

Els interessos culturals de la població de Catalunya 2013

Sergi Mosteiro. Gabinet Tècnic

Dades clau

1. Veure la televisió, anar al cinema, escoltar la ràdio i llegir llibres són les activitats que desperten més interès entre la població catalana.
2. Quatre són les dimensions que permeten estructurar els interessos de la població catalana vers el fet cultural:
 - La divisió entre cultura que es fa fora de casa i aquella que es fa en l'àmbit de la llar
 - La contraposició entre cultura digital i cultura tradicional
 - El seguiment que la població fa dels mitjans de comunicació tradicionals (televisió i ràdio)
 - L'interès per la lectura
3. La població catalana pot dividir-se en set grans grups en funció dels seus interessos: *analògics, quotidians, clàssics, digitals, moderns, inquietos* i *apassionats*. En aquests set grups s'adverteix la confluència de tres variables: el sexe de la persona entrevistada, l'edat i el seu nivell d'estudis.
4. Aquests grups no es diferencien només amb relació als seus interessos, sinó també amb relació a les seves actituds, motivacions i barreres d'accés al fet cultural.

1. Introducció

L'anàlisi de les pràctiques culturals de les societats contemporànies s'ha ocupat, essencialment, de dues problemàtiques. La primera d'aquestes és la irrupció del paradigma digital i el seu impacte sobre les formes de participació cultural i de lleure. La segona té per objecte les possibles transformacions experimentades en la relació entre, d'una banda, les pràctiques culturals com a conformadores d'estils de vida, i de l'altra, l'estructura social. En el cas català, a més, aquesta anàlisi s'ha d'emmarcar en la crisi econòmica que, des de l'any 2008, ha reduït els pressupostos destinats a cultura i ha modificat els hàbits i les pautes de consum de la població.

En aquest nou context, és necessària la implementació de noves metodologies que permetin analitzar aquestes dinàmiques de canvi. Molt habitualment, les enquestes sobre participació cultural s'han concentrat a documentar els hàbits culturals a través de preguntes relacionades amb l'assistència, la pràctica activa o el consum de contingut cultural a través dels mitjans de comunicació, tot contrastant aquesta informació amb les característiques socioeconòmiques de la població.

La dimensió de l'interès o les preferències vers les activitats culturals, en aquest tipus d'enquestes, o bé han ocupat un lloc secundari, o bé només s'han pogut analitzar de manera indirecta. Des d'un punt de vista teòric, sembla lògic diferenciar entre **interès cultural** —les preferències d'una persona, allò que voldria fer— i **participació cultural** —el comportament, allò que es fa—, en tant que aquesta última pot venir condicionada per restriccions de tipus econòmic, temporals, de posicionament en el cicle vital, etc.

Des d'aquest plantejament, en la revisió del qüestionari de *l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013* es va optar per incorporar una pregunta relativa a l'interès que generaven tot un conjunt d'activitats culturals, avaluades numèricament en una escala de 0 a 10, i que, genèricament, corresponien als àmbits de la lectura, patrimoni, música, arts escèniques, mitjans audiovisuals i mitjans digitals.

2. Entre veure la televisió i jugar a videojocs

La Taula 1 recull els valors de mitjana per a cadascuna de les activitats culturals analitzades. Tal i com es pot observar, veure la televisió (7,12), anar al cinema (6,89), escoltar la ràdio (6,79) i llegir llibres (6,74) són les activitats que desperten més interès entre la població catalana; per contra, jugar a videojocs (2,37), descarregar-se (3,70) o accedir a continguts digitals (3,97) o anar a l'òpera (3,72) són les activitats amb un interès més baix.

Taula 1. Interès per les activitats culturals. Catalunya 2013		
	Mitjana	Desviació estàndard
Televisió	7,12	2,40
Cinema	6,89	2,84
Ràdio	6,79	2,71
Llibres	6,74	2,93
Diaris	6,05	2,95
Internet	5,97	3,82
Monuments	5,82	2,91
Teatre	5,75	3,10
Museus	5,66	2,97
Concerts (mús. actual)	5,65	3,15
Exposicions	5,50	2,96
Musicals	5,15	3,14
Biblioteques	4,78	3,30
Revistes	4,78	2,87
Dansa	4,64	3,20
Circ	4,51	3,05
Concerts (mús. clàssica)	4,36	3,32
Accés online continguts	3,97	3,93
Òpera	3,72	3,29
Descàrrega continguts	3,70	3,84
Videojocs	2,37	3,25

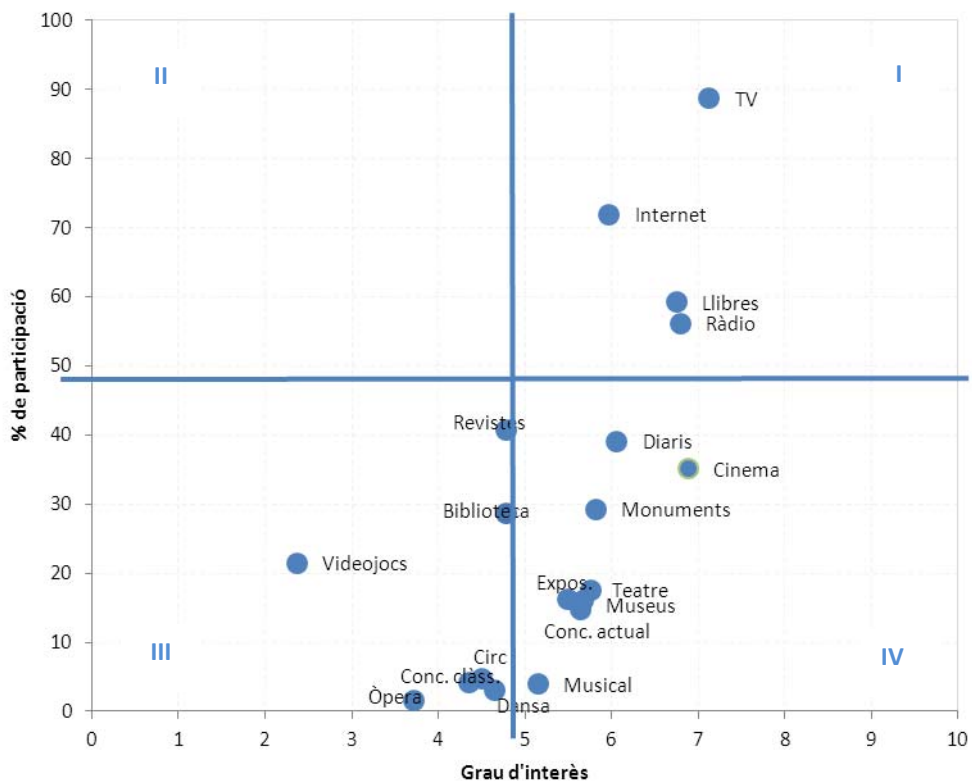
Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

És possible pensar, però, que aquests interessos no es distribueixen de manera homogènia entre la població catalana; els valors relativament alts de la desviació estàndard —una mesura estadística de dispersió— són un bon indicador. Així, per exemple, les activitats associades a l'àmbit digital —connectar-se a Internet i accés a continguts digitals, bé via descàrrega o en línia— són les que presenten una major disseminació, seguides de l'assistència a un concert de música clàssica, la visita a una biblioteca, l'assistència a l'òpera o els videojocs.

3. Interessar-se i participar-hi

Una primera aproximació a la disjuntiva interès – participació plantejada inicialment ens l'ofereix el Gràfic 1.

