tot i la cobertura universal de tots dos), en les pràctiques, en els interessos i en la concepció de la cultura.

Per contrast, la cohort de jovent adult (25-30 anys) es distingeix per una concepció i una pràctica més legitimista de la cultura, que es manifesta amb un èmfasi especial en l'expressió artística, amb uns interessos més elevats en tot el repertori de pràctiques vinculades a la lectura, lectura de diaris i cultura clàssica (exposicions, òpera...), que indiquen una integració més elevada en la concepció dominant de cultura, un ajust més gran de les preferències a les predominants en la societat. Aquest procés es capta especialment en les pràctiques musicals.

Per acabar, els tres grups d'edat analitzats estan immersos plenament en el paradigma comunicatiu digital, però les cohorts més joves destaquen en general per una exploració i una explotació més elevades de les potencialitats de les tecnologies que li donen suport, i hi troben més versatilitat i plurifuncionalitat. En aquesta cohort més jove es conjuguen de manera molt singular l'efecte cicle vital, l'efecte cohort i l'efecte període històric.

3.8.8. La incidència del capital educatiu

L'heterogeneïtat de pràctiques s'explica, sens dubte, per la diversitat constitutiva de qual-sevol societat i, en aquest sentit, subratllem la importància de factors com el sexe i l'edat. Però alhora els béns i serveis culturals estan distribuïts d'una manera molt desigual, perquè intervenen factors com el nivell educatiu i la classe social, que al seu torn interseccionen amb el sexe i l'edat i hi retroactuen. En la taula 112, sobre les activitats complementàries, hem pogut constatar aquest pes del capital educatiu i de la classe social, així com de la integració a la societat mitjançant la llengua parlada o no.

A la llum de les dades sobre les diferències que produeix la distribució del capital educatiu, creiem que es pot defensar que aquest capital està exercint ara més pes en la distribució desigual dels béns i serveis i que encara ho farà més en el futur. En podem trobar dos indicis en els gràfics de gèneres que estem analitzant: el primer s'observa en comparar les línies que es deriven dels nivells educatius de les mares de les persones entrevistades i les línies d'aquestes persones; el segon, en comparar el peu de les línies en forma de *L* que hem trobat en diversos gràfics.

En alguns gràfics hem decidit incloure-hi les dades del nivell educatiu de les mares per diverses raons: la primera, perquè quan es demana a les persones entrevistades qui ha influït més en les seves inclinacions culturals, després d'apel·lar la pròpia persona (67%), apareix la mare (41%); en segon lloc, perquè en altres investigacions que hem realitzat (Ariño i Llopis, 2014 i 2016), i en les que han fet nombrosos autors, es fa palesa la influència de les mares en el capital educatiu dels descendents.

Doncs bé, les corbes del capital educatiu de les mares en tots els casos que hem analitzat tenen un recorregut inferior que les dels fills i filles, i això malgrat que els prenem en una etapa en què molts poden no haver consumat el seu cicle formatiu. Aquest fet corrobora una tesi que estem defensant en els estudis sobre l'alumnat universitari: els sistemes educatius més madurs generen més desigualtat. Anomenem *sistemes educatius madurs* aquells que han incrementat verticalment l'arquitectura de nivells per assolir —graus, màsters, doctorat, formació complementària posterior— i que han diversificat les opcions entre universitats i titulacions, de manera que poden arribar més lluny i a les opcions més valuoses les persones que disposen de més recursos. A més, un sistema educatiu madur és, de manera creixent, un sistema internacionalitzat en el qual un percentatge reduït cursa una part dels estudis en universitats estrangeres.

En segon lloc, en observar els peus de les *L* en els gràfics presentats, es pot constatar que té més incidència en la formació d'aquest peu la classe social que no pas el nivell educatiu, fet que indica que el nivell educatiu de la persona opera més clarament en una dimensió vertical i jeràrquica.

A la llum de les dades que hem presentat, hi ha un contrast marcat entre la varietat de gèneres, de béns i de serveis de què disposen les persones amb capital educatiu terciari i les persones de capital educatiu secundari i, especialment, entre totes elles i les més desproveïdes de capital educatiu. No només les persones amb estudis primaris o secundaris de primer nivell estan molt allunyades de les pràctiques associades als capitals educatius més alts, sinó que en ocasions ni tan sols apareix una sola pràctica associada a elles. És el que ens ha passat en els gràfics de lectures i en els de pràctiques externes. En el primer cas hem trobat un enclavament format per persones aturades i de classe mitjana baixa.

La conclusió que se'n deriva per a qualsevol política cultural és òbvia: la primera política cultural és una política educativa, la que des de les edats més primerenques crea els contextos per a l'aprenentatge de les competències i el gaudi dels béns i de la millor la cultura existent en una societat. Per a les persones joves que, lamentablement, ja es troben en aquesta situació, s'han de posar en marxa polítiques d'emergència cultural.

3.8.9. La influència de la classe social

Durant molt de temps s'ha mantingut vigent una visió asocial de la cultura. Els béns culturals estaven a disposició de tothom i si no es consumien era perquè moltes persones són *incultes* o trien gustos *vulgars*. El primer cas no té remei; el segon es podria solucionar amb una simple política de preus i d'informació. Aquest enfocament ignora les condicions socials de producció dels subjectes i de les preferències, desconeix les marques socials que porten associades les pràctiques i els equipaments en els quals es desenvolupen, així com l'eficàcia dels processos de socialització primària en l'adquisició de les competències necessàries. Pot resultar sorprenent, com hem constatat en la taula 94, que als qui més els preocupa el preu per incentivar la participació cultural no és a les persones més desafavorides, però no és tan sorprenent quan sabem que les seves preferències i el seu horitzó d'expectatives s'han format prèviament, de manera que no entra en les seves previsions realitzar determinades pràctiques (anar a l'òpera, per posar un exemple extrem) ni tan sols en el cas de disposar de diners o que les entrades siguin gratuïtes.

Les dades que s'han reunit en aquest informe són concloents: la classe social és cabdal. La seva incidència varia d'uns camps d'activitat cultural a uns altres, segons si es realitzen de manera privada a la llar, si es requereixen inversions prèvies per gestionar dispositius complexos (telèfon intel·ligent), si impliquen desplaçament fora de la llar i són onerosos, etc., però la classe social sempre està present. I si tenim en compte la seva incidència, a simple vista, s'observen dos elements significatius: la dimensió jerarquitzadora i la curvatura en forma de *L*.

El quadre adjunt mostra que, entre la llista de gèneres i pràctiques que els qüestionaris ens han permès introduir en l'anàlisi, apareixen poques pràctiques associades a les classes baixa i mitjana baixa. Per contra, n'augmenta el nombre en la classe mitjana i es dispara en les classes mitjana alta i alta. Però no es tracta d'una qüestió merament quantitativa, ja que a les classes altes estan vinculades pràctiques com la lectura de premsa econòmica i d'assajos, l'escolta de música de cambra i l'assistència a concerts, més quantitat i més diversitat de pràctiques digitals, assistència a conferències i debats, visites a equipaments patrimonials i pertinença a associacions.

El resultat més concloent de l'efecte de la classe social és doble:

- a) En tres dels gràfics no apareix cap pràctica cultural associada especialment a les persones de classe mitjana baixa (lectura de llibres, visita a equipaments patrimonials, espectacles ni gèneres musicals).
- b) En quatre dels gràfics la classe baixa queda fora del camp representat, de manera que en mostra la llunyania respecte dels universos culturals següents: lectura de premsa i lectura de llibres, gèneres musicals i visita a equipaments patrimonials i espectacles. La conclusió no pot ser que són *incults*, sinó que les nostres enquestes no capten els seus universos culturals.

TAULA 112. GÈNERES MÉS CONSUMITS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS LA CLASSE SOCIAL. CATALUNYA, 2013

Gènere	Baixa	Mitjana baixa	Mitjana	Mitjana alta	Alta
Prensa i revistes	-	Música, esports, informàtica	Divulgació, cinema, revistes d'informació general	Diari local, diari general de pagament, llegir revistes 30 dies	Diaris i premsa econòmica, diari ahir
Lectura de llibres	Religió	-	Poesia, històrica	Fantàstica i de ciència-ficció, manuals tècnics i professionals	Assaig, llibres 12 mesos
Gèneres musicals	Infantil	-	Òpera, pop-rock	Jazz, simfònica	Música de cambra, escoltar música en línia, concerts de música 12 mesos, macrofestivals
Continguts audiovisuals	Infantil	Comèdia, terror, televisió ahir, jugar a videojocs en línia	Ciència-ficció, comèdia, jugar a videojocs	Ràdio ahir, televisió abonament, internet 30 dies	Documental, thrillers, educació, internet 30 dies, pel·lícules en línia, descarregar programari, llegir notícies en línia, cinema 3 mesos
Exposicions i espectacles	Infantil	-	Teatre, òpera, dansa	Museu, biblioteca, exposició, teatre, dansa	Conferència, debat, jornades, circ, museus 12 mesos, exposicions, monuments
Altres	-	-	-	-	Pertinença a associacions, viatjar a l'estranger

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Significativament, quan apareix alguna associació clara, ho fa amb gèneres infantils o amb lectures religioses.

En segon lloc, l'aparició de la forma en *L* de la línia que articula les variacions de la classe social es produeix per la curvatura que registra aquest perfil de classe en passar de la classe mitjana baixa a la classe baixa. Des de la classe alta fins a la mitjana baixa es dona una tendència descendent. Les distàncies entre classe mitjana baixa i classe baixa són molt grans, però s'acoblen a l'eix horitzontal i això és degut possiblement a la situació en aquest espai del camp de les pràctiques infantils.

3.9. CONCLUSIONS

Al llarg d'aquest capítol hem estudiat factors de diversitat i desigualtat en les pràctiques culturals del jovent català. Per això, ens hem ocupat de variables que hem anomenat *existencials*, com el sexe i l'edat, i d'altres que són posicionals, com el nivell educatiu, la situació laboral i la classe social. Per acabar, hem utilitzat també la llengua parlada, que té un caràcter polivalent, en tant que és existencial —es neix en el si d'una societat i un se socialitza en una llengua materna— i que és posicional —les llengües es troben inserides, especialment avui, en relacions de poder en el context de la globalització i els béns i serveis culturals circulen predominantment en determinades llengües.

A continuació ressaltem algunes conclusions que considerem rellevants.

- 1. Diferències en el concepte nadiu de cultura.** Hem organitzat les respostes quant al concepte nadiu de *cultura* en quatre idees: coneixement adquirit, socialització, identitat col·lectiva i creativitat artística. Totes les variables que hem utilitzat en aquest capítol permeten captar l'existència d'èmfasis i visions diferents, però l'anàlisi de correspondències permet afirmar que aquestes diferències són molt rellevants només quan parlem de la cultura com a creativitat i expressió artística, és a dir, com a visió humanista clàssica, en la qual s'integren termes com *literatura*, *museus* i *art*. Aquesta concepció està associada a l'educació terciària i les classes socials mitjana alta i alta.

Al pol oposat, i fora del camp representat en el gràfic, es troba la classe baixa associada a l'expressió «No m'interessa».

Com hem vist anteriorment, al voltant de les variables classe mitjana baixa i nivells educatius primaris no apareix associada cap pràctica.

En canvi, a l'espai central, on s'amunteguen i es concentren les variables sexe, situació laboral i grups d'edat, se situen els conceptes de socialització i educació, identitat o manera de vida d'un poble i coneixement adquirit o ciència.

Al costat d'aquesta visió que proporciona l'anàlisi de correspondències podem oferir alguns matisos més, derivats de sintetitzar els resultats que hem obtingut al llarg del capítol estudiant les freqüències i la incidència de les diferents variables. Insistim que tan sols aporten matisacions a la conclusió principal: el concepte humanista de *cultura* troba el seu enclavament propi a les classes amb elevat capital educatiu i econòmic. En contrast amb aquest enclavament es troben les classes baixes, situades fora del camp de representació subjacent en els qüestionaris.

El concepte de *coneixement adquirit* és més masculí, del grup d'edat intermedi, de persones que ja treballen, amb educació terciària de segon cicle i de classe social alta.

El de *socialització o educació* destaca pel fet de ser més masculí, de la cohort més adulta, que treballa, amb educació secundària de primer cicle i classe baixa.

En el d'*identitat o manera de vida d'un poble* es dona una decantació femenina, és transversal des de la perspectiva de l'edat, amb predomini de persones amb educació terciària de primer cicle i que han fet l'entrevista en català.

Per acabar, també el concepte de *creativitat artística o humanista* té un perfil més femení, de població jove adulta, que treballa, amb nivell educatiu superior de primer cicle, de classe social alta i que s'expressa en català.

Com ja hem subratllat en altres llocs, s'observa una incidència del procés de maduració/emancipació de la població jove i una relació entre els estadis d'emancipació i els conceptes defensats.

2. L'interès per les pràctiques culturals. Totes les variables que hem utilitzat mostren una incidència rellevant en la relació entre aquestes i els interessos per les pràctiques culturals. Així, les dones manifesten més interès que els homes; les persones que treballen més que les aturades; les que tenen més capital educatiu i són de classe social alta més que les persones amb un nivell educatiu més baix i de classe baixa.

També s'observa que les persones que treballen, que tenen un nivell educatiu alt i són de classe alta i les que parlen en català en l'entrevista es distancien de determinades pràctiques com veure la televisió i jugar a videojocs a l'hora de parlar dels interessos. De fet, en la taula 97 es pot constatar que els interessos més baixos a veure televisió, escoltar la ràdio o jugar a videojocs es donen en la classe alta i viceversa.

En general, entre la població juvenil femenina es donen percentatges més elevats d'interès per gairebé totes les pràctiques culturals. Així succeeix especialment quan es tracta de l'interès pels llibres, pel teatre i pels musicals. En el cas dels homes, un percentatge molt clarament destacat només es dona en els videojocs.

En estudiar la relació entre els interessos i l'edat es constata que hi ha correlacions directes i inverses, de manera que l'edat té un paper molt determinant en els interessos. Per exemple, hi ha correlació lineal directa quan parlem de la lectura de llibres o diaris i de l'interès per monuments, museus i exposicions. En canvi, és inversa — més interès per a les persones més joves — quan parlem del cinema, de la música actual, dels videojocs o de la connexió a internet.

Pel que fa a la situació laboral, les persones que estudien manifesten més interès per les biblioteques, la música actual, el cinema i internet. Les que treballen manifesten interessos més clàssics o madurs i les que es troben a l'atur, per veure televisió.

Quant a l'interès per la música clàssica i per anar a l'òpera, les persones amb el capital educatiu inferior ofereixen percentatges molt elevats d'absència d'interès (el 49% en el primer cas i el 56% en el segon), mentre que en lectura de llibres aquest percentatge només és del 17%.

En adoptar aquesta perspectiva, es constata que hi ha un conjunt d'interessos que estan directament correlacionats amb el nivell educatiu i que corresponen al que podríem anomenar *interès per una cultura lletrada i clàssica*, ja que inclou les pràctiques de lectura (llibres, diaris, la visita a monuments i exposicions i l'interès per la música clàssica, l'òpera i el teatre, especialment).

3. La complexitat de les pràctiques. Les dades sobre les pràctiques difereixen necessàriament de les relatives als interessos, perquè les condicions de producció d'expectatives i preferències sempre són relativament diferents de les de la realització. La participació cultural efectiva, en qualsevol de les formes, no només presuposa uns interessos, sinó també unes competències personals i uns recursos de diversos tipus.

Aquests fets permeten observar diferències entre la població més jove i la població estudiant, que no està emancipada i té el suport familiar, i les cohorts més madures, que poden estar emancipades i treballant.

Pràctiques com assistir a concerts de música i macrofestivals estan relacionades preferentment amb la cohort intermèdia (20-24 anys) i amb el sexe masculí, segurament perquè gaudeixen de més llibertat i autonomia personal, més recursos econòmics i més disponibilitat de temps.

Les cohorts més joves no només destaquen pel percentatge elevat de persones que van a la biblioteca, sinó també per un interès més elevat en la música i el cinema com a dominis de socialització grupal.

