

Participació cultural a Catalunya 2013

Sergi Mosteiro. Gabinet Tècnic

Introducció

Aquest informe presenta els resultats bàsics de l'enquesta sobre participació cultural a Catalunya l'any 2013, elaborada pel Departament de Cultura en col·laboració amb la Fundació Audiències de la Cultura i la Comunicació, que és qui s'encarregà de la recollida de dades en la fase de treball de camp.

L'objectiu d'aquesta enquesta és conèixer les pràctiques culturals i d'oci de la població catalana major de 14 anys. Així, s'analitza la lectura de llibres, de diaris i de revistes, juntament amb les visites a biblioteques; l'assistència a espectacles, a concerts i a exposicions; la visita a museus, galeries d'art o monuments; el temps dedicat a escoltar música, a veure la televisió, a jugar a videojocs o a connectar-se a Internet i els seus usos.

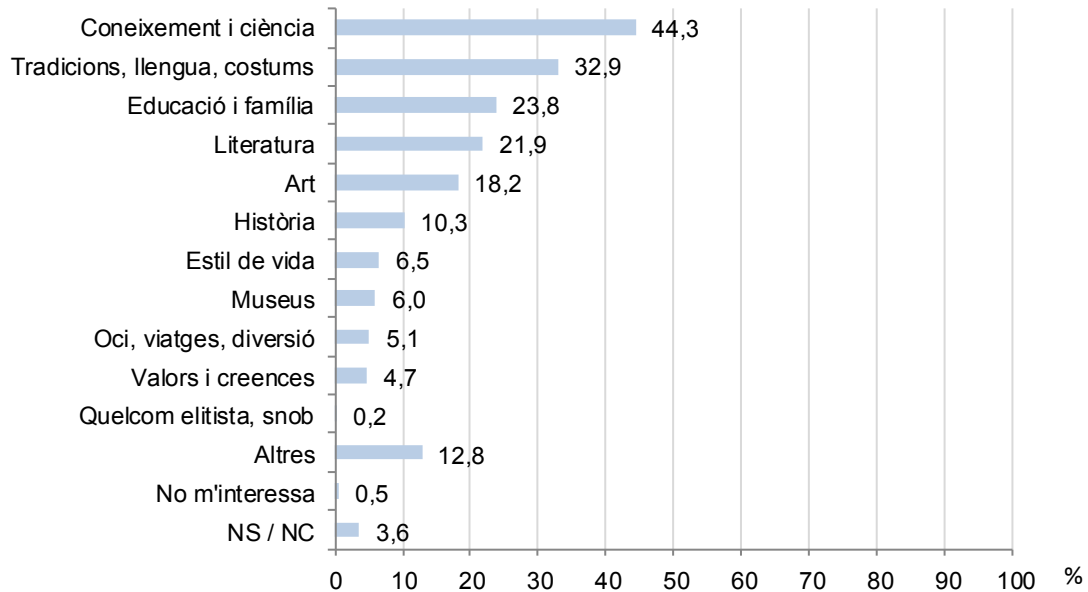
El model d'enquesta s'emmarca dins els paràmetres de l'Eurostat i la Unesco, intentant garantir la màxima comparabilitat amb les estadístiques homòlogues a nivell estatal i comunitari i, a la vegada, assegurant la màxima representativitat de les dades resultants, tant des del punt de vista temàtic com territorial. En aquest sentit, explotacions posteriors permetran obtenir perfils de participació en funció del sexe, de l'edat o de l'hàbitat dels entrevistats, elaborar informes en funció de la llengua d'ús, així com establir comparatives amb altres països del nostre entorn. Per altra banda, s'ha intentat salvaguardar la comparabilitat històrica de les dades amb l'objectiu d'analitzar l'evolució dels hàbits de participació culturals dels catalans al llarg d'aquests últims anys.

Com a novetat, aquesta edició incorpora preguntes relacionades amb el que significa la cultura per als ciutadans, la importància que li atorguen i els motius que indueixen a participar –i a no participar– culturalment.

