

LA PARTICIPACIÓ CULTURAL DE LA JOVENTUT CATALANA 2001-2015

Resum executiu



 Generalitat
de Catalunya

Co NC A

Consell Nacional
de la Cultura i de les Arts

Resum executiu de l'estudi *La participació cultural de la joventut catalana. 2001-2015*, inclòs a la col·lecció *Informes CoNCA* i elaborat per la Universitat de València a petició del Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (CoNCA) i amb la col·laboració de la Direcció General de Joventut.

Autors de l'informe:

Antonio Ariño Villarroya

Llicenciat en Geografia i Història, doctor en Sociologia per la Universitat de València i catedràtic de Sociologia a la Facultat de Ciències Socials. Ha exercit diferents càrrecs directius a la Universitat de València on, actualment, és vicerector de Cultura i Igualtat. A més, va ser vicepresident de la Federació Espanyola de Sociologia.

La seva recerca se centra en l'àmbit de la Sociologia de la Cultura, les Polítiques de Benestar i la Teoria sociològica. Va rebre el Premi Nacional d'Investigació amb *La ciutat ritual* (Anthropos, 1992). Ha publicat diferents llibres on aprofundeix en l'anàlisi sobre les pràctiques culturals dels espanyols: *La participación cultural en