Gràfic 1. Relació entre interès i participació. Catalunya 2013

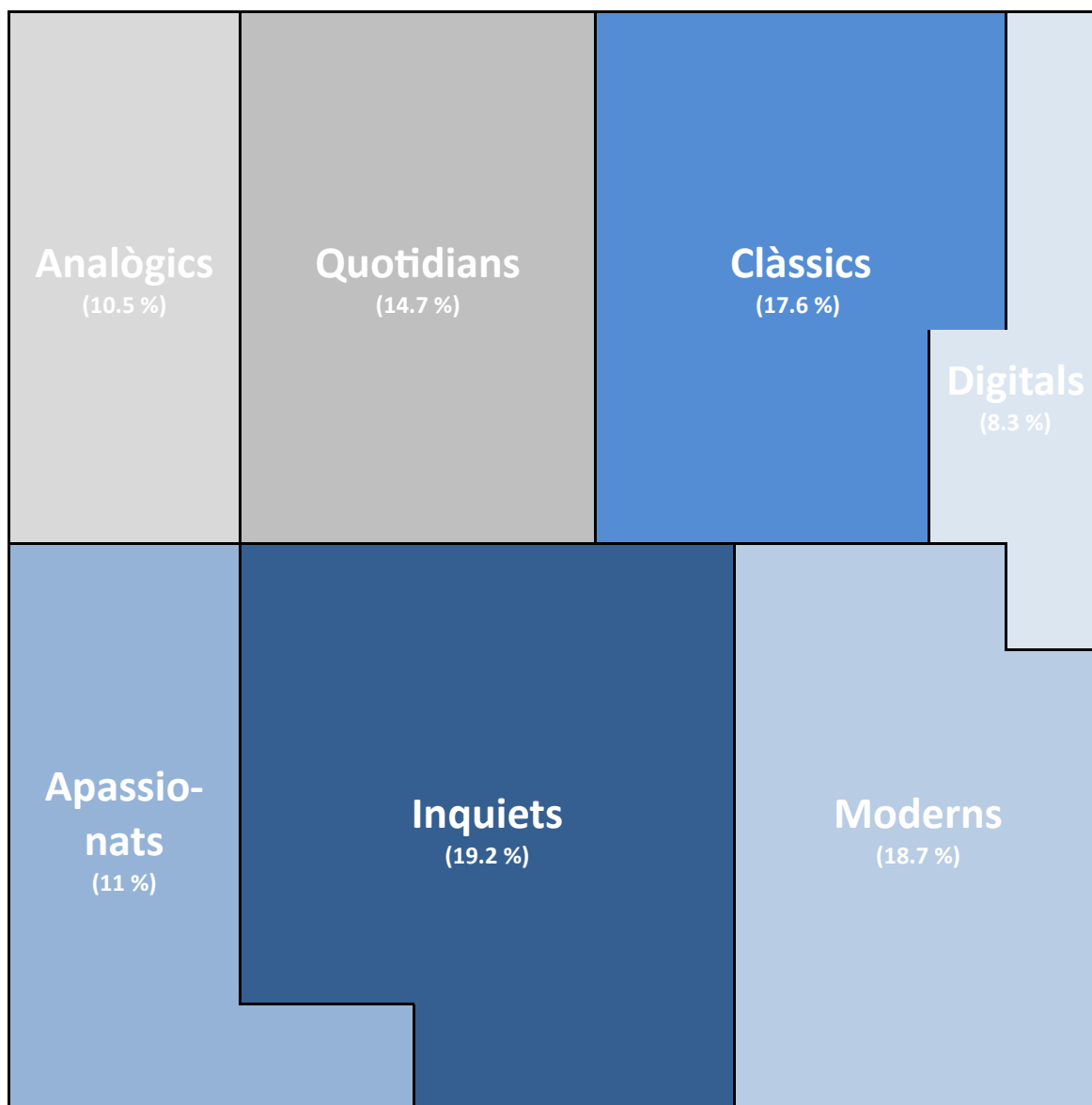


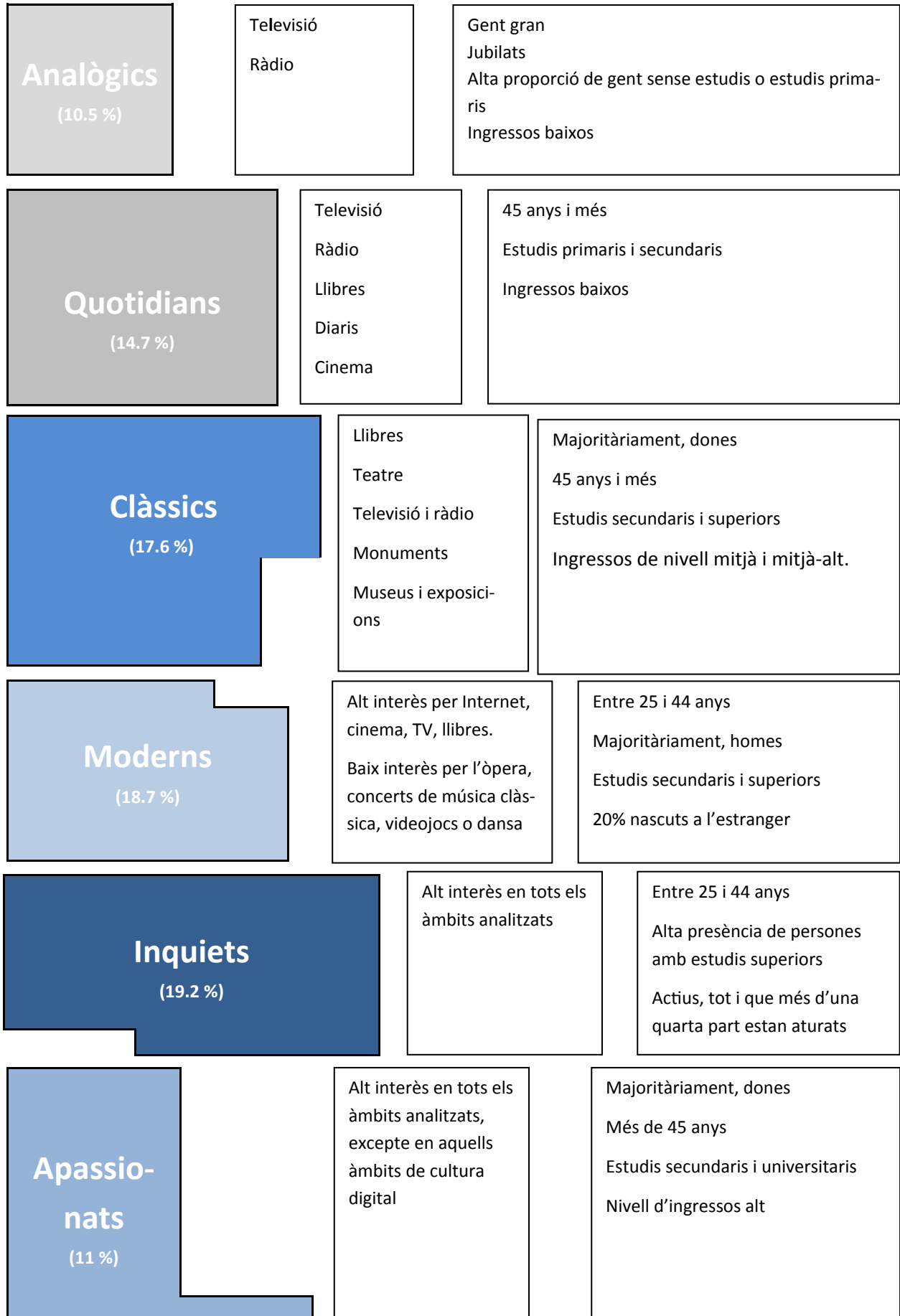
Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

- I. El *primer quadrant (I)* representa aquelles activitats que generen un alt grau d'interès i, a més, presenten també un grau de participació relativament alt, com són veure la televisió, connectar-se a Internet, llegir llibres i escoltar la ràdio.
- II. El *segon quadrant (II)* apareix buit, ja que resultaria estrany trobar activitats amb un baix nivell d'interès en les quals les persones participessin activament.
- III. El *tercer quadrant (III)* conté aquelles activitats que presenten un nivell d'interès relativament baix i, alhora, també un grau baix d'implicació per part de les persones enquestades. S'ha de veure, però, que hi ha tres grups d'activitats: un primer, format per la lectura de revistes i l'assistència a biblioteques, on grau d'interès i participació es mouen, aproximadament, amb la mateixa intensitat; un segon, format pels videojocs, amb un interès relativament baix, però amb un nivell de pràctica més alt d'allò esperat, i, per últim, un tercer grup format per activitats com l'òpera, els concerts de música clàssica, la dansa i el circ, on l'interès, tot i ser baix, no es correspon amb el nivell de penetració entre la població.
- IV. El *quart quadrant (IV)* inclou aquelles activitats amb un nivell d'interès relativament alt, però un nivell de pràctica més baix del que, en principi, caldria esperar. És el cas de l'assistència a musicals, a concerts de música moderna o actual, als museus i exposicions o al teatre. D'aquests, el cas paradigmàtic és el del **cinema**, ja que, tot i ser la segona activitat preferida pels catalans, presenta un nivell de realització força baix.

4. Classificant la població en funció dels seus interessos

L'aplicació de tècniques estadístiques d'anàlisi multivariant —anàlisi de components principals i classificació jeràrquica ascendent— ha permès identificar set grups de població en funció dels seus interessos culturals.

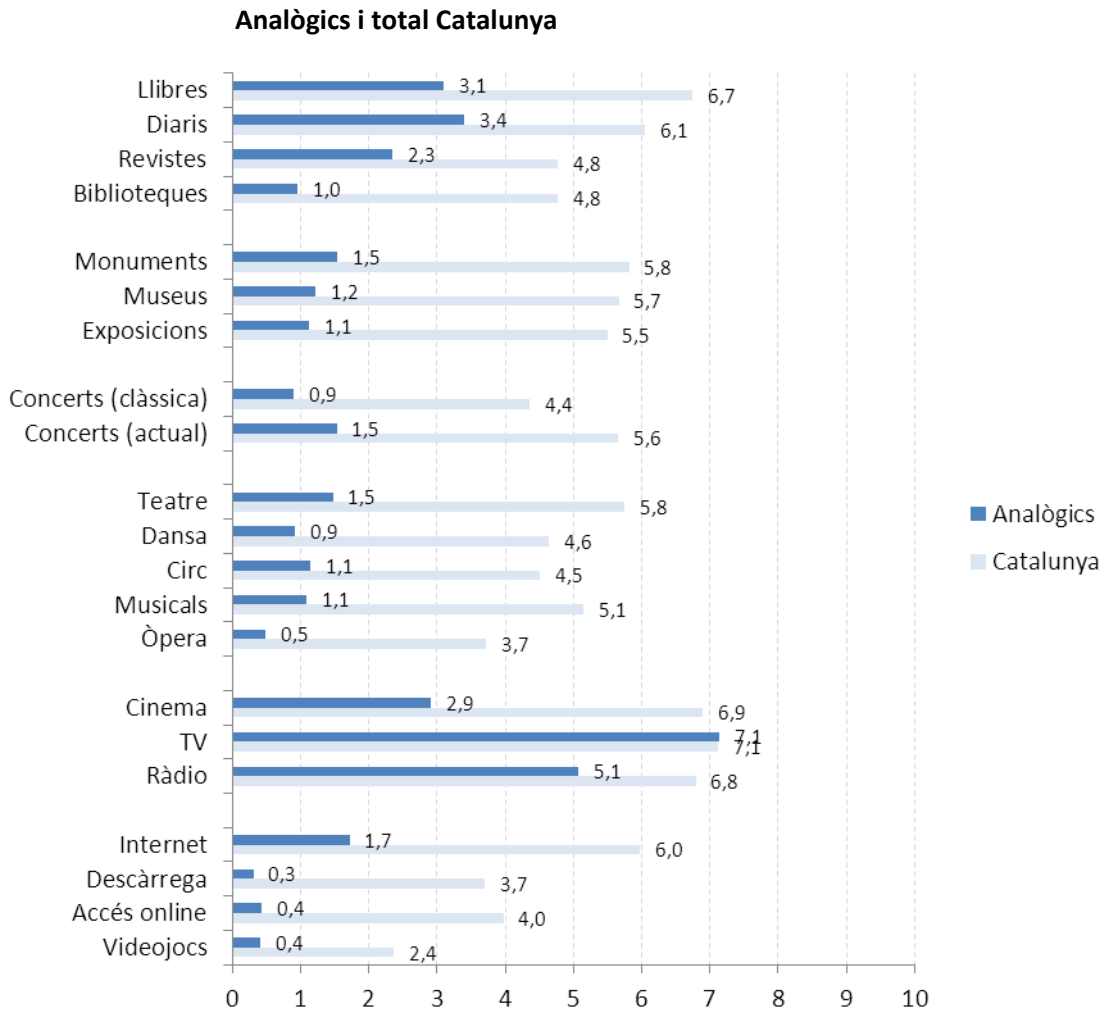




4.1. Els analògics

El primer dels grups identificats es caracteritza perquè presenta un nivell d'interès molt baix en tots els àmbits culturals analitzats, a excepció de la televisió (7,14) i, en menor mesura, la ràdio (5,08).