D'altra banda, es dona un predomini masculí en totes les pràctiques relacionades amb l'esport i amb els videojocs, amb independència del suport o el mitjà a través del qual es juga o s'hi accedeix. Hi ha també una pràctica més freqüent entre els homes de la descàrrega gratuïta d'internet, sigui en música, en pel·lícules o en programari, amb l'excepció dels llibres. Els percentatges de dones destaquen sobre els d'homes a realitzar fotografies i compartir-les a internet.

Les cohorts més joves també destaquen per un ús més variat, i es podria dir que sofisticat, dels dispositius digitals, especialment en tot allò que està relacionat amb el món del cinema, de la música i de l'ús dels mitjans digitals com a instruments no només d'informació i comunicació sinó també d'organització (*quedades*, per exemple). L'ús d'internet per descarregar sèries, llibres i programari i, en general, per a usos professionals o laborals, es dona amb més freqüència en les cohorts més madures.

4. Persones aturades, amb escàs capital educatiu i de classe baixa. Des d'una perspectiva de democratització cultural, el fet més important que registra la investigació és que hi ha categories que, tant pels recursos de partida, com per la incidència que tenen de la crisi i del canvi de paradigma comunicatiu, es troben fora del sistema cultural que recullen els qüestionaris i, en conseqüència, fora de l'accés als principals béns de la cultura.

No es tracta que no tinguin interès per la cultura, que sí que el tenen, atès que en les preguntes específiques sobre interessos culturals no són necessàriament el grup que menys interessos manifesta. En alguns casos, els percentatges que es recullen en les taules d'interessos per a aquest grup estan per sobre de les persones que estudien i en d'altres, per sobre de les que treballen. De fet, en analitzar els interessos des de la perspectiva de la situació laboral, només en tres casos els percentatges són inferiors als altres dos grups —treballa i estudia—, i són anar al cinema, anar a concerts i anar a musicals. Per tant, ens referim a pràctiques fora de casa.

Doncs bé, malgrat que en uns casos els interessos es troben per sobre de les persones que estudien i en d'altres per sobre de les que treballen, en realitat són les que menys practiquen una sèrie d'activitats àmplia, que inclouen llegir llibres i revistes, els que menys usos fan del mòbil, i l'única activitat en què destaquen és a veure la tele-

visió — malgrat tot, una pràctica molt transversal. No destaquen en cap ús d'internet, per tant, cal pensar que fan un ús menys variat.

A partir d'aquí, podem assenyalar tres característiques importants:

- a) Ofereixen els percentatges més baixos en qualsevol tipus de pràctiques i molt especialment en la cultura lletrada (llegir llibres i anar a biblioteques, però també assistir a concerts o anar a espectacles).
- b) La cultura audiovisual és hegemònica a la llar: veure la televisió, jugar a videojocs i veure o llegir esports.
- c) Tampoc destaquen en l'escolta de la ràdio, perquè aquesta es redefineix i troba nous nínxols en la classe mitjana alta, ni en el visionament de la televisió a internet, la nova via de revitalització.

5. Individualisme i facilisme. La població que hem analitzat es caracteritza per contrast amb l'adult pel fet de trobar-se en procés de transició o d'emancipació. Però si alguna cosa caracteritza la joventut actual és que no hi ha una transició única i unidireccional, com ho posen de relleu la sociologia de la joventut i els informes de joventut. Doncs bé, la nostra anàlisi de les pràctiques també ens permet constatar que som davant grups d'edat, situacions familiars i laborals i posicions socials molt diferents, un dels eixos en els quals es fa visible aquesta diversitat i que té a veure amb la situació familiar i amb els valors en relació amb l'individu.

Quan s'ha demanat a la població jove quin ha estat el factor que més ha influït en les seves pràctiques i interessos culturals, ha assenyalat amb un percentatge elevat que aquest factor ha estat ella mateixa i, en segon lloc, apareixen els progenitors, i especialment la mare. Per darrere, l'escola i el grup d'iguals.

D'altra banda, en tots els dominis de pràctica hem trobat gèneres relacionats amb la socialització infantil, que es troben associats al grup de més edat, a les persones de classe mitjana baixa o baixa i a les dones més que als homes. És aquest grup el que sol·licita mesures que permetin anar als equipaments culturals amb els nens i nenes per tal de poder millorar la seva participació cultural. No és casual que aquestes pràctiques interessin menys les persones amb nivell educatiu alt i de classe alta, ja que adopten pautes menys familiaristes i tenen recursos de tota mena per atendre els seus fills de manera especialitzada.

6. Contrastos i contradiccions entre interessos i pràctiques. Com a conseqüència derivada del fet que interessos i pràctiques tenen condicions socials i personals de producció i reproducció diferents, es produeixen contrastos i fins i tot contradiccions entre unes i altres en diversos grups o categories.

En la nostra exposició ens hem aturat a analitzar-ho amb cert detall en el cas dels interessos i pràctiques musicals. Un altre cas significatiu es produeix en les audiències televisives. Així, per exemple, les classes altes manifesten un interès escàs per la ràdio i la televisió, i són les persones aturades les que més interès mostren per veure la televisió. No obstant això, les dades de pràctica mostren que som davant activitats molt transversals, i que les classes altes són les que, a més, disposen de més i millors equipaments i serveis (antenes parabòliques, subscripcions...) i les que es desplacen, per exemple, cap a la valoració de les sèries.

Tot el que s'ha dit per a les persones de classe mitjana alta i alta serveix també per a les persones amb els capitals educatius més elevats.

Quan tractem la situació laboral, també s'observa que les persones que estudien són les que menys interès manifesten pels llibres, però en canvi els percentatges de lectura més elevats es donen entre ells i amb una diferència notable.

7. Cultura legítima i classe mitjana alta. Entenem per *cultura legítima* la que practiquen de manera més destacada les persones amb nivells educatius alts i de classes mitjana alta i alta, alhora que exerceixen cert sentit d'aspiració, en tant que des del punt de vista social i polític es mostren com a béns que s'han d'assolir —expectatives— o com a models que s'han de seguir. Són una mena de béns suprems del patrimoni cultural d'una societat, la seva dimensió objectiva.

Doncs bé, referent a això cal assenyalar dos aspectes: el primer es refereix al fet que en determinats camps de pràctica el protagonisme més gran correspon a les persones de classe mitjana alta més que a les de classe alta i fins i tot a persones amb estudis terciaris de primer cicle. En trobem un exemple en les pràctiques relacionades amb la identitat col·lectiva, però també en l'assistència a espectacles, la lectura de llibres o la pertinença a associacions. Potser és degut al diferent pes en cada cas del capital econòmic i de l'educatiu.

En segon lloc, l'anàlisi dels percentatges de manca d'interès per la música clàssica i per l'òpera té un significat especial entre les persones amb elevat nivell educatiu, perquè són tan elevats com els de les que manifesten el màxim interès per aquestes pràctiques. Dit d'una altra manera, l'interès per les pràctiques que millor expressen sentit de legitimitat cultural susciten un interès reduït fins i tot entre els grups socials als quals més identifiquen.

8. Grupalitat, transició i identitat. En analitzar un ventall de pràctiques que queden fora del model estàndard dels qüestionaris i del que es podria anomenar *model administratiu* —les que concerneixen a l'acció de les administracions públiques des de diferents perspectives—, hem trobat l'alta correlació amb totes les variables estudiades, però molt especialment amb les que es troben marcades pel capital educatiu i per la classe social.

Des de diferents angles, totes estan implicades amb processos de desenvolupament personal i d'integració social —fins i tot es podria dir d'integració social per la via de la sociabilitat o del desenvolupament personal.

En el cas de la població jove, com analitzem aquí, tenen un doble interès: com a pràctiques generacionals i en tant que expressives de diferències internes.

En el primer sentit, sortir de casa, anar a ballar i anar a l'estranger són pràctiques que expressen conquesta d'autonomia. Les dues primeres, a més, es produeixen en un context de grupalitat i desbordant els horaris de la vida quotidiana. En la relació amb els iguals, compartint músiques, pel·lícules, aplicacions, etc. i en horaris disruptius es construeixen les identitats personals i grupals.

Els espais informals permeten experimentar de manera autònoma la transició a la vida adulta. Operen com ritus de pas amb els seus processos de distanciament de la centralitat social i de retorn i integració. La nit té aquí una extraordinària importància com a temps-espai distintiu.

Però, fins i tot aquest temps-espai de transició mitjançant l'oci, està molt diferenciat a l'interior de la categoria de la joventut, segons els recursos educatius i econòmics, però també del sexe i de l'edat.

9. La llengua parlada. Parlant de la identitat, res no té més importància que la llengua. Per això hem analitzat amb cert detall les pautes socials que regeixen aquest procés mitjançant l'anàlisi de la relació entre les diferents variables i la llengua utilitzada en l'entrevista.

La llengua més estesa entre la població jove és el castellà: el 56% la utilitza com a llengua habitual, mentre que el català només ho fa el 38%. D'altra banda, l'entrevista la va fer en català el 39% i en castellà el 61%.

L'anàlisi realitzada mostra que la llengua amb més vinculació als interessos i les pràctiques del que hem anomenat *cultura legítima* i la cultura com a identitat patrimonial o patrimoni heretat fundador de la identitat col·lectiva és el català.

Entre les persones que parlen català sempre es donen percentatges més elevats d'integració en les pautes culturals legítimes amb independència del domini de pràctica del qual parlem i, per tant, es produeix una correlació també entre persones que parlen català i nivell educatiu alt i classe mitjana i mitjana alta.

10. Factors que dificulten la pràctica cultural. En analitzar els factors que dificulten la realització de les pràctiques, hem trobat que n'hi ha tres d'especialment destacats: la manca de temps, el preu i la manca d'interès. En el quadre adjunt oferim de manera sintètica els resultats obtinguts.

TAULA 114. FACTORS QUE DIFÍCULTEN LA PRÀCTICA CULTURAL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS DIFERENTS VARIABLES. CATALUNYA, 2013

Factor	Sexe	Grup d'edat	Situació laboral	Nivell d'estudis	Classe social
Manca de temps	Dona	20-24 anys	Treballa	3r grau, 1r i 2n cicle	Català
Preu	Dona	20-24 i 25-30 anys	Aturada	3r grau, 1r grau	Català
Manca d'interès	Home	14-19 anys	Estudiant	2n grau, 1r i 2n cicle	Transversal

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Entre el públic femení s'assenyalen com a obstacles més importants la manca de temps i el preu. En canvi, la manca d'interès troba els percentatges més elevats entre els homes, la cohort més jove i l'alumnat, de segon grau, de classe social baixa i que s'expressa en castellà.

La manca de temps la subratllen també les persones que treballen, de 20 a 24 anys, amb titulacions superiors, i de parla catalana.

Pel que fa al preu, el veuen com un obstacle les cohorts de 20 a 30 anys, persones aturades, d'educació terciària i primària i de parla catalana.

La manca d'interès té un perfil més masculí i juvenil (14-19 anys i estudiants) i amb educació secundària.

Novament no ha de sorprendre que el preu preocupi més les persones amb nivell educatiu superior que les persones amb estudis primaris, ja que justament aquelles, com que tenen més expectatives en la cultura i són més practicants, se senten més afectats pels costos.

11. Incentius per fomentar la pràctica. Amb les dades de l'enquesta del 2014 ens podem aproximar als incentius per incrementar la participació cultural. En la taula 94 hem ofert les dades en relació amb la variable del nivell educatiu i una vegada més hem pogut constatar que no són les persones amb més baix nivell educatiu les que demanen una reducció de preus, sinó les de segon i tercer cicle. De manera semblant passa amb l'expressió «que sigui gratuït». Les diferències són molt altes i, per tant, són significatives de les diferents expectatives posades en la importància personal de la cultura.

TAULA 115. INCENTIUS QUE AFAVORIRIEN LA PRÀCTICA CULTURAL ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS SEGONS DIFERENTS VARIABLES. CATALUNYA, 2013

Incentiu	Sexe	Situació laboral	Nivell d'estudis	Llengua
Baixada en el preu	Dona	Treballa	Segon i tercer grau (1r cicle)	Català
Que sigui gratuït	Dona	Aturada	Segon i tercer grau (1r cicle)	Català
Disponibilitat de pàrquing	Home	Treballa	Primer grau	Català
Possibilitat d'anar-hi amb nens	Dona	Transversal	Primer grau	Català
Tenir més informació	Home	Transversal	Primer grau	Català
Horaris més adequats	Dona	Treballa	Primer grau	Català

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Per contra, les persones amb menys capital educatiu subratllen altres factors, com la disponibilitat de pàrquing —necessiten desplaçaments amb transport—, la possibilitat d'anar amb nens —en família—, tenir més informació i horaris més adequats.

12. L'economia de la gratuïtat. A partir de les dues conclusions precedents en podem treure una de nova sobre l'economia cultural de la gratuïtat. Des d'una perspectiva intergeneracional, la defensa d'aquesta economia descansa especialment entre les cohorts joves. Quan en l'enquesta del 2014 es demana pels motius que han facilitat la participació cultural, el 45% de la població jove addueix la gratuïtat, mentre que el percentatge per a les persones de més de 30 anys és del 38%. Quan se'ls demana pels factors que dificulten la participació, el 70% de la població jove esmenta el preu, mentre que només ho fa el 58% de les persones adultes. I, d'altra banda, quan s'interroga pels incentius que poden fomentar la participació, el 88% de la població jove es mostra a favor d'abaixar els preus, mentre que ho fa el 77% de la població de més de 30 anys. El 85% de la població jove sol·licita que l'accés sigui gratuït i entre la població adulta ho fa el 74%.

Aquest fet —més defensa de la gratuïtat i més èmfasi en la política de preus— per part de la població jove s'ha d'explicar per la confluència de múltiples factors: en primer lloc, es tracta de persones en procés d'emancipació i, per tant, amb dificultats per disposar de recursos propis o de recursos suficients per cobrir un espectre determinat de despesa i, a més, han estat especialment afectades per la crisi. En segon lloc, es troben en una etapa del cicle vital en la qual compartir entre iguals i transgredir normes del món adult constitueix una dinàmica del propi procés de maduració —i integració al món adult.

Però, al nostre entendre, juntament amb la crisi i la lògica transgressora de l'emancipació, s'hi ha d'afegir un nou factor: l'emergència de l'economia digital i els seus xocs i conflictes amb l'economia gutenberiana. En aquesta nova economia digital la cooperació, la col·laboració i la idea de bé comú adquireixen una rellevància inusitada i el protagonisme i l'experimentació de tot això es produeix entre les persones nadiues digitals. Tractar aquesta situació des de termes com *pirateria* no només suposa estigmatitzar pràctiques emergents, sinó que pot constituir un desafiament que s'ha de superar.

13. A lloms de la globalització cultural. Les pràctiques de la societat digital es caracteritzen principalment per tres trets, entre d'altres, que les diferencien de la resta de pràctiques: es difonen principalment, si no exclusivament, per la via del mercat; els productes circulen primer i principalment en anglès, i es transmeten des de les cohorts més joves a les més adultes, i tot això sense necessitat d'una institució especialitzada com l'escola.

La música, però també els continguts audiovisuals i els videojocs, poden servir de paradigma del que diem. Cada generació entra a la societat amb les seves músiques específiques, la majoria d'aquesta música s'escolta en anglès (46%), davant del 34% en castellà i el 5% en català. D'altra banda, la població de parla catalana és la que més escolta en anglès (el 54% davant del 40% de les persones que parlen castellà).

La qüestió política davant aquest fenomen no és com es facilita l'accés a la societat digital, sinó a quins continguts i amb quina política.

4. Tipologia de la població catalana a partir dels seus interessos i pràctiques culturals



4.1. INTRODUCCIÓ

Després del recorregut que hem realitzat fins ara, en aquest capítol explorarem la participació cultural a Catalunya i intentarem identificar els tipus d'agrupacions fonamentals que es poden establir mitjançant una anàlisi estadística.

Ja podem avançar el resultat: després de fer un recorregut analític que tot seguit explicarem, es poden establir sis grups, organitzats sobretot per la combinació d'interessos i pràctiques clàssics, audiovisuals i digitals.

