

Enquesta de participació cultural Catalunya 2015

Sergi Mosteiro i Isabel López. Gabinet Tècnic



Índex

- **Introducció. Canvis en la societat catalana**
- **Canvi tecnològic. Equipament a la llar**
- **Dinàmica demogràfica. Generació i cicle de vida**
 - Disponibilitat de temps
 - Participació cultural des d'una perspectiva subjectiva
 - Participació cultural per cicle de vida
 - Motius que justifiquen i que dificulten la participació
 - Participació cultural
- **Crisi econòmica. Despesa cultural**
 - Reducció de la despesa cultural
 - Ofertes
 - Accés a continguts d'Internet (gratuïts i de pagament)
 - Visites a biblioteques
- **Equipaments culturals**
 - Disponibilitat
 - Proximitat
 - Ús
- **ANNEX.** Participació cultural. Fitxa metodològica

Dades clau

- *L'Enquesta de participació cultural 2015* continua la línia analítica d'edicions anteriors i incorpora noves dimensions i variables que permeten analitzar la transformació de la societat catalana des d'una perspectiva cultural. Les tres dimensions que s'analitzen són el **canvi tecnològic** (mesurat a través de l'equipament disponible a la llar), la **dinàmica demogràfica** (mesurada a través del cicle vital i les seves implicacions en la participació cultural) i els **efectes de la crisi econòmica** tant sobre la despesa cultural com sobre els comportaments i hàbits de participació de la població.

CANVI TECNOLÒGIC

- Les llars catalanes, en la seva gran majoria, han portat a terme un procés de digitalització del seu equipament: un 79,2 % disposa de connexió a Internet, un 41,6 % de tauleta portàtil, un 22,7 % de TV intel·ligent i un 75,2 % dels enquestats afirma que disposa d'un telèfon intel·ligent d'ús personal.
- Els instruments musicals més comuns a les llars són els de corda (27,8 %) i els de vent (20,4 %), seguits de pianos, orgues i teclats (14,0 %) i altres instruments (11,2 %).

Dades clau

DINÀMICA DEMOGRÀFICA

- Des del punt de vista demogràfic, s'identifiquen 9 categories corresponents a 3 grans etapes del cicle vital: estudiants, joves no emancipats, joves emancipats / parelles joves sense fills, parelles amb fills menors de 14 anys, parelles amb fills majors de 14 anys, famílies monoparentals, parelles sense fills / adults que viuen sols, jubilats i jubilats que viuen sols.
- El moment del cicle vital en què es troben les persones condiciona tant la disponibilitat de temps com la sensació de participar més o menys en activitats culturals amb relació a altres persones.
- Tot i que aquest moment del cicle vital condiciona la participació en determinades activitats, especialment d'aquelles que requereixen un desplaçament, pagar una entrada o anar-hi en grup, en altres activitats l'efecte generacional / edat és molt més intens, especialment en tot allò que està relacionat amb la tecnologia.

Dades clau

CRISI ECONÒMICA

- Un 46,2 % dels catalans afirma que ha reduït la seva despesa cultural en els darrers temps. Són les famílies monoparentals (59,6 %) i les parelles amb fills menors de 14 anys (55,0 %) les que més ho han fet.
- En aquest sentit, un 37,3 % dels catalans declaren que busquen ofertes per poder anar al cinema, al teatre, etc. i un 30,4 % afirma que només hi va si troba aquestes ofertes. En general, aquest comportament està associat als col·lectius de menys edat.
- Més de la meitat dels catalans (52,4 %) afirma que accedeix cada cop més per Internet a continguts culturals gratuïts. Només un 4,3 % accedeix més a continguts de pagament.
- Un 16,2 % dels catalans afirma que ha incrementat les seves visites a les biblioteques en els darrers temps. Aquest increment és especialment notable entre el col·lectiu de joves estudiants (36,2 %).

Dades clau

- Un nou element que incorpora l'*Enquesta de participació cultural 2015* fa referència a la relació dels ciutadans amb els equipaments culturals.
- En general, els ciutadans catalans consideren que **els municipis on resideixen estan ben equipats culturalment**. Així, un 96,6 % indica que al seu municipi hi ha biblioteca, un 87,6 %, que hi ha un centre cívic, i més del 70 % indica que disposa d'un espai on es fan concerts, d'un teatre o d'un museu. Els equipaments menys presents són les galeries d'art (44,3 %) i els cinemes (58,8 %).
- A més, els ciutadans perceben que aquests equipaments es troben a una **distància propera** a la seva llar.
- Tot i així, en alguns casos, el grau d'ús o d'assistència no s'ajusta a aquests graus de disponibilitat o proximitat. Els equipaments que assoleixen una taxa d'assistència més alta són els cinemes (53,9 %) i els espais on es fan concerts (48,7 %).

Introducció

Canvis en la societat catalana

Introducció

- En els darrers quaranta anys, la societat catalana ha experimentat una transformació molt profunda. Als canvis en les seves estructures demogràfiques, econòmiques i socials, cal afegir l'emergència i posterior consolidació d'un **nou paradigma comunicatiu audiovisual-digital**. L'hegemonia d'aquest ecosistema comunicatiu ha modificat substantivament no solament els processos de producció, accessibilitat i participació, sinó també les funcions i els esquemes de classificació cultural.
- Aquest nou ordre sociocultural s'insereix en un context on bona part del temps d'oci es dedica a la cultura, que reforça la seva vessant d'experiència. En aquest sentit, la cultura és quelcom més que la simple participació cultural, no sols perquè té uns beneficis personals i comunitaris sinó també perquè les pràctiques culturals esdevenen permeables i complementàries.
- Aquest nou paradigma requereix una redefinició tant de les funcions de la cultura com dels agents que s'hi dediquen. En aquest nou context, un esdeveniment cultural no sols es defineix per la simple assistència, sinó també per la possibilitat, per exemple, de poder tenir contacte amb l'artista o compartir l'experiència fent fotografies o vídeos i pujant-les a la xarxa amb una etiqueta (*hashtag*) o poder penjar un vídeo a Internet mitjançant el nostre mòbil.

Introducció

- La participació cultural, doncs, esdevé un bon indicador per avaluar la profunditat d'aquest canvi. D'una banda, ens mostra en quins àmbits la població participa més o menys i si aquestes preferències s'han vist modificades al llarg del temps. De la mateixa manera, en tant que els béns i serveis culturals poden ser expressió de preferències estètiques diferents, també poden formar part d'un sistema de distribució desigual de recursos; en aquest sentit, avaluar la participació cultural ens permet determinar si hi ha una distribució desigual de recursos i parlar de la seva possible reproducció.
- La complexitat creixent del camp cultural requereix enquestes especialitzades. Des d'aquesta filosofia, l'objectiu principal de les estadístiques sobre participació que, al llarg d'aquests anys, ha fet el Departament de Cultura ha estat conèixer el consum efectiu de productes i serveis de caràcter cultural —en el sentit ampli del terme *cultural*— i analitzar les pràctiques actives dels catalans relacionades amb la cultura, així com observar l'evolució d'aquests hàbits al llarg del temps i entre diversos grups de població. Des de l'any 2013, a més, s'hi ha incorporat el que podríem anomenar **dimensió social de la cultura**, això és, les actituds i els valors dels ciutadans de Catalunya vers el fet cultural.

Introducció

- L'Enquesta de participació cultural 2015 continua aquesta línia analítica, i incorpora noves variables que permeten avaluar aquesta transformació a través de tres dimensions:

CANVI TECNOLÒGIC

(equipament a la llar)

DINÀMICA DEMOGRÀFICA

(generació i cicle de
vida)

CONTEXT DE CRISI ECONÒMICA

(despesa cultural)

Introducció

- En aquest sentit, la revisió del qüestionari corresponent a l'*Enquesta de participació cultural 2015*, amb relació a les dues anteriors edicions, ha incorporat noves preguntes que permeten no només aprofundir en l'anàlisi dels diversos àmbits culturals considerats, sinó també aprofundir i dimensionar la participació cultural dins l'estil de vida dels ciutadans.
- Les noves preguntes fan referència als àmbits següents:
 - Cicle vital
 - Activitats fetes durant el temps lliure
 - Equipaments culturals (públics, privats, tercer sector)
 - Equipament a la llar
 - Temps dedicat a la lectura de diaris i revistes, a escoltar la ràdio i a mirar la televisió. Mitjans de referència
 - Seguiment a través d'algun perfil a la xarxa d'artistes, editorials, equipaments culturals, festivals, biblioteques
 - Preu de l'última entrada pagada (cinema, concerts, espectacles i exposicions)
 - Assistència amb nens (cinema, concerts, espectacles, exposicions)
 - Compra d'obres d'art
 - Actituds vers la lectura de llibres (lloc de lectura, compra i regal de llibres, obtenció de referències a l'hora de seleccionar llibres)
 - Pràctica esportiva
 - Assistència a esdeveniments esportius
 - Gust gastronòmic

Canvi tecnològic

Equipament a la llar

Equipament a la llar

- Les llars esdevenen el principal espai cultural de la societat contemporània. Les llars són espais de producció, reproducció i consum cultural que, gràcies a l'evolució tecnològica, cada cop més s'insereixen en un sistema interrelacionat molt més ampli i complex. Aquesta dimensió s'observa a través de l'evolució dels **equipaments tecnologicoculturals** disponibles a la llar i de les pràctiques que s'hi associen.
- L'evolució de l'esforç inversor de les famílies en béns i serveis culturals mostra la centralitat que ha adquirit la llar com a espai de consum i reproducció cultural: un 12,3 % de la despesa total en oci, cultura i comunicació de les llars catalanes es destina a aparells de so i imatge, i un 12,2 %, a equips i accessoris per al tractament de la informació.
- La irrupció de la tecnologia digital ha permès passar del model de llar analògica dels anys setanta i vuitanta —on la pantalla de televisió, la ràdio, l'equip de música i el telèfon fix configuraven un espai cultural i comunicatiu gairebé únic i estàtic— a un model on els ordinadors, els telèfons mòbils, les tauletes, les càmeres fotogràfiques o la televisió digital configuren un espai cultural polivalent i portàtil, on les dimensions espai i temps perden bona part del seu significat.

Equipament a la llar

- En aquest sentit, la llar actual s'ha d'entendre com un espai privat, però obert al món. Un espai ubicat en la proximitat *local*, però connectat amb tot allò que succeeix a escala *global*. Un espai que ha abandonat un paper passiu de *recepció* cultural per esdevenir un àmbit de *decisió* i de *producció* cultural. Un nou espai on l'esfera privada i l'esfera pública adquireixen una nova dimensió i on els conceptes de *mobilitat* i *temporalitat* es redefeixen.
- Amb l'objectiu d'identificar aquest procés de canvi, l'*Enquesta de participació cultural 2015* va incloure una pregunta relacionada amb l'equipament cultural disponible a les llars.

Q9. Disposa a casa seva de... ?

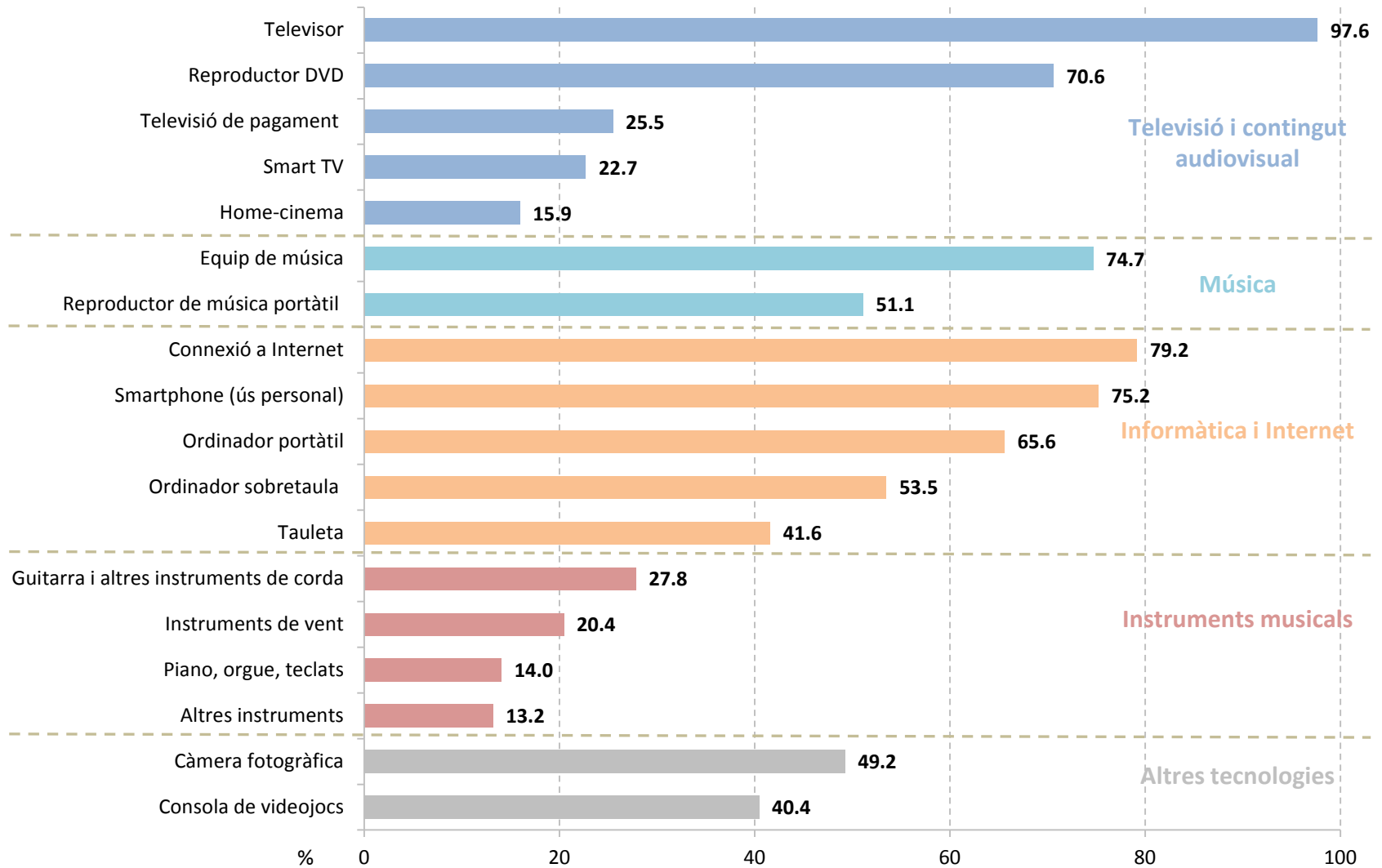
Televisor
Televisió intel·ligent (*smart TV*)
Televisió de pagament
Reproductor DVD
Cinema domèstic (*home-cinema*)

Equip de música
Reproductor de música portàtil
Consola de videojocs
Càmera rèflex

Connexió a Internet
Ordinador
Tauleta

Piano, orgue, teclat
Guitarra i altres instruments de corda
Instruments de vent
Altres instruments musicals

Equipament a la llar



Equipament a la llar

- En termes generals, les llars catalanes estan relativament ben equipades des del punt de vista tecnològic. A l'omnipresència de la televisió, cal afegir-hi l'àmplia cobertura assolida pels reproductors de DVD (70,6 %), equips de música (74,7 %) i ordinadors portàtils (65,6 %) o de sobretaula (53,5 %), així com per les càmeres fotogràfiques rèflex (49,2 %) o les consoles de videojocs (40,4 %).
- A això cal afegir que gairebé el 80 % de les llars catalanes disposa de connexió a Internet i una quarta part té contractat algun tipus de servei de televisió de pagament. A més, tot i la seva aparició recent al mercat, un 22,7 % de les llars disposen de televisió intel·ligent (*smart TV* en anglès), que permet de connectar-se a Internet i d'instal·lar o utilitzar aplicacions dissenyades específicament per a aquesta.
- Paral·lelament, un 75,2 % dels enquestats disposa de telèfon intel·ligent (*smartphone*) d'ús personal i en un 41,5 % de les llars disposen de tauleta portàtil.
- La presència d'instruments musicals, en canvi, és molt més reduïda. Els més habituals són els instruments de corda (27,8 %) així com els de vent (20,4 %). Els pianos, teclats o orgues només són presents en un 14 % de les llars, percentatge força similar al d'altres tipus d'instruments (13,2 %).

Equipament a la llar

- Més enllà de l'aspecte quantitatiu, el factor interessant és com aquesta **digitalització de les llars catalanes** ha modificat els usos i les pràctiques culturals. La tecnologia analògica tradicional ha estat substituïda per tecnologia digital que, a banda de millorar les prestacions o la capacitat d'emmagatzematge, possibilita la mobilitat i la interconnexió entre aparells i entre funcions, i transforma la lògica unidireccional i monològica a favor d'una oferta diversa i interactiva on la **personalització dels continguts** juga un paper fonamental.
- Les llars, mitjançant aquesta tecnologia, deixen de ser un espai merament receptor per esdevenir un node de comunicació, de processament i transformació d'informació i, fins i tot, de producció cultural. Pràctiques a les quals s'associava un comportament concret, com ara mirar la televisió en família després de sopar davant l'aparell que era al menjador, es veuen redefinides amb nous dispositius, noves conductes i noves maneres de fer.
- Per tot això, la dissociació entre espai-temps i pràctiques culturals resulta molt més evident: la distinció entre pràctiques actives / *fora de la llar* i pràctiques passives / *dins de la llar* perd bona part del seu significat.

Dinàmica demogràfica

Generació i cicle de vida

Generació i cicle de vida

- En les diverses etapes de la vida, l'interès i les motivacions per participar culturalment, així com els elements que dificulten aquesta participació pateixen variacions. Així, per exemple, el treball *Els interessos culturals de la població de Catalunya 2013* permet identificar set grans grups de catalans en funció dels seus interessos culturals, on variables com el sexe, el nivell d'estudis i, sobretot, l'edat, conflueixen i configuren aquestes disposicions vers el fet cultural.
- En molts estudis, tant nacionals com internacionals, l'edat esdevé una variable clau a l'hora d'estructurar la participació cultural. L'edat, per exemple, condiona el tipus de música que s'escolta, així com els dispositius emprats per fer-ho ([DeCultura núm. 27](#)) o la intensitat lectora ([DeCultura núm. 30](#)).
- Tot i aquesta importància general de l'edat com a variable capaç d'explicar diferències en els mecanismes, els gustos i els hàbits de participació cultural, cal distingir entre aquelles diferències degudes a l'**efecte generacional** (persones que han estat socialitzades en un mateix context social, econòmic, polític i cultural) i aquelles degudes a l'efecte de **cicle vital** (etapes amb significat social propi, com ara l'adolescència, tenir fills a càrrec o ser un adult dependent).