Gràfic 2. Interès per les activitats culturals 2013



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

Sociodemogràficament, correspon a un perfil de població d'edat avançada —un 46,9 % té més de 65 anys—, gairebé la meitat dels quals no té estudis o té estudis primaris, i amb una proporció molt elevada de persones jubilades (47,8 %). Gairebé 7 de cada 10 estan casats, si bé destaca la proporció de persones vídues (17 %), la més alta de tots els grups identificats.

Aquestes persones viuen en llars on els ingressos disponibles se situen, comparativament, en una franja relativament baixa. En un 37 % dels casos, els ingressos no superen els 940 euros mensuals.

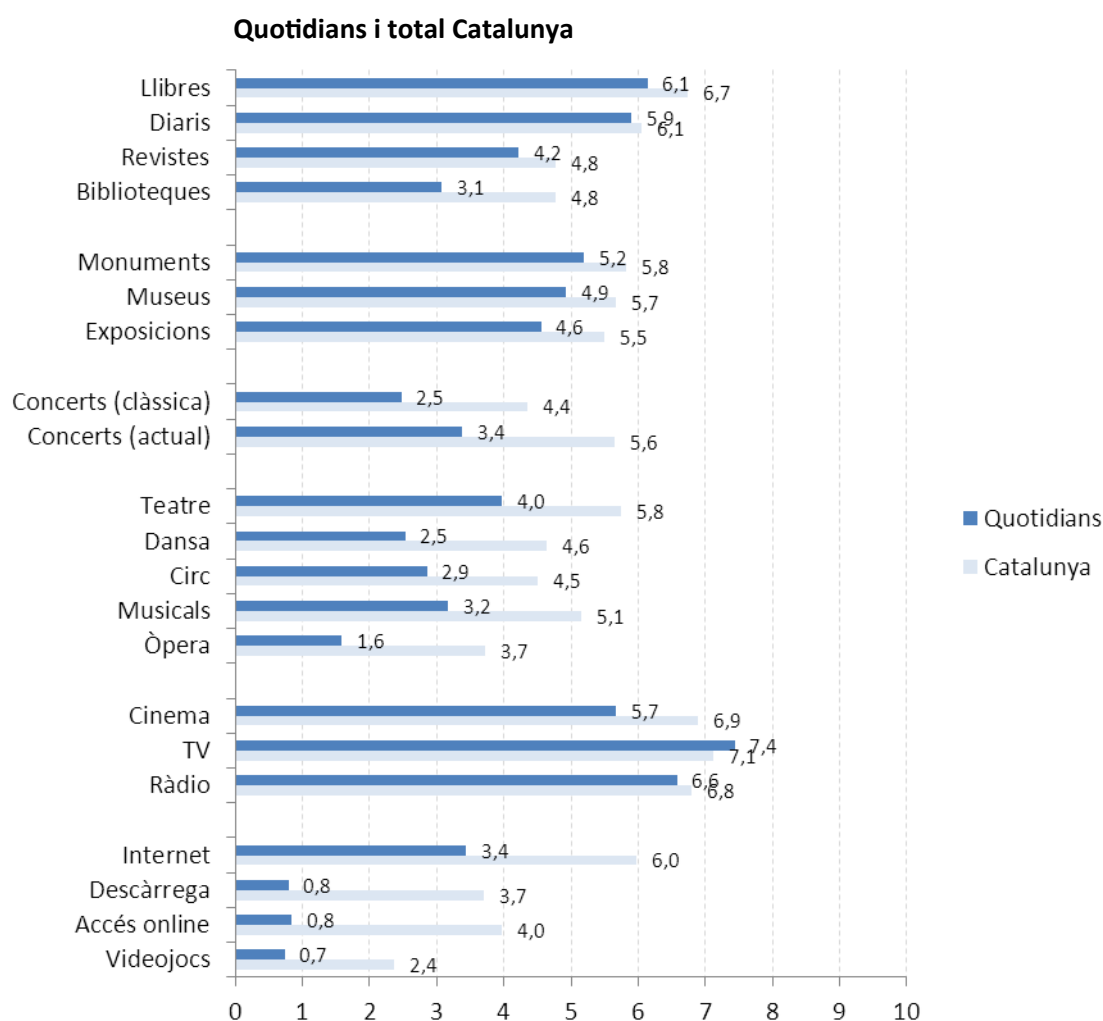
Amb relació a l'origen, és important la presència de persones nascudes a la resta d'Espanya i que varen arribar a Catalunya ja fa força anys (42,3 %). Des d'un punt de vista lingüístic, 2 de cada 3 entrevistats inclosos en aquest grup considera el castellà la seva llengua d'identitat.

4.2. Els quotidians

Com en el cas anterior, en aquest segon grup la televisió ocupa la primera posició entre les activitats culturals preferides (7,14), així com la ràdio (6,57). Ara bé, en aquest grup també trobem un cert interès per la lectura de llibres (6,14), la lectura de diaris (6,57). Ara bé, en aquest grup també trobem un cert interès per la lectura de llibres (6,14), la lectura de diaris (6,57) i l'assistència al cinema (5,67).

Activitats com les visites a monuments, museus o exposicions presenten, dins aquest grup, una valoració molt propera al 5 i, per a la resta d'activitats, l'interès manifestat el trobem allunyat del valor mitjà global.

Gràfic 3. Interès per les activitats culturals 2013



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

En termes sociodemogràfics, aquest grup resulta més jove que l'identificat anteriorment, si bé més de la meitat dels ciutadans aquí inclosos superen els 55 anys. El nivell d'estudis és també més elevat que en el cas anterior —un 65 % disposa d'estudis secundaris—, tot i que, comparativament, la taxa de persones amb només estudis primaris és força elevada (19,4 %). Laboralment, els membres d'aquest grup es reparteixen entre pensionistes (36,0 %), actius (31,2 %) i aturats (20,4 %).

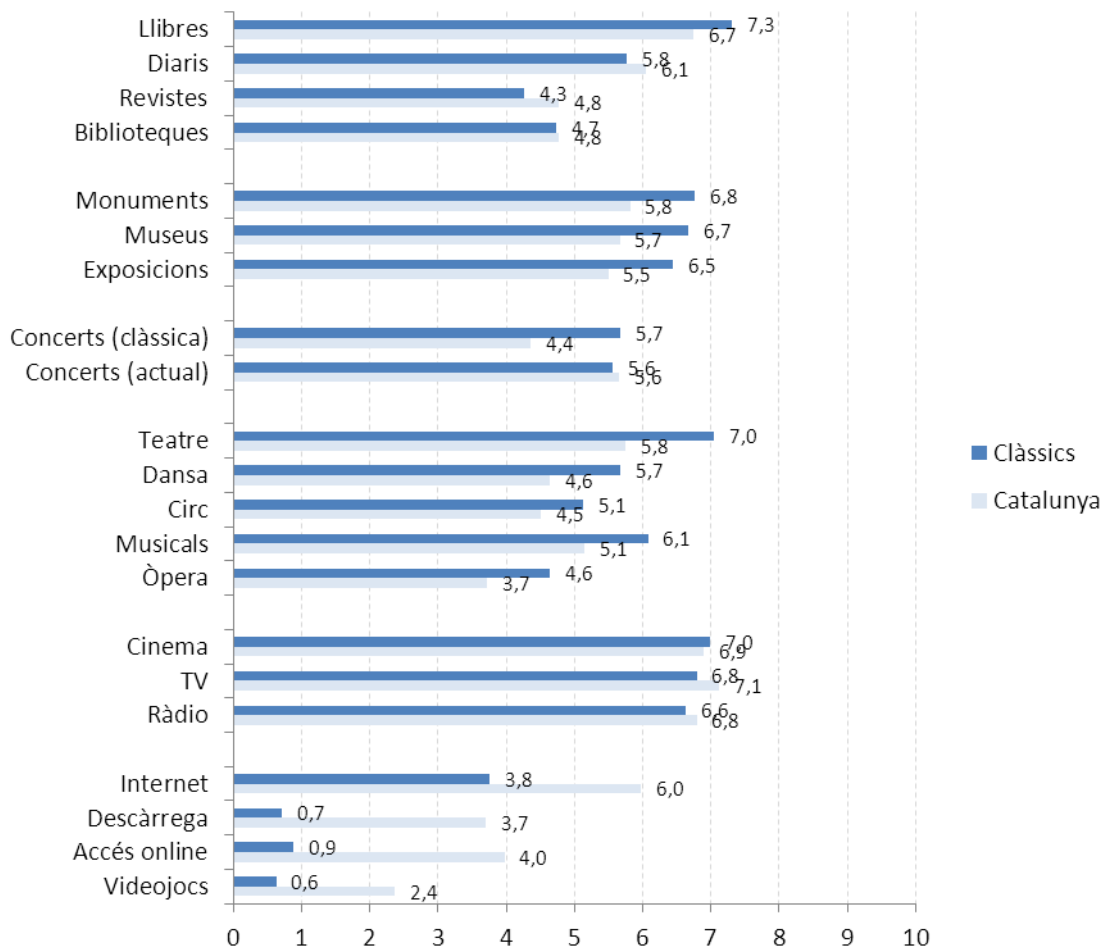
La població nascuda a Catalunya és majoritària (51,5 %), però destaca la forta presència de persones nascudes a la resta de l'Estat (31,9 %), 10 punts per sobre de la taxa general. Lingüísticament, si bé més de la meitat s'identifica amb el castellà, un de cada tres ho fa amb el català.