Per últim, cal destacar que aquesta Enquesta representa una eina força valuosa a l'hora d'atendre les necessitats tant dels responsables públics i privats en la presa de decisions sobre polítiques culturals com dels analistes acadèmics i comercials per als treballs de recerca en matèria de polítiques culturals o disseny de plans d'empresa.

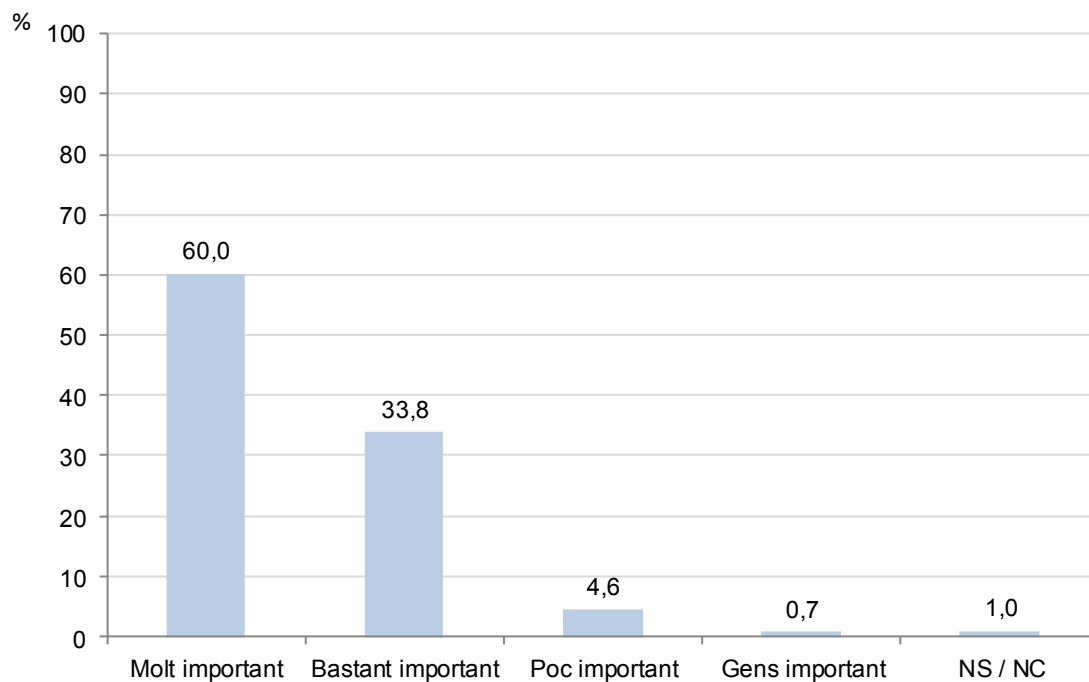
Què és la cultura?

Els catalans associen la paraula «cultura» a **coneixement i ciència** (44,3%), a **tradicions, llengua o costums d'una comunitat o grup humà** (32,9%), amb **educació i família** (23,8%) o amb **literatura** (21,9%) i **art** (18,2%).