Generació i cicle de vida

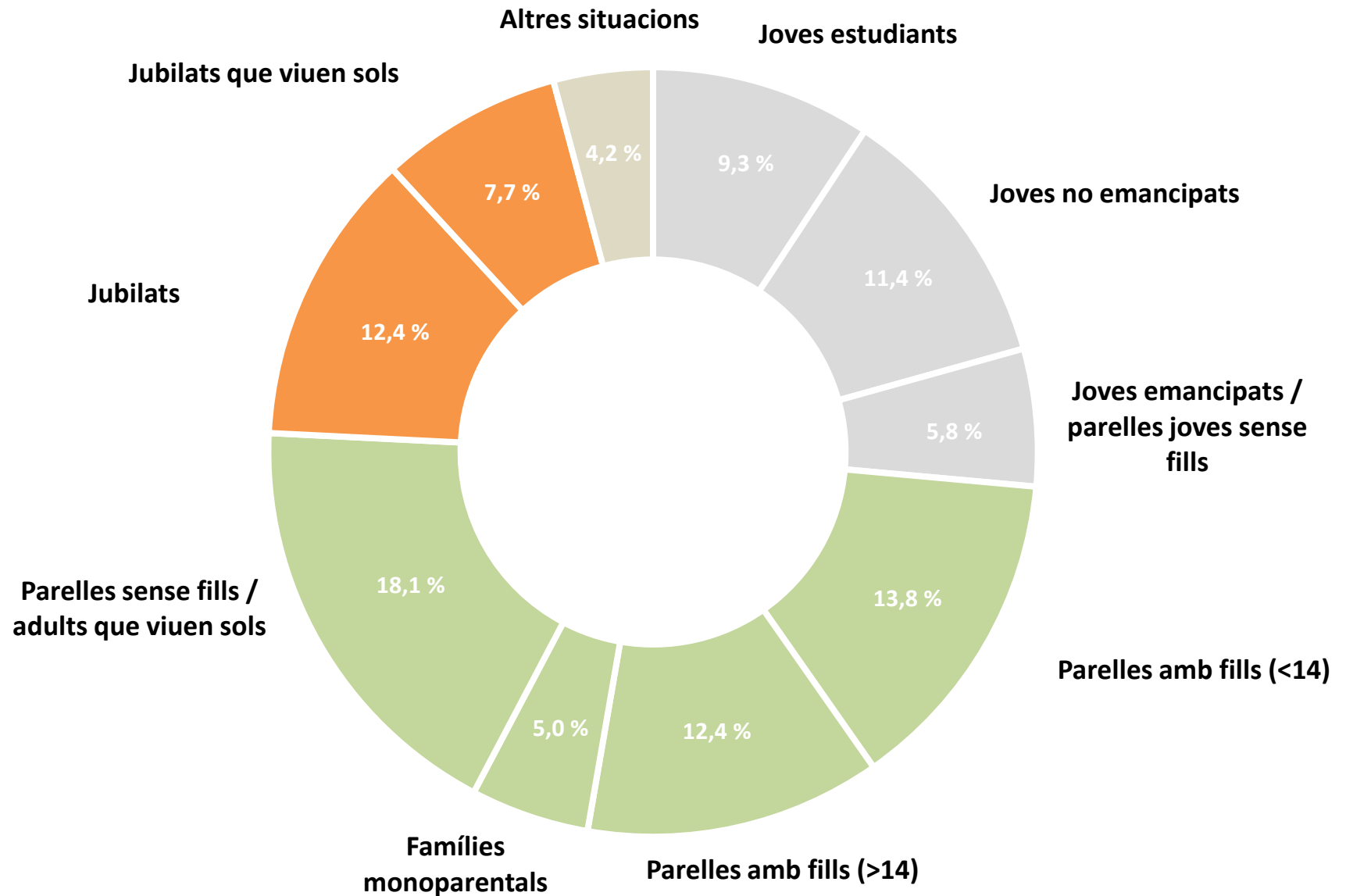
- Amb l'objectiu d'analitzar la participació cultural a Catalunya des de la perspectiva del cicle vital, l'*Enquesta de participació cultural 2015* va incorporar una pregunta relativa a l'estructura de convivència que hi havia a la llar de la persona enquestada:

14. Quina estructura de convivència hi ha a la seva llar?

- Unipersonal
- Parella sense fills
- Parella amb fills
- Parella amb altres persones
- Parella amb fills amb altres persones
- Monoparental (mare o pare) amb fills
- Monoparental (mare o pare) amb fills i amb altres persones
- Altres tipus de llar familiar
- Llars no familiars
- Llars plurinuclears

- Les respostes a aquesta pregunta, juntament amb l'edat de la persona entrevistada, la seva situació sociolaboral i l'edat dels fills (en cas n'hi hagués) van permetre identificar 9 categories assimilables a 3 etapes del cicle vital.

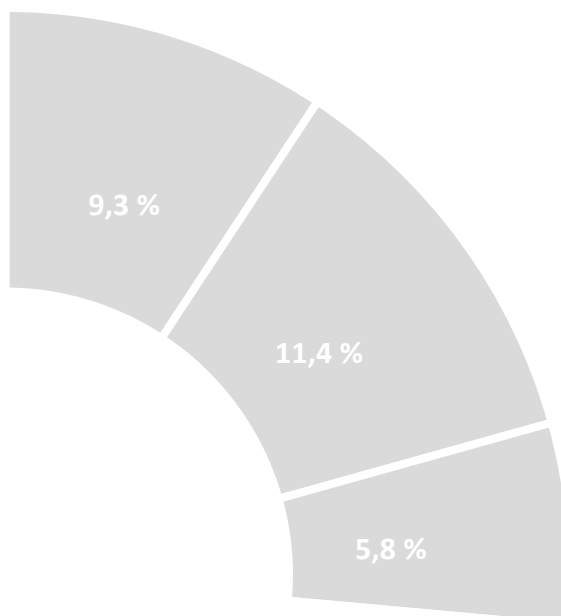
Cicle de vida



Cicle de vida

Estudiants

Persones d'entre 14 i 34 anys que viuen a casa dels seus progenitors la tasca principal dels quals és estudiar.



Joves no emancipats

Persones de fins a 34 anys que treballen o es troben en situació d'atur i que viuen a casa dels pares.

Joves emancipats / parelles joves sense fills

Persones d'entre 20 i 34 anys que viuen soles o bé que viuen en parella, però sense fills. Malgrat que la majoria de gent treballa, hi ha un gruix destacable de persones que es troba en situació d'atur.

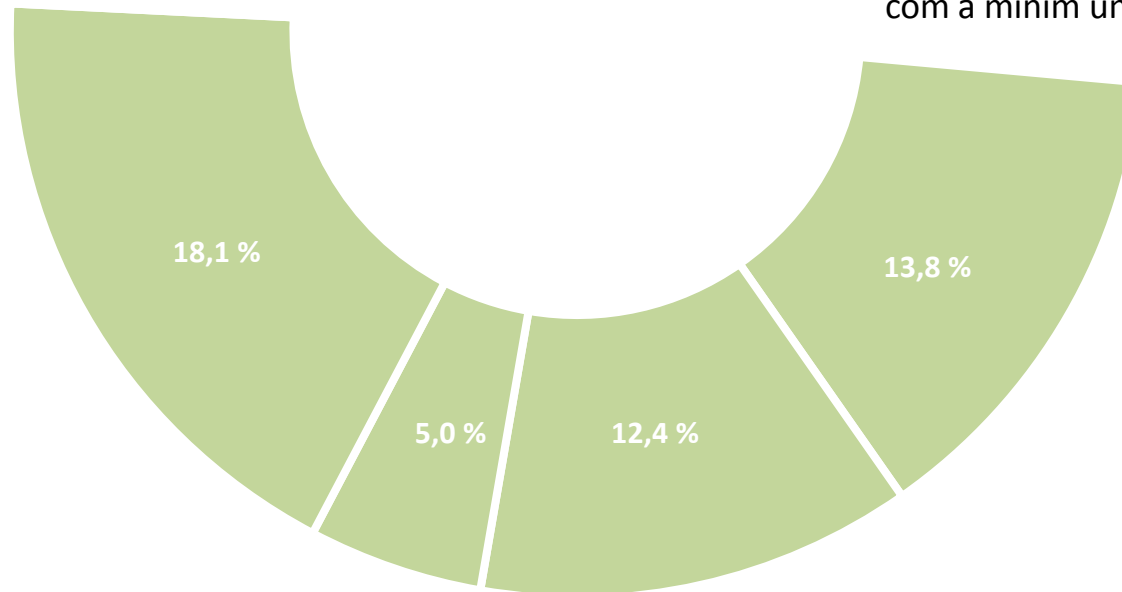
Cicle de vida

Parelles sense fills / adults que viuen sols

Persones d'entre 35 i 64 anys que viuen en parella, però sense fills, o bé que viuen soles.

Parelles amb fills (<14)

Persones que viuen en parella i tenen com a mínim un fill menor de 14 anys.



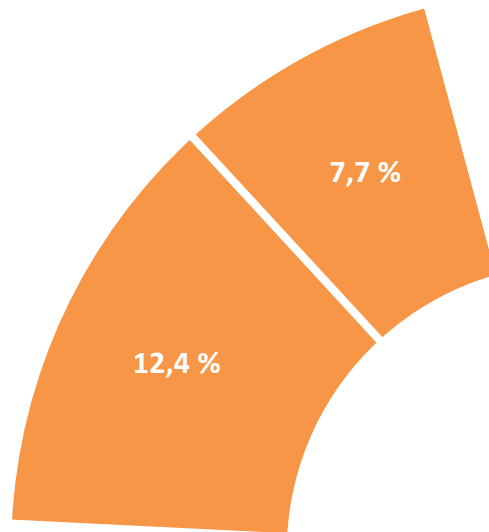
Famílies monoparentals

Persones d'entre 35 i 64 anys que viuen en llars formades per un dels progenitors i, com a mínim, un fill al seu càrrec.

Parelles amb fills (>14)

Persones que viuen en parella i tenen fills majors de 14 anys que viuen a llar

Cicle de vida



Jubilats que viuen sols

Persones jubilades de 65 anys o més que, a diferència del grup anterior, viuen soles.

Jubilats

Persones jubilades de 65 anys o més i que viuen acompanyades.

Generació i cicle de vida

Disponibilitat de temps

Cicle de vida i disponibilitat de temps

- L'Enquesta de participació cultural 2014 posà de manifest que el segon gran motiu que, en general, dificultava la participació cultural era la **manca de temps**.
- L'Enquesta de participació cultural 2015 va tornar a incloure dues preguntes relacionades amb la disponibilitat de temps, però en aquest cas, a més, afegint-hi una pregunta oberta on es demanava a la persona enquestada que indiqués tres activitats que acostuma a fer durant el seu temps lliure.

Q1. En general, de quant de temps lliure disposa vostè de dilluns a divendres?

- De molt de temps lliure
- De bastant de temps lliure
- De poc temps lliure
- De molt poc temps lliure

Q1a. I què acostuma a fer durant aquest temps lliure?

Q2. I durant el cap de setmana?

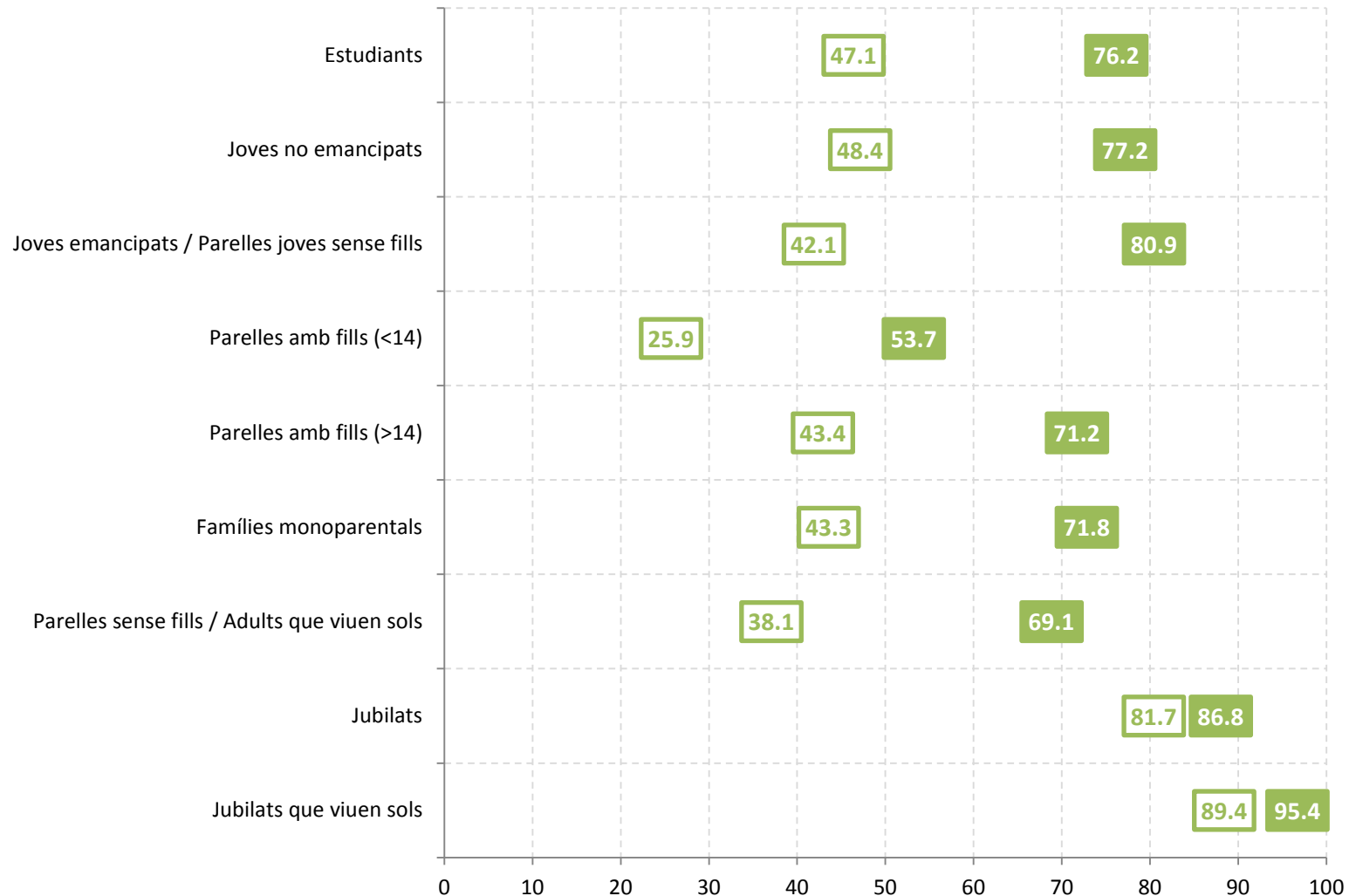
- De molt de temps lliure
- De bastant de temps lliure
- De poc temps lliure
- De molt poc temps lliure

Q2a. I què acostuma a fer durant aquest temps lliure?

Cicle de vida i disponibilitat de temps

- Un **49 %** dels catalans declara que té molt o bastant de temps lliure durant la setmana, percentatge que s'eleva fins a un **73,7 %** durant el cap de setmana.
- Aquesta diferència entre disponibilitat de temps durant la setmana i el cap de setmana s'evidencia en totes les etapes del cicle vital, a excepció de les persones jubilades que, en termes generals, disposen de força temps independentment del dia de la setmana.
- Les parelles amb fills menors de 14 anys són les que afirmen que tenen menys temps lliure: només un 25,9 % de les persones en aquesta situació considera que té molt o bastant de temps un dia de cada dia i només poc més de la meitat d'elles en té al llarg del cap de setmana.
- Com veurem més tard, aquest moment del cicle vital afecta també la percepció que es té amb relació al grau de participació cultural.