El procediment comença identificant les dimensions que articulen la participació, és a dir, els eixos que, més enllà de la casuística àmplia de consums que es registren en cada subesfera de l'àmbit cultural, donen forma —no sempre d'una manera visible o evident— al camp cultural. Per tant, consisteix en una anàlisi de les coordenades de l'espai de la participació cultural que parteix de dos àmbits de registre empíric: d'una banda, els interessos culturals declarats per la població i, de l'altra, les pràctiques específiques que la població duu a terme amb més freqüència o menys. L'objectiu central del capítol és identificar la posició de la joventut catalana en aquests eixos estructurals de l'espai cultural i examinar el grau en què es presenten diferències respecte de la resta de la població i entre la joventut mateix.

A més d'identificar aquestes dimensions, el capítol té dos objectius més: d'una banda, determinar si aquestes dimensions es distribueixen de manera equilibrada en l'estructura social o si, per contra, mostren pautes d'estratificació i, de l'altra, examinar en quina mesura la població jove s'agrupa entorn d'aquestes dimensions generant el que podríem considerar com a conglomerats o enclavaments de participació cultural. La lògica d'anàlisi, per tant, és triple: identificar l'existència d'eixos d'estructuració, de pautes d'estratificació i d'agrupacions significatives d'individus entorn d'aquests eixos. Les tècniques estadístiques en què es basa aquest treball són l'anàlisi de components principals i l'anàlisi de conglomerats i khi quadrat.

D'acord amb aquests plantejaments, l'anàlisi que s'exposa en aquest capítol intenta respondre a les tres preguntes següents:

1. Quines són les dimensions o els eixos principals que articulen l'espai del consum cultural en la societat catalana?
2. Quines pautes de distribució i d'estratificació s'observen?
3. Com s'agrupa la població al voltant dels diferents factors d'interessos i pràctiques culturals identificats?

Abans d'iniciar l'exposició dels resultats que s'han obtingut, convé realitzar dos aclariments. En primer lloc, com ja s'ha assenyalat, l'estructura empírica dels interessos i les pràctiques culturals s'identifica aplicant la tècnica de l'anàlisi de components principals, que permet extreure'n els eixos mitjançant una anàlisi que no introdueix elements aliens a les dades. Per tant, l'estructura empírica de les dades es desvetlla mitjançant l'anàlisi. Això sí, cal tenir en compte que aquesta estructura empírica està limitada per les dades de partida, és a dir, per les variables recollides pel qüestionari de l'Enquesta de participació cultural (EPC) del 2013. S'ha triat aquesta enquesta i no la del 2014 perquè té una mostra

molt més gran ($n= 6.028$ el 2013 davant de $n= 1.845$ el 2014). En segon lloc, cal assenyalar que l'anàlisi de components principals s'ha aplicat amb criteri varimax, de tipus ortogonal, que dona factors independents. Aquest aspecte s'ha de tenir en compte juntament amb la manera com s'ha aplicat la tècnica: d'una vegada per a totes les variables referides als interessos o les pràctiques. Aquest procediment d'aplicació assegura d'una manera més robusta que l'estructura de factors identificada es compon d'eixos veritablement independents i rellevants.

4.2. ELS INTERESSOS CULTURALS

Comencem amb l'anàlisi de les preferències o interessos culturals. L'EPC del 2013 té, com ja hem vist, 21 indicadors d'interès cultural, a partir dels quals realitzem l'anàlisi de components principals. Tots apareixen en una mateixa bateria (Q.4), en la qual s'insta a atorgar una puntuació de 0 (cap interès) a 10 (màxim interès).

Quins són els resultats que dona l'enquesta? Com es mostra en la taula 116, l'activitat que més interès desperta és veure la televisió (7,12), seguida per anar al cinema (6,89), escoltar la ràdio (6,79), llegir llibres (6,75) i llegir diaris (6,06). Ens situem, doncs, amb puntuacions superiors a 6 i que en cap cas no aconsegueixen el 8 (per a una anàlisi de freqüències, vegeu els capítols 2 i 3).

Amb puntuacions entre 5 i 6 punts de mitjana apareixen les activitats següents: connectar-se a internet, visitar monuments i jaciments, anar al teatre, visitar museus, assistir a concerts de música actual, visitar exposicions i anar a musicals. Amb un interès mitjà per sota dels 5 punts, trobem un total de nou activitats, cinc de les quals superen els 4 punts: llegir revistes, anar a la biblioteca, assistir a un espectacle de dansa, al circ i a un concert de música clàssica.

Per acabar, les quatre activitats culturals que tanquen la llista dels interessos culturals són escoltar música i veure pel·lícules i sèries en línia, anar a l'òpera, descarregar-se música, pel·lícules i sèries i jugar a videojocs.

Per poder comparar entre la població jove i l'adult, vegeu el gràfic 5 del capítol 3.

En conjunt (vegeu taula 116), es pot dir que només una activitat obté una puntuació mitjana de notable: el consum de televisió. Quatre se situen al voltant del 6 i unes altres set, al voltant del 5. Cal destacar que les sis primeres són pràctiques que es duen a terme a la llar, mentre que les següents fan referència a visites i assistències a equipaments culturals i espectacles culturals, amb l'excepció de la lectura de revistes, les pràctiques en línia i els videojocs. D'això s'infereix la importància que ha adquirit la llar com a lloc de consum i participació cultural.

TAULA 116. INTERÈS PER DETERMINADES ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 ANYS I MÉS. CATALUNYA, 2013

Activitat	Mitjana	Desviació estàndard
Veure la televisió	7,12	2,40
Anar al cinema	6,89	2,85
Escoltar la ràdio	6,79	2,72
Llegir llibres	6,75	2,93
Llegir diaris	6,06	2,96
Connectar-se a internet	5,97	3,83
Visitar monuments, jaciments	5,82	2,92
Anar al teatre	5,76	3,11
Visitar museus	5,66	2,97
Assistir a un concert de música actual	5,65	3,15
Visitar exposicions	5,50	2,96
Anar a un musical	5,15	3,14
Llegir revistes	4,78	2,87
Anar a la biblioteca	4,78	3,31
Anar a un espectacle de dansa	4,64	3,20
Anar a un espectacle de circ	4,51	3,05
Assistir a un concert de música clàssica	4,36	3,33
Escoltar música, veure pel·lícules i sèries online	3,97	3,94
Anar a l'òpera	3,72	3,29
Descarregar-se música, pel·lícules, sèries etc.	3,70	3,85
Jugar a videojocs	2,36	3,26

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Amb l'objecte d'examinar com s'ordenen i s'organitzen empíricament en l'estructura social aquests 21 indicadors d'interès cultural, s'ha aplicat una anàlisi de components principals (ACP) amb criteri varimax de la qual s'ha obtingut un model significatiu al 99,9% segons el test de Bartlett i amb un elevat ajust KMO (0,908) que dona com a resultat quatre components que, de manera conjunta, expliquen el 61,7% de la variància, tal com queda recollit en la taula 117.

TAULA 117. MATRIU FACTORIAL ROTADA DE L'ANÀLISI DE COMPONENTS PRINCIPALS (ACP) DELS INTERESSOS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 ANYS I MÉS. CATALUNYA, 2013

Activitat	Interès per les arts escèniques CP-1	Interès per la cultura lletrada CP-2	Interès per la cultura digital CP-3	Interès per la cultura audiovisual CP-4
Anar a un espectacle de dansa	0,796	0,268	0,039	0,010
Anar a un musical	0,794	0,173	0,124	0,128
Anar a un espectacle de circ	0,734	0,086	0,115	0,174
Anar al teatre	0,725	0,378	0,030	0,045
Anar a l'òpera	0,651	0,414	-0,008	-0,077
Assistir a un concert de música clàssica	0,617	0,462	-0,059	-0,106
Assistir a un concert de música actual	0,579	0,142	0,412	0,161
Anar al cinema	0,463	0,169	0,308	0,324
Visitar museus	0,424	0,760	-0,013	0,002
Visitar exposicions	0,444	0,740	0,017	-0,011
Visitar monuments, jaciments	0,398	0,728	-0,008	0,026
Llegir llibres	0,202	0,711	0,077	0,017
Llegir diaris	-0,012	0,638	0,057	0,378
Anar a la biblioteca	0,361	0,558	0,244	-0,016
Escoltar música, veure pel·lícules i sèries online	0,085	0,051	0,898	0,006
Descarregar-se música, pel·lícules, sèries...	0,078	0,022	0,890	0,026
Connectar-se a internet	0,089	0,186	0,799	0,006
Jugar a videojocs	0,042	-0,071	0,690	0,109
Veure la televisió	0,015	-0,270	-0,023	0,736
Escoltar la ràdio	0,115	0,160	0,045	0,654
Llegir revistes	0,104	0,389	0,175	0,490
Variància explicada	21,1%	18,4%	14,8%	7,4%

Unitat: saturacions factorials.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

El primer component agrupa l'interès per totes les activitats que, de manera genèrica, podríem anomenar *arts escèniques*, és a dir, la dansa, els musicals, el teatre, el circ i els concerts de música clàssica i actual, i que suposen un desplaçament fora de casa. Per això, i malgrat que en aquest component també apareix el cinema —si bé amb la saturació factorial més baixa—, es podria anomenar *interès per les arts escèniques*. Aquest component és responsable del 21,1% de la variància total del model.

El segon component inclou una sèrie d'ítems que, en principi, semblen híbrids, ja que es parla de visitar (activitat física) i de llegir (activitat sedentària). No obstant això, ateses les

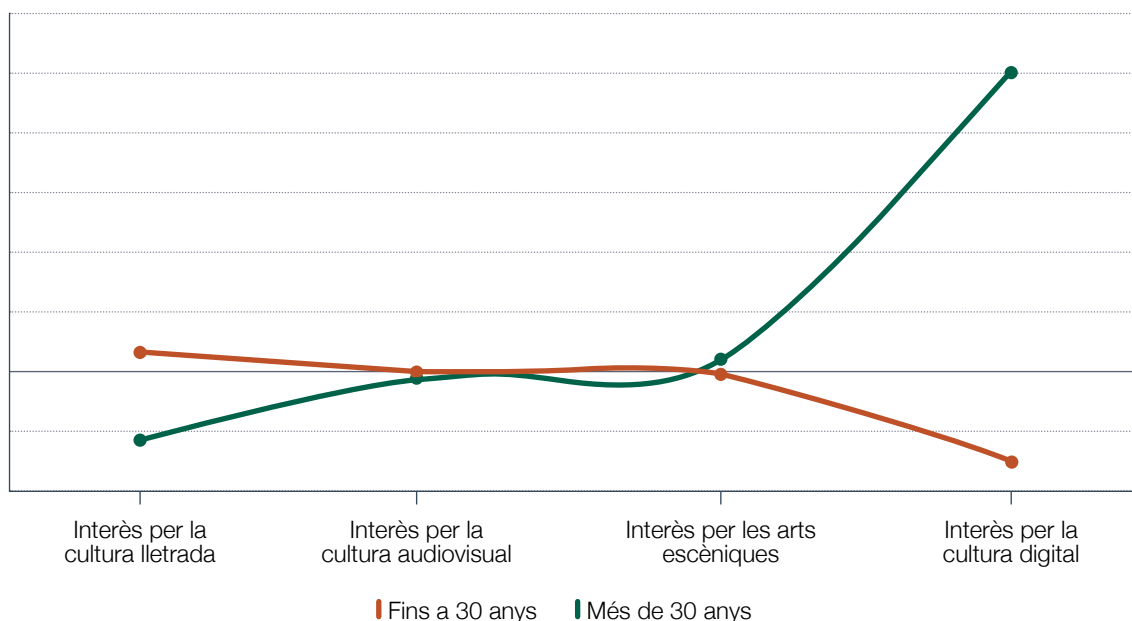
competències cognitives que requereixen, es poden considerar relacionats amb la cultura lletrada. L'integren l'interès per activitats com visitar museus, exposicions, monuments, jaciments i biblioteques, i la lectura de llibres i diaris. Per tot això, aquest factor, que és responsable del 18,4% de la variància, es podria etiquetar com a *interès per la cultura lletrada*. En tots els casos, les pràctiques a les quals es refereix cada un dels interessos que integren el component exigeixen un volum de capital cultural determinat.

El tercer factor inclou l'interès per totes les activitats de què consta la bateria d'interessos culturals relacionats amb les noves Tecnologies de la informació i la comunicació (TIC): escoltar música en línia i veure pel·lícules i sèries en línia; descarregar-se música, pel·lícules i sèries; connectar-se a internet, i jugar a videojocs. De manera ben clara, aquest component agrupa el que es podria definir com a *interès per la cultura digital*. Explica el 14,8% de la variància.

El quart factor engloba l'interès per tres activitats centrals de l'univers audiovisual contemporani, que són la televisió, la ràdio i les revistes. El cinema, encara que ha quedat més associat al primer component, obté també una saturació factorial destacable. Aquest quart factor explica el 7,4% de la variància i, pel contingut, es podria anomenar *interès per la cultura audiovisual*.

Quan es comparen les puntuacions de les persones de més de 30 anys i les puntuacions de les de menys de 30 anys, es detecten diferències significatives en dos: l'interès per la cultura lletrada i l'interès per la cultura digital. En el primer, la mitjana de persones joves és significativament inferior a la de les persones de més de 30 anys. En el segon, succeeix justament el contrari, però amb una diferència tan àmplia com reflecteix el gràfic 14. En canvi, no són significatives les diferències en l'interès per les arts escèniques i l'interès per la cultura audiovisual.

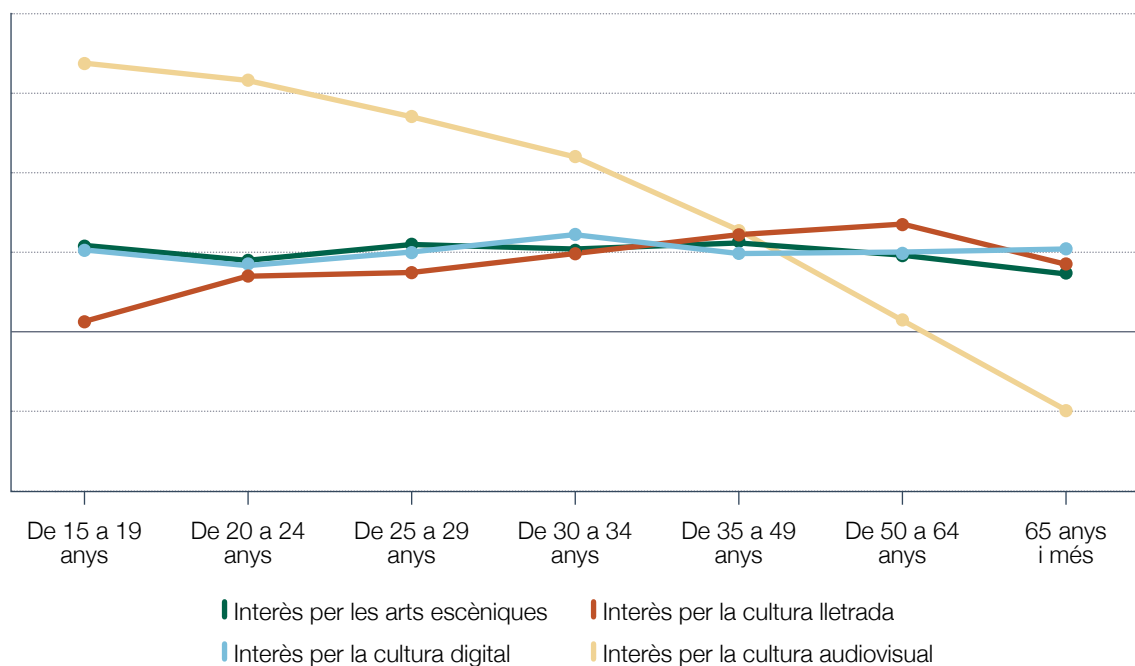
GRÀFIC 16. INTERÈS PER DETERMINADES PRÀCTIQUES CULTURALS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013 (%)



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

L'associació entre l'edat i l'interès per la cultura digital configura, tal com reflecteix el gràfic 15, una relació lineal negativa, segons la qual a mesura que augmenta la primera disminueix la segona. Els altres tres components segueixen trajectòries diferents. En el cas de l'interès per la cultura lletrada, la relació també és lineal, però, en aquest cas, de caràcter positiu, és a dir, a mesura que augmenta l'edat augmenta l'interès per aquest tipus de cultura. No obstant això, aquesta última afirmació té un límit en els 65 anys, edat a partir de la qual descendeix l'interès per la cultura lletrada. Per acabar, l'interès per les arts escèniques i per la cultura audiovisual mostren un itinerari de més horitzontalitat en la mesura que la pertinença a un grup d'edat o a un altre no introdueix gaires variacions.