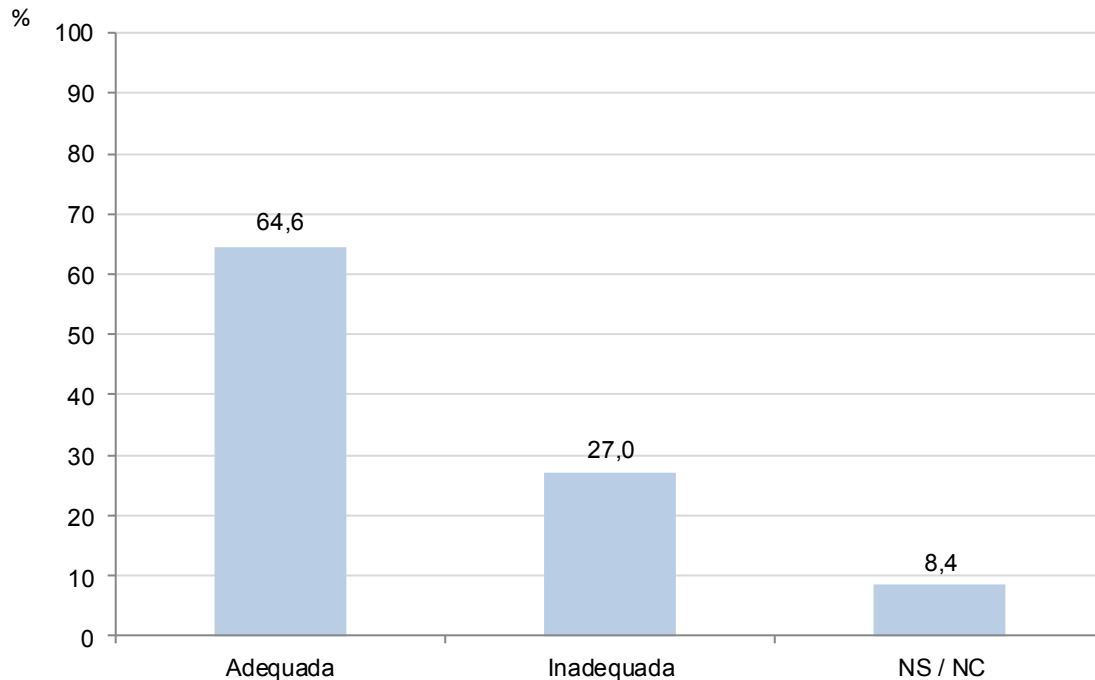
Importància de la cultura

Un 60% dels catalans considera **molt important** la cultura i un 33,8% **bastant important**.



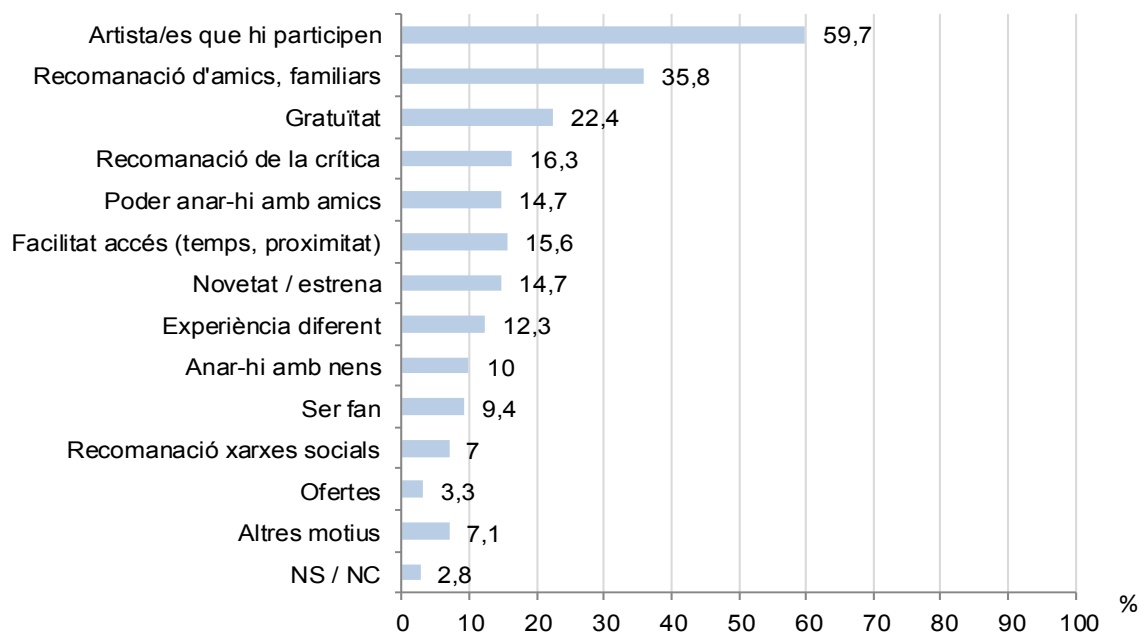
Oferta cultural de l'entorn

Un 64,6% dels catalans considera l'oferta cultural del seu entorn *adequada* i un 27,0% *inadequada*.