Cicle de vida i disponibilitat de temps



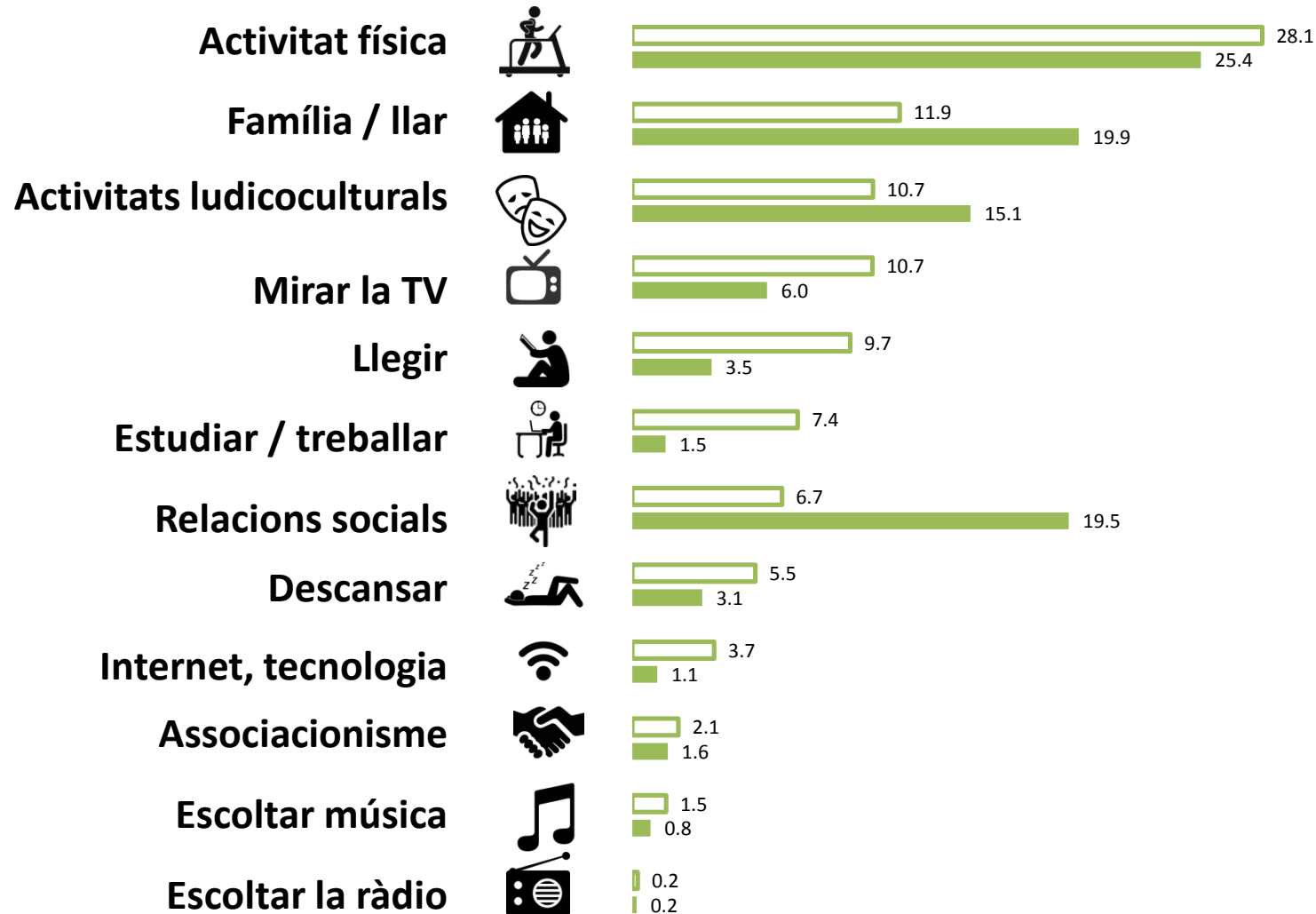
Entre setmana: 49,0 %

Cap de setmana: 73,7 %

Cicle de vida i disponibilitat de temps

- El coneixement específic sobre com les persones utilitzen i distribueixen aquest temps lliure esdevé un bon indicador per evidenciar el paper que ocupen les activitats culturals en la vida de les persones. L'anàlisi de les respostes evidencia, de nou, diferències significatives en funció del moment de la setmana.
- La pràctica esportiva és l'activitat que més es fa durant el temps lliure, tant entre setmana com durant el cap de setmana: 1 de 4 catalans la situen com a activitat principal.
- Les activitats ludicoculturals (15,1 %), així com relacionar-se amb altres persones (19,5%) són activitats amb una major incidència al llarg del cap de setmana.
- Mirar la televisió i llegir són activitats, per contra, que tenen una major incidència al llarg de la setmana, en detriment del cap de setmana.
- Per últim, resulta curiós veure com la ubiqüitat de la tecnologia i la música fa que aquestes no siguin percebudes com a activitats que es fan directament durant el temps lliure.

Cicle de vida i disponibilitat de temps



Entre setmana

Cap de setmana

Generació i cicle de vida

La participació cultural
des d'una perspectiva subjectiva

Participació (perspectiva subjectiva)

- De la mateixa manera que hi ha diferències quant al temps disponible, resulta plausible pensar que hi pot haver diferències quant a nivells de participació.
- Una manera subjectiva d'avaluar la seva possible incidència és demanar directament a l'entrevistat quina és la seva percepció sobre els seus hàbits de participació en comparació amb els de persones del seu entorn o persones de la seva mateixa edat.

Q7. Comparant-se amb altres persones de la seva mateixa d'edat, en general diria que participa en activitats culturals...

Q8. I comparant-se amb altres persones del seu entorn (familiars, amics, companys de feina, etc.)?

Molt menys que elles

Menys que elles

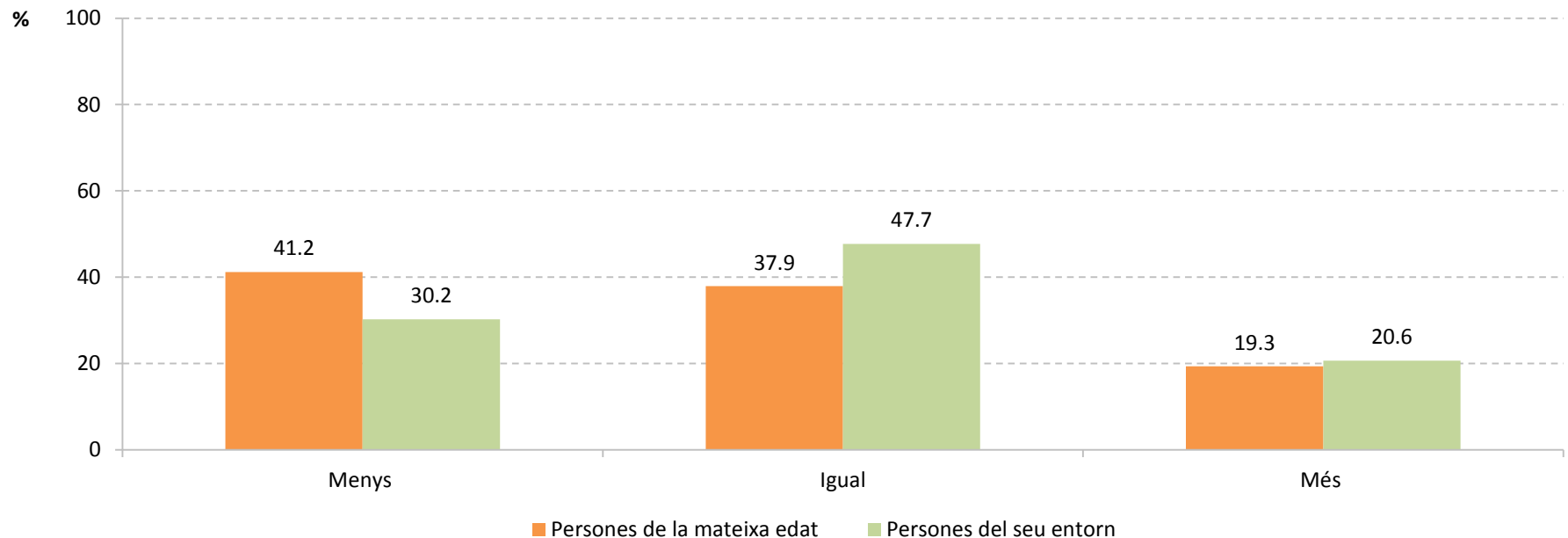
Igual que elles

Més que elles

Molt més que elles

Participació (perspectiva subjectiva)

- En termes generals, un **57,2 %** dels catalans considera que participa en activitats culturals en **el mateix grau o, fins i tot més, que altres persones de la seva mateixa edat.**
- D'altra banda, un **68,3 %** pensa que ho **fa igual o més que altres persones del seu entorn.**
- Com veurem seguidament, però, aquesta percepció canvia en funció del moment del cicle vital.

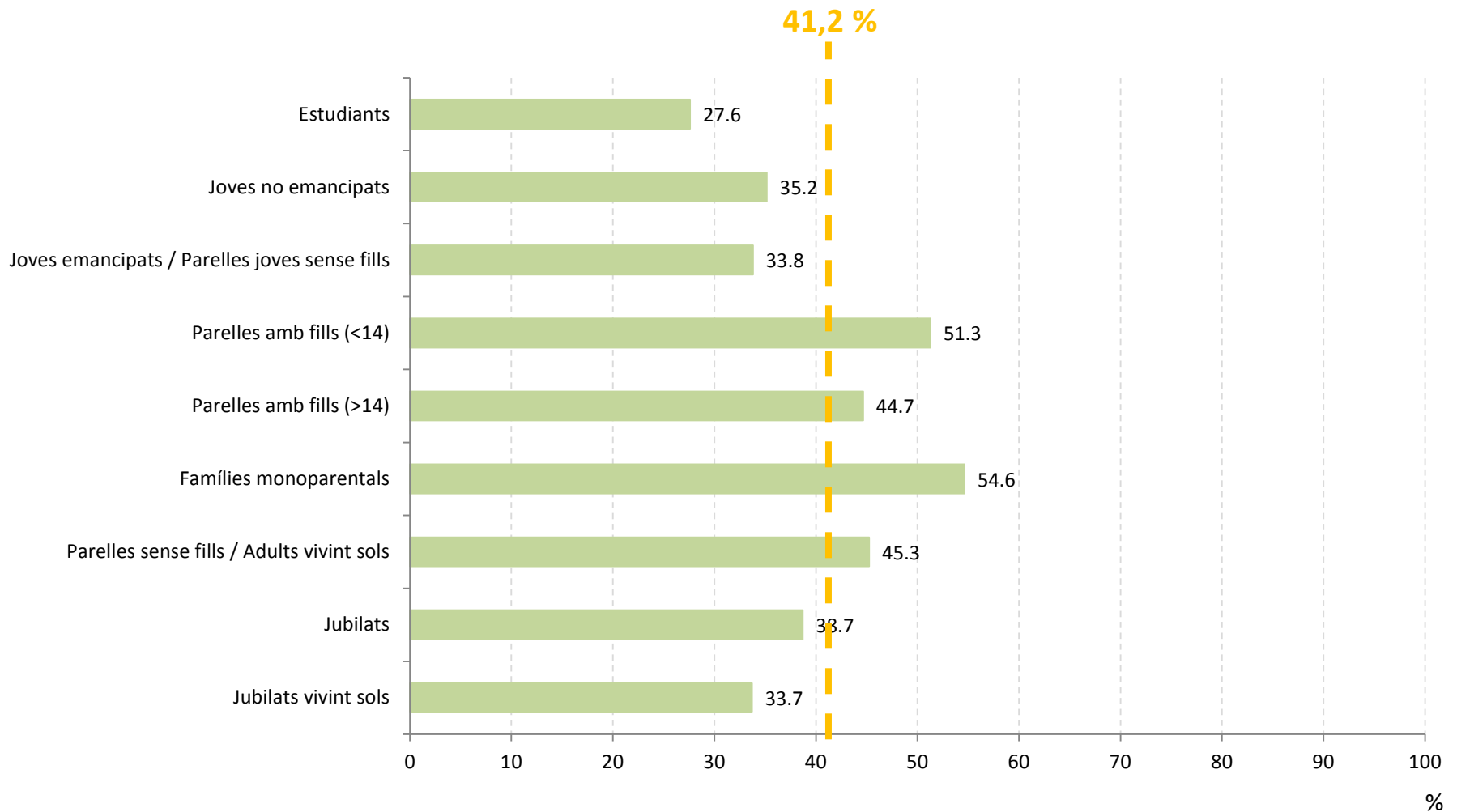


Participació (perspectiva subjectiva)

- Les **parelles amb fills menors de 14 anys** i les **famílies monoparentals** són les que, a l'hora de comparar-se amb **altres persones de la mateixa edat**, tenen la percepció de participar menys en activitats culturals. En el cas de les parelles amb fills menors de 14 anys, la disponibilitat de temps pot ser un dels factors que determina aquesta percepció, atès que eren les que declaraven disposar de menys temps lliure, tant durant la setmana com durant el cap de setmana. En el cas de les famílies monoparentals, caldria explorar si hi ha barreres d'altres tipus, com ara econòmiques.
- Les **persones jubilades**, i especialment aquelles que viuen soles, són el grup que declara que participa menys en activitats culturals en relació amb **altres persones del seu entorn**. La disponibilitat de temps que en principi caracteritza aquestes persones no sembla que sigui suficient per compensar altres possibles barreres d'accés vinculades a problemes de mobilitat o salut, de capacitat econòmica, de nivell instructiu o de percepció de què és o no una activitat cultural, per exemple. D'altra banda, aquestes diferències també podrien ser degudes a qüestions a l'entorn de la disponibilitat d'una xarxa de persones amb qui poder fer bona part d'aquestes activitats.

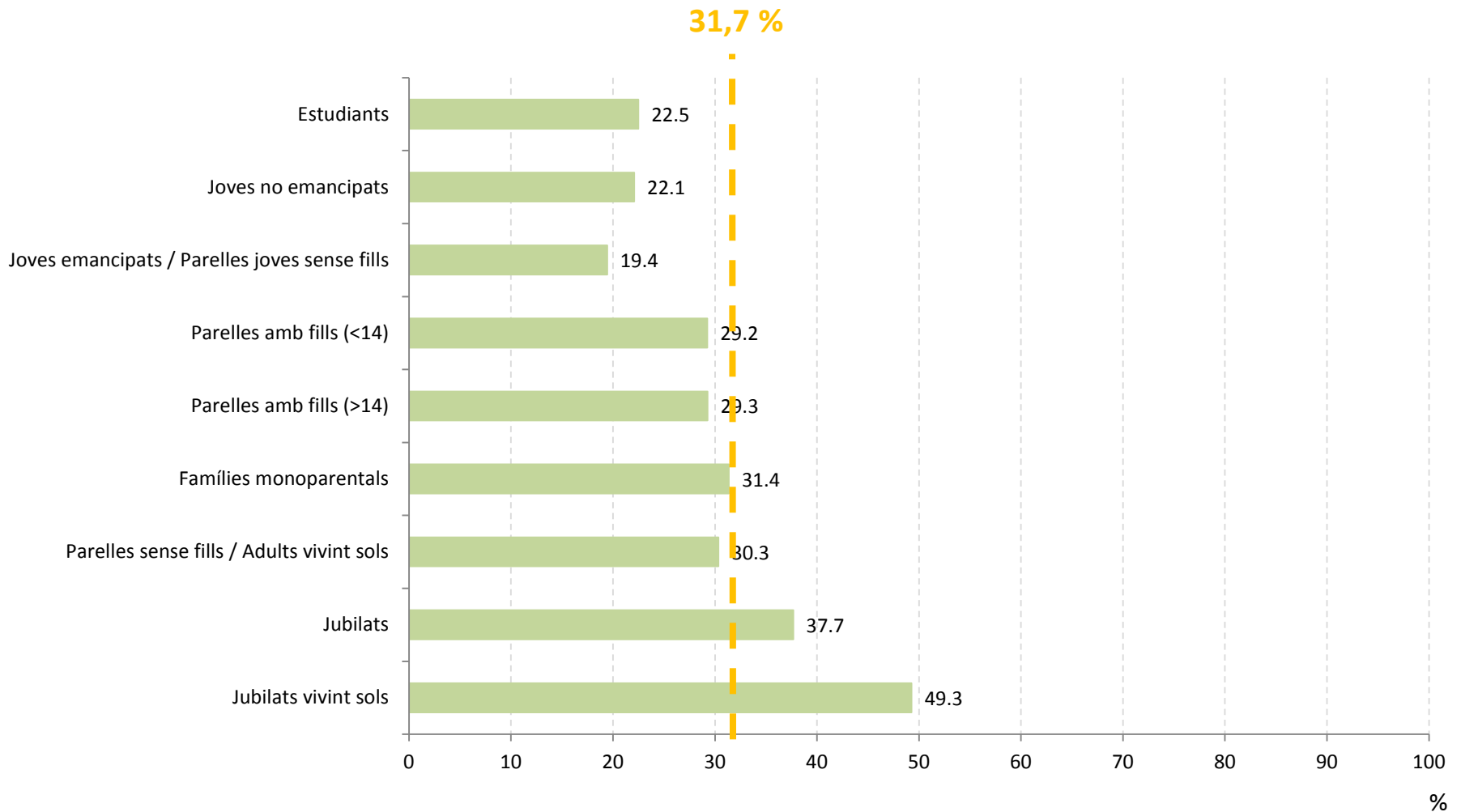
Participació (perspectiva subjectiva)

Participen en activitats culturals **menys** que altres persones de la mateixa edat



Participació (perspectiva subjectiva)

Participen en activitats culturals **menys** que altres persones del seu entorn



Motius que justifiquen i que dificulten la participació

Cinema, espectacles, concerts, exposicions i lectura de llibres

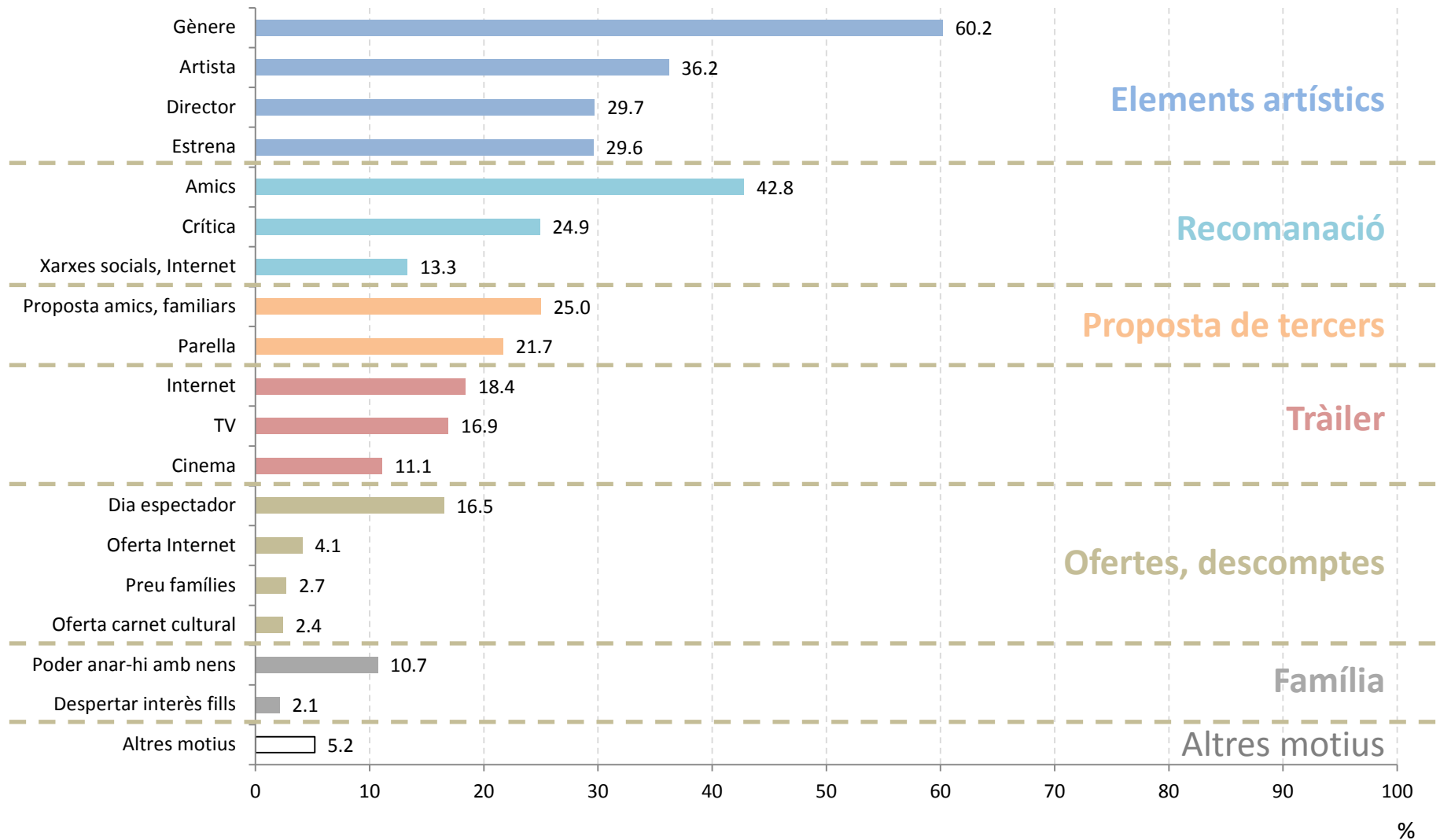
Motius que justifiquen i que dificulten la participació

- Quins motius són importants a l'hora de participar en activitats culturals? Plantejar aquest tipus de preguntes ens permet identificar **raons, motius, aspiracions i expectatives** darrere els actes conscients de la participació, els valors atorgats al consum cultural, la satisfacció que genera i els significats socials i individuals atribuïts a aquestes pràctiques. A banda de la motivació, és important explorar les **barreres a la participació**, és a dir, els obstacles que impedeixen als individus de participar en la vida cultural, que poden ser barreres físiques, econòmiques, socials o psicològiques, entre altres. Identificar aquestes barreres permet implementar accions dirigides a eliminar-les i, per tant, a promoure la participació.
- *L'Enquesta de participació 2014* identificà, de manera genèrica, els motius que justifiquen i que dificulten la participació cultural. La revisió del qüestionari de l'edició 2015 ha permès analitzar aquestes motivacions i barreres en cinc àmbits culturals concrets: **cinema, espectacles, concerts, exposicions i lectura de llibres**.