GRÀFIC 17. INTERÈS PER DETERMINADES PRÀCTIQUES CULTURALS SEGONS LA COHORT D'EDAT. CATALUNYA, 2013 (%)



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

4.3. LES PRÀCTIQUES CULTURALS

A continuació exposem l'anàlisi de l'estructura de les pràctiques culturals de la població catalana. La seqüència d'anàlisi que se seguirà és la mateixa que en el cas dels interessos, per la qual cosa s'ometran els comentaris explicatius i les justificacions de les tècniques estadístiques aplicades.

En l'anàlisi s'han inclòs deu variables de pràctiques culturals i s'ha obtingut —com en el cas dels interessos culturals— un model significatiu al 99,9% segons el test de Bartlett i amb adequat ajust KMO (0,769). En aquest cas, l'anàlisi dona una solució de tres components que, de manera conjunta, expliquen el 47,1% de la variància del model.

Com recull la taula 118, el primer component principal que apareix en la solució factorial rotada es compon de sis ítems referits fonamentalment a activitats culturals lletrades i clàssiques, entre les quals cal esmentar, d'una banda, la lectura i les visites a exposicions, galeries artístiques, museus, monuments i biblioteques; i de l'altra, l'assistència a espectacles com teatre, dansa o festivals. El consum de pel·lícules i l'assistència a concerts de música en directe afegeixen un matís de cultura audiovisual a aquest component. No obstant això, optem per la denominació de *pràctiques culturals clàssiques i lletrades*. Explica el 23,4% de la variància total. En segon lloc, apareix un component que agrupa dos ítems relacionats amb el consum del que habitualment es coneix com a *cultura audiovisual*, és a dir, pel·lícules, sèries, vídeos documentals i música en general. Amb una variància explicada del 12% del model, hem anomenat a aquest component *pràctiques culturals audiovisuals*. Per acabar, l'anàlisi ha llançat l'existència d'un tercer component que recull l'ús d'internet i de videojocs, raó per la qual ho hem anomenat *pràctiques culturals digitals*. Aquest últim component és responsable de l'11,7% de la variància.

TAULA 118. MATRIU FACTORIAL ROTADA DE L'ANÀLISI DE COMPONENTS PRINCIPALS (ACP) DE LES ACTIVITATS CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 ANYS I MÉS. CATALUNYA, 2013

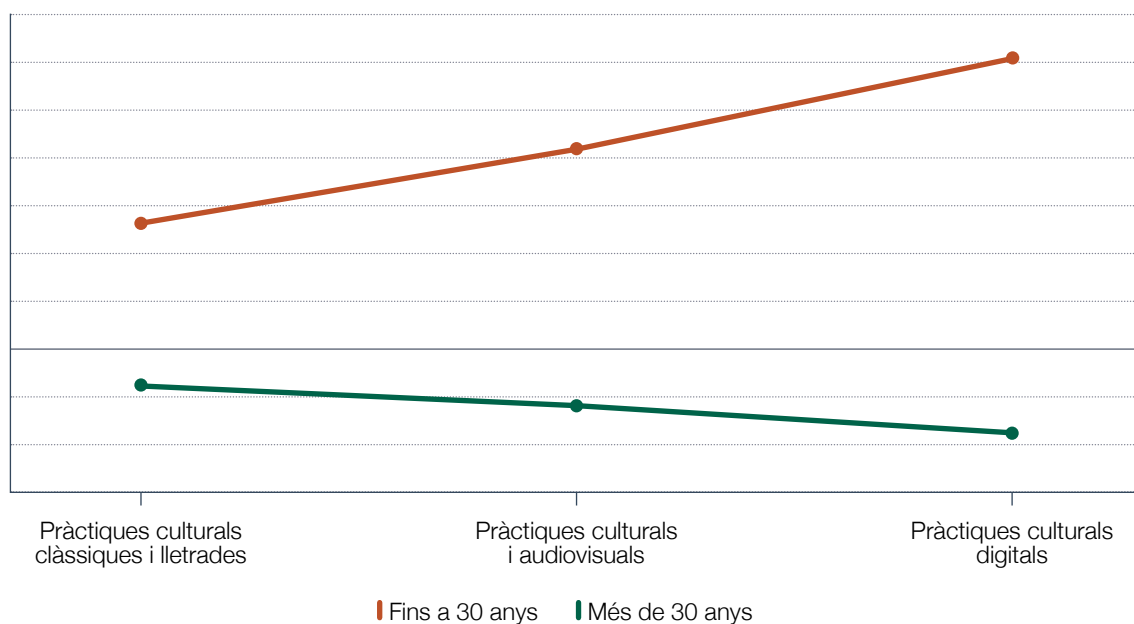
Activitat	CP-1	CP-2	CP-3
Visita d'exposicions artístiques, galeries d'art, museus o monuments els darrers 12 mesos	0,704	-0,010	-0,070
Assistència a espectacles (circ, teatre, dansa, festivals...) els darrers 12 mesos	0,662	0,010	-0,109
Libres que ha llegit els darrers 12 mesos	0,662	0,023	0,008
Assistència a concerts de música en directe els darrers 12 mesos	0,637	0,063	0,116
Pel·lícules que ha vist els darrers 3 mesos	0,521	0,150	0,086
Freqüència amb què ha anat a la biblioteca els darrers 12 mesos	0,459	0,059	0,177
Consum audiovisual els darrers 3 mesos (pel·lícules, sèries, vídeos, documentals)	-0,059	0,769	0,007
Freqüència amb què ha escoltat música els darrers 3 mesos	0,257	0,627	0,035
Temps d'ús d'internet el dia anterior	0,104	-0,163	0,828
Freqüència d'ús dels videojocs	-0,021	0,392	0,643
Variància explicada	23,4%	12,0%	11,7%

Unitat: saturacions factorials. Base: total mostra.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En analitzar les diferències entre les persones de menys de 30 anys i les de més de 30 anys en els tres components de pràctiques culturals, es comprova que les diferències són molt superiors a les que s'han obtingut quan es tractava dels interessos culturals, tal com posa de manifest el gràfic 18.

GRÀFIC 18. REALITZACIÓ DE DETERMINADES PRÀCTIQUES CULTURALS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE

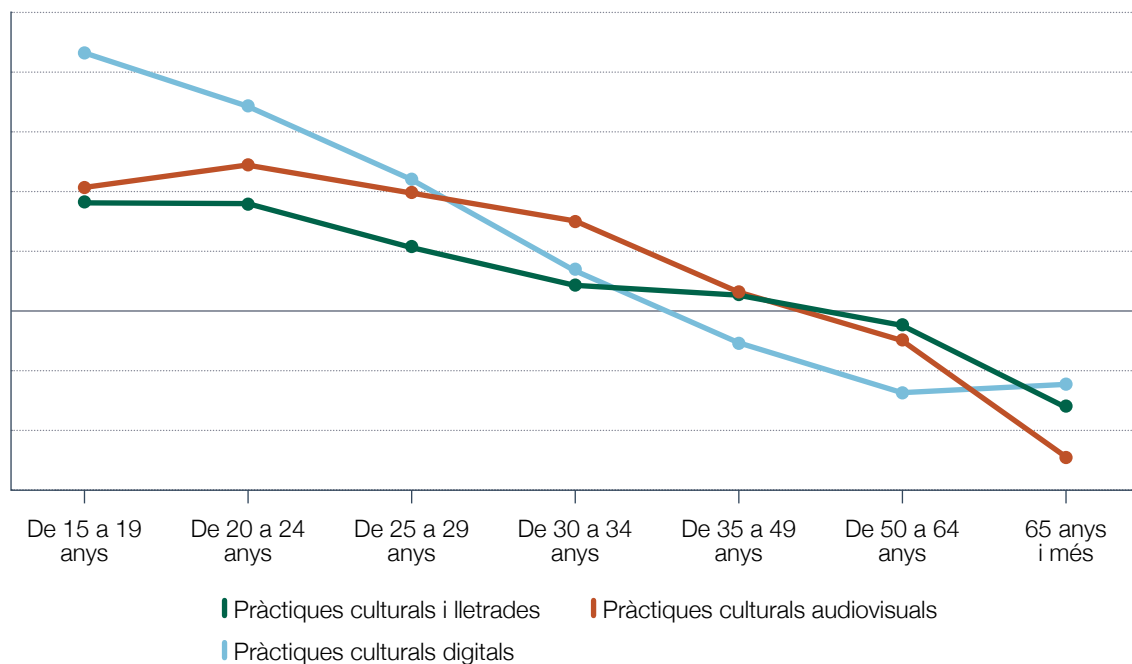


Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Com era d'esperar, les diferències més grans es registren en el cas del component de pràctiques culturals digitals. No obstant això, també en els altres dos casos (pràctiques culturals lletrades i clàssiques i pràctiques culturals audiovisuals) la diferència entre les persones de menys de 30 anys i les de més de 30 anys és significativa. Tenint en compte que els interessos per les arts escèniques, la cultura lletrada i la cultura audiovisual eren molt més semblants entre les persones de menys de 30 anys i les de més de 30 anys, l'anàlisi de les pràctiques culturals posa de manifest la falta d'ajust entre els interessos i les pràctiques culturals.

El gràfic 19 posa de manifest que els tres tipus de pràctiques culturals tenen una relació lineal negativa amb l'edat, és a dir, descendeixen a mesura que l'edat augmenta. Aquesta afirmació es confirma plenament en el cas de les pràctiques culturals digitals, però també —tot i que amb una intensitat més baixa— en el cas de les clàssiques i lletrades i les audiovisuals.

GRÀFIC 19. REALITZACIÓ DE DETERMINADES PRÀCTIQUES CULTURALS SEGONS LA COHORT D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

D'altra banda, el fet que els tres components de pràctiques culturals presentin relacions lineals negatives amb l'edat explica que els nivells d'activitat en cadascun siguin molt similars dins de cada grup d'edat. L'excepció són les persones joves de 15 a 19 anys, ja que hi ha una àmplia distància de les pràctiques culturals digitals respecte de les clàssiques i lletrades i les audiovisuals.

4.4. TIPOLOGIA DE LA POBLACIÓ CATALANA SEGONS ELS INTERESSOS I LES PRÀCTIQUES CULTURALS

En les properes línies intentem mostrar com s'agrupa la població catalana al voltant dels eixos d'interessos i pràctiques culturals descrits en la secció anterior. Els resultats es presenten en la taula 119, que inclou els centres finals dels sis conglomerats que ofereix la solució que en termes tant estadístics com d'anàlisi sociològica ha estat considerada òptima.

El primer conglomerat destaca essencialment per les puntuacions elevades en interessos i pràctiques culturals digitals i audiovisuals, tot i que amb puntuacions menys elevades. Declara també una manca d'interès per la cultura lletrada, que coincideix amb l'escassetat de pràctiques del mateix tipus. La denominació que s'ha escollit per a aquest conglomerat és la de *públic de cultura digital*.

El segon conglomerat l'hem anomenat *públic de cultura audiovisual*, atès que els únics components que tenen puntuació positiva són l'interès i les pràctiques culturals audiovisuals. Destaca especialment per les puntuacions baixes en interès per les arts escèniques i pràctiques culturals clàssiques i lletrades. En certa manera, és similar al conglomerat

anterior, encara que sense els interessos i pràctiques culturals digitals, en els quals també obté puntuacions negatives.

El tercer grup registra puntuacions negatives en tots els components d'interessos i pràctiques culturals. Per aquesta raó ens ha semblat convenient anomenar-lo *públic desconnectat*. Potser l'aspecte que més crida l'atenció d'aquest grup és que es tracta de les persones amb menys interessos per la cultura audiovisual de tota la població catalana. La puntuació menys negativa d'aquest grup és la de les pràctiques culturals digitals, que s'apropa a la mitjana del conjunt de la població catalana.

La característica principal del quart conglomerat és el baix interès per la cultura audiovisual, encara que pel que fa a les pràctiques no es produeix aquesta circumstància i es registra una puntuació molt baixa, però de signe positiu. Per això l'hem anomenat *públic anticultura audiovisual*. Destaquen únicament per cert interès per la cultura lletrada i la cultura digital. Les seves pràctiques culturals clàssiques i lletrades i digitals es troben pràcticament en la mitjana poblacional, encara que amb un signe negatiu.

Els dos conglomerats restants tenen en comú el nivell més alt d'interessos i pràctiques culturals clàssiques i lletrades. Són també els únics amb interès positiu per les arts escèniques. El primer (l'agrupament 5) únicament puntua negativament en els components d'interessos i pràctiques culturals audiovisuals. Es poden considerar com a *públic clàssic digital* tenint en compte que també obtenen puntuacions elevades en interès i pràctiques culturals digitals.

El sisè conglomerat correspondria al *públic clàssic pur*, un grup amb puntuacions positives en tots els components excepte en les pràctiques i els interessos digitals, en els quals registra la primera i la tercera puntuació més baixa, respectivament, de la societat catalana. En aquest cas, tant els interessos i les pràctiques culturals clàssiques i lletrades com l'interès per les arts escèniques obtenen puntuacions positives.

La distribució percentual dels sis conglomerats en el conjunt de la societat catalana mostra algunes diferències d'interès, tal com es pot comprovar en el gràfic 20. L'anella exterior —referida al conjunt de la població— mostra que el públic de la cultura digital suposa el 19,4% del total, un percentatge superat només pel públic de cultura audiovisual, amb el 23,6%. Per sota, el públic clàssic pur aconsegueix el 17,7%. Després d'aquests es troba el públic desconnectat, amb el 14,1%, i el públic anticultura audiovisual, amb el 13,9%. Per acabar, el públic clàssic digital és el grup més reduït, amb l'11,2%.

TAULA 119. TIPOLOGIA D'INTERESSOS I PRÀCTIQUES CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 ANYS I MÉS. CATALUNYA, 2013

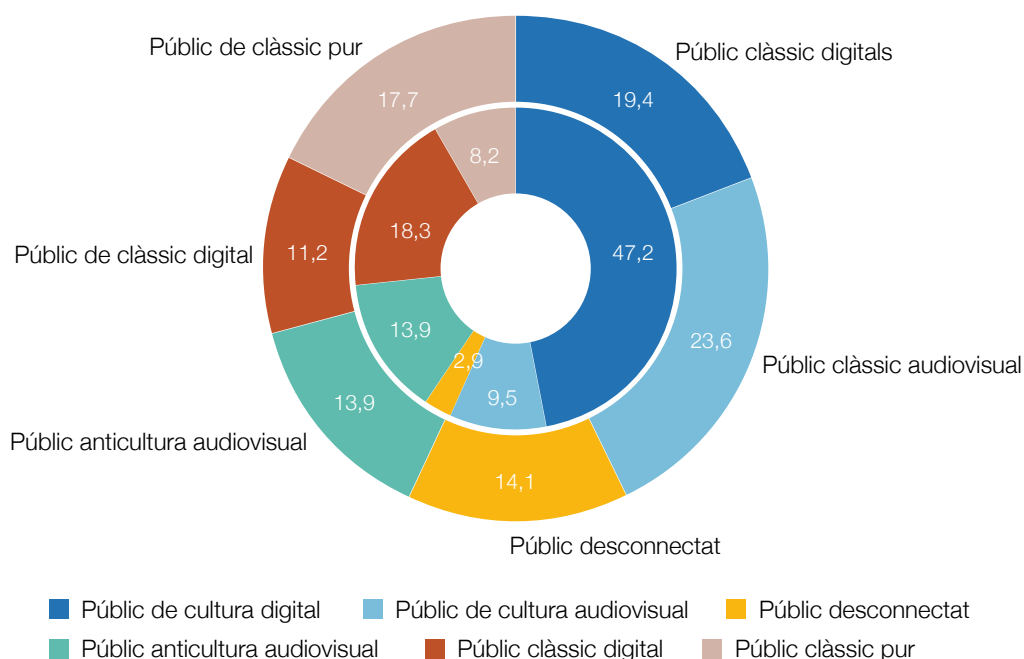
Interessos i pràctiques	Públic de cultura digital	Públic de cultura audiovisual	Públic desconnectat	Públic anticultura audiovisual	Públic clàssic digital	Públic clàssic pur
Interès per les arts escèniques	-0,02058	-0,23398	-0,36646	-0,29386	0,35771	0,71863
Interès per la cultura lletrada	-0,44199	-0,44256	-0,25973	0,36126	0,77209	0,62532
Interès per la cultural digital	1,17792	-0,62630	-0,69333	0,22360	0,55950	-0,31481
Interès per la cultura audiovisual	0,37764	0,45769	-0,20574	-1,23315	-0,26686	0,24729
Pràctiques culturals clàssiques i lletrades	-0,23514	-0,63351	-0,45478	-0,08819	2,01879	0,45549
Pràctiques culturals audiovisuals	0,61121	0,35393	-1,68895	0,12425	-0,09007	0,27470
Pràctiques culturals digitals	1,17554	-0,43886	-0,01756	-0,03339	0,40834	-0,89963

Unitat: centres finals dels conglomerats.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

L'anella interior —calculada per a la població de 30 anys i menys— mostra que prop de la meitat de les persones joves engrossirien les files del públic de la cultura digital (47,2%), mentre que el públic de cultura audiovisual tan sols aconseguiria el 9,5%. Encara es redueix més la presència de les persones desconnectades, que entre les joves només suposen el 2,9%. El públic anticultura audiovisual registra el mateix percentatge que en el conjunt (13,9%), mentre que el públic clàssic digital s'eleva fins al 18,3% i el públic clàssic pur es redueix fins al 8,2%.