4.3. Els clàssics

Les persones incloses en aquest grup es caracteritzen perquè el seu principal interès se situa en el que podríem identificar com a àmbits culturals clàssics, com són la lectura de llibres (7,31), l'assistència al teatre (7,05), veure la televisió (6,79), escoltar la ràdio (6,63) i visitar monuments, museus i/o exposicions. Per contra, tots aquells aspectes relacionats amb la cultura digital presenten un grau de penetració força baix amb relació a la mitjana.

Gràfic 4. Interès per les activitats culturals 2013

Clàssics i total Catalunya



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

El perfil sociodemogràfic d'aquest grup està força marcat: dones (62,1 %), de mitjana edat —un 58 % supera els 55 anys— i amb un nivell d'estudis secundaris (62,3 %), en la seva majoria, casades i residents en llars amb ingressos de nivell mitjà i mitjà-alt.

4.4. Els digitals

Aquest és un tipus amb uns hàbits molt definits i a la vegada molt contrastats. En primer lloc, cal destacar que aquest és el grup més jove de tots els identificats: un 23,5 % té entre 14 i 19 anys, un 15,9 %, entre 20 i 24, i un 30,3 %, de 25 a 34 anys; des d'aquest punt de vista, no resulta estrany trobar que un 21 % d'ells estigui estudiant; un terç, treballant, i un altre terç, en situació d'atur.

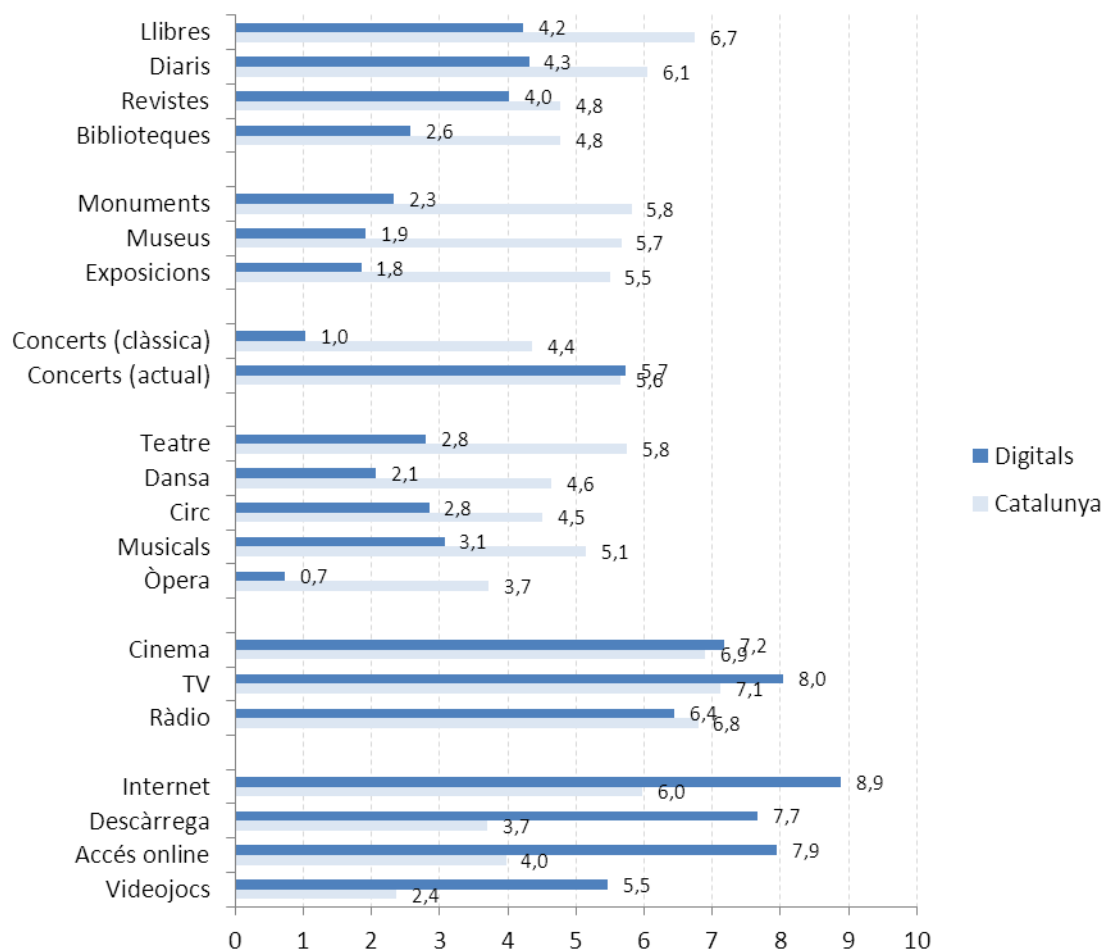
Una altra característica respon al fet que, en aquest grup, és on trobem una major segmentació en funció del sexe; gairebé 7 de cada 10 persones incloses en aquest grup són homes.

Amb relació a l'origen, si bé un 62,1 % dels individus aquí inclosos va néixer a Catalunya, la proporció de persones nascudes a l'estranger (28,7 %) és la més alta de totes les identificades en els set grups. Un altre tret molt definitori és el fet que, juntament amb el grup dels analògics, és en aquest grup on trobem la proporció més baixa de persones que s'identifiquen lingüísticament amb el català (22,9 %).

Els interessos de les persones incloses en aquest grup es concentren en l'àmbit de la cultura digital i audiovisual, articulada a través d'Internet, el cinema i la televisió. Cal destacar com, dins d'aquest grup, el joc amb videojocs assoleix el seu màxim entre tots els grups identificats (5,47), i també la incidència que té la ràdio (6,45) o les ganes d'assistir a un concert de música actual (5,73). Paral·lelament, és important veure el baix interès que desperten activitats com l'assistència a espectacles d'arts escèniques o les visites a espais museístics o monumentals, així com el poc interès per la lectura, en les tres dimensions aquí analitzades.

Gràfic 5. Interès per les activitats culturals 2013

Digitals i total Catalunya



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

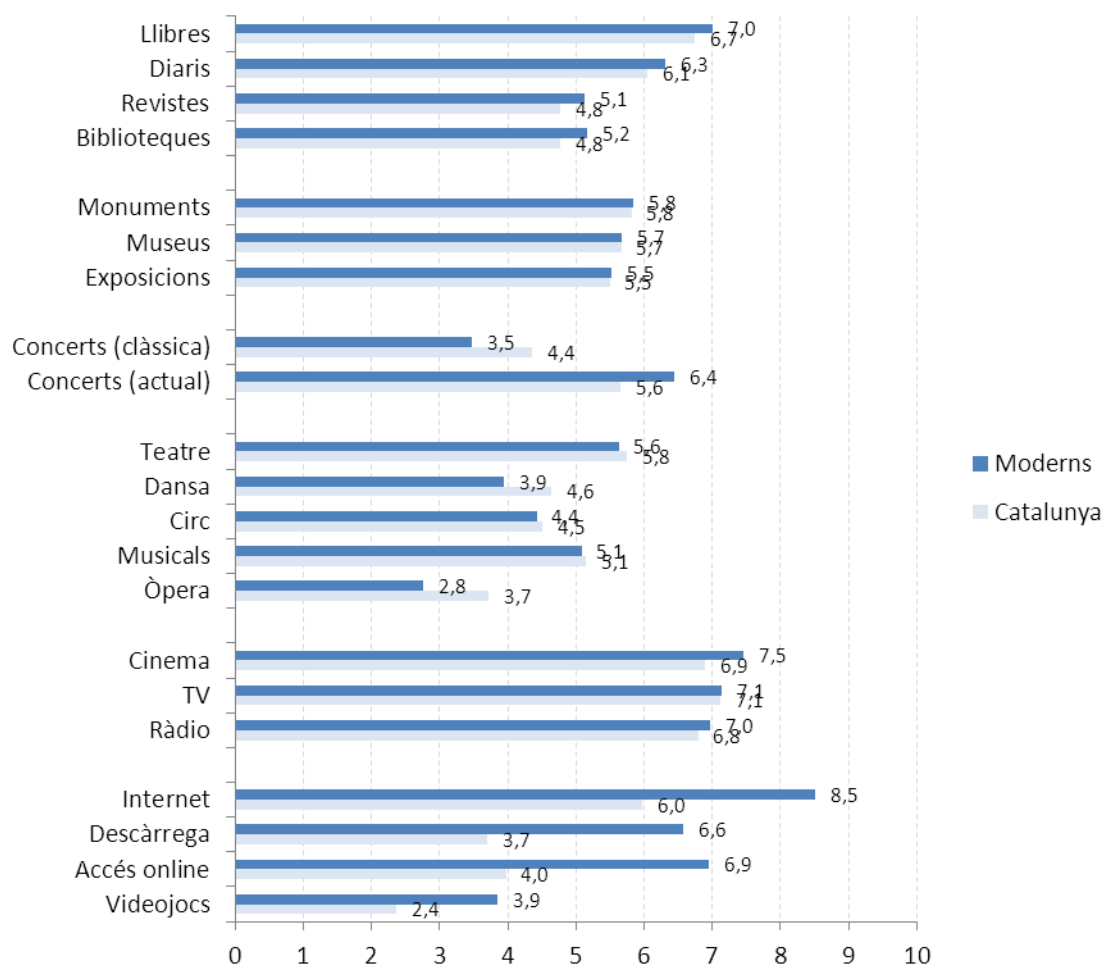
4.5. Els moderns

En el cinquè grup dels identificats, gairebé 6 de cada 10 dels entrevistats inclosos són homes. De la mateixa manera, es caracteritza per ser un grup relativament jove —un 52 % té entre 25 i 44 anys—, amb un nivell d'estudis majoritàriament secundari (68,9 %) i amb una alta presència de persones amb estudis superiors (24,2 %) o que els estan cursant (5,1 %).