Cinema

- Els principals motius que porten els catalans a assistir al cinema són els relacionats amb els **elements artístics de la pel·lícula**. Destaca en primer terme el gènere (60,2 %), seguit del repartiment (36,2 %), el director (29,7 %) o el fet que aquella pel·lícula sigui una estrena.
- La **recomanació** d'amics i familiars (42,8 %), molt per sobre de la de la crítica (24,9 %) o la que es pugui trobar a Internet o xarxes socials (13,3 %) condiciona tant l'assistència com l'elecció de la pel·lícula. En moltes ocasions, aquesta assistència és una proposta de terceres persones, d'amics o familiars (25,0 %), o bé de la parella (21,7 %).
- El fet de poder **veure el tràiler prèviament**, especialment a Internet (18,4 %) o a la televisió (16,9 %), també influeix a l'hora d'anar al cinema.
- Poder-hi anar el **dia de l'espectador** és important per a un 16,5 % dels catalans, molt per sobre d'ofertes que es puguin trobar per Internet (4,1 %) o fruit de carnets culturals (2,4 %).
- Per últim, per a un 10,7 % dels catalans, que hi hagi **programació i ofertes familiars** resulta rellevant.

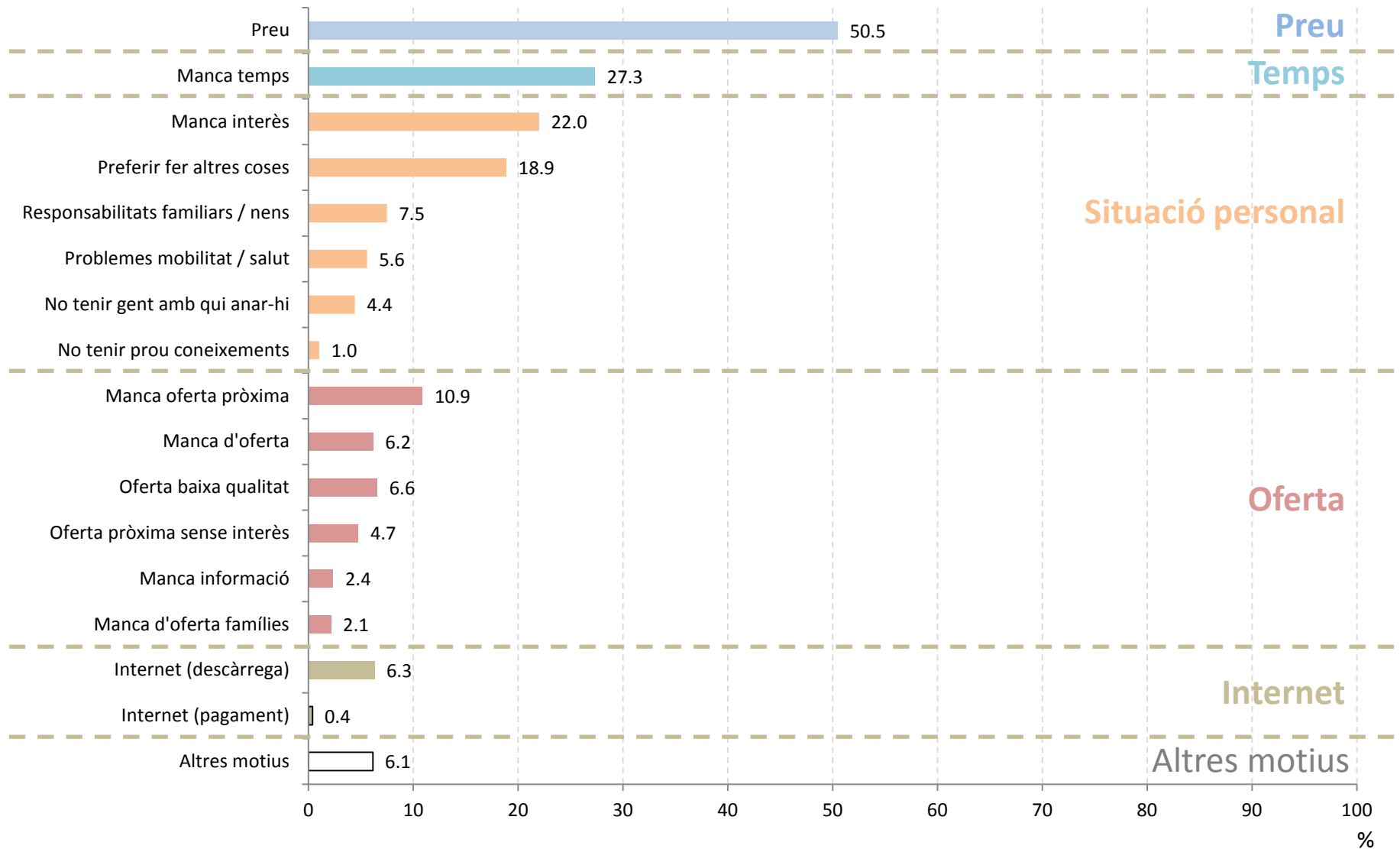
Assistència al cinema



No-assistència al cinema

- En la banda contrària, el principal element que dificulta poder anar al cinema o, fins i tot, anar-hi amb una major freqüència, és **el preu de les entrades**, tal i com manifesta més de la meitat de les persones enquestades.
- La **manca de temps** es configura com el segon gran motiu de no-assistència, expressat per més d'una quarta part de la població. En molts casos, tenir responsabilitats familiars o nens dificulta també aquesta participació.
- La **situació personal** té incidència a l'hora de no poder anar al cinema. La manca d'interès i preferir fer altres coses, principalment, però també les responsabilitats familiars o, fins i tot, problemes de mobilitat o de salut, o no tenir gent amb qui anar-hi, es perfilen com a barreres en aquest àmbit.
- La **manca d'oferta** propera al lloc de residència és important per a un 10,9 % dels catalans.
- Per últim, la **descàrrega de pel·lícules** no sembla que sigui un factor que desincentivi l'assistència al cinema, atès el baix nivell de resposta que recull aquesta categoria.

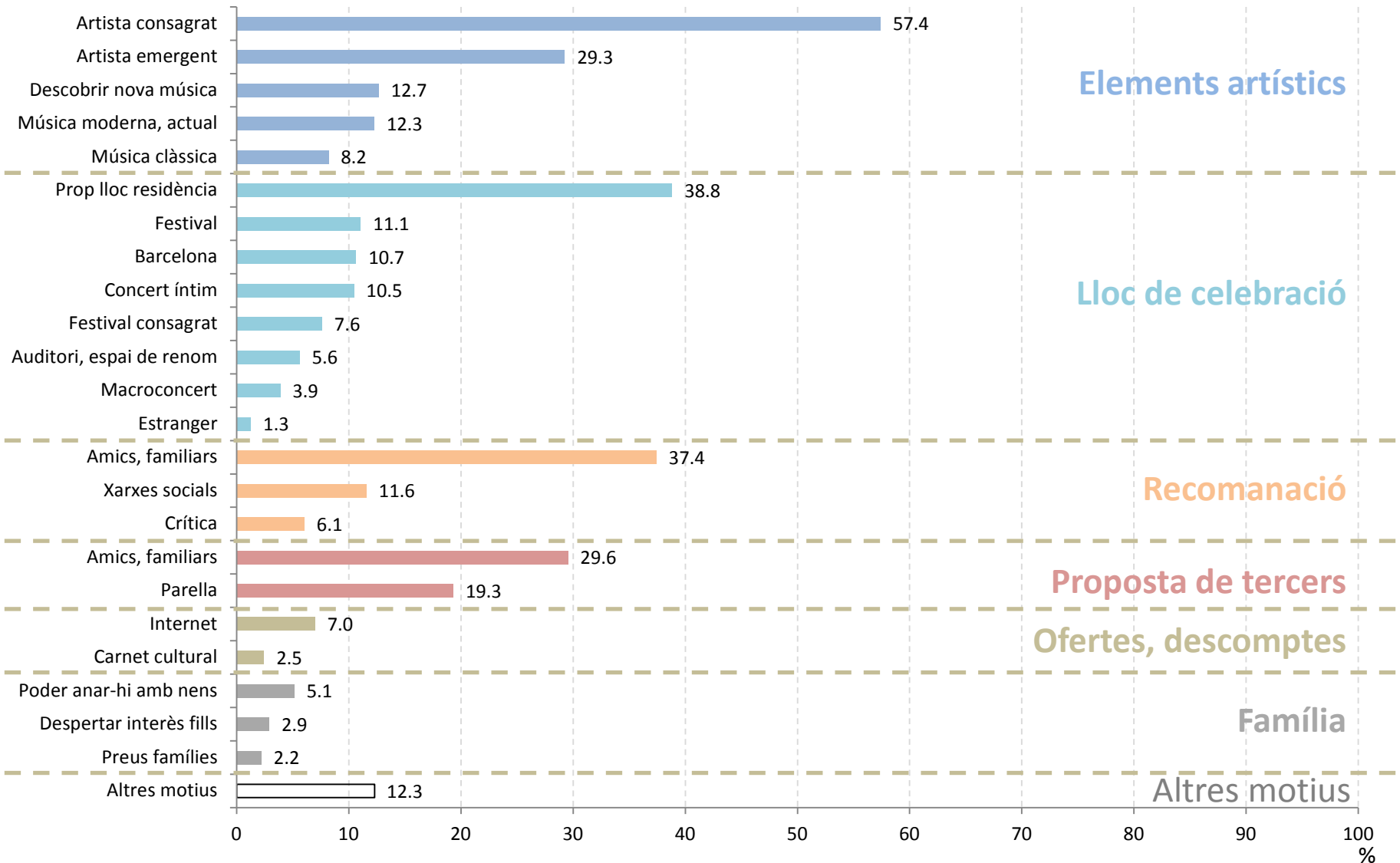
No-assistència al cinema



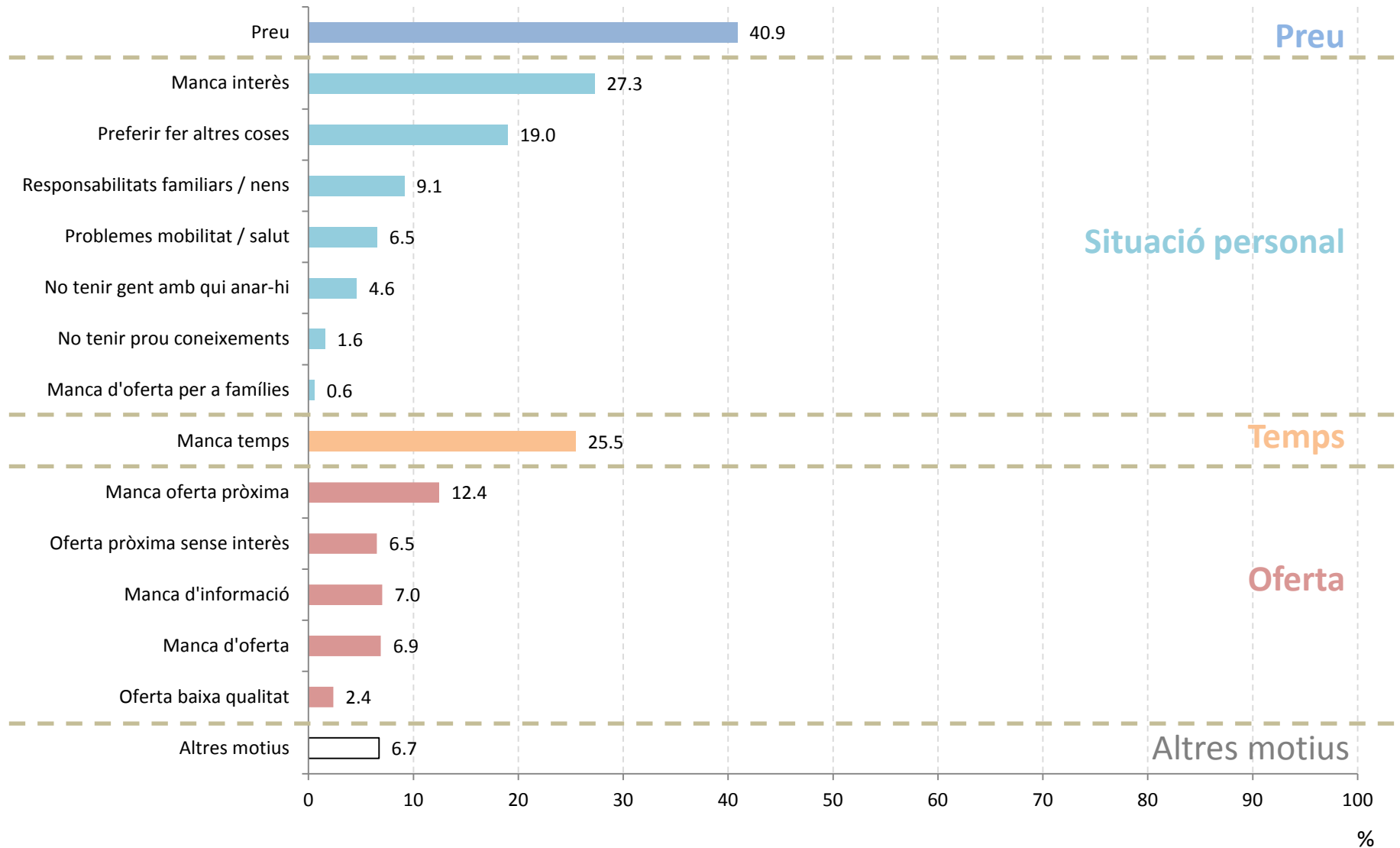
Assistència a concerts

- El principal motiu que incentiva l'assistència a concerts és que en aquest hi actuïn **artistes o grups consagrats** (57,4 %), molt per sobre de la possibilitat de veure actuar un artista emergent (29,3 %) o descobrir nova música (12,7 %). En termes de gènere musical, predomina la preferència per música moderna, actual (12,3 %) per damunt de la clàssica (8,2 %).
- La **proximitat al lloc de residència** de l'entrevistat es conforma com el segon gran factor que incentivaria aquesta assistència. Hi caldria afegir elements relacionats amb l'espai on se celebra el concert, com ara que aquest s'emmarqui en algun tipus de festival o en un festival consagrat, que tingui lloc a Barcelona o que sigui un concert de caràcter intimista.
- Tant la **recomanació com les propostes d'amics i familiars** juguen un paper important a l'hora de motivar l'assistència, molt per damunt de recomanacions de la crítica o de la possibilitat de trobar ofertes.
- Quant a les **barreres** que impedeixen una major assistència, destaquen, com en el cas del cinema, el preu (40,9 %), les qüestions personals com la manca d'interès (27,3 %) o el fet de preferir fer altres coses (19,0 %) i la manca de temps (25,5 %).