GRÀFIC 20. TIPOLOGIA D'INTERESSOS I PRÀCTIQUES CULTURALS D'INTERESSOS I PRÀCTIQUES CULTURALS SEGONS EL GRUP D'EDAT. CATALUNYA, 2013. PERCENTATGE



Unitat: percentatges. Base: població general en l'anella exterior i població de 30 anys i menys en l'anella interior.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

L'anàlisi bivariàble permet examinar amb detall el perfil sociodemogràfic dels sis conglomerats presentats en les línies anteriors. Els resultats inclosos en la taula 120 i en el gràfic 16 posen de manifest que la presència de les dones és clarament superior en el conglomerat del públic clàssic pur i en el del públic clàssic digital (encara que no amb una distància tan àmplia respecte dels homes). Els homes, per contra, es troben molt per sobre de les dones en el conglomerat de públic de cultura digital.

Pel que fa a l'edat, la taula 120 mostra que els dos conglomerats digitals —el públic de cultura digital i el públic clàssic digital— es nodreixen fonamentalment de població de menys de 35 anys. Per contra, els públics de cultura audiovisual, desconnectats, anticultura audiovisual i digital pur es troben representats principalment per persones de més de 35 anys. Més exactament, en el primer cas, per persones de més de 45 anys; en el segon, per les de més de 65 anys, i en els dos últims, per persones entre 35 i 54 anys.

El públic clàssic pur és el grup en el qual hi ha més persones casades. També hi ha persones casades i vídues en el públic de cultura audiovisual i el públic desconnectat. Per contra, els públics de cultura digital i clàssic digital es nodreixen més de persones solteres.

Quant al nivell educatiu, la taula 120 reflecteix que el públic de cultura audiovisual i el desconnectat estan formats per persones amb els nivells educatius més baixos, mentre que el públic clàssic digital disposa de la població amb més nivell d'estudis. Les persones amb un nivell intermedi predominen en el públic de cultura digital. També podem veure que els públics de cultura digital i audiovisual tendeixen a expressar-se més en castellà, mentre que els públics clàssics (tant el digital com el pur) opten amb més freqüència pel català.

TAULA 120. TIPOLOGIA D'INTERESSOS I PRÀCTIQUES CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 ANYS I MÉS SEGONS LES CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES I PERCENTATGE DE CADA TIPUS ENTRE LA POBLACIÓ JOVE. CATALUNYA, 2013

Tipus	Característiques sociodemogràfiques	De 14 a 30 anys
Clàssic pur	<ul style="list-style-type: none"> • Dona • De 45 a 64 anys • Casada, en parella o divorciada • Estudis terciaris • Classe mitjana alta i alta • Català 	8,2
Cultura audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> • De 45 anys en endavant • Casat, en parella o vidu • Estudis primaris i secundaris de primer cicle • Classe mitjana baixa i baixa • Castellà i altres 	9,5
Desconnectat	<ul style="list-style-type: none"> • Dona • De 45 anys en endavant, però especialment a partir de 65 anys • Casada, en parella o vídua • Primer i segon graus de primer cicle • Classe mitjana baixa i baixa 	2,9
Anticultura audiovisual	<ul style="list-style-type: none"> • De 35 a 64 anys • Separats i divorciats • Estudis terciaris • Classe mitjana alta 	13,9
Clàssic digital	<ul style="list-style-type: none"> • Dona • De 14 a 34 anys • Solters o separats • Estudis terciaris i especialment de segon cicle • Classe mitjana alta i alta • Català • Capitals 	18,3
Cultura digital	<ul style="list-style-type: none"> • Home • De 14 a 34 anys • Solter • Segon grau, segon cicle • Classe mitjana • Castellà • Capitals 	47,2

Font: Elaboració pròpia

En relació amb la classe social, la taula 120 mostra que el públic de cultura audiovisual i el desconnectat tenen més presència entre les persones de classe social mitjana baixa i baixa. Per contra, els dos conglomerats clàssics, és a dir, tant el clàssic digital com el clàssic pur, tenen una presència més elevada entre les classes socials mitjana alta i alta. El públic de cultura digital i d'anticultura audiovisual no destaquen de manera especial entre cap classe social.

Per acabar, pel que fa a la mida de l'hàbitat, encara que els diferents conglomerats semblen respondre a una distribució territorial molt similar, es pot concloure que el públic clàssic digital està molt més present a les capitals, mentre que el públic desconnectat és una mica més habitual als municipis de menys de cinc mil habitants.

Entre el públic de cultura audiovisual i el desconnectat no hi ha gaires diferències sociodemogràfiques. Tot i així, destaca el fet que entre la població desconnectada es dona un envelliment més elevat i entre la població de cultura audiovisual predominen les persones que parlen en castellà i altres idiomes.

TAULA 121. TIPOLOGIA D'INTERESSOS I PRÀCTIQUES CULTURALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 ANYS I MÉS SEGONS DIVERSES VARIABLES SOCIODEMOGRÀFIQUES. CATALUNYA, 2013 (%)

Variable		Tipus						Total	khi quadrat p
		Públic de cultura digital	Públic de cultura audiovisual	Públic desconnectat	Públic anticultura audiovisual	Públic clàssic digital	Públic clàssic pur		
Sexe	Home	60,7 %	47,4 %	46,8 %	50,2 %	43,7 %	38,0 %	48,3 %	0.000
	Dona	39,3 %	52,6 %	53,2 %	49,8 %	56,3 %	62,0 %	51,7 %	
Grup d'edat	De 14 a 19 anys	20,1 %	0,9 %	0,8 %	5,3 %	11,4 %	2,3 %	6,5 %	0.000
	De 20 a 24 anys	13,7 %	2,2 %	0,6 %	6,5 %	12,0 %	2,1 %	5,7 %	
	De 25 a 34 anys	31,5 %	10,1 %	5,4 %	16,3 %	24,6 %	11,9 %	16,1 %	
	De 35 a 44 anys	20,9 %	16,5 %	14,7 %	26,8 %	20,0 %	22,2 %	19,8 %	
	De 45 a 54 anys	9,1 %	20,0 %	15,3 %	19,2 %	16,2 %	21,4 %	17,0 %	
	De 55 a 64 anys	3,9 %	17,0 %	17,4 %	15,0 %	9,0 %	18,5 %	13,7 %	
	De 65 anys i més	0,8 %	33,4 %	45,7 %	10,8 %	6,8 %	21,5 %	21,2 %	
Estat civil	Casat/ada o en parella	40,5 %	71,2 %	72,7 %	61,6 %	44,8 %	73,7 %	61,9 %	0.000
	Separat/ada o divorciat/ada	3,2 %	6,3 %	4,9 %	7,4 %	7,0 %	7,2 %	5,9 %	
	Vidu/Vídua	1,1 %	9,7 %	12,3 %	3,3 %	1,1 %	4,2 %	5,8 %	
	Solter/a	55,2 %	12,8 %	10,1 %	27,8 %	47,1 %	14,9 %	26,4 %	
Nivell d'estudis	1r grau o menys	7,4 %	29,1 %	33,3 %	13,2 %	1,6 %	10,5 %	17,4 %	0.000
	2n grau/1r cicle	20,1 %	32,3 %	29,3 %	16,8 %	5,5 %	17,6 %	22,2 %	
	2n grau/2n cicle	56,0 %	32,4 %	27,6 %	44,2 %	34,7 %	43,8 %	40,0 %	
	3r grau/1r cicle	7,8 %	3,6 %	3,8 %	9,8 %	17,7 %	10,5 %	7,9 %	
	3r grau/2n cicle	8,8 %	2,6 %	6,0 %	16,1 %	40,5 %	17,5 %	12,5 %	
Classe social	Alta	2,9 %	1,1 %	3,2 %	4,8 %	12,2 %	8,0 %	4,6 %	0.000
	Mitjana alta	17,4 %	12,1 %	13,0 %	26,5 %	34,8 %	23,9 %	19,5 %	
	Mitjana	55,7 %	47,6 %	42,9 %	48,8 %	49,8 %	52,0 %	49,6 %	
	Mitjana baixa	23,4 %	33,2 %	31,6 %	18,8 %	3,0 %	15,1 %	23,0 %	
	Baixa	0,6 %	6,0 %	9,3 %	1,2 %	0,2 %	1,1 %	3,4 %	
Llengua	Català	28,0 %	29,6 %	39,2 %	37,9 %	54,7 %	51,0 %	38,2 %	0.000
	Castellà	63,3 %	63,4 %	55,0 %	54,4 %	42,8 %	45,4 %	55,7 %	
	Altres	8,7 %	7,1 %	5,7 %	7,7 %	2,5 %	3,6 %	6,2 %	
Hàbitat	Fins a 2.000	3,8 %	4,6 %	6,3 %	3,2 %	4,9 %	6,6 %	4,9 %	0.000
	De 2.000 a 5.000	5,1 %	6,2 %	6,8 %	4,2 %	4,3 %	6,3 %	5,6 %	
	De 5.000 a 10.000	8,4 %	7,3 %	6,6 %	10,2 %	8,2 %	8,4 %	8,1 %	
	De 10.000 a 50.000	27,0 %	33,7 %	25,7 %	24,5 %	17,7 %	27,9 %	27,3 %	
	De 50.000 a 200.000	15,4 %	13,9 %	21,2 %	17,6 %	11,9 %	14,3 %	15,7 %	
	De 200.000 a 500.000	12,7 %	13,6 %	12,3 %	12,0 %	10,3 %	8,9 %	11,9 %	
	Capitals	27,6 %	20,7 %	21,2 %	28,4 %	42,6 %	27,4 %	26,5 %	

Unitat: percentatges. Base: total de la mostra.

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Les persones amb una cultura que es pot qualificar d'antiaudiovisual són persones d'edats intermèdies (34-64 anys), amb estudis terciaris, de classe mitjana alta i amb predomini de persones separades i divorciades. El prefix *anti* sembla encertat, perquè expressa una actitud explícita de distanciament de la televisió i la cultura que es vehicula pel seu mitjà.

També hi ha diferències significatives entre el públic digital pur i el clàssic. Per descomptat, aquestes diferències no es troben ni en l'edat ni en la situació familiar (població jove i soltera) o en l'hàbitat (grans ciutats), sinó en el sexe, els estudis i la classe social. Així, mentre que en el públic digital pur destaquen els homes, les persones amb estudis, de classe mitjana i que parlen en castellà, en el públic digital clàssic predominen les dones, les persones amb el màxim nivell d'estudis i de classe alta i mitjana alta i que parlen en català.

4.5. CONCLUSIONS DEL CAPÍTOL

En aquest capítol hem intentat identificar l'estructura de la participació cultural a Catalunya, atenent tant als interessos com a les pràctiques culturals, amb l'objectiu d'obtenir una comprensió millor del lloc que ocupa la població jove en aquesta estructura de participació cultural. Les anàlisis han posat de manifest que hi ha una estructura articulada al voltant de set eixos: quatre d'interessos culturals i tres de pràctiques culturals. Les conclusions que se n'han extret són les següents:

1. En l'àmbit dels interessos s'han identificat factors relatius a l'interès per les arts escèniques, la cultura lletrada, la cultura audiovisual i la cultura digital, factors que estan correlacionats amb l'àmbit de les pràctiques amb una estructura identificada que mostra cert grau d'isomorfisme. Així, hi ha també un factor de pràctiques relacionades amb la cultura clàssica i lletrada, un altre de relacionat amb la cultura audiovisual i el tercer referit a la cultura digital.
2. L'interès per la cultura audiovisual i l'interès per les arts escèniques tenen una distribució molt homogènia entre la població segons l'edat. No s'adverteixen diferències respecte d'això, ja que cap grup d'edat registra mitjanes significativament diferenciades de la resta de grups d'edat.
3. L'interès per la cultura lletrada mostra una línia ascendent —relació lineal positiva— segons l'edat que, no obstant això, es trunca a partir dels 65 anys.
4. Per contra, l'interès per la cultura digital mostra una forta relació lineal negativa amb l'edat i disminueix significativament en augmentar l'edat.
5. L'espai de les pràctiques culturals mostra una estructura diferent. Fins als 35 anys les pràctiques més freqüents són les digitals, que avantatgen la resta de manera àmplia fins als 19 anys. Les pràctiques digitals també són les primeres dels 20 als 24 anys, però en aquest grup les audiovisuals ja se situen enmig de les digitals i les clàssiques i lletrades. Dels 25 als 29 anys, les digitals i les audiovisuals se situen al mateix nivell, i dels 30 als 34 anys, les digitals apareixen gairebé al mateix nivell que les clàssiques i lletrades, totes dues precedides per les audiovisuals.
6. Dels 35 als 49 anys, les pràctiques digitals apareixen en l'últim lloc, amb les clàssiques i lletrades i les audiovisuals per davant. Aquest esquema es manté molt similar dels 50 als 64 anys, però canvia lleugerament a partir dels 65, quan les clàssiques i lletrades i les audiovisuals cauen encara més i les digitals es mantenen en el nivell del grup d'edat anterior.

7. Per acabar, l'estudi mostra també l'existència de diversos enclavaments poblacionals que s'agrupen més o menys entorn d'uns determinats interessos i pràctiques culturals. Un primer conglomerat és el que hem anomenat *públic de cultura digital*, que aglutina el 19,4% de la població catalana. Es tracta d'un grup de població compost sobretot per homes de menys de 35 anys i solters, amb uns interessos i pràctiques culturals que únicament sobresurten en relació amb la cultura digital.
8. El segon és el *públic de cultura audiovisual*, amb puntuacions positives només en els interessos i pràctiques culturals audiovisuals. Són el 23,6% de la població catalana i, en aquest cas, es caracteritzen per una presència més elevada entre les persones de més de 45 anys, baix nivell d'estudis i classes socials baixa i mitjana baixa.
9. Hem anomenat *desconnectat* el tercer grup per les puntuacions negatives en tots els interessos i pràctiques culturals. En aquest grup destaquen les persones de més de 65 anys, amb baix nivell d'estudis i classes socials baixa i mitjana baixa. Suposen el 14,1% de la població catalana.
10. A continuació apareix el grup anomenat *anticultura audiovisual*, la característica principal de les quals és el baixíssim interès per la cultura audiovisual i cert interès per la cultura lletrada i la cultura digital. Són el 13,9% de la població i hi destaquen les persones de 35 a 44 anys. Els dos últims conglomerats estan associats a la cultura clàssica.
11. El cinquè, al qual hem anomenat *públic clàssic digital*, es distancia de la cultura audiovisual, però té puntuacions elevades en interessos i pràctiques relacionades tant amb la cultura clàssica i lletrada com amb la digital. Congrega l'11,2% de la població catalana i té una àmplia presència entre persones de menys de 35 anys, solteres, de classe alta i mitjana alta i amb un nivell d'estudis elevat.
12. L'anomenat *públic clàssic pur* és el sisè, i té un perfil similar a l'anterior, si bé es mostra allunyat de la cultura digital. Agrupa el 17,7% i acull més dones, de més edat, casades i de classe social alta i mitjana alta.