Aquest grup es caracteritza perquè manifesta un interès molt alt per connectar-se a Internet (8,51), per anar al cinema (7,46), per veure la televisió (7,14) i per llegir llibres (7,01), així com per accedir a continguts en línia (6,95), descarregar-se'ls (6,58) o escoltar la ràdio (6,97). En canvi, mostra un interès força baix per l'òpera (2,76) i la música clàssica (3,48), els videojocs (3,85) i la dansa (3,94).

Gràfic 6. Interès per les activitats culturals 2013

Moderns i total Catalunya



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

És un grup format per persones nascudes a Catalunya (66,7 %), tot i que al voltant del 20 % va fer-ho a l'estranger. En aquest sentit, no resulta estrany que, després del castellà (55,3 %) i el català (35,3 %), la categoria *Altres llengües* agregui un 9,4 % dels individus com a criteri identitari.

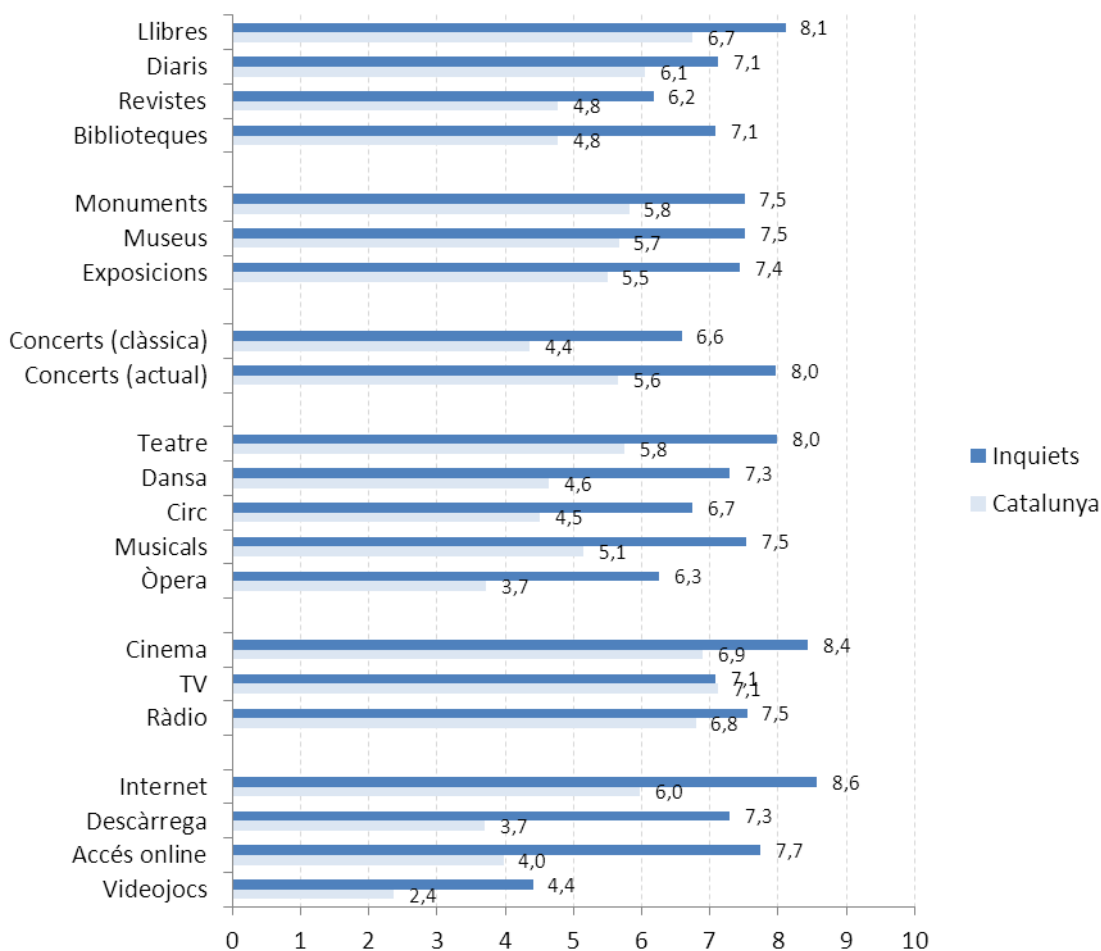
La meitat dels aquí inclosos estan casats o viuen en parella i un 42,5 % són solters. La meitat dels seus membres estan treballant, tot i que una quarta part es troba en situació d'atur.

Per últim, destaquen perquè són una generació els progenitors dels quals van acabar, en bona part, els estudis secundaris i, al voltant d'un 10 %, els superiors.

4.6. Els inquiets

Els *inquiets* i els *apassionats*, que descriurem posteriorment, són els dos grups que presenten un nivell d'interès per les activitats culturals més alt de tots els grups identificats. En el cas dels inquiets, els seus interessos es reparteixen per tots els àmbits analitzats però, especialment, per Internet (8,57), el cinema (8,43), la lectura de llibres (8,11), el teatre (7,99) i els concerts de música actual (7,96). És notable també el seu interès per les visites a monuments, museus i exposicions, així com per tots els continguts presents a la xarxa, independentment del seu tipus d'accés.

A diferència dels *moderns*, entre els *inquiets* hi ha un fort interès per la dansa, el circ i els musicals, així com per activitats més clàssiques, com són l'òpera o els concerts de música clàssica.

Gràfic 7. Interès per les activitats culturals 2013**Inquiets i total Catalunya**

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

En termes sociodemogràfics, dos són els trets que permeten identificar aquest grup: per una banda, l'edat —gairebé la meitat té menys de 34 anys— i el nivell d'estudis —un 36 % té estudis superiors, la taxa més alta de totes les identificades. Un altre tret diferenciador és el fet que hi ha una major presència de dones (54,9 %) que d'homes (45,1 %).

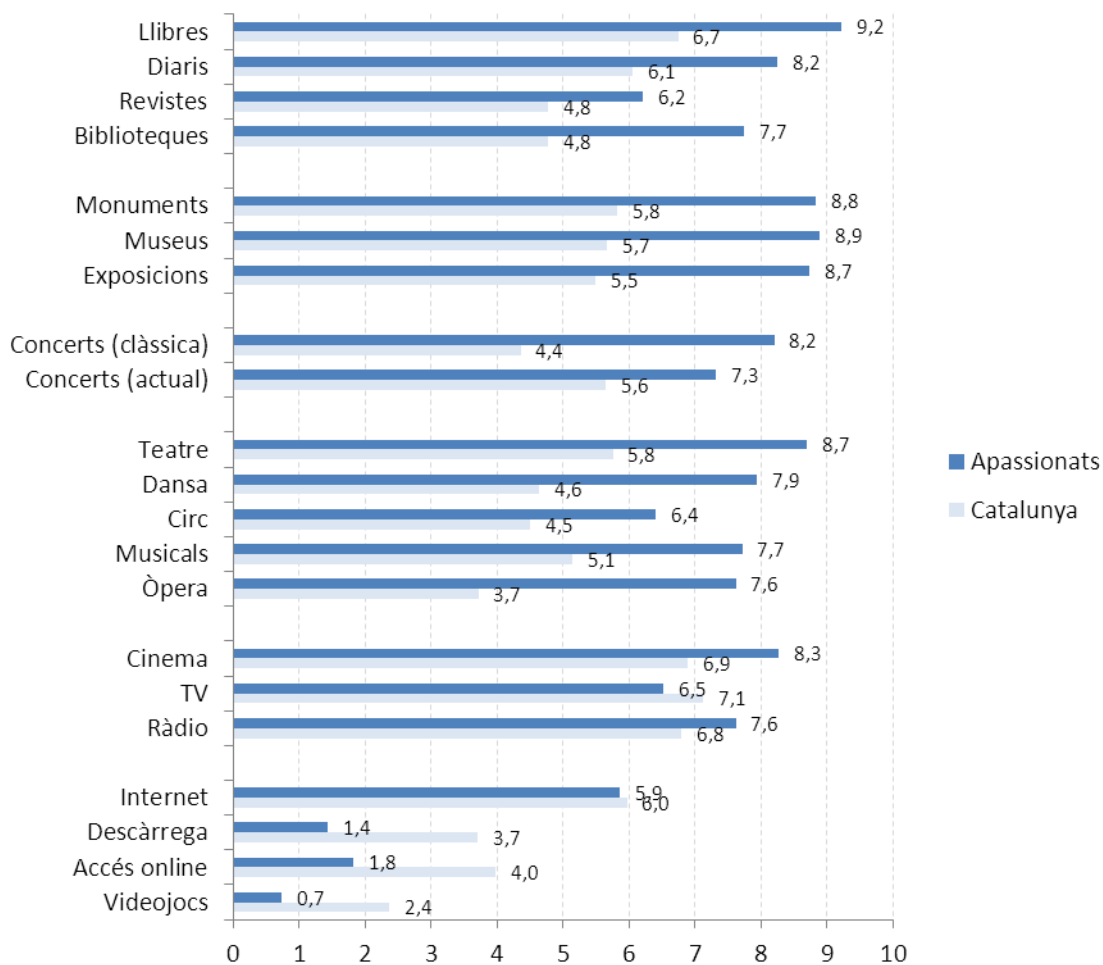
Tot i que un 49,2 % treballa, s'aprecia que més d'una quarta part dels membres d'aquest grup es troben en situació d'atur, així com que un 8,3 % són estudiants no universitaris i un 5,7 %, universitaris.