Assistència a concerts



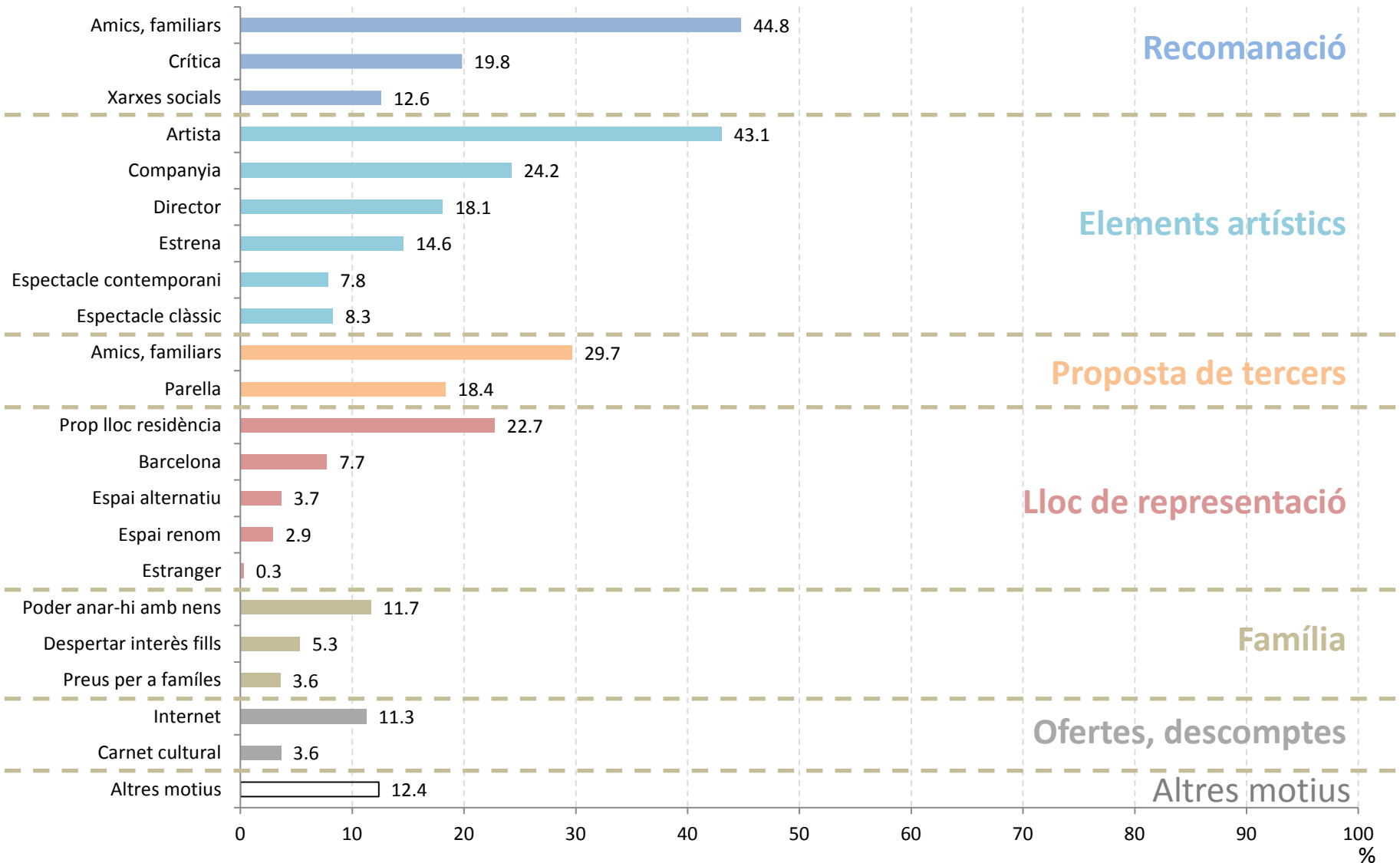
No-assistència a concerts



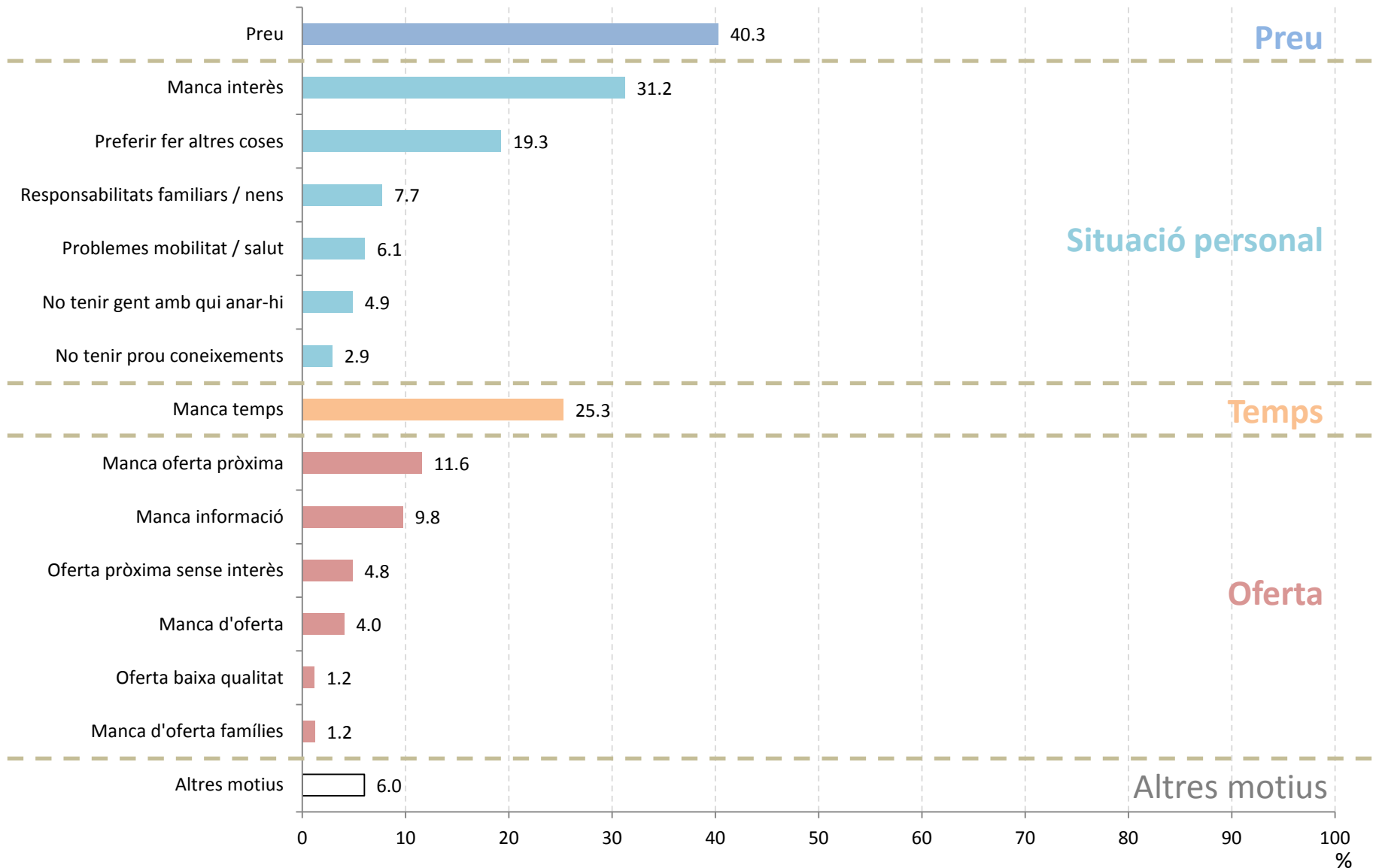
Assistència a espectacles

- La **recomanació** d'amics i familiars juga un paper primordial a l'hora de configurar la decisió d'assistir a un espectacle d'arts escèniques, molt per sobre de la recomanació de la crítica (19,8 %) o de la que es pugui trobar a Internet o a les xarxes socials (12,6%).
- És interessant veure com aquesta recomanació supera altres elements de l'espectacle, com ara el **cos artístic** (43,1 %), la **companyia** (24,2 %) o la **direcció** (18,1 %); de la mateixa manera, la possible novetat o estrena de l'espectacle hi incideix relativament poc (14,6 %).
- El fet de **deixar-se portar**, que siguin altres els que decideixen, és una opció còmoda per a gairebé 3 de cada 10 catalans. A aquest fet cal afegir la proximitat al lloc de residència (22,7 %), més que no pas la possibilitat que l'espectacle es representi a Barcelona (7,7 %). En molts casos, a més, la disponibilitat d'oferta d'espectacles familiars és un element també important (11,7 %).
- Per a un 11% dels catalans, poder **trobar ofertes a Internet** és un element que ajuda a prendre una decisió a l'hora d'assistir-hi.
- Quant a les **barreres** que impedeixen una major assistència, destaquen, de nou, el preu de les entrades (40,3 %), les qüestions personals com la manca d'interès (31,2 %) o el fet de preferir fer altres coses (19,3 %) i la manca de temps (25,3 %).

Assistència a espectacles



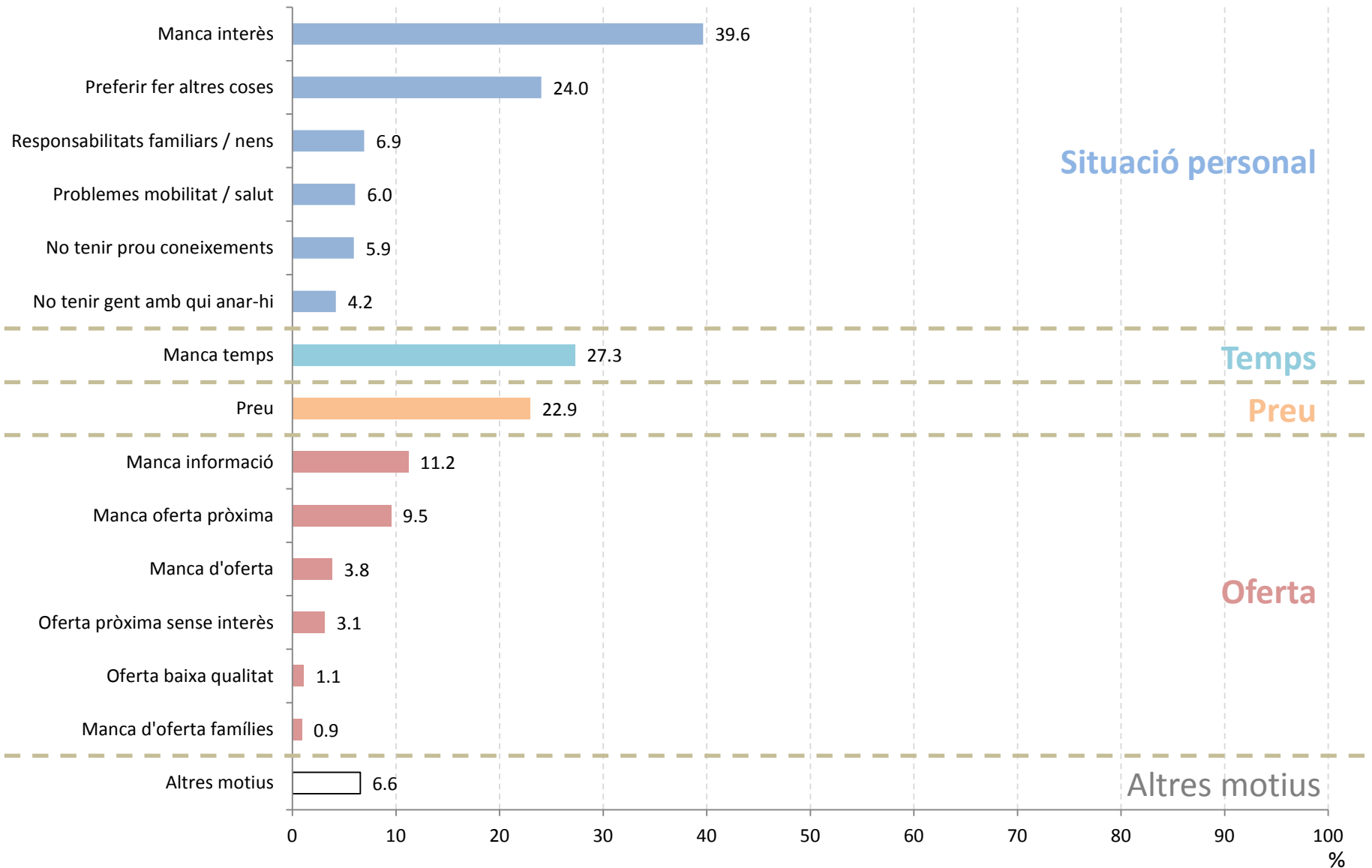
No-assistència a espectacles



No-assistència a exposicions

- En el cas de les exposicions, només es va preguntar pels motius que dificulten l'assistència o anar-hi amb una major assiduitat.
- En contra del que succeïa en els altres àmbits analitzats, en aquest cas la **manca d'interès** es configura com la principal justificació a l'hora de no anar-hi (39,6%), molt per sobre de qüestions personals, com ara la manca de temps (27,3%) o el fet de preferir fer altres coses en el temps lliure (24,0%).
- De fet, el **preu** només és una barrera per a un 22,9% dels catalans.
- La resta de motius, relacionats amb la disponibilitat d'oferta o problemes de mobilitat, no acaben de resultar rellevants.

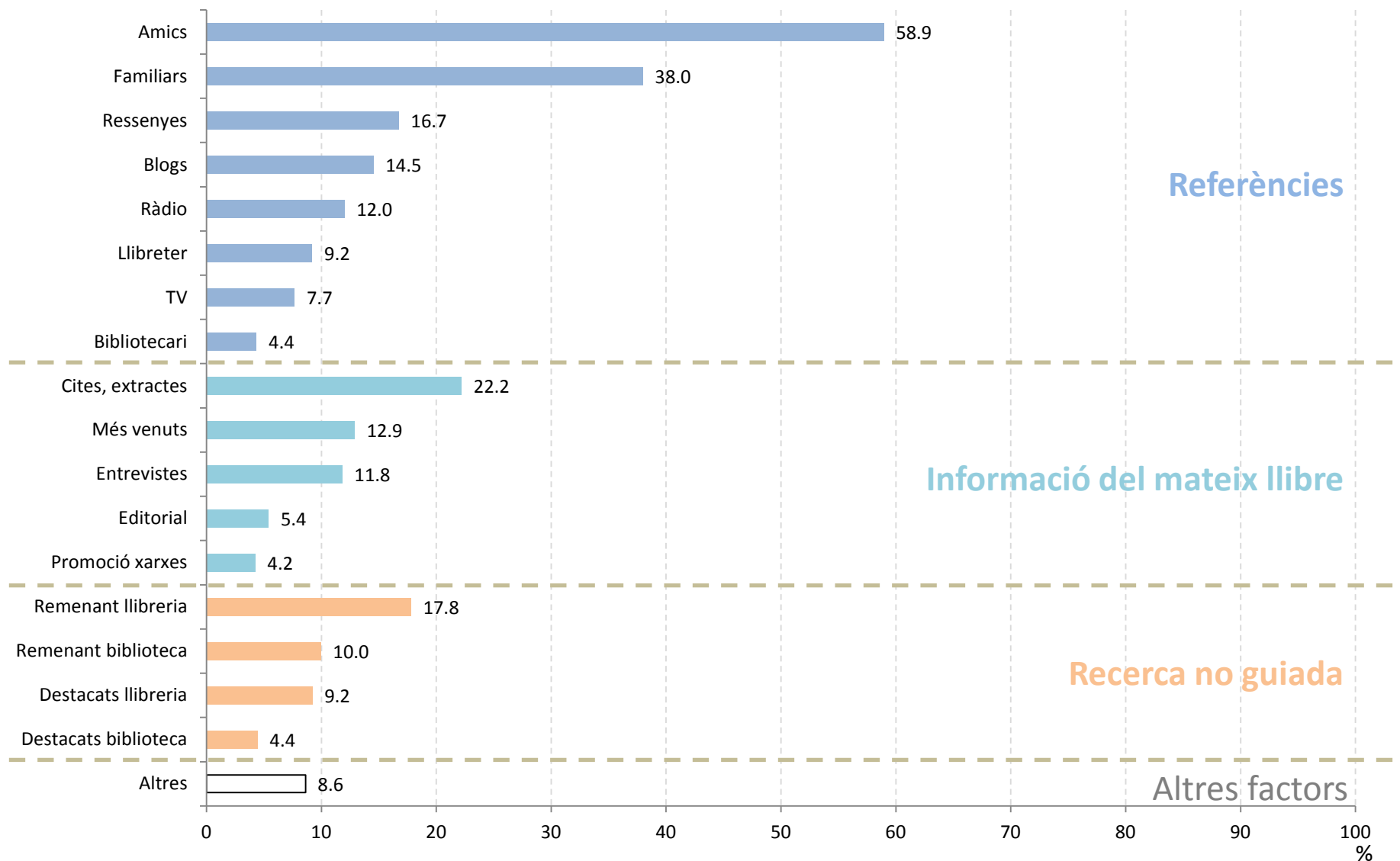
No-assistència a exposicions



Lectura de llibres

- Abans de prendre la decisió de llegir un llibre, la majoria dels catalans opta per obtenir **referències de l'obra**, especialment d'amics (58,9 %) o familiars (38,0 %).
- Un altre element important són les **ressenyes** en premsa o revistes (16,7%) i blogs especialitzats (14,5 %), així com les crítiques que s'ofereixen a la ràdio (12,0 %) o a televisió (7,7 %). Tot i la seva importància, l'opinió de llibreters i bibliotecaris només és considerada per un 9,2 % i un 4,4 % dels catalans, respectivament.
- Aconseguir **informació del mateix llibre**, bé a partir de cites o extractes (22,2 %), bé a través de les accions de promoció i difusió de les editorials mitjançant entrevistes a l'autor (11,8 %), bé a través d'accions específiques (5,4 %) o per xarxes socials (4,2 %), es configura, també, com a element important a l'hora de prendre una decisió. En paral·lel, cal reconèixer el paper que juguen les llistes de llibres més venuts (12,9 %), així com els llibres destacats en les llibreries (9,2 %) o biblioteques (4,4 %).
- Per últim, molts lectors es deixen portar per un acte de **descobriment o recerca no guiada**, basada més aviat a remenar per llibreries (17,8 %) o biblioteques (10,0 %) fins que troben un llibre que els convenç.