5. Reflexions finals



En aquest apartat final tractarem dues qüestions rellevants alhora que presentarem algunes conclusions significatives per a la política cultural i, especialment, per a la política cultural adreçada a la joventut. Aquestes dues qüestions giren al voltant dels conceptes de *participació cultural* i de *règim de participació cultural*. Per estudiar-les ens basarem tant en l'evidència que s'ha reunit fins ara com en els quaderns de camp omplerts en dos grups de treball realitzats a la ciutat de Barcelona la tardor del 2015, el primer amb persones joves amb estudis superiors, acabats o en curs, i el segon amb persones joves inserides en programes de reforç formatiu.

5.1. LA PARTICIPACIÓ CULTURAL

Molts enfocaments tracten els processos de participació cultural des d'una perspectiva reduccionista: entenen que la forma de participació principal, per no dir l'única, és la del consum. En el pol oposat es troben els que consideren el consum una forma d'activitat (o reactivitat) merament passiva. El nostre plantejament ha estat identificar totes les formes d'activitat o de pràctica registrades en els qüestionaris com a modalitats de participació, incloent-hi les que se solen anomenar *consum de continguts audiovisuals*.

El concepte de *participació cultural*, que deriva de la teoria política —participació ciutadana, participació cívica—, denota i connota significacions que van més enllà de la suposada passivitat del consumidor.

El model LEG-Culture de la Unió Europea entén que hi ha participació cultural en un context i a través d'un canal, amb un codi compartit de comunicació, trobem emissors i receptors que presten atenció a formes i continguts de missatges per incrementar el seu propi bagatge informacional o cultural (2012: 170 i s.).

La participació cultural no requereix llocs especials. No es refereix en exclusiva a formes o béns de l'anomenada *alta cultura* —no té implícit un ideal de qualitat—; no es refereix exclusivament al comportament suposadament actiu; no consisteix merament a crear, inventar, produir o ser aficionat, etc. Assistir, veure o contemplar també són modalitats de participació. Per tant, comporta assistència i recepció, actuació, producció i interacció.

Així doncs, en parlar de participació cultural, imposem un gir al discurs habitual. No es tracta d'ignorar tot el que hi ha d'hàbit, rutina, costum i passivitat en les pautes culturals, i menys encara la dimensió adquisitiva i fins i tot consumista en la realització de nombroses activitats. Però també l'hàbit més inveterat es construeix, es reforça i es reproduïx mitjançant alguna contribució del subjecte mateix i, per a la mirada atenta, fins i tot en el consumisme més impulsiu hi ha creació, recreació i interacció.

Però sobretot, i el que és més important, l'enfocament de la participació cultural permet unir els problemes de la diferència i la desigualtat a partir d'un mateix marc conceptual en les polítiques públiques, perquè tenen una doble dimensió:

- a) La inclusió i implicació de tots els subjectes en el repertori de béns que ha acumulat una societat com a patrimoni cultural (siguin d'alta cultura o no). Això no només comporta facilitar l'accés, sinó també promoure el compromís amb la cultura vigent mitjançant la producció de sentit personal.

- b) Les aportacions que cada persona i cada grup realitzen, mitjançant la posada en acció de les seves capacitats expressives en la vida quotidiana o en les comunitats de pràctica, al repertori comú.

TAULA 122. DIMENSIONS, POLÍTQUES I ACTUACIONS DE LA PARTICIPACIÓ CULTURAL

	Dimensió	Política	Actuació
Participació cultural	Desigualtat	Democratització cultural: facilitar l'accés a la majoria	Redistribució i ampliació de la participació de les persones
	Diversitat i identitat	Democràcia cultural: promoure la cultura popular i de les minories	Reconeixement i ampliació del repertori cultural objectiu de la societat

Font: Elaboració pròpia.

La democratització i la democràcia cultural són les dues dimensions de la participació. En la política cultural francesa van sorgir aquestes dues dimensions en moments històrics diferents i l'una com a reemplaçament de l'altra, però des de la perspectiva d'altres països i des del temps actual, no són antagoniques i s'han de pensar —i posar en pràctica— conjuntament.

Mitjançant la democratització es fa referència a la necessitat d'un canvi estructural en l'accés als béns culturals d'un patrimoni comú només teòricament, que les polítiques prèvies han consagrat de manera objectiva en museus, en l'ensenyament escolar, en llibres i biblioteques, etc. Mitjançant la democràcia es posa l'èmfasi en el fet que cada individu, cada comunitat i cada grup tenen capacitats creatives i són capaços de posar en acció una expressivitat singular, tenen dret a donar-li curs lliurement, amb l'únic límit dels drets humans i els valors acordats institucionalment. A partir d'aquesta llibertat expressiva, es forma tant la identitat personal com la identitat col·lectiva i es produeix el sentit de l'existència.

En adoptar aquesta perspectiva, pren més significat l'anàlisi que hem realitzat i les idees principals que sintetitzem a continuació, sense caure en una reiteració de les conclusions que ja hem presentat en cada capítol.

L'era de la comunicació mòbil: cobertura universal de les sociotecnologies digitals

L'estudi dels equipaments de les llars catalanes entre el 2001 i el 2014 mostra que caminem ràpidament cap a la cobertura universal i, per tant, cap a la disponibilitat dels aparells i els artefactes necessaris per a la societat digital. És el que succeeix amb la televisió, la ràdio, les càmeres digitals, els ordinadors i el telèfon mòbil. En tots aquests equipaments, la implantació entre la població jove és sensiblement superior a la que es dona en la mitjana de la societat catalana. Hi ha quatre pantalles —televisió, ordinador, tauletes i telèfon intel·ligent— que concentren ara la majoria d'usos i pràctiques culturals.

Però el tret més destacat no es troba tant en l'equipament de les llars mateix sinó en la portabilitat i en la personalització dels usos que, juntament amb l'extensió de les infraestructures corresponents, faciliten la comunicació mòbil ubíqua.

En segon lloc, a través dels equipaments s'amplia l'accessibilitat a una cultura objectiva —o una oferta cultural— que creix incessantment i que és inabastable per a la persona, de manera que dona lloc a noves formes de diferenciació i estils de vida, però també a bretxes socials noves.

Consens i divergència intergeneracional

En demanar a la població pel concepte de *cultura*, apareixen quatre definicions bàsiques: com a coneixement adquirit, com a socialització, com a patrimoni heretat constitutiu de la identitat col·lectiva i com a activitat expressiva o artística. Hi ha un consens notable entorn de la rellevància relativa de les quatre, però la dimensió patrimonial i identitària té un percentatge més elevat de persones que hi estan d'acord entre les que parlen català, i la concepció artística és més freqüent entre persones amb capital educatiu alt i de classe mitjana i mitjana alta.

Entre la població jove hi ha una forta legitimació de dues activitats centrals per al sistema cultural dominant —«anar a un concert de música clàssica» (44%) i «visitar un museu o un exposició» (61%)—, però alhora s'amplia el repertori amb noves experiències (ecològiques, gastronòmiques i patrimonials).

Aquesta varietat de la població jove a l'hora d'entendre la cultura s'aplica també a la cultura pròpia. Així, E-7 afirma:

“M'he adonat que tenim una cultura molt definida pels productes autòctons. Al voltant de les castanyes i els moniatos fem la celebració de la castanyada, en la qual ens ajudem amics i familiars per menjar-los. I no només passa amb les castanyes...”

En el seu relat també inclou l'excursionisme i altres pràctiques populars en procés de revitalització per l'associacionisme local o neolocal.

La societat d'edats

Una societat d'edats és aquella en la qual l'edat, en les diverses dimensions, opera com a factor de diferenciació i fins i tot d'estratificació. L'anàlisi realitzada al llarg de la recerca, i molt especialment en el capítol 4, mostra que dins el consens comú hi ha una divergència tant en els interessos com en les pràctiques entre les persones de 14 a 30 anys i les que tenen més de 30 anys. Per descomptat, el factor principal de diferenciació està relacionat amb la penetració de les sociotecnologies digitals i l'ús que se'n fa, però també és evident que en les tres agrupacions de pràctiques que ofereix l'anàlisi (digitals, lletrades i clàssiques i audiovisuals) hi ha una relació lineal negativa amb l'edat, és a dir, baixa el percentatge de practicants a mesura que augmenta l'edat.

També hem constatat que, tot i que la població jove manifesta menys interès per la lectura, és més lectora que l'adulta. No només l'assistència a biblioteques és un fenomen juvenil i estudiantil, sinó que en la lectura de llibres en paper predomina la població jove sobre l'adulta. A més a totes dues poblacions els ocupen i interessen lectures diferents: mentre que les persones més grans destaquen en la lectura de llibres per oci, les cohorts joves ho fan per raó d'estudis i professionals. En relació amb la lectura, E-3, alhora que afirma una distància cap a la pràctica lectora, mostra la inevitabilitat social i l'existència de preferències particulars:

“Jo no sóc gaire de llegir llibres. Si sóc sincera, no m’agrada llegir, tot i que sempre, vulgui o no, estic llegint alguna cosa... En realitat sí que hi ha una cosa que m’agrada llegir: tinc una gran col·lecció de còmics que estan desgastats de tant que els he mirat.”

La lectura és una competència generalitzada que es posa en pràctica de forma habitual i natural, mentre que el sentit de ser lector té connotacions de singularització en el context social, on determinats gèneres poden semblar devaluats.

Les activitats que més es realitzen pertanyen a l'univers audiovisual/digital

Hi ha quatre activitats que realitza un percentatge més elevat de població jove i que, en certa manera, estan destinades a ser les que també tenen més prevalença en la societat catalana. Són veure la televisió i continguts audiovisuals mitjançant diversos suports o dispositius, escoltar música, connectar-se a internet i anar al cinema. La població jove està especialment interessada en totes les activitats relacionades amb la cultura digital (connectar-se a internet, escoltar música en línia, veure pel·lícules en línia, descarregar-se pel·lícules, cançons..., i jugar a videojocs). A aquestes quatre que, sens dubte, estan marcades avui per l'efecte cohort, cal afegir-n'hi d'altres que depenen clarament de l'efecte ciclo vital: anar al cinema, anar a concerts de música actual, visitar biblioteques i llegir revistes.

a) L'omnipresència de la música

Entre les persones entrevistades, s'ha assenyalat que la música és «un dels plats forts de la cultura» (E-9) o que «per a mi la música és una de les coses més importants que hi ha. Jo sense música no podria viure» (E-3).

Totes les persones entrevistades han descrit amb detall les seves pràctiques musicals, tant l'heterogeneïtat de gèneres escoltats com la diversitat d'usos que es fa de la música, de manera que es pot dir que s'escolta a cada moment i circumstància i per tots els mitjans. Com a acompanyament a l'hora de sortir a córrer o estudiant a la biblioteca, de manera individual o grupal, a casa, en el transport i en llocs especialitzats (concerts).

En el procés de personalització de les preferències, les noves tecnologies faciliten crear llistes de cançons per a cada moment vital i fins i tot per a cada estat emocional.

b) L'addicció creixent a les sèries

No només les dades de les enquestes mostren el relleu que estan adquirint les sèries entre la població jove —vistes a l'ordinador, a les tauletes o a la televisió—, sinó que ha quedat corroborat en les entrevistes. Aquesta addicció té un component grupal en tant que es comenten amb els grup de classe, de treball o d'oci («seguir una sèrie que tots els meus amics segueixen»), però la majoria tendeix a veure les sèries en solitari i a l'ordinador. La implicació emocional es tradueix amb expressions com «m'he enganxat» o «m'ha agafat una ploradissa...» (E-10). Es podria dir que el significat s'actualitza i s'amplia en el grup, en la interacció, però la pràctica es realitza individualment.

c) La comunicació instantània

La joventut es percep com una generació multipantalla i multitasca. Pot estar veient una sèrie a casa i alhora comentant-la per WhatsApp o en altres xarxes socials amb amigues i amics.

El telèfon intel·ligent s'ha convertit en el dispositiu més imprescindible per a aquest procés de comunicació ubiqua i constant i, per això, solen comentar que se senten «enganxats al mòbil». Però potser l'aspecte més excepcional és la naturalitat amb què es viu aquesta comunicació i les formes de relació i d'organització de la vida que possibilita. A cada moment: quan s'està a classe —per quedar i fer campana—, quan se surt d'excursió, quan arriba el cap de setmana i cal quedar amb les amigues. Aquesta naturalitat no deixa de viure's alhora com a irreversible i culpable: una persona autònoma hauria de saber controlar l'ús d'aquests dispositius i no deixar-se atrapar pel seu magnetisme.

La diversitat interna

La panòplia de camps culturals que hem estudiat —des de la lectura de premsa fins a l'associacionisme; des de l'escolta de ràdio a la navegació digital— permet observar una gran diversitat a l'interior de la categoria de la joventut, diversitat que és deguda a factors com el sexe, l'edat, la situació laboral, la llengua parlada i altres. Aquesta diversitat es pot considerar una riquesa expressiva de la joventut i de la societat catalanes.

a) La diversitat funcional

Un dels aspectes que ressalta és el fet que en aquest període de contorns difusos que és avui la joventut trobem persones que estudien i d'altres que han deixat de fer-ho, unes que cerquen feina, d'altres que treballen i un grup molt nombrós que està a l'atur, les que viuen amb els pares, en pisos amb amics, en parella o casades i fins i tot que ja tenen descendents. La joventut, avui més que mai, és un procés i s'ha dilatat sense fi, per la qual cosa integra més varietat de condicions, posicions i situacions.

Com a resultat d'això es produeixen diferències significatives en les pràctiques, atès que en uns casos la vida gravita entorn de l'estudi i en d'altres entorn de la cura dels fills i filles. El període històric actual, de gran recessió, atur i precarietat laboral, afecta especialment les generacions joves adultes, a les quals els resulta molt difícil coronar la seva emancipació social. No obstant això, gaudeixen d'una autonomia i una llibertat en la vida quotidiana que tampoc no han tingut cohorts precedents.

En aquest sentit, en parlar de diversitat funcional ens referim al canvi en l'ocupació i en la situació familiar fonamentalment, que afecta la disponibilitat de recursos propis i les obligacions de socialització dels descendents. Les persones que es troben en aquesta situació canvien el seu règim de pràctiques, perquè la socialització infantil es converteix en la pauta vertebradora de l'existència. No només redueixen les seves pràctiques precedents, sinó que han d'ocupar el temps dels fills i filles i ho han de fer amb sentit de responsabilitat. En conseqüència, s'imposen tasques que poden portar a incorporar a la seva agenda cultural pràctiques de la cultura legítima que abans percebien com a alienes.

En els quaderns de camp també hem trobat persones que no només tenen la responsabilitat d'atendre els seus fills i filles sinó que ho han de conciliar amb processos formatius personals davant les dificultats per trobar feina (E-2).

b) La diversitat expressiva

Al costat de les distincions de tipus funcional i d'altres de basades en el cicle vital, s'ha de parar atenció a les diferències en l'expressió personal i grupal, que es manifesten en els gèneres musicals i en la seva innovació, però també en la vestimenta i

en l'ornament corporal. Un dels aspectes més rellevants, en aquest sentit, es troba en el tatuatge i el pírcing (E-9).

Tot això està relacionat amb les característiques pròpies d'un període de definició de la identitat personal i grupal: per contrast amb les generacions adultes i, en conseqüència, per transgressió; per experimentació, per la qual cosa és important la varietat i la tolerància a l'heterogeneïtat, i per maduració i mobilitat, en la mesura que els gustos es poden consolidar o desplaçar.