4.7. Els apassionats

La principal característica d'aquest grup és un nivell d'interès molt elevat en gran part de les activitats culturals analitzades —que, fins i tot, assoleix valors màxims per als set clústers identificats—, excepte en aquells àmbits relacionats amb la cultura digital. Connectar-se a Internet, en una escala de 0 a 10, obté un valor proper al 6, accedir o descarregar continguts audiovisuals, només 1,5-2, i jugar a videojocs, ni tan sols arriba a l'1 de mitjana.

Gràfic 8. Interès per les activitats culturals 2013

Apassionats i total Catalunya



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

El perfil d'aquest grup està força definit. Dones (69,2 %), nascudes a Catalunya majoritàriament (65,6 %), amb estudis secundaris (56,7 %) o universitaris (36,1 %) i residents en llars amb un nivell d'ingressos força alt, ja que en un 39 % dels casos se superen els 1.846 euros. Per edat, i aquest és un tret que també diferencia els *apassionats* dels *inquiets*, gairebé tres quartes parts de les persones incloses en aquest grup supera els 45 anys.

5. Actituds, motivacions, barreres i canvi d'hàbits

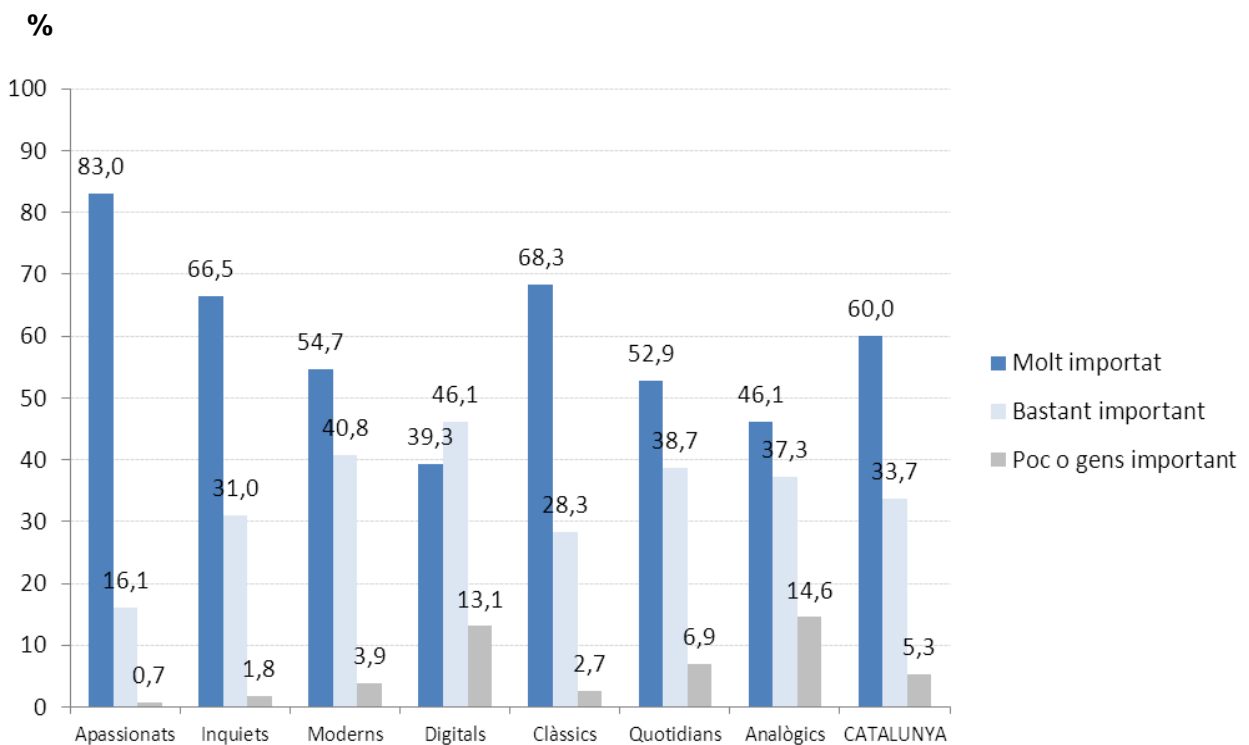
Un cop identificats els diversos grups en funció del seus interessos i caracteritzats sociodemogràficament, és interessant analitzar si hi ha diferències entre ells en funció de les seves actituds vers el fet cultural, les seves motivacions a l'hora de participar, si es detecten barreres d'accés a la cultura desiguals per a cadascun d'ells o canvis d'hàbits.

Podem començar analitzant la importància que atorguen a la cultura. Si bé 9 de cada 10 catalans manifesten que la cultura és molt o bastant important a les seves vides, no tots fan aquesta apreciació amb la mateixa intensitat.

Potser, el cas més paradigmàtic és el dels *digitals*, el grup més jove, on la categoria *Molt important* recull, amb relació als altres grups, el menor percentatge de resposta; fins i tot, 1 de cada 10 arriba a considerar la cultura *Poc important*; aquesta actitud contrasta amb el posicionament dels *apassionats*.

Gràfic 9. Importància atorgada a la cultura. Catalunya 2013

Per grups



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

Les motivacions que porten a consumir un determinat producte cultural tampoc es distribueixen de manera uniforme entre grups. Veiem com l'artista o la recomanació d'amics —els dos principals motius en el global— tenen força incidència entre els grups que mostren un major índex d'interès. De la mateixa manera, es pot observar com, entre els grups més joves, el fet que un determinat bé sigui gratuït, el fet que a una activitat s'hi pugui anar amb els amics o bé el mateix fet que el consumidor sigui fan d'algun producte incideixen de manera significativa a l'hora de decidir-se a consumir.

Paral·lelament, l'etapa del cicle vital es conforma com un factor que condiona la participació cultural. Resulta curiós veure com el fet de poder anar a una activitat amb nens té una major incidència en els grups dels *apassionats*, dels *inquiets* i dels *moderns*, molts dels membres dels quals es troben en la franja d'edat en què és freqüent haver format una família.

Resulta interessant veure també com són els més joves els que fan un ús molt més elevat que la resta d'Internet com a prescriptora i font d'ofertes en matèria cultural. Entre els *inquiets* i *moderns*, Internet sembla esdevenir un complement a la crítica tradicional; en canvi, en el grup dels *digitals*, la crítica tradicional té molt poca incidència.

Taula 2. Motivacions a l'hora de consumir un determinat producte cultural. Catalunya 2013								
Per grups.								%
	Apassionats	Inquiets	Moderns	Digitals	Clàssics	Quotidians	Analògics	Catalunya
Artista	62,4	64,0	64,6	54,9	63,4	53,8	45,7	59,6
Recomanació	42,0	42,3	38,3	31,1	38,1	33,3	15,9	35,7
Gratuïtat	20,6	25,3	23,7	32,2	19,9	17,1	20,0	22,3
Crítica	26,9	24,0	18,4	6,6	16,1	9,7	4,6	16,3
Poder-hi anar amb amics	14,5	24,2	19,7	23,4	10,5	9,4	5,7	15,7
Temps	21,7	19,4	15,1	10,7	17,2	12,7	9,1	15,7
Novetat / estrena	18,2	19,9	16,2	13,1	14,6	10,5	6,0	14,7
Experiència diferent	18,2	17,9	12,2	7,2	12,0	9,0	4,6	12,2
Poder-hi anar amb nens	13,6	12,8	11,6	8,4	9,5	6,5	5,1	10,0
Ser fan	7,8	14,0	12,9	13,9	7,1	5,1	2,6	9,4
Recomanació Internet	4,9	15,3	10,4	7,6	3,6	1,7	0,6	7,0
Ofertes Internet	3,8	7,4	3,9	4,1	1,1	1,2	0,3	3,3
Altres	10,8	5,2	5,3	4,5	7,7	8,8	8,8	7,1
NS/NC	0,3	0,1	0,4	1,6	1,9	3,7	15,3	2,8

Font: Elaboració pròpia a partir de l'*Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013*

En gris, categories amb un valor superior a la taxa global catalana

La recerca d'ofertes té molt a veure amb les barreres d'accés a béns i serveis culturals. El grup dels *inquiets*, el més jove i més interessat, juntament amb el dels *moderns*, és també el que més identifica el preu com la principal barrera a l'hora de consumir més productes culturals. Per altra banda, destaca com, entre els *digitals*, la manca d'interès esdevé una barrera important; aquest desinterès els situa en línia amb els *quotidians* i *analògics*, relació curiosa si atenem al fet que, actitudinalment, s'estan alineant amb els grups de més edat.

La manca de temps té una incidència especial entre *inquiets*, *moderns* i *apassionats*; recordem que, entre ells, bona part de la població treballa i, segons el que comentàvem anteriorment, molts tenen càrregues familiars. De fet, és també entre aquests grups on la manca d'oferta familiar té una certa presència com a impediment de consum cultural.