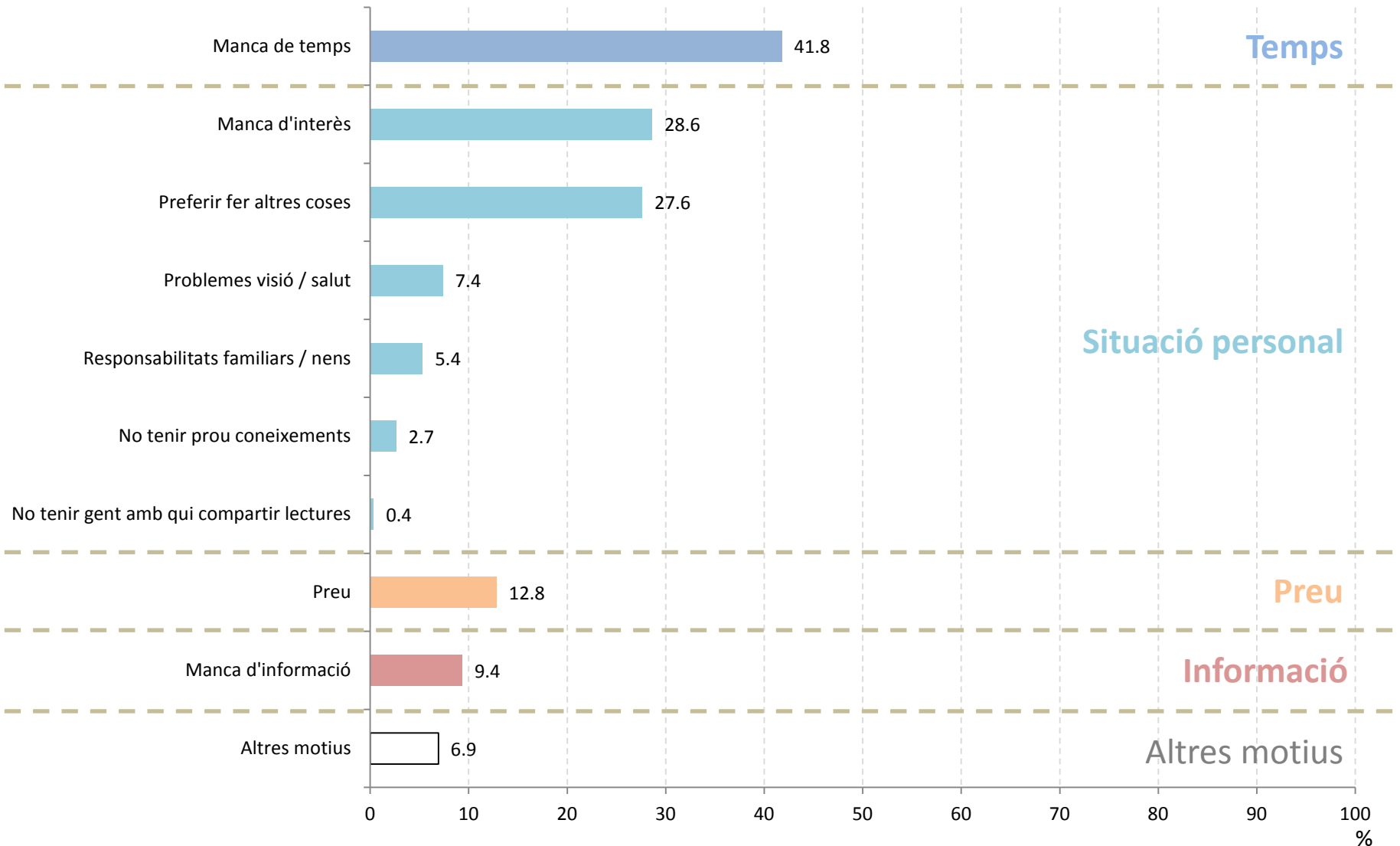
Lectura de llibres



No-lectura de llibres

- Per a 4 de cada 10 catalans, el principal motiu per no llegir o per no fer-ho de manera més habitual és la **manca de temps**, molt per damunt de la manca d'interès (28,6 %) o del fet de preferir fer altres coses durant el seu temps lliure (27,6 %). A aquest fet cal afegir el fet de tenir responsabilitats familiars, motiu per no llegir per a un 5,4 % de la població.
- El **preu dels llibres**, en canvi, no sembla ser una barrera a l'hora d'accedir a la lectura, atès que només ho manifesten com a tal un 12,8 % de les persones entrevistades.
- Els **problemes de visió o de salut**, associats en general a persones de més edat, són una dificultat a l'hora de llegir per a un 7,4 % de la població enquestada.

No-lectura de llibres



Generació i cicle de vida

Participació cultural

Participació cultural per cicle de vida

- Els resultats de les dues darreres edicions de *l'Enquesta de participació cultural* mostren la forta capacitat de la variable edat a l'hora d'estructurar bona part dels hàbits i les pràctiques culturals de la societat catalana. L'efecte de la variable edat, la subsegüent coexistència d'una cultura analògica i lletrada amb una cultura audiovisual i digital, i l'erosió de la barrera entre cultura i oci redefeixen bona part dels esquemes teòrics tradicionals que articulaven la sociologia de la cultura.
- Tot i aquesta importància general de l'edat com a variable capaç d'explicar diferències en els mecanismes, gustos i hàbits de participació cultural, cal distingir entre aquelles diferències degudes a l'efecte generacional (persones que han estat socialitzades en un mateix context social, econòmic, polític i cultural) i aquelles degudes a l'efecte de cicle vital (etapes amb significat social propi).
- La revisió del qüestionari corresponent a *l'Enquesta de participació cultural 2015* permet resoldre algunes d'aquestes qüestions.

Participació cultural per cicle de vida

- L'efecte generacional és clarament perceptible en aquelles activitats relacionades amb l'accés a continguts digitals —fora del circuit televisiu o de cinema en sala—, així com a l'hora de jugar a videojocs o jocs de mòbil.
- L'ús d'Internet, en canvi, que anys enrere sí que presentava un component clarament generacional, ha esdevingut una pràctica gairebé universal, llevat de les persones nascudes al voltant dels anys cinquanta.

%	Internet	Continguts audiovisuals	Videojocs	Jocs de mòbil
Generació 50	40,4	27,7	5,1	9,8
Generació 60	85,2	56,2	12,4	22,6
Generació 70	94,7	68,3	22,1	25,3
Generació 80	98,4	81,9	36,7	29,3
Generació 90	99,1	87,3	51,0	46,4
CATALUNYA	76,7	58,2	21,8	27,1

Participació cultural per cicle de vida

- La televisió, per contra, sembla que perd cada cop més pes entre els grups de població més jove: 2 de cada 10 persones nascudes entre els anys vuitanta i noranta afirmava que no l'havia vist el dia abans de respondre a l'enquesta.
- De la mateixa manera, la ràdio i els diaris tenen menys penetració entre els grups de població més jove, així com les revistes, especialment entre els nascuts a partir dels anys noranta.

%	TV	Ràdio	Diaris	Revistes
Generació 50	95,1	59,4	48,7	53,1
Generació 60	90,7	66,7	58,6	51,5
Generació 70	83,5	68,4	53,4	53,9
Generació 80	79,1	53,2	44,2	56,7
Generació 90	80,0	45,5	27,5	40,1
CATALUNYA	87,3	59,2	47,2	51,4

Participació cultural per cicle de vida

- L'audició de música, tot i que és una pràctica força estesa entre la població, augmenta la seva penetració a mesura que disminueix l'edat de la persona enquestada.
- El mateix succeeix amb la lectura de llibres: les majors taxes de lectura s'enregistren entre les persones nascudes als anys setanta, vuitanta i noranta.

%	Música	Llibres
Generació 50	50,7	49,9
Generació 60	72,7	61,8
Generació 70	77,2	67,9
Generació 80	85,8	68,7
Generació 90	92,5	71,3
CATALUNYA	71,6	61,7

Participació cultural per cicle de vida

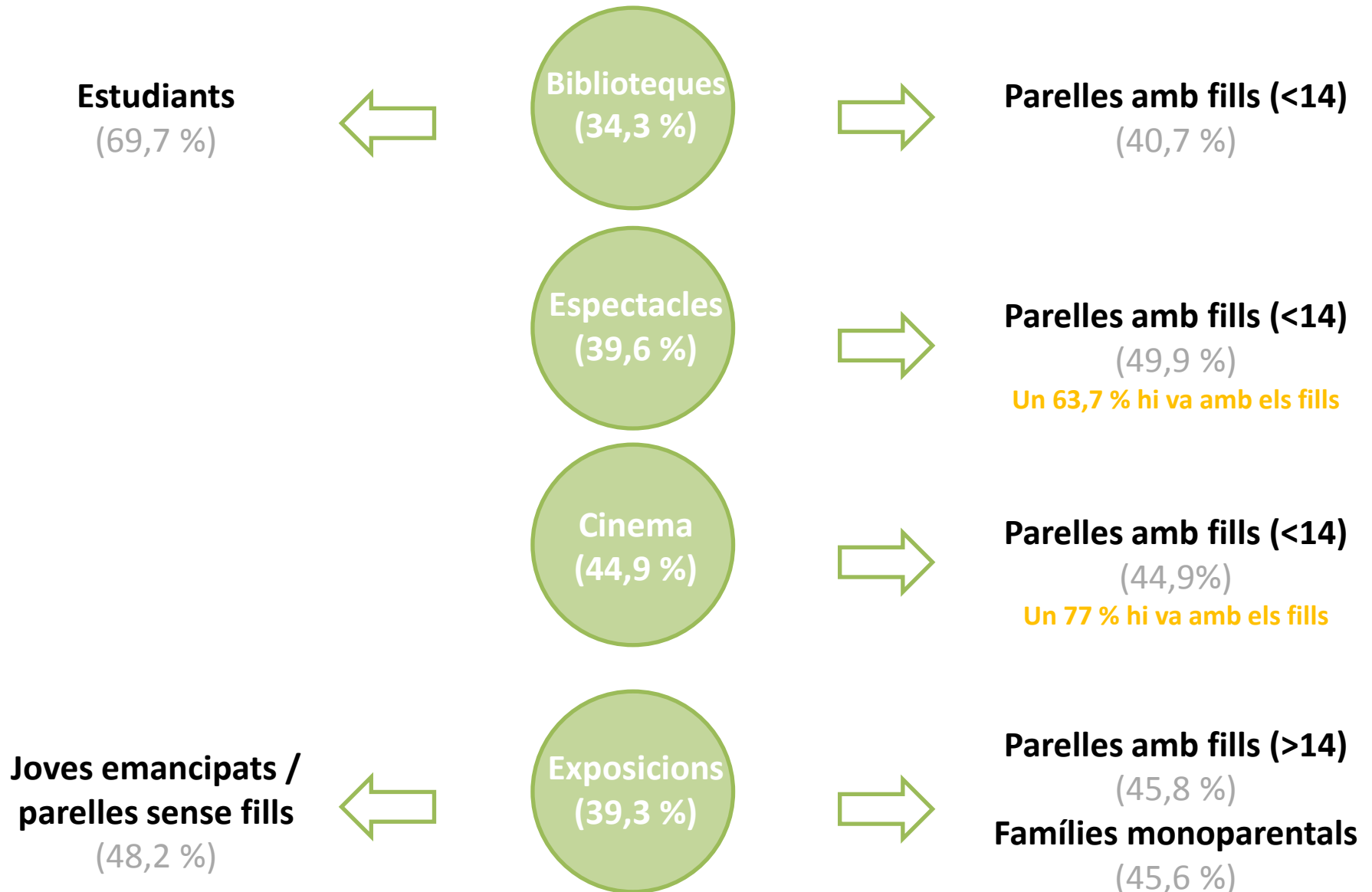
- Entre les activitats que requereixen un desplaçament fora de la llar, l'assistència a concerts sembla estar més associada a gent jove, així com el cinema, especialment entre els nascuts a partir dels anys noranta; en canvi, la visita a exposicions troba una major penetració entre gent de més edat.
- El fet que siguin els nascuts durant els anys setanta i noranta els que més visitin les biblioteques fa pensar en un possible efecte de cicle vital, com veurem seguidament.

%	Concerts	Cinema	Espectacles	Exposicions	Biblioteques
Generació 50	34,4	28,9	31,3	32,8	23,1
Generació 60	40,2	42,6	42,9	45,7	29,1
Generació 70	47,3	50,8	46,9	45,2	41,8
Generació 80	62,0	51,2	44,1	39,7	30,7
Generació 90	70,1	60,9	39,7	38,1	56,7
CATALUNYA	47,8	44,0	39,6	39,3	34,4

Participació cultural per cicle de vida

- L'anàlisi de les pràctiques culturals en funció del moment del cicle vital mostra resultats força interessants.
- Per una banda, les persones que més visiten les **biblioteques** són els estudiants (69,7%) i les parelles amb fills menors de 14 anys (40,7 %), en aquest cas per acompanyar els seus fills o demanar material en préstec.
- En el cas dels **espectacles**, les parelles amb fills menors de 14 anys són les que presenten una taxa d'assistència més alta (49,9 %); quan ho fan, però, és per assistir a un espectacle destinat al públic familiar en la majoria dels casos (63,7 %). El mateix succeeix amb el **cinema**: només un 23 % de les parelles amb fills menors de 14 anys va assistir al cinema sense ells.
- Les **exposicions**, en canvi, semblen associar-se a un públic sense càrregues familiars, com és el cas dels joves emancipats o parelles joves sense fills (48,2 %) o parelles amb fills majors de 14 anys (45,8 %) i famílies monoparentals (45,6 %).

Participació cultural per cycle de vida



Despesa cultural

Despesa cultural

La crisi econòmica ha modificat els hàbits de consum dels catalans. *L'Enquesta de participació cultural 2015* inclou 6 preguntes amb l'objectiu de conèixer canvis d'hàbits en relació a la despesa cultural, a l'accés a continguts en línia, la recerca d'ofertes o una major visita a biblioteques.

Q12. A continuació li llegiré tot un conjunt de frases relacionades amb hàbits i comportaments culturals. Podria dir-me en quin grau hi està d'acord?

Q12a En els últims temps he reduït la meva despesa en cultura

Q12b En els últims temps accedeixo a més continguts en línia gratuïts

Q12c En els últims temps accedeixo a més continguts en línia de pagament

Q12d En els últims temps busco ofertes per anar al teatre, al cinema, concerts, etc.

Q12e En els últims temps només vaig al teatre o al cinema si puc obtenir ofertes o descomptes, jornades gratuïtes

Q12f En els últims temps he augmentat les meves visites a biblioteques

Molt d'acord / Bastant d'acord / Poc d'acord / Gens d'acord

Reducció despesa cultural

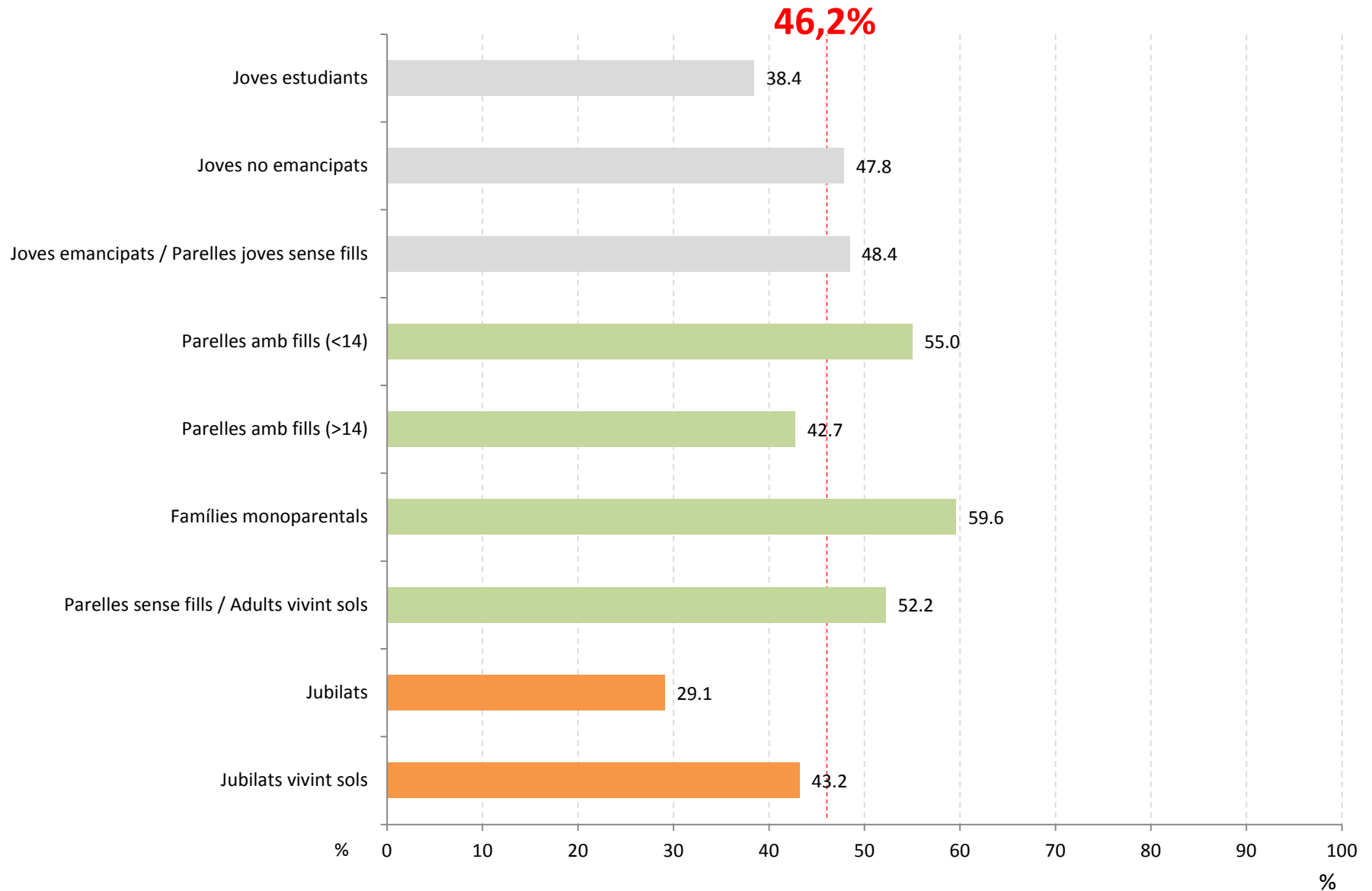
Despesa cultural i ofertes. Un 86,2 % dels catalans afirma que ha reduït la seva despesa cultural en els darrers temps; són les famílies monoparentals (59,6 %) i les parelles amb fills menors de 14 anys (55,0 %) els que més han reduït aquesta despesa.

De la mateixa manera, un 37,3 % dels catalans declaren que busquen ofertes per poder anar al cinema, etc. i un 30,4% afirma que només hi van si les troben. Aquest fenomen no sembla que estigui connectat amb el cicle vital, sinó amb una qüestió generacional, en tant que són els col·lectius de menor edat els que mostren una preferència més gran per aquest tipus de via d'accés a productes culturals.