El sociòleg Paul Willis ens va ensenyar a parar atenció a la «difosa encara que sovint invisible creativitat en la vida dels joves [...] articulada en la seva pràctica diària» (1999: 19). Per a ell, hi ha «un extens ventall d'activitats creatives i formes d'expressió i comunicació que els joves consideren importants en les seves vides: moda i música pop, decoració de l'habitació i d'un mateix, rituals amorosos, estils subculturals de grup, revistes, ràdio i televisió» (1999: 47-48). El reconeixement d'aquesta creativitat quotidiana, basada en una estètica arrelada a la vida, terrenal, constitueix una primera aproximació de qualsevol política cultural.

Les fractures socials i l'exclusió cultural

Les variables anteriors produeixen diversitat, però quan interactuen amb els recursos socials —especialment els recursos educatius i econòmics— generen distribucions molt desiguals dels béns i serveis culturals i legitimen i integren uns grups o categories socials i exclouen o expulsen del mapa d'altres. En aquest context es produeix una jerarquització de les formes, béns i serveis culturals, on operen qualificacions com alt i baix, legítim i il·legítim, que serveixen també per consagrar fronteres i fractures de l'estructura social.

En la nostra opinió, el capital educatiu té una força cada vegada més gran i qualsevol política cultural que no atengui aquests fenòmens de desigualtat, les causes que els produeixen i la lògica de la seva modificació, produirà de manera sistemàtica efectes no volguts i molt especialment l'efecte Mateu, que suposa acumular recursos culturals en les persones que ja tenen la facilitat d'accés a aquests per mitjans propis, bàsicament les classes mitjana i mitjana alta.

a) La paradoxa de l'accés

Si les galeries d'art tenen les sales obertes a tothom, per què no hi entra més gent? Si la política de preus públics ha rebaixat el cost de les entrades per a l'òpera, per què no corre la gent a comprar-les? Per què hi ha més animació i vitalitat al poliesportiu que a la casa de la cultura? I per què els seus públics són socialment tan diferents? Aquestes preguntes i d'altres de similars ressonen en el camp sociològic des de fa cinquanta anys. En canvi, avui se segueix parlant dels públics, de les audiències, de les persones en general, com a éssers que tenen el do de la cultura o no. Un do innat o adquirit que, segons es pensa, es podria substituir amb la vareta màgica de preus baixos o d'entrades gratuïtes.

Com es forma la predisposició individual per apreciar determinats béns o participar en activitats culturals concretes? Avui impera la fe en l'individu i en el mèrit o en el mèrit de l'individu: cadascú ha creat la seva pròpia personalitat i amb aquesta, els seus gustos culturals. Es poden reconèixer influències familiars o escolars, però bàsicament cadascú ha traçat el seu propi camí sense condicionants o impediments decisius.

Aleshores, com és possible que en els quaderns de camp que hem recollit quedi registrada una diferència abismal en la capacitat expressiva i en el capital lingüístic entre les persones del grup universitari i les del grup de joves en procés de reforç formatiu? Les primeres no només detallen el que fan, sinó les raons per les quals ho fan, les experiències, els sentiments i els valors que expressen amb les pràctiques. Les segones solen ser molt sòbries en el relat de la seva agenda diària. Les unes i les altres no només mostren disposicions estètiques molt diferents, sinó també desiguals, a l'hora de descodificar els significats de les pràctiques i els béns culturals i, molt especialment, d'aquells que els resulten aliens. Les primeres estan iniciades; les segones no disposen del capital cultural incorporat que els permet apropiarse de la significació de la cultura objectiva que es troba a la seva disposició. No han rebut el do mitjançant la socialització i l'educació.

D'altra banda, unes i altres no només es diferencien per les pràctiques i preferències, sinó —i el que és més important— per les aversions cap a determinades formes i gèneres culturals i les persones que les realitzen o segueixen.

b) La màgia del capital educatiu

En realitat, com hem pogut constatar, el capital educatiu i la classe social mantenen una correlació directa amb tots els interessos i pràctiques culturals estudiats. Ho hem vist en analitzar el concepte nadiu de *cultura*, atès que la visió humanista i creativa (art, literatura i museus) la defensen significativament les persones amb més nivell educatiu. També el capital educatiu es relaciona de manera directa amb la importància que es concedeix a la cultura: com més capital, més rellevància se li atorga, mentre que en els nivells educatius inferiors, se li concedeix menys significació per a la vida personal.

En analitzar les preferències —en concret, el màxim interès— es constata que hi ha un conjunt d'interessos que estan directament correlacionats amb el nivell educatiu i que corresponen al que podríem anomenar *interès per una cultura lletrada i clàssica*, ja que inclou les pràctiques de lectura (llibres, diaris, la visita a monuments i exposicions i l'interès per la música clàssica, l'òpera i el teatre, especialment). Tot i que l'interès pels concerts de música actual també forma part d'aquest grup, és més transversal.

En analitzar conjuntament l'absència d'interès (puntuació de 0) i la màxima intensitat en l'interès (puntuació de 9 i 10), es pot concloure que hi ha un nucli dur de la legitimitat cultural en la relació entre nivell educatiu i interès que està format realment només per dues pràctiques en positiu (música clàssica i òpera) i per una pràctica en negatiu (jugar a videojocs).

Igualment es constata que les persones amb nivell educatiu elevat utilitzen l'ordinador en un percentatge molt elevat per veure els continguts audiovisuals, mentre que entre les persones amb nivell educatiu més baix pesa especialment la televisió.

En general, hi ha un salt considerable quan passem del nivell de secundària al de terciària, tant en interessos com en pràctiques. La lectura, tot i la democratització de les competències lectores, està clarament determinada pel capital educatiu. Per contra, els continguts audiovisuals tenen una penetració més gran i més transversal; i, a més, segueixen una pauta de correlació lineal inversa, de manera que com més nivell educatiu es té, menys pràctica se'n fa, de manera que el percentatge és inferior entre les persones amb nivell terciari de primer cicle. El percentatge més elevat de televidents se situa entre les persones que tenen estudis primaris o secundaris de

primer cicle i, per contra, el més baix es dona entre les persones que tenen estudis terciaris de cicle superior. Els videojocs són una pràctica de persones amb estudis secundaris i obtenen poca acceptació en els nivells educatius superiors.

La resta de pràctiques, especialment totes les que impliquen un desplaçament fora de casa (anar al cinema, a concerts i festivals, al teatre, a museus i exposicions, pertinença a associacions i anar de viatge a l'estranger) mantenen una relació lineal directa amb el nivell educatiu, i les diferències són especialment grans en l'assistència a concerts (el 13% de persones amb estudis primaris davant del 61% de persones amb estudis terciaris superiors), l'assistència a exposicions (el 4,2% i el 29% respectivament) i viatjar a l'estranger (el 7% i el 47% respectivament).

En resum, el pes del capital educatiu es deixa sentir a gairebé totes les pràctiques, siguin lletrades, audiovisuals o digitals, es realitzin a l'interior de casa o a l'exterior. D'altra banda, en les pràctiques, l'efecte del capital educatiu és més notori que en els interessos.

c) Fora de camp: l'exclusió cultural

Ara bé, l'aspecte més rellevant que cal destacar en aquest apartat és l'eficàcia de l'exclusió cultural. Com ja hem comentat en el capítol precedent, les persones de classe baixa i les que tenen els capitals educatius més baixos tot just apareixen associades a les pràctiques que l'enquesta ens permet introduir en el model d'anàlisi o, literalment, queden fora de camp. No llegeixen res aquestes persones? No tenen cap mena d'interès que es pugui considerar cultural? No fan cap pràctica? O, el que és més probable, no disposem per ara de les eines necessàries per parlar de la seva cultura de la mateixa manera que tampoc apareixen en el nostre mapa les pràctiques pròpies de les comunitats immigrants? Fora de l'àmbit de l'enquesta hi ha una realitat cultural, una realitat estigmatitzada en uns casos o simplement ignorada en d'altres, però vital i poderosa, perquè proporciona sentit i identitat a les persones que viuen en aquestes perifèries. Si aquesta anàlisi és correcta i, al nostre entendre, ho és, aleshores sorgeixen tres problemes de política cultural: com reconèixer tot el que hi ha de creativitat en les seves formes de vida; com es pot facilitar, quan es té certa edat i no s'han adquirit les competències necessàries per a l'apropiació simbòlica de l'alta cultura, l'accés als béns més preuats, i com es pot tractar a llarg termini un canvi democratitzador de la cultura.

La resposta a la primera pregunta demana un canvi en el cànnon cultural dominant; a la segona, la creació de processos formatius específics, i a la tercera, un canvi en les polítiques educatives.

Es poden crear nous públics?

En principi, podem pensar que sí pel fet que el gust o el do per la cultura no és innat, sinó que depèn de condicions socials en les quals es pot desenvolupar o no. Però, com es creen aquestes condicions de producció i reproducció del gust? No hem d'oblidar que hi ha contradiccions entre preferències i pràctiques:

“Crec que la majoria de gent no fa allò que no li agrada gens; però la majoria també fem allò que no ens acaba d'agradar.” (E-9)

La pregunta —sovint tenyida de certa ansietat— sobre els nous públics parteix de dos prejudicis: el primer en relació amb els subjectes de la cultura i el segon en relació amb els béns culturals.

Se suposa que les cohorts joves, immerses en la cultura digital, s'estan allunyant a velocitat vertiginosa de les formes tradicionals de la cultura clàssica i lletrada, única cultura legítima. Les nostres dades mostren, per contra, que no hi ha incompatibilitat entre pràctiques lletrades i digitals, sinó una reorganització de les primeres en el nou paradigma comunicatiu, que és digital.

Aquest prejudici fa suposar que les persones de més edat i de més capital educatiu estan més interessades per la cultura clàssica i legítima, la qual cosa és veritat només parcialment. Aquesta cultura requereix unes competències per al gaudi de la pràctica que no són innates ni se solen transmetre de manera explícita i directa pel sistema escolar, tot i que es correlacionen directament amb el capital educatiu. Alhora, només una petitíssima minoria de gent gran i amb capital cultural elevat té interès en aquestes pràctiques i, a més, les realitza.

El segon supòsit té a veure amb la idea que en una societat només hi ha una escala de legitimitat i que la solen definir les persones que tenen el poder educatiu, polític i cultural. Però les societats són més complexes i la pluralitat constitutiva de les societats modernes, amb taxes elevades de població immigrant, així ho testifiquen.

Per tant, que un govern hagi de fer polítiques públiques perquè totes les persones puguin accedir al patrimoni objectiu comú no comporta que totes s'hi vulguin identificar.

D'altra banda, atesa l'associació de les pràctiques culturals amb el capital educatiu, és inexcusable reconèixer que la via principal per crear nous públics demana incorporar les competències necessàries en el sistema escolar. La política cultural principal és una política educativa molt jove. Les persones que neixen en llars i famílies excloses econòmicament i socialment sovint no disposen dels mitjans per adquirir les competències que produeixen sentit en l'esfera cultural ni dels béns culturals, i només un sistema escolar atent a aquestes necessitats pot mitigar aquestes mancances.

La transformació de les biblioteques

El que s'intenta plantejar en els punts precedents es pot exemplificar amb el cas de les biblioteques, l'equipament més dispers i millor distribuït pel territori.

Totes les enquestes i les anàlisis mostren que les biblioteques són una infraestructura que utilitza fonamentalment la població jove i que ho fa majoritàriament per estudiar.

Una política que pretengui millorar les taxes de lectura de la població en general no es pot basar en l'increment del nombre de llocs de lectura ni en el subministrament de més llibres a les biblioteques, sinó que s'haurà de plantejar diverses qüestions: com es poden crear nous usos de la biblioteca?, quins recursos es necessitaran per aconseguir-ho?, potser mediadors culturals?, quines competències hauran de tenir les persones usuàries de les biblioteques? i com es pot aproximar a les que menys les visiten o ni tan sols en coneixen l'existència?

La publicació recent dels resultats bàsics d'una enquesta del 2015 centrada en les persones no usuàries de les biblioteques mostra que el perfil sociodemogràfic d'aquestes coincideix amb el de persones de més de 50 anys, amb estudis primaris o inferiors. Es pot pensar, per tant, que entre les persones joves no usuàries es repetirà aquesta segona característica de baix nivell educatiu i distanciament amb el sistema escolar.⁷

El capital cultural de luxe?

Tot i que els qüestionaris de les enquestes ofereixen poques preguntes sobre algunes pràctiques complementàries de la bateria estàndard d'àmbits culturals, n'hi ha prou per mostrar que hi ha un ventall d'activitats, realitzades per minories, que formen l'exquisidesa cultural: assistència a conferències, estudi d'idiomes, excursions culturals, viatges a l'estranger, aprenentatge d'habilitats artístiques o pertinença a determinades associacions.

La importància d'aquestes pràctiques i d'altres per analitzar la distribució dels béns culturals és patent quan hem efectuat l'anàlisi relacional amb el capital educatiu i la classe social. És possible una política cultural per a aquestes pràctiques? O s'han de basar només en la lògica del mercat i en les desigualtats familiars? Aquestes mateixes preguntes poden ser útils per accedir a determinats béns de la societat digital, els més valuosos.

5.2. ELS RÈGIMS DE PARTICIPACIÓ CULTURAL

“No li faig fàstics a la música, m'agraden gairebé tots els estils, però sí que n'hi ha un que no podria escoltar mai, el heavy-metal o qualsevol estil semblant. N'hi ha un amb el qual m'identifico molt i l'escolto cada dos per tres, el dancehall i el reggae, m'encanten.” (E-3)

En aquesta recerca hem analitzat el camp cultural i els diferents dominis mirant d'entendre'n les lògiques internes. També hem construït tipologies de joves segons els seus interessos i pràctiques culturals. El nostre plantejament coincideix en això amb d'altres que també registren la necessitat d'aprofundir en les investigacions dels públics.

Així, en un estudi de López Sintas *et al.* publicat en l'informe general de l'*Enquesta a la joventut de Catalunya del 2012* es parla de com «les activitats de lleure no es distribueixen aleatòriament, sinó que es relacionen formant uns hàbits de lleure prou clars. Aquests hàbits dibuixen unes pràctiques de lleure amb significacions socials diferents» (2012: 59). En concret, distingeixen tres tipus d'hàbits estructurats socialment segons els patrons següents: hàbit social/hàbit individual, hàbit cultural/hàbit no cultural i hàbit relacional/hàbit ludicodigital.

En el capítol precedent hem demostrat que hi ha patrons que permeten confeccionar tipologies de la joventut catalana en la seva relació amb la cultura.

Ara bé, cal anar encara més lluny, perquè, per ara, les enquestes no estan ben equipades per captar les variacions dels gustos dins dels gèneres i, sobretot, com s'organitzen preferències/aversions i pràctiques/no pràctiques en modalitats individuals i col·lectives de participació cultural.

7 Departament de Cultura (2016). *Estudi de persones no usuàries de biblioteques*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Els estudis de participació cultural, emmarcats en el paradigma de la democratització cultural, han tendit a veure la cultura com el resultat de l'estudi d'una sèrie de dominis, definits en clau administrativa (lectura, música, audiovisual, expressió artística...) i la participació cultural com la distribució —diferent i desigual— entre els individus que viuen en una societat.

Aquesta distribució depèn de factors personals —tant existencials com de recursos socials de la persona—, però també d'altres com l'oferta de mercat disponible, el nivell de riquesa d'un país, la creació d'infraestructures especialitzades, la dispersió pel territori i el finançament cultural.

D'altra banda, d'acord amb la visió de Bourdieu, aquests dominis tenen una estructura homòloga, és a dir, que l'estructura del domini de la música té una configuració similar a la de la lectura, el cinema, el teatre o qualsevol altre àmbit. No obstant això, en el capítol 3 hem pogut constatar que aquesta homologia no es compleix, ja que cada gràfic té lògiques relativament diferents.

Si, a més, adoptem una perspectiva centrada en els individus, podem trobar que les preferències i les pràctiques no sempre són coherents i consistents —poden ser dissonants—, que fins i tot en condicions de modernitat avançada es poden donar combinacions de pràctiques de varietat extraordinària no només dins d'un domini —com diu E-3, «no li faig fàstics a la música, m'agraden gairebé tots els estils»—, sinó entre diferents camps (llegir assaig i entretenir-se amb sèries). A aquesta capacitat de combinar gèneres i pràctiques diverses, ubicades en diferents nivells d'una escala de legitimitat, se l'ha anomenat *omnivoritat*.