Taula 3. Motius que dificulten la participació cultural. Catalunya 2013								%
Per grups.								
	Apassionats	Inquiets	Moderns	Digitals	Clàssics	Quotidians	Analògics	CATALUNYA
Preu	61,8	71,2	68,6	66,2	57,7	57,2	44,0	62,0
Manca de temps	47,0	52,2	47,3	36,1	40,1	32,5	19,3	40,9
Manca d'interès	9,0	11,2	13,4	20,7	16,8	24,6	32,2	17,3
Manca d'oferta	15,1	11,3	12,7	10,0	12,4	8,8	6,3	11,2
Problemes de mobilitat	14,2	8,8	6,1	5,9	10,3	13,0	10,8	9,7
Oferta de baixa qualitat	7,1	5,3	4,1	1,6	4,4	2,8	0,5	3,9
Manca de coneixement	3,6	3,8	3,6	2,1	3,0	3,1	5,3	3,5
Manca d'oferta per a famílies	5,8	3,8	3,3	3,3	3,1	1,3	1,5	3,2
No tenir gent amb qui fer-ho	3,8	2,7	3,0	1,8	2,5	2,6	1,1	2,6
Altres	4,7	1,7	2,6	2,5	6,1	6,4	9,1	4,5
NS/NC	1,0	0,3	0,5	0,4	1,0	1,0	8,3	1,5

Font: Elaboració pròpia a partir de l'*Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013*

En gris, categories amb un valor superior a la taxa global catalana

En un context de crisi econòmica i on el preu s'identifica com un dels principals obstacles a l'hora de consumir cultura, no resulta estrany que més de la meitat dels catalans hagi reduït la seva despesa en matèria cultural. De nou, és el grup dels *inquiets* qui més l'ha disminuït, 8 punts per sobre dels *apassionats*.

Internet, per als grups dels *inquiets*, dels *digitals* i dels *moderns* esdevé una alternativa i, fins i tot, un substitut de consum cultural. I a més, un espai de consum gratuït, ja que són molt pocs els que declaren accedir a més continguts en línia de pagament.

Una altra alternativa és buscar ofertes. Més de la meitat dels *inquiets* les busca activament —actitud que contrasta amb la dels seus anàlegs *apassionats*, molt millor posicionats econòmicament— i gairebé 4 de cada 10 declara que només assisteix al teatre o al cinema si troba ofertes, opció a la qual també s'apunten 3 de cada 10 *moderns* i *digitals* i una quarta part dels *apassionats*.

Taula 4. Canvi d'hàbits en el consum cultural. Catalunya 2013

Per grups.								%
	Apassionats	Inquiets	Moderns	Digitals	Clàssics	Quotidians	Analògics	CATALUNYA
Reducció despesa destinada a cultura	57,4	66,1	61,1	62,5	54,4	44,0	32,5	55,1
Accedir a més continguts en línia	17,9	65,8	58,9	65,2	14,6	13,0	7,4	36,3
Accedir a més continguts en línia de pagament	4,4	12,2	6,9	8,8	3,3	2,1	1,4	5,9
Buscar ofertes	34,3	52,7	42,3	35,5	24,3	10,4	5,3	31,1
Anar-hi només si hi ha ofertes	25,4	39,0	33,4	33,7	17,5	9,9	4,5	24,3
Anar més a biblioteques	23,7	26,6	17,7	12,3	10,2	7,3	3,1	15,2

Font: Elaboració pròpia a partir de l'*Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013*

En gris, categories amb un valor superior a la taxa global catalana

6. Reflexions finals

Al llarg de l'anàlisi efectuada, la variable **sexe** ha aparegut amb capacitat diferenciadora especial; concretament, tres dels set grups identificats —*apassionats*, *inquiets* i *clàssics*— estan formats, majoritàriament, per dones, i dos —*moderns* i *digitals*—, per homes. Aquest fet mostra l'existència —i persistència— d'interessos clarament diferenciats; en aquest sentit, podem parlar de l'existència d'universos culturals diferenciats en funció del sexe. Així, per exemple, la lectura de llibres és una pràctica que desperta més interès entre les dones; la de diaris, en canvi, sembla estar masculinitzada, atès l'efecte de la premsa esportiva; el mateix succeeix amb les arts escèniques —especialment, en el cas de la dansa— o la tecnologia, on homes i dones presenten diferències estadísticament significatives. La qüestió que es planteja, evidentment, és si aquests espais diferenciats responen a una lògica basada, simplement, en el gust, o a una lògica basada en estructures de desigualtat de gènere, construïdes socialment.

En segon lloc, el **nivell educatiu** esdevé una variable amb una alta capacitat per estructurar els interessos de la població catalana en matèria cultural. Tal i com s'ha pogut observar, a mesura que augmenta el nivell educatiu adquirit per una persona, augmenta tant el nivell d'interès com el rang de pràctiques pels quals aquesta mostra interès. Caldria explorar, també, si aquestes diferències quantitatives tenen algun tipus de reflex qualitatiu, a l'hora de decantar-se per exemple, per un determinat gènere cinematogràfic, musical o literari.

A l'efecte del sexe i l'educació cal afegir, a més, el de l'**edat**. De fet, els grups identificats poden dividir-se entre els més joves —*inquiets*, *moderns* i *digitals*— i els de major edat —*apassionats*, *clàssics*, *quotidians* i *analògics*. Des d'aquest plantejament, cal distingir entre diferències basades en la cohort o diferències basades en el cicle vital. Així, hi ha gustos o actituds vers la cultura que poden estar associats a processos específics del cicle vital —identificar el fet de no poder-hi anar amb nens com una barrera d'accés cultural, per exemple— i gustos o actituds que, en canvi, s'associen a persones joves —videojocs, Internet, ser fan— i altres a persones d'edat més elevada —els concerts de música clàssica, l'òpera. La identificació d'un grup com el dels *inquiets*, jove, però amb un alt rang d'interessos que es mou més enllà de la clàssica distinció i contraposició entre cultura tradicional-lletrada i cultura moderna-digital, permet pensar que els esquemes de classificació tradicionals esdevenen cada cop més permeables i fràgils.

Esquemes que també es veuen reflectits en les actituds, motivacions i barreres vers el fet cultural. Entre els més joves, el preu esdevé un impediment per accedir a determinats béns i serveis culturals; i cal parlar més d'impediment que no pas de barrera, en tant que la solució, almenys amb aquestes primeres dades, no és deixar de consumir, sinó buscar alternatives, bé via Internet, bé via ofertes o descomptes. I és que, recordem-ho, la cultura és molt o bastant important per a 9 de cada 10 catalans.

Metodologia

Anàlisi de components principals

L'objectiu de l'anàlisi de components principals és reduir un conjunt de variables independents —en el nostre cas, l'interès declarat per les activitats culturals analitzades— a un altre conjunt amb un nombre molt menor de variables que són combinació lineal de les variables originals i representen gran part de la variabilitat continguda en el conjunt primitiu. Així, a partir de p variables, X_1, X_2, \dots, X_p , observades en n individus que configuren un espai p -dimensional, s'extreu un nou conjunt de p variables denominades components principals (o factors), PC_1, PC_2, \dots, PC_p , que són combinació lineal de les variables originals, expressades com:

$$PC_{(1)} = w_{(1)1}X_1 + w_{(1)2}X_2 + \dots + w_{(1)n}X_p$$

$$PC_{(2)} = w_{(2)1}X_1 + w_{(2)2}X_2 + \dots + w_{(2)n}X_p$$

$$PC_{(k)} = w_{(k)1}X_1 + w_{(k)2}X_2 + \dots + w_{(k)n}X_p$$

La utilitat de l'ACP no resideix a obtenir tants components principals com variables originals, sinó a obtenir un nombre reduït de components principals que expliquin gran part de la variabilitat de les variables originals.

Anàlisi jeràrquica ascendent

En una segona fase, s'ha aplicat una anàlisi jeràrquica ascendent basada en els components principals obtinguts. L'anàlisi de conglomerats és una tècnica estadística en què, donada una mostra d'observacions en un conjunt gran de variables, s'agrupen els elements de la mostra en grups anomenats conglomerats, de tal manera que, respecte a la distribució dels valors de les variables, cada conglomerat sigui tan homogeni com sigui possible i els diferents conglomerats siguin molt diferents entre si.

La idea central en l'anàlisi de conglomerats és la idea de distància. Els conglomerats consisteixen en punts separats per petites distàncies respecte a les distàncies que hi ha entre els diversos conglomerats. Hi ha diversos mètodes de conglomerats. En els mètodes jeràrquics, l'anàlisi comença amb tants conglomerats com individus. A partir d'aquestes unitats inicials es van formant conglomerats de manera ascendent, agrupant en cada etapa els individus dels dos conglomerats més pròxims, de manera que al final del procés tots els individus estan agrupats en un únic conglomerat. Per tant, el nombre de conglomerats que es desitja es pot escollir *a posteriori*. Atès que en una anàlisi de conglomerats jeràrquica el nombre de grups es va reduint en cada iteració fins arribar a una solució final formada per un únic conglomerat, resulta clau l'elecció d'una solució que contingui un nombre desitjat de conglomerats ajustat al nivell de descripció que es desitgi. La solució òptima és aquella que permet equilibrar la pèrdua de detall que implica cada iteració amb el nivell de síntesi desitjat.

Resultats de l'anàlisi de components principals

L'aplicació d'una anàlisi de components principals sobre els àmbits considerats inicialment permet identificar 4 factors que acumulen més d'un 60 % de la variabilitat inicial.

Factor 1 (34,93 %). Cultura exterior i cultura a la llar

El primer dels factors identificats aconsegueix recollir més d'un terç de la variabilitat de la matriu de dades. Tal i com es pot apreciar en la Taula XX, totes les variables presenten una correlació positiva amb aquest, a excepció de l'interès per veure la televisió.

Paral·lelament, resulta interessant veure que, si s'ordenen els àmbits culturals en funció de la correlació que presenten amb aquest primer eix factorial, sembla establir-se una divisió entre activitats que requereixen un desplaçament —visitar exposicions, museus o monuments, anar al teatre, a un concert o a l'òpera— i aquelles que, tradicionalment, s'han fet en l'àmbit de la llar, com són veure la televisió, jugar a videojocs, accedir a Internet o llegir.

Aquesta divisió entre dins/fora —amb la seva representació i dimensionalitat públic/privat— no s'ha d'entendre des d'una perspectiva tradicional, sinó que aquesta quedaria redefinida en la pràctica quotidiana, en tant que les llars són ara espais interconnectats i interactius amb l'exterior. Per tant, més que concebre la llar com un espai en competència amb l'activitat cultural exterior, s'ha d'entendre com un espai permeable i obert.