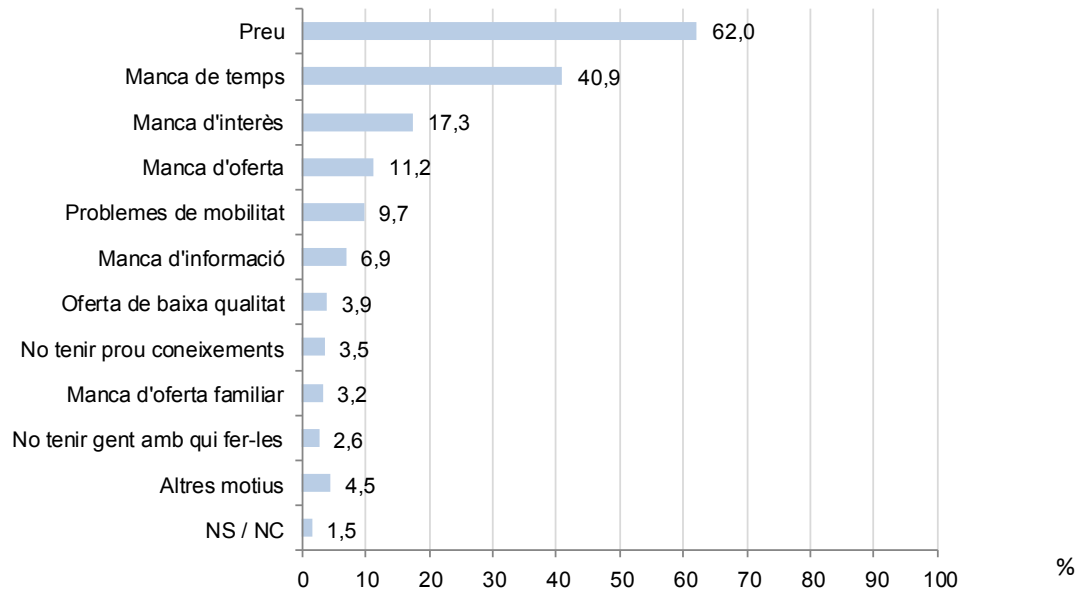
Motius de participació

Els dos principals motius que porten els catalans a participar en una activitat cultural són *l'artista o artistes que hi participen* (59,7%) i la *recomanació d'amics o familiars* (35,8%).