En principi, la teoria de l'omnivoritat suposa que els individus qualificats d'omnívors es caracteritzen per l'amplitud i la varietat creixent de preferències culturals i la voluntat de creuar les fronteres jeràrquiques establertes entre diferents gèneres (Karademir, 2015).

La nostra posició parteix d'aquí, però intenta anar una mica més lluny: explorar-la en un marc teòric més ampli. La qüestió central no rau a saber quantes pràctiques diferents realitza una persona —volum— i a quina varietat de dominis pertanyen —composició—, sinó com s'articulen, com es combinen i com s'ajusten interessos i pràctiques d'acord amb determinades regles, és a dir, com formen un règim de pràctica cultural. Què entenem per això?

El terme *règim* fa referència precisament al conjunt de normes pel qual es regeix una institució, una entitat o una activitat. En conseqüència, aplicat a l'àmbit de la participació cultural, designa el conjunt de regles que defineixen la forma d'apropiació individual —o col·lectiva— dels béns simbòlics en un univers estètic particular. Comporta una combinació de dominis i gèneres determinada de la mateixa manera que les modalitats del seu consum i el sistema de regles que les governen (Ariño, 2010).

La nostra hipòtesi és que cada individu configura un règim de pràctica en el marc d'una tipologia bàsica de règims i que el debat omnivoritat/univoritat empobreix. Igual que la medicina contemporània subratlla la importància dels estils de vida per a la salut, també nosaltres creiem que avui l'anàlisi de les pràctiques culturals en una societat s'ha de fer des dels règims de pràctica.

Per què és important aquest marc conceptual? Perquè permet observar precisament les regles i els canvis en les regles que organitzen l'àmbit de la participació cultural. Hem vist

com canvien les regles organitzadores de les pràctiques quan es passa de no tenir responsabilitats de socialització familiar a tenir-ne. També hem parat esment a dues lògiques diferents d'organitzar les polítiques culturals i, en conseqüència, les pràctiques: democràtizació i democràcia cultural. Ara i a partir de la informació que s'ha reunit, partint dels individus, podem tenir en compte la importància d'algunes d'aquestes regles en la nostra recerca empírica.

Com hem realitzat aquesta aproximació? Mitjançant la informació que proporcionen els quaderns de camp dels dos grups d'entrevistes realitzades a la ciutat de Barcelona. Es va sol·licitar als participants que durant 15 dies omplissin una agenda d'activitats culturals. Se'ls va dir que havien de realitzar la tasca sense cap tipus de restricció de dominis, assenyalant tant allò que els entusiasma com el que rebutgen i, si era possible, comparant amb les persones del seu entorn —familiars, col·legues i amics.

En les pàgines següents extraïem les regles que ens han semblat més rellevants.

L'omnivoritat juvenil

Dins d'un consens comú, hem vist que les persones joves aporten més varietat de pràctiques i d'àmbits a l'hora de definir la cultura. També hem constatat que com que es troben en procés d'emancipació i de maduració necessiten experimentar dominis diversos. Entre les formes d'experimentació relatades en els quaderns de camp, apareix l'ús de la nit, la grupalitat, l'adquisició de begudes i els *botellons*, etc. Alhora, en els seus quaderns es veu una reflexió sobre la provisionalitat d'aquestes pràctiques i la conveniència de superar-les en algun moment de la trajectòria vital. Es transpira un sentiment de mala consciència en expressions com «perdre el temps i la vida».

“Aquesta omnivoritat, per descomptat, és molt diferent de la de les persones que tenen un capital educatiu elevat i valoren per antonomàsia determinades pràctiques. Tot i això, cal afirmar que l'omnivoritat pura no l'hem trobada. Encara que tots emfatitzen una obertura de preferències musicals, les llistes solen ser restringides i sempre apareix qui assenjala que algunes coses no les escoltaria mai, que determinats programes de televisió li semblen embrutidors, etc.”

“Coses que no faria: pantalles. No veuria un xou d'impacte (*reality show*). Ni de celebritats, tipus *Perdidos*. Trobo que és una pèrdua de temps. La gent que surt en aquests programes són del pitjoret, *catetos*, que no tenen res a fer amb les seves vides i així entretenen d'altres *catetos*. Tot el que surt en aquests programes està planificat, però és massa obvi, a més que els que surten als programes no saben actuar. Així que queda una barreja mal feta de coses no rellevants per a gent que no té res més en què pensar o preocupar-se. Crec que poden afectar la intel·ligència.”
(E-1)

Les expressions i els qualificatius mostren hostilitat cap als gustos i cap a les persones que els segueixen. Altres persones s'han manifestat de manera similar: «mai reggaeton» (E-11); «mai veuria programes com *Gran hermano*», «mai aniria de viatge o de vacances a Punta Cana» (E-12). En canvi, en el fragment següent es produeix una simple constatació de la consistència social: «un del Raval no escoltarà música clàssica i un de Sarrià no escoltarà reggaeton» (E-9).

Hi ha diferents lògiques en l'ampliació de les preferències: una té a veure amb l'experimentació i és provisional; l'altra, amb la disponibilitat d'un nombre de recursos més elevat, i és posicional i marcadora de distinció. Hi ha diverses formes d'estar obert a la varietat. Les persones omnívores es mouen entre fronteres amb més facilitat que d'altres, però no deixa d'haver-hi fronteres. Es podria dir que tenen més capital de mobilitat.

El nou i el vell

En el procés de maduració i emancipació i de construcció d'una identitat personal, una pauta que té una importància indubtable en la joventut és la diferenciació entre *el vell*, que de vegades pot designar senzillament les pautes dels progenitors, i *el nou*, que es pot referir tant a pràctiques dominants en el mercat juvenil com a d'altres de transgressores i minoritàries.

Hem vist que la proliferació de gèneres musicals compleix aquesta funció de produir noves identifications grupals davant de les ja establertes. Allà on la socialització familiar i escolar ha perdut la seva capacitat d'imposició sorgeixen les identitats juvenils i les seves formes expressives —de vestimenta, cinematogràfiques, musicals—, que es configuren justament per contraposició amb els gèneres (pre)dominants. Fins i tot en una pràctica tan transversal com veure la televisió, els continguts que se seleccionen o les lectures que se'n realitzen, però també l'actitud davant la pantalla, suposen formes de diferenciació. E-12 subratlla aquest fet en indicar que el seu pare és menys discriminant que ella, passa més hores davant el televisor i s'interessa pels continguts informatius.

El predominant i el minoritari

Com hem dit, la novetat la pot difondre el mercat de la moda juvenil o es pot generar en enclavaments minoritaris. Així, precisament també E-12 diu que comparteix amb la seva mare una lògica selectiva:

“Ens agrada la música de les minories, les novel·les de nous escriptors i les actuacions de teatre en les quals debutin joves aprenents.” (E-12)

Mentre que una part important de la joventut s'adhereix a les innovacions *filtrades* i afavorides pel mercat, altres sectors cerquen formes de diferenciació no només amb les generacions més adultes sinó amb els seus coetanis.

Grupalitat i individualitat

En els quaderns de camp ha quedat especialment rubricada l'existència d'un conjunt de regles que giren al voltant de la polaritat grupalitat/individualitat, és a dir, pràctiques que es realitzen en grup i pràctiques que es realitzen individualment. E-6, per exemple, afirma:

“La fira en si era el menys important: suposo que era l'excusa per estar el grup d'amigues juntes i fer una cosa diferent de la resta de dissabtes a la tarda... Sortir de la monotonia dels dissabtes a les poblacions de la Catalunya rural... Aquest matí he passat, tranquil·lament, un parell d'hores enganxada al mòbil escoltant música i parlant pel WhatsApp; temps que hauria d'haver invertit en lectures per la universitat o en la redacció d'algun treball.”

També E-10 parla de la importància de quedar els divendres a la tarda nit amb les amigues.

Per la seva banda, E-7 narra el següent:

“Avui hem sortit amb la colla d’amics de festa a veure uns concerts. Normalment sortim cada cap de setmana i sempre anem al mateix lloc. Aquesta vegada, però, hem anat a un lloc diferent i m’ho he passat millor que no pas al lloc de sempre. Ha arribat un punt que surto de festa a llocs que no m’agraden o no m’ho passo tan bé perquè és on vol anar la colla d’amics. Però es clar que no sortiré de festa sol al lloc que a priori m’agrada a mi, perquè sense els amics no és el mateix. Per aquesta raó segueixo sortint al lloc de sempre.”

La grupalitat apareix com a valor final, tan important que justifica el sacrifici de les pròpies preferències.

“Moltes de les cançons [que escolta o toca en el grup] no m’acaben d’agradar o les faria diferents, però estar en el grup i seguir gaudint de les coses bones que em dona, prioritzo això davant les coses que no m’agraden. (E-9)”

I E-10 afegeix:

“Ho fem tot juntes... El que més ens agrada és estar juntes.”

Per acabar, val la pena transcriure un fragment d’E-12:

“Jo mai aniria a un lloc com aquest [una discoteca], però als meus amics me’ls estimo molt i algunes vegades hi he posat els peus; per tant, és una activitat que sí que compartiria amb els amics. Així, dins de les relacions trobo companys amb els quals puc compartir gustos i d’altres amb els quals tinc una convivència gairebé familiar. Dinem, sopem junts, acampem, marxem de vacances. Fem excursions...”

L’amistat com a valor suprem conjumina les contradiccions de les pràctiques i les preferències personals.

Però les mateixes persones que lloen la grupalitat mostren la necessitat de compensar-la amb «la desconexió de la gent», de trobar-se amb si mateix a l’habitació, especialment els diumenges. Mentre que la festa, les sortides, no són descans, sinó que esgoten, el diumenge requereix recentrament personal i descans.

En la recerca han sorgit quatre grupalitats: la colla d’amics de sempre, la colla del poble dels caps de setmana, el grup de persones immigrants que s’han conegut en el context de migració i el grup familiar. També hi ha tipus d’individualitats —i solitud—, però han quedat menys subratllats en els quaderns de camp.

Compromís i entreteniment

Entorn de la polaritat compromís/entreteniment també s’organitza un conjunt de pràctiques. Així, hem observat que en les persones entrevistades tot es mesura per la capacitat que té cada activitat per generar desconexió de l’esgotament quotidià. Totes les persones es mostren molt esgotades, per raons diferents. L’estudi, l’atur, la feina, la gent: «anem amb un coet al cul». Les pràctiques culturals es valoren per la capacitat d’entretenir i procurar

diversió. Aquesta és la gran regla. Les sèries, la música, les sortides, les pel·lícules, han de ser entretingudes i relaxants, crear passió.

En el quadre adjunt es mostra com dins d'aquest contínuum que va del compromís a l'entreteniment, es poden distingir tres tipus de compromís a partir dels quaderns.

TAULA 123. TIPUS DE COMPROMÍS

Compromís	Polític	Entreteniment
	Voluntariat	
	Amateur	

Font: Elaboració pròpia.

Hem detectat que hi ha persones que realitzen activitats de voluntariat (per exemple, formació en llenguatge de sords); d'altres participen en diversos grups o comunitats de pràctica on donen cabuda a les seves aficions personals en grup (excursionisme, música...). Dins dels tipus de compromís mereix especial atenció el que està centrat en el cultiu i la defensa de senyals d'identitat (colla de castellers). Per acabar, podem parlar del compromís polític en el qual els destinataris dels béns socials que es produeixen poden ser anònims i desconeguts.

E-12 afirma:

“Per fi ha arribat la festa de l'economia solidària... He gaudit de músiques del món i en especial de totes les peces de músiques, els artistes o grups que les componen, que es comprometen que un altre món és possible i necessari. He descobert que la mobilització a través de la cultura és una de les meves preferències quan escullo les activitats que faig, quan pinto, quan vaig a concerts reivindicatius, quan debato amb associacions socials col·laboratives...”

Les pràctiques que es realitzen han de «permetre gaudir» («L'esport m'activa»). En aquest sentit, no es pot menystenir el concepte d'*entreteniment*. Si alguna cosa no produeix sentit existencial o vital no es realitzarà un cop hagin desaparegut elements externs de coerció, com els que poden procedir de l'autoritat familiar o de la necessitat d'assenyalar la pertinença d'estatus.

En aquest apartat final, en exposar uns apunts breus sobre els règims culturals, el nostre objectiu no és tancar un estudi, sinó al contrari, obrir les oportunitats que sorgeixen a partir d'aquest. Hem pogut entreveure que hi ha diferents regles a l'hora d'apropiar-se de continguts i béns culturals o de produir-los. Aquestes regles permeten codificar, descodificar o interpretar simbòlicament qualsevol classe de béns amb la finalitat de produir sentit existencial i identitat. Aquestes regles, en la joventut, no són ni estàtiques ni fixes. No estan consolidades, sinó en procés de maduració i, per tant, canvien a mesura que ho fan les xarxes d'interacció i les funcions que s'assumeixen en el procés d'emancipació.

Per acabar, volem assenyalar que els règims culturals, com qualsevol altre, són relacionals, és a dir, que uns es defineixen per relació amb d'altres i per la funció que exerceixen en el conjunt del camp social. Les polítiques culturals han de captar aquesta complexitat per treballar a partir d'aquesta i amb aquesta en els objectius que l'Administració pública s'ha de marcar per al benestar cultural d'una societat.

6. Bibliografia



ASSOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. *Audiència d'Internet 2016*. Madrid: Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2016. Disponible en línea a: <<http://www.aimc.es/-Audiencia-de-Internet-en-el-EGM-.html>>

ARIÑO, A. *La participación cultural en España*. Madrid: SGAE, 2006.

ARIÑO, A. *Prácticas culturales en España. Desde los años 60 hasta la actualidad*. Barcelona: Ariel, 2010.

ARIÑO, A. «La cultura en España en la era digital». A: Torres, C. (ed.). *España 2015. Situación actual*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, p. 1356-1379, 2016.

COMISSIÓ EUROPEA. *European statistical system network on culture. Final report*. 2012. Disponible en línea a: <http://ec.europa.eu/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf>

DEPARTAMENT DE CULTURA. *Estadística de consum i pràctiques culturals 2001*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2001.

DEPARTAMENT DE CULTURA. *Estadística de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2006*. Barcelona: Gabinet Tècnic de la Secretaria General. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2006.

DEPARTAMENT DE CULTURA. *Estadística de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2014*. Barcelona: Gabinet Tècnic de la Secretaria General. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2014.

DEPARTAMENT DE CULTURA. *Estudi de persones no usuàries de biblioteques*. Barcelona: Gabinet Tècnic de la Secretaria General. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2016.

FUNDACC. *Baròmetre de la comunicació i la cultura*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 2013.

KARADEMIR HAZIR, I. *Cultural omnivorousness*. New York: Oxford University Press, 2015. Disponible en línea a: <<http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756384/obo-9780199756384-0134.xml>>

LÓPEZ SINTAS, J. *et al.* «Cultura i oci. Les activitats de lleure de les persones joves». A: *Enquesta a la joventut de Catalunya*. Barcelona: Departament de Benestar Social i Família, vol. II, 2012.

RUIZ DE OLABUÉNAGA, I. *La juventud liberta*. Madrid: Fundació BBVA, 1999.

WILLIS, P. «Notas sobre cultura común: hacia una política cultural para la estética terrena». A: *Arxius de Sociologia*, Barcelona: Facultat de Ciències Social, núm. 3, p. 15-32, 1999.

Informes CoNCA

Darrers números de la col·lecció:

■ IC7 (2014)

Avaluació estratègica.
Model teòric i aplicació

■ IC8 (2015)

Estat de la qüestió, propostes i recomanacions per al **foment del mecenatge** i el **patrocini cultural** a Catalunya

■ IC9 (2015)

El capital social en els esdeveniments culturals de Catalunya: una anàlisi del seu potencial com a recurs pel desenvolupament local

■ IC10 (2016)

Aproximació a l'ecosistema dels **ensenyaments artístics** de caràcter professional a Catalunya

■ IC11 (2016)

Les escoles vinculades a les bandes de música a Catalunya



Generalitat
de Catalunya

Co NCA

Consell Nacional
de la Cultura i de les Arts