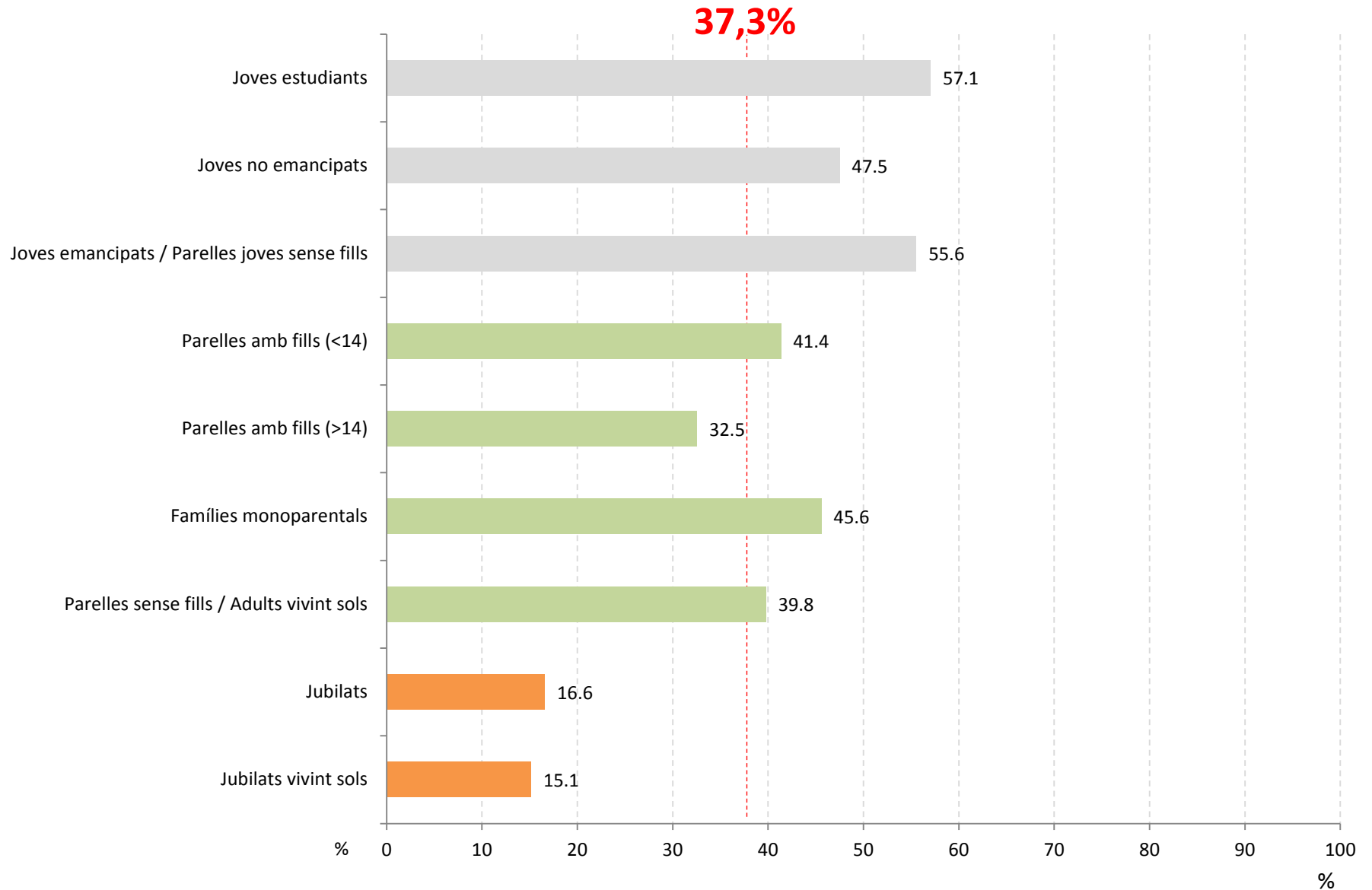
Accés a continguts en línia. Més de la meitat dels catalans (52,4 %) afirma que accedeix cada cop més per Internet a continguts culturals gratuïts i només un 4,3 % afirma que accedeix a més continguts de pagament.

Visites a biblioteques. Un 16,2 % dels catalans afirma que ha incrementat les seves visites a les biblioteques en els darrers temps. Aquest increment és especialment notable entre el col·lectiu d'estudiants (36,2 %).

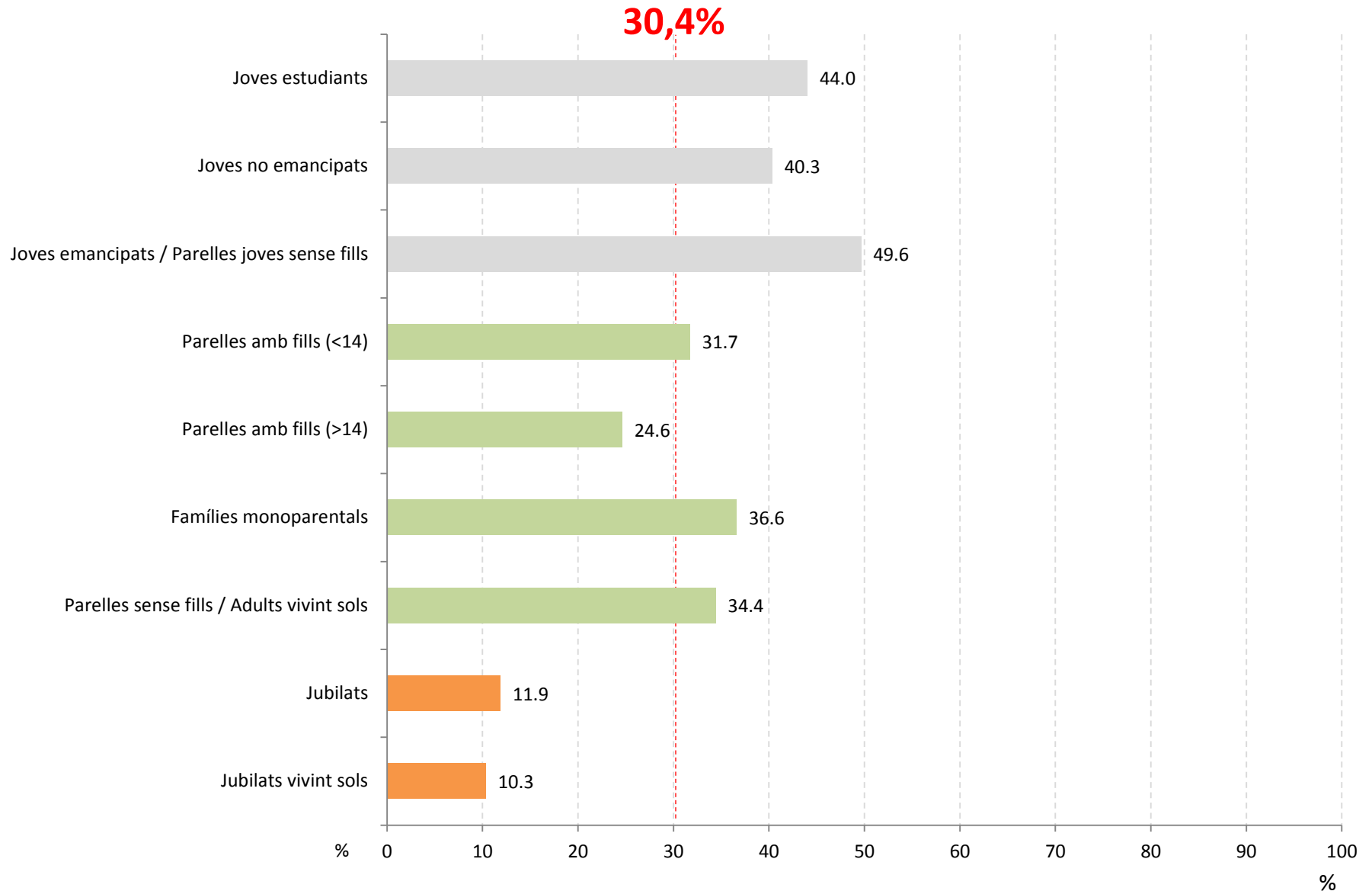
Reducció despesa cultural



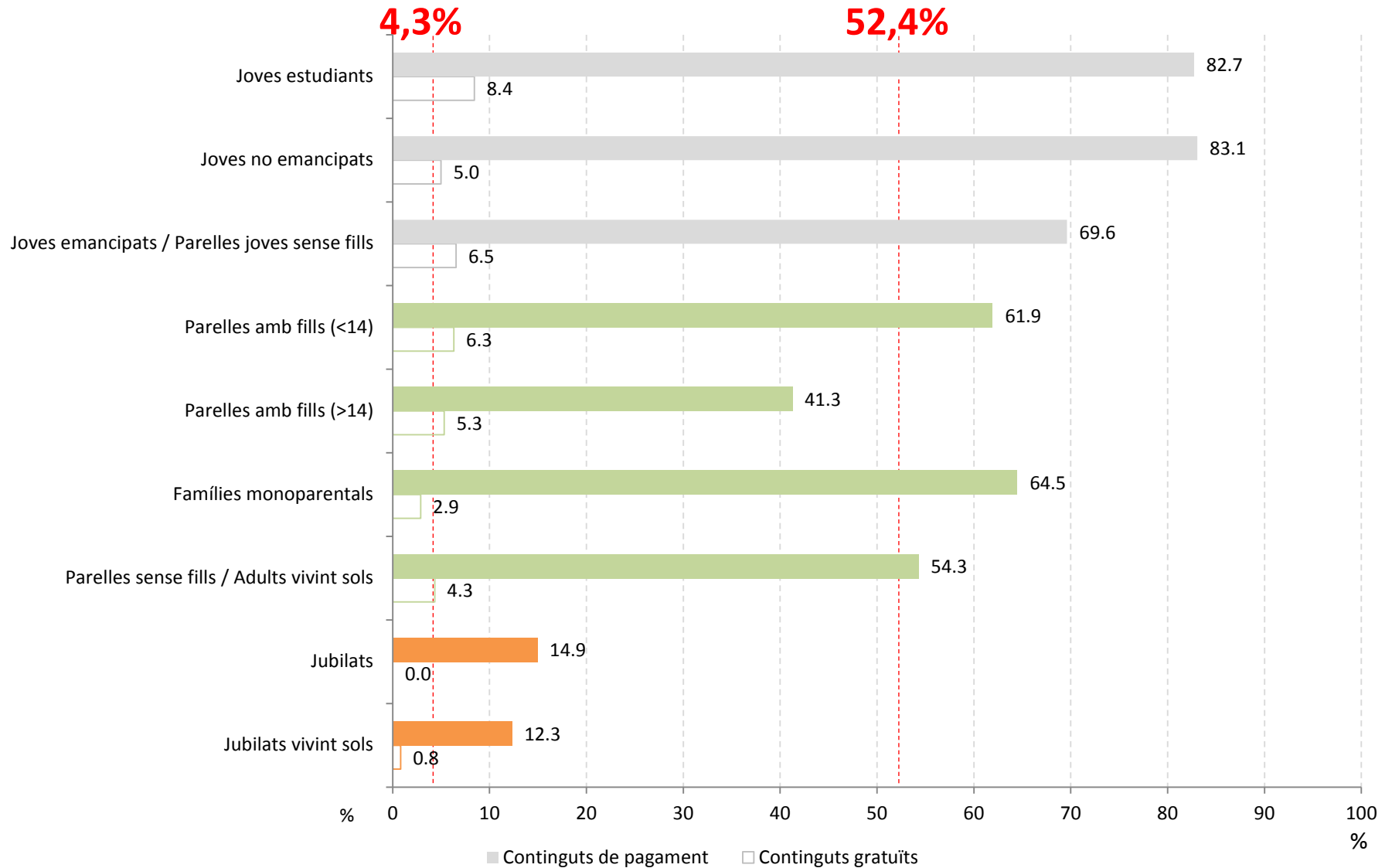
Ofertes



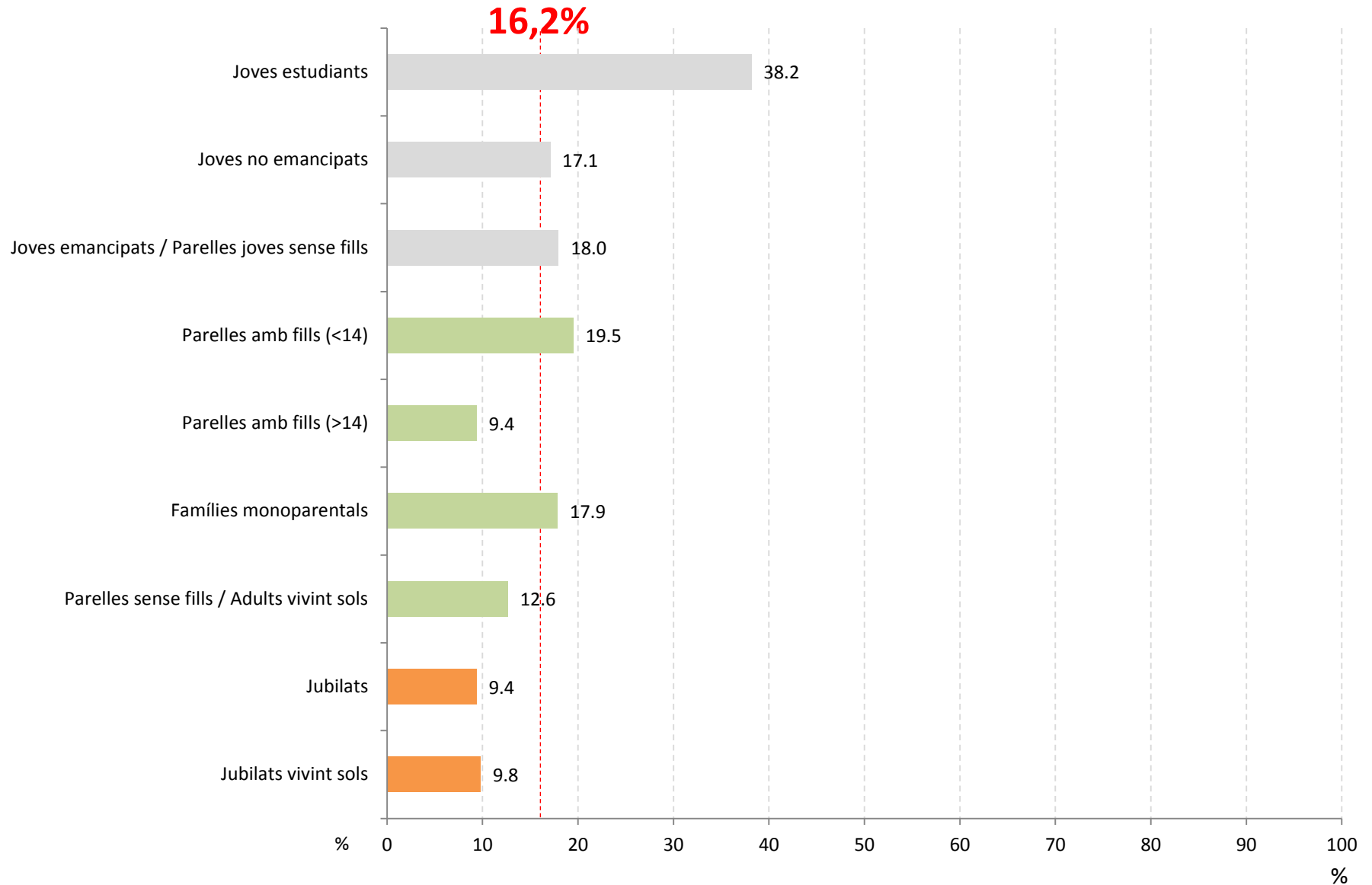
Només si hi ha ofertes



Continguts a Internet



Biblioteques



Equipaments culturals

Equipaments culturals

Catalunya disposa de tota una xarxa d'equipaments de titularitat pública, privada o del tercer sector que permeten garantir l'accés de la ciutadania a la cultura a través d'una oferta diversificada de béns, serveis i activitats. De fet, bona part de les polítiques culturals contemporànies han tingut la seva raó de ser en l'extensió de l'oferta cultural i en l'eliminació de les barreres que limiten l'accés a aquesta oferta.

Atesa la importància d'aquests equipaments a l'hora de configurar l'espai cultural català, resulta rellevant analitzar la relació de la ciutadania amb ells. Per fer-ho, *l'Enquesta de participació cultural 2015* inclou tres preguntes relacionades amb tres dimensions: **disponibilitat**, **proximitat** i **ús**. Els equipaments analitzats es detallen a continuació:

- Biblioteques públiques
- Cinemes
- Teatres
- Museus
- Centres cívics / cases de cultura / ateneus
- Espais on es facin concerts
- Galeries d'art
- Sales d'exposicions

Disponibilitat d'equipaments

La primera dimensió analitzada pren com a referència l'existència d'aquests equipaments en el municipi de residència de l'enquestat, és a dir, es valora des d'un punt de vista subjectiu la **disponibilitat d'oferta** d'equipaments culturals.

La disponibilitat de l'oferta d'aquests equipaments culturals s'ha de considerar com un dels factors fonamentals —però en cap cas únic o exclusiu— de les pautes del comportament cultural de la població pel que fa a la participació en activitats culturals.

Q5. En el municipi on vostè viu, hi ha...

- ... alguna biblioteca pública?
- ... algun cinema?
- ... algun teatre?
- ... algun museu?
- ... algun centre cívic / casa de cultura / ateneu?
- ... algun espai on es facin concerts?
- ... alguna galeria d'art?
- ... alguna sala d'exposicions?

Sí / No / Ho desconec

Proximitat dels equipaments

D'altra banda, l'*Enquesta de participació cultural 2014* indicava que un 16 % dels catalans considerava la manca d'oferta pròxima un dels motius que dificultava la seva participació en activitats culturals.

En aquest sentit, una dimensió addicional a la disponibilitat d'equipaments culturals és la seva **proximitat física**, és a dir, si aquests se situen a una distància que, des d'un punt de vista subjectiu o de percepció, la persona enquestada considera propera o, per contra, llunyana.

Q5a. (Només per a aquells equipaments amb resposta afirmativa a Q5) A quina distància creu que té aquests equipaments?

biblioteca pública
cinema
teatre
museu
centre cívic / casa de cultura / ateneu
espai on es facin concerts
galeria d'art
sala d'exposicions

Molt a prop / Bastant a prop / Lluny / Molt lluny

Ús dels equipaments

Per últim, cal determinar si aquests equipaments, superant la barrera de la distància física, desperten l'interès entre els ciutadans de manera que aquests en facin ús. La pregunta que incorpora l'*Enquesta de participació cultural 2015* es detalla a continuació.