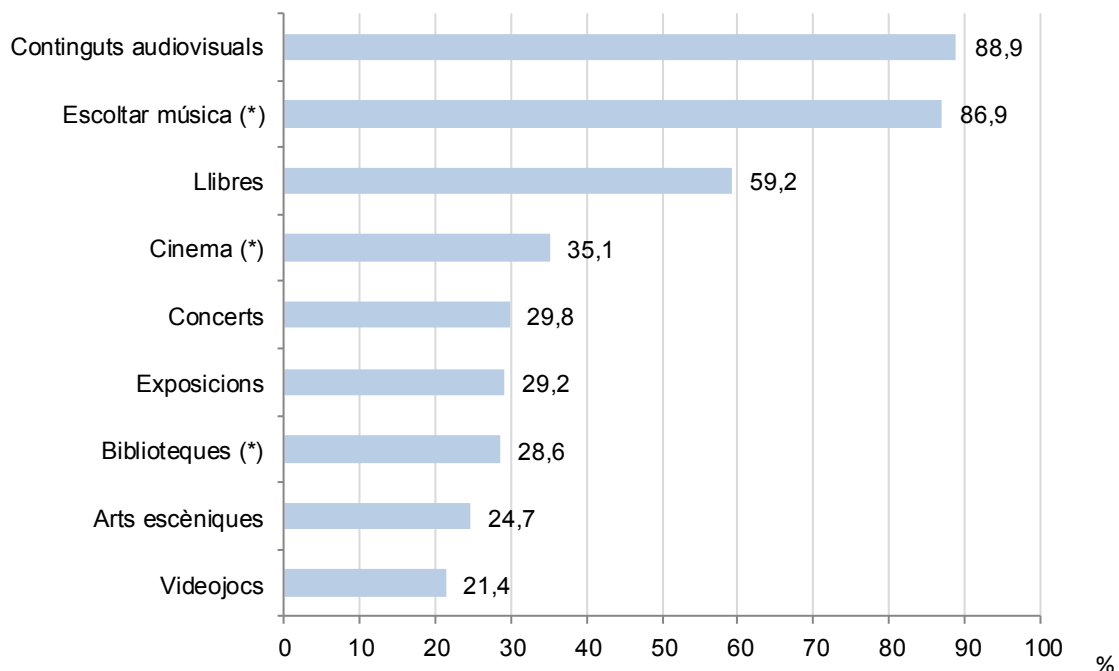
Motius de no participació

Les dues principals barreres que dificulten la participació cultural dels catalans són *el preu* (62,0%) i la *manca de temps* (40,9%).



Participació cultural 2013

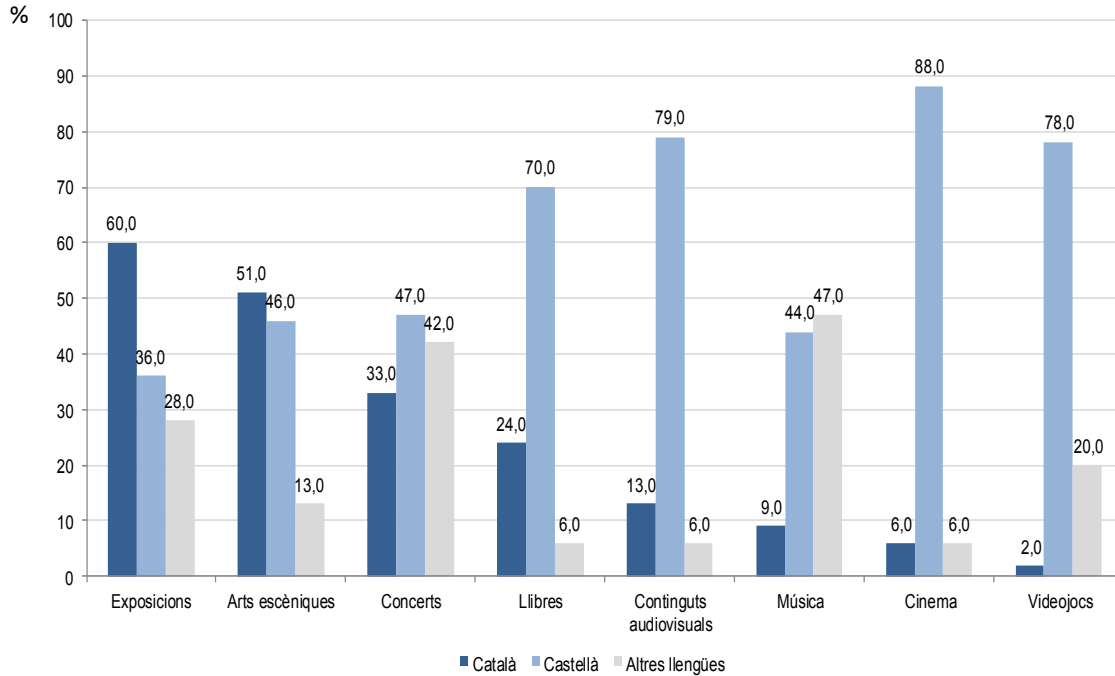
Les activitats que més realitzen els catalans són *consumir productes audiovisuals* (88,9%), *escoltar música* (86,9%), *llegir* (59,2%) i *anar al cinema* (35,1%).