FACTOR 2 (13,76 %). Cultura digital i cultura tradicional

El segon dels factors identifica, clarament, la cultura digital, en tant que les quatre variables que presenten una major correlació amb aquest són l'accés en línia i la descàrrega de continguts digitals, connectar-se a Internet i jugar a videojocs. Resulta interessant veure quins són els àmbits que se situen a l'altra banda de l'eix, amb una correlació negativa: anar a un concert de música clàssica, visitar museus, monuments i exposicions i anar a l'òpera.

Per tant, aquest segon factor sembla estar recollint una divisió inherent entre els interessos per *noves formes de cultura* enfront de *formes tradicionals de cultura* on l'edat de la persona entrevistada té un paper força important.

FACTOR 3 (6,82 %). Seguiment dels mitjans de comunicació tradicionals

Veure la televisió és la variable que té més correlacions, seguida de la ràdio; per a la resta d'àmbits, el grau de correlació és força dèbil. Per tant, aquest tercer eix ens identificaria grups d'individus amb un interès pels mitjans de comunicació tradicionals.

FACTOR 4 (6,41 %). Interès per la lectura

Aquest quart eix factorial s'associa clarament a la lectura de diaris i, en menor grau, a la lectura de revistes i llibres. Per tant, podem pensar que la quarta dimensió que permet establir diferències en els interessos de la població catalana és la lectura.

Taula 5. Correlacions de les variables amb els factors identificats				
	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
Llibres	0,618	-0,152	-0,162	0,352
Diaris	0,461	-0,062	0,161	0,560
Revistes	0,432	0,124	0,324	0,360
Biblioteques	0,674	0,020	-0,166	0,141
Monuments	0,746	-0,261	-0,109	0,227
Museus	0,781	-0,281	-0,135	0,224
Exposicions	0,790	-0,252	-0,146	0,195
Concerts (clàssica)	0,704	-0,284	-0,114	-0,141
Concerts (actual)	0,635	0,298	0,105	-0,219
Teatre	0,775	-0,164	0,042	-0,214
Dansa	0,752	-0,141	0,050	-0,347
Circ	0,634	0,018	0,223	-0,372
Musicals	0,729	-0,013	0,164	-0,366
Òpera	0,716	-0,223	-0,082	-0,184
Cinema	0,563	0,237	0,255	-0,077
TV	-0,070	0,179	0,761	0,043
Ràdio	0,284	0,093	0,569	0,240
Internet	0,395	0,685	-0,214	0,109
Descàrrega	0,310	0,821	-0,173	0,017
Accés en línia	0,334	0,816	-0,200	0,025
Videojocs	0,183	0,681	-0,031	-0,009

Annex

Taula 6. Sexe. Catalunya 2013		
Per grups.	%	
	Homes	Dones
Apassionats	30,8	69,2
Inquiets	45,1	54,9
Moderns	57,5	42,5
Digitals	68,2	31,8
Clàssics	38,8	61,2
Quotidians	51,7	48,3
Analògics	51,2	48,8
CATALUNYA	48,3	51,7

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural 2013

Taula 7. Edat. Catalunya 2013							
Per grups.	%						
	14 a 19 anys	20 a 24 anys	25 a 34 anys	35 a 44 anys	45 a 54 anys	55 a 64 anys	65 anys i més
Apassionats	0,7	1,6	6,5	18,6	24,4	20,6	27,5
Inquiets	10,9	9,4	28,0	25,6	15,2	7,2	3,7
Moderns	11,0	11,3	26,5	25,4	15,0	6,9	3,8
Digitals	23,5	15,9	30,3	19,0	8,6	1,8	1,0
Clàssics	0,6	0,5	5,2	16,6	19,6	20,9	36,7
Quotidians	1,0	1,5	6,7	15,1	19,4	20,5	35,9
Analògics	0,6	0,5	6,2	13,3	14,4	18,1	46,9
CATALUNYA	6,5	5,8	16,1	19,8	16,9	13,7	21,2

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural 2013

Taula 8. Nivell d'estudis. Catalunya 2013					
Per grups.	%				
	Sense estudis	Primaris	Secundaris	Superiors	NS/NC
Apassionats	2,2	10,5	55,5	31,2	0,6
Inquiets	1,2	5,7	56,7	36,1	0,3
Moderns	1,2	5,2	68,9	24,2	0,5
Digitals	2,1	8,6	80,9	8,2	0,2
Clàssics	6,1	14,1	62,3	17,1	0,4
Quotidians	5,9	19,4	64,6	9,6	0,4
Analògics	22,8	27,9	45,7	2,9	0,8
CATALUNYA	5,2	12,2	61,9	20,3	0,5

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural 2013

Taula 9. Nivell d'estudis del pare. Catalunya 2013						
Per grups.						%
	Sense estudis	Primaris	Secundaris	Superiors	NS/NC	
Apassionats	25,8	23,6	35,3	10,7		4,7
Inquiets	16,3	18,9	43,4	17,2		4,1
Moderns	18,7	17,9	45,2	12,7		5,4
Digitals	21,5	16,4	44,6	9,0		8,4
Clàssics	34,2	23,4	30,7	5,4		6,2
Quotidians	46,9	20,3	24,1	3,5		5,2
Analògics	59,7	20,5	11,0	1,4		7,4
CATALUNYA	30,4	20,2	34,5	9,2		5,6

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural 2013

Taula 10. Nivell d'estudis de la mare. Catalunya 2013						
Per grups.						%
	Sense estudis	Primaris	Secundaris	Superiors	NS/NC	
Apassionats	30,7	24,7	35,0	7,0		2,7
Inquiets	17,0	23,2	44,1	13,3		2,4
Moderns	20,6	18,3	47,0	9,8		4,3
Digitals	22,1	18,2	46,1	8,8		4,9
Clàssics	39,7	24,9	27,3	3,3		4,8
Quotidians	49,6	20,6	23,2	2,5		4,1
Analògics	65,0	18,6	9,4	0,8		6,2
CATALUNYA	33,4	21,5	34,1	6,9		4,1

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural 2013

Taula 11. Lloc de naixement. Catalunya 2013					
Per grups.					%
	Catalunya	Resta de l'Estat	Estranger	NS/NC	
Apassionats	60,9	25,2	12,6		1,3
Inquiets	65,6	11,3	21,7		1,4
Moderns	66,7	11,8	20,3		1,2
Digitals	62,1	7,4	28,7		1,8
Clàssics	58,8	28,5	10,6		2,0
Quotidians	51,5	31,9	14,5		2,1
Analògics	42,6	42,3	11,9		3,3
CATALUNYA	59,3	21,9	17,0		1,8

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural 2013

Taula 12. Llengua d'identitat. Catalunya 2013			
Per grups.	%		
	Català	Castellà	Altres
Apassionats	53,2	41,2	5,6
Inquiets	40,0	52,0	8,0
Moderns	35,3	55,3	9,4
Digitals	22,9	64,7	12,4
Clàssics	47,4	48,0	4,7
Quotidians	34,5	58,8	6,7
Analògics	24,6	67,9	7,5
CATALUNYA	38,0	54,5	7,5

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural 2013

Taula 13. Estat civil. Catalunya 2013					
Per grups.	%				
		Casat/a-En parella	Separat/a-Divorciat/a	Vidu/a	Solter/a
Apassionats		72,1	8,4	5,8	13,6
Inquiets		51,7	6,3	1,0	41,0
Moderns		51,7	4,4	1,4	42,5
Digitals		37,9	3,9	0,0	58,2
Clàssics		76,8	5,8	9,2	8,2
Quotidians		73,0	6,2	8,6	12,2
Analògics		66,9	6,0	17,0	10,1
CATALUNYA		61,9	5,8	5,8	26,5

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural 2013

Taula 14. Situació sociolaboral. Catalunya 2013							
Per grups.	%						
		Actiu	Estudiant Aturat universitari	Estudiant no universitari	Pensionista	Altres situacions	
Apassionats		41,1	19,4	0,9	0,1	32,5	5,9
Inquiets		49,2	26,9	5,7	8,3	6,4	3,5
Moderns		48,5	25,7	5,1	9,8	7,1	3,7
Digitals		35,9	35,2	0,4	20,7	3,3	4,5
Clàssics		33,9	17,0	0,1	0,5	37,7	10,9
Quotidians		31,2	20,4	-	0,9	36,0	11,5
Analògics		23,8	15,3	-	0,6	47,8	12,4
CATALUNYA		39,1	22,6	2,2	5,4	23,4	7,3

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural 2013

Taula 15. Ingressos nets mensuals de la llar. Catalunya 2013

Per grups. %	De 676 a De 941 a De 1.321 a De 1.846 a						NS/NC
	Fins a 675 €	940 €	1.320 €	1.845 €	2.585 €	Més de 2.586 €	
Apassionats	5,2	8,1	19,1	23,3	22,9	18,9	2,5
Inquiets	7,0	9,0	16,6	24,3	23,0	16,2	3,9
Moderns	5,6	7,1	18,0	24,8	23,9	16,8	3,8
Digitals	10,2	10,5	22,7	22,3	18,0	12,9	3,5
Clàssics	7,6	10,4	18,7	23,2	20,4	14,0	5,7
Quotidians	10,7	15,3	19,6	23,0	16,2	8,1	7,2
Analògics	18,0	19,0	23,2	20,1	10,2	3,3	6,2
CATALUNYA	8,6	10,9	19,1	23,3	19,9	13,4	4,7

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta sobre participació cultural 2013

Font: Enquesta sobre participació cultural a Catalunya 2013

Data de publicació: Juliol de 2014

Edita: Gabinet Tècnic

ISSN: 2385-3255

Dipòsit legal: B 5700-2014



[Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/)
No adaptada de Creative Commons