Q5b. (Només per a aquells equipaments amb resposta afirmativa a Q5) I acostuma a anar-hi, a aquests equipaments?

biblioteca pública

cinema

teatre

museu

centre cívic / casa de cultura / ateneu

espai on es facin concerts

galeria d'art




sala d'exposicions

Sí, habitualment / Sí, de tant en tant / No

Equipaments culturals

- Els equipaments culturals que acostumen a estar més presents a les poblacions catalanes són principalment les **biblioteques**, un **96,3 %** dels enquestats ha afirmat tenir-ne una en el seu municipi. I en un segon terme els **centres cívics**, les **cases de cultura** i els **ateneus**, un **87,6 %** en té a la seva població de residència. En canvi, els equipaments culturals amb menys presència són les **galeries d'art**, només un **44,3 %** dels enquestats declara que a la seva població hi ha un equipament d'aquesta tipologia.
- Els equipaments culturals que acostumen a quedar **més propers** de les llars catalanes són les biblioteques, els centres cívics, les cases de cultura i els ateneus. Per contra, els **més llunyans** són les galeries d'art.
- Els espais de concerts i, sobretot, els cinemes són els equipaments culturals als quals **s'assisteix de manera més habitual**. Les galeries d'art, a part de ser els equipaments més allunyats de les llars, també són els **menys visitats i utilitzats**.

Proximitat dels equipaments

	Disponibilitat 	Proximitat (molt a prop + a prop) 	Ús 
%			
Biblioteca	96,3	86,3	37,0
Centre cívic, casa de cultura, ateneu	87,6	87,4	36,9
Teatre	77,6	70,2	35,1
Sala d'exposicions	63,0	66,0	32,0
Espai concerts	78,9	75,3	48,7
Museu	71,5	66,6	28,1
Cinema	58,8	67,9	53,9
Galeria d'art	44,3	59,9	21,1

ANNEX. Participació cultural

Apunt metodològic

LECTURA

Llibres: Quants llibres ha llegit en els últims dotze mesos, sense tenir en compte els llibres que ha llegit per necessitat educativa o professional?

Diaris: Va llegir o fullejar diaris en el dia d'ahir?

Revistes: Ha llegit o fullejat a casa o fora de casa revistes o publicacions periòdiques en els últims trenta dies?

Biblioteques: Amb quina freqüència ha anat a alguna biblioteca en els últims tres mesos?

AUDIOVISUAL

Ràdio: Va escoltar ahir la ràdio, encara que sigui un moment? Pensi en casa, fora de casa, al cotxe, en una ràdio convencional, a través d'Internet...

Televisió: Va veure ahir en algun moment la TV? Pensi en casa, fora de casa, des que es va despertar al matí fins que es va adormir a la nit.

Internet: Ha utilitzat Internet en els últims trenta dies? (Consideri qualsevol lloc —a casa o fora de casa— i amb qualsevol mitjà —ordinador, telèfon mòbil, etc.).

Continguts audiovisuals: Excloent les pel·lícules vistes al cinema i tots aquells continguts que emeten per televisió de manera convencional, amb quina freqüència ha vist pel·lícules, sèries, documentals, en els últims tres mesos?

Videojocs: Amb quina freqüència ha jugat a videojocs o jocs d'ordinador en els últims tres mesos?

Jocs de mòbil: Va jugar ahir a algun joc amb el seu *smartphone*, telèfon mòbil intel·ligent d'ús personal?

MÚSICA

Escoltar música: Va escoltar ahir música, encara que sigui un moment? Pensi en qualsevol tipus de suport, a través de la ràdio, d'un reproductor MP3, amb el seu mòbil, per Internet, etc.

Concerts: A quants concerts de música en directe ha anat en els últims dotze mesos? Pensi tant en els gratuïts com en els de pagament.

CULTURA FORA DE LA LLAR

Cinema (en sala): Quantes pel·lícules ha vist al cinema en els últims tres mesos?

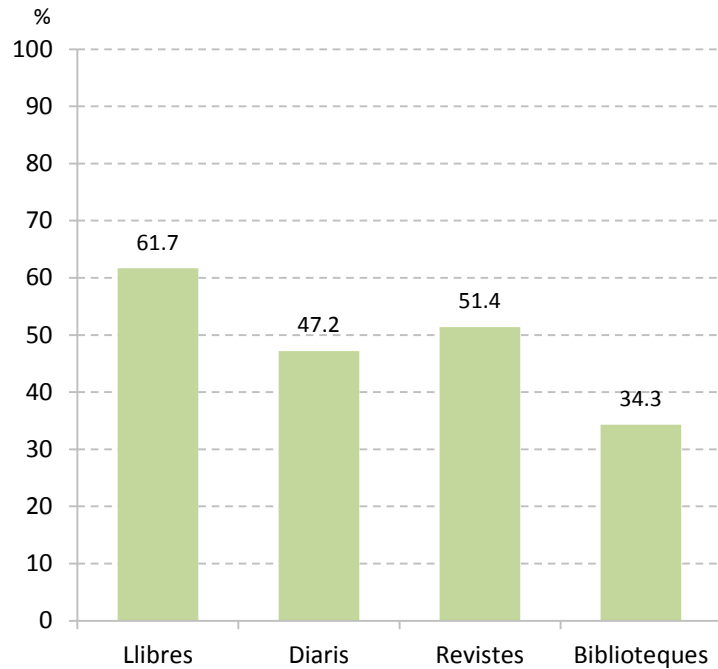
Espectacles: En els últims dotze mesos, a quants espectacles dels següents gèneres ha anat (circ, teatre, teatre infantil, dansa, òpera, teatre musical, màgia, festivals o cicles literaris)? Pensi tant en els espectacles gratuïts com en els de pagament.

Exposicions: En els últims dotze mesos, quantes vegades ha anat a visitar museus, galeries d'art, sales d'exposicions o monuments?

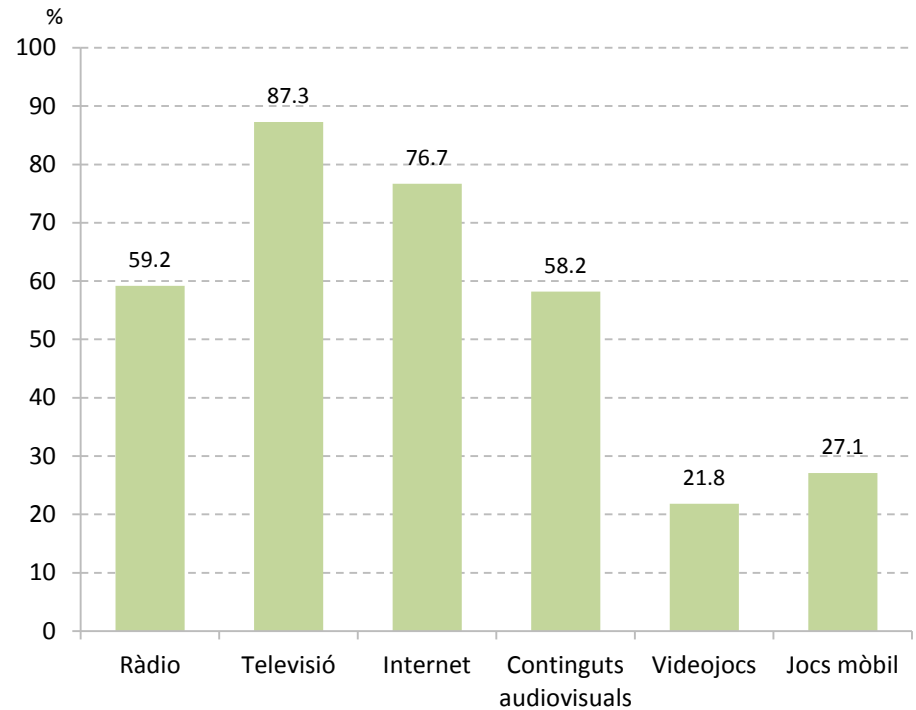
ASSOCIACIONISME

Pertany a alguna associació de tipus cultural?

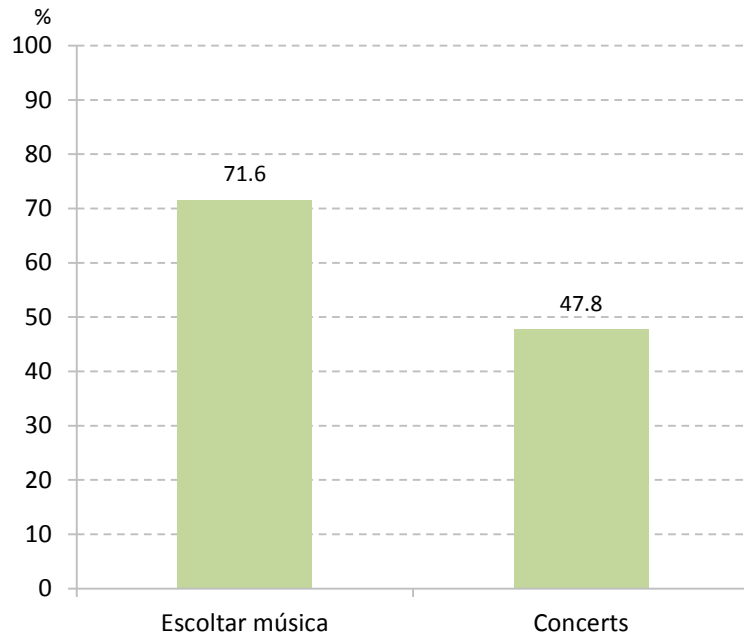
Lectura



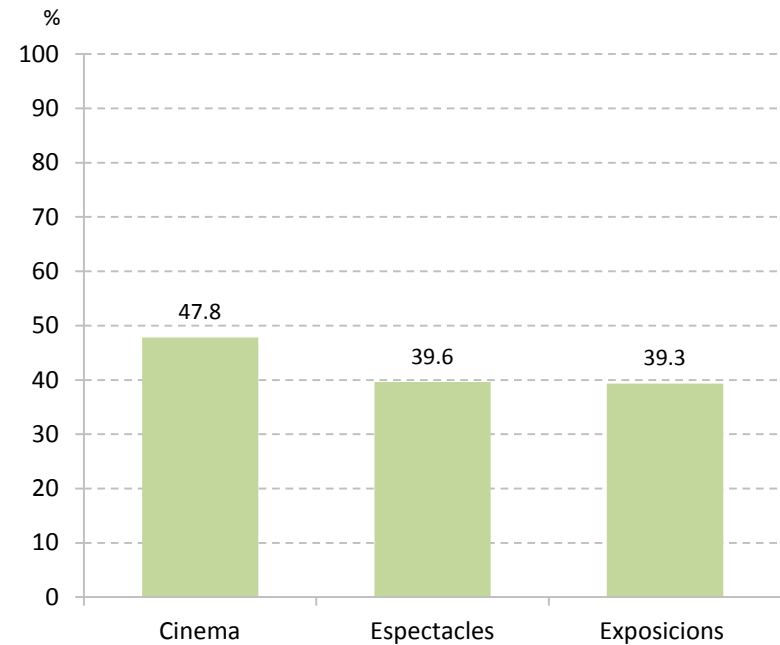
Audiovisual



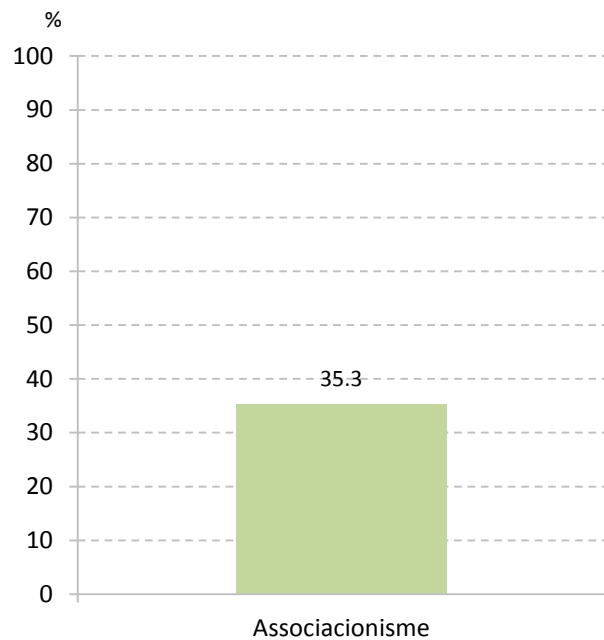
Música



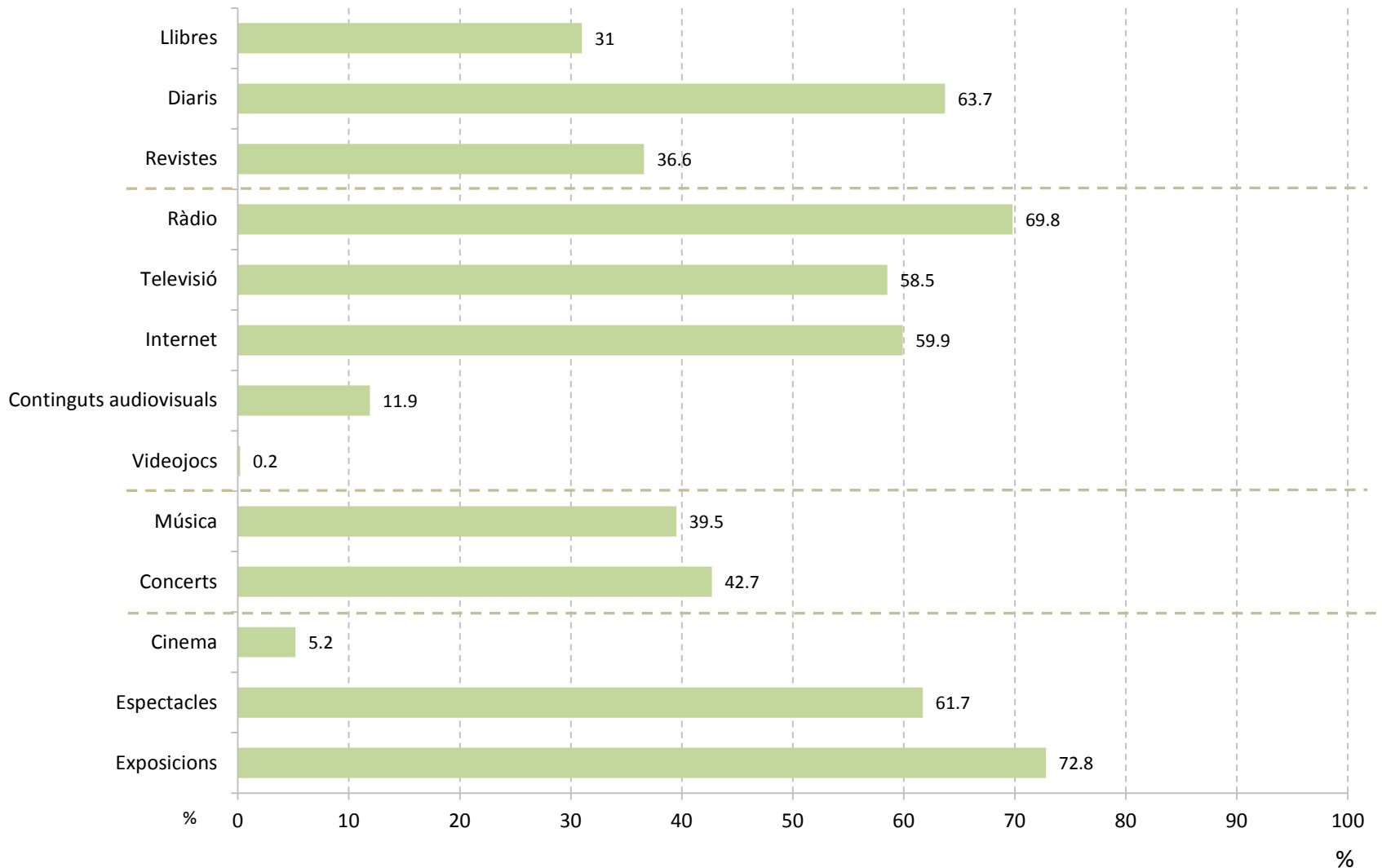
Cultura fora de la llar



Asociacionisme



Participació en català



Fitxa metodològica

Tipus d'estudi	Estudi de participació cultural	Estudia la participació en els àmbits següents: consum dels continguts audiovisuals, cinema, música, concerts, videojocs, jocs de mòbil, espectacles (teatre, musicals, dansa i circ), exposicions (patrimoni arquitectònic i arqueològic, museus i galeries d'art), lectura de llibres (i assistència a biblioteques) i associacionisme cultural.
Metodologia	TAPI (<i>tablet PC assisted personal interviewing</i>). Entrevistes personals fetes a la llar habitual amb tauleta	
Disseny mostral	Univers	Població de 14 anys i més entrevistada a la llar habitual
	Àmbit geogràfic	Catalunya
	Mostra	Individus + 14 anys 2.000 entrevistes
	Tipus de mostreig	Aleatori polietàpic estratificat Aplicat a cada submostra territorial
Treball de camp	Equip de camp	APLICA
	Durada	Treball de camp continu i ininterromput, els set dies de la setmana.
	Període	Juny de 2015

Font: *Enquesta de Participació cultural. Catalunya 2015. Departament de Cultura.*

Data de publicació: novembre de 2015

Edita: Gabinet Tècnic

ISSN:

Dipòsit legal:

Fitxa metodològica

Els resultats comparats amb les dues edicions anteriors de l'Enquesta de participació cultural 2013 i 2014 són força consistents i els resultats obtinguts es mantenen dins els marges d'error esperables en una operació estadística d'aquestes característiques.

Tot i així, s'aprecia un notable increment en l'assistència a concerts, cinema, espectacles i exposicions. Caldrà determinar si aquest increment és degut a una recuperació del consum cultural que altres fonts semblen apuntar o si, per contra, responen a esdeveniments o situacions concretes.

Font: Estadística de participació cultural a Catalunya 2015

Data de publicació: Desembre 2015

Edita: Gabinet Tècnic

Dipòsit legal: B5700-2014

ISSN: 2385-3255



[Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada
3.0 No adaptada de Creative Commons](#)