* Últims tres mesos anteriors a l'enquesta

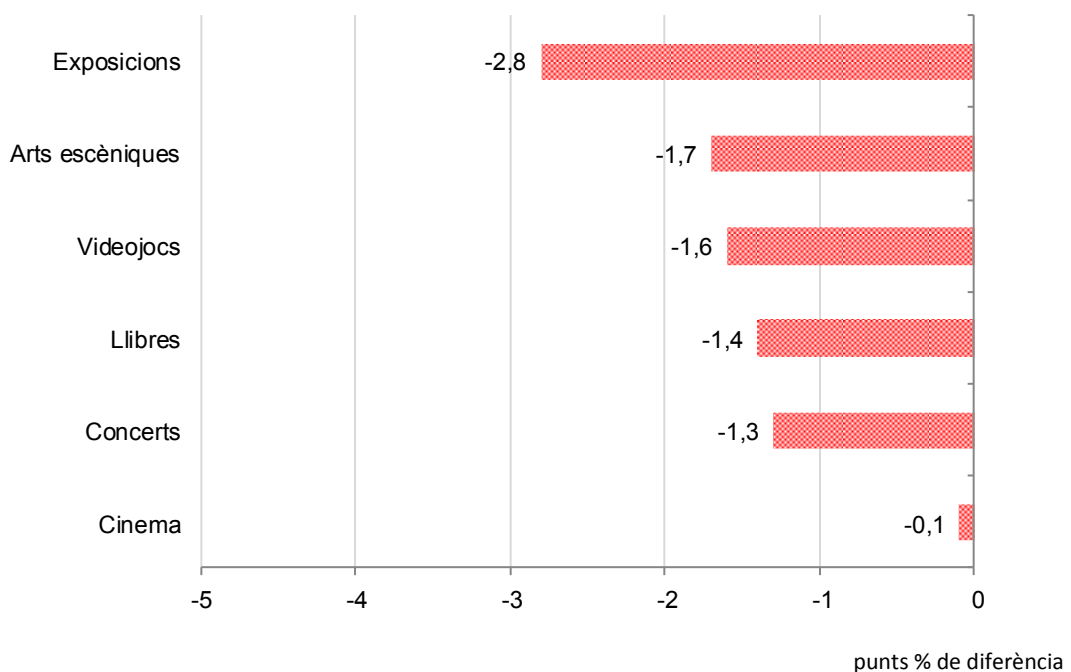
Llengua de participació cultural

El català aconsegueix el seu major grau de penetració en les *exposicions* (60%) i les *arts escèniques* (51%). Es detecta una menor presència en àmbits com els *videojocs* (2%), *cinema* (6%) o *música* (9%).



Participació en temps de crisi

Prenent com a referència l'any 2011, es detecta una reducció en el consum cultural dels catalans, especialment en l'assistència a *exposicions* i a *espectacles d'arts escèniques*.



Nota metodològica

Tipus d'estudi	Estudi de participació cultural	Estudia la participació en els àmbits següents: consum dels continguts audiovisuals, cinema, música, concerts, videojocs, 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 (Tablet PC Assisted Personal Interviewing). Entrevistes personals realitzades a la llar habitual amb Tablet PC	
Disseny mostral	Univers	Població de 14 anys i més entrevistada a la llar habitual - Any 2013: 6.165.000 persones
	Àmbit geogràfic	Catalunya
	Mostra	Individus + 14 anys - Any 2013: 6.028 entrevistes
	Tipus de mostreig	Aleatori polietàpic estratificat Aplicat a cada submostra territorial
Treball de camp	Equip de camp	Fundació Audiències de la Cultura i la Comunicació
	Durada	Treball de camp continu i ininterromput, els set dies de la setmana.
	Període	Octubre a desembre de 2013

Font: Gabinet Tècnic

Data de publicació: Març 2014

Edita: Gabinet Tècnic

Dipòsit legal: B5700-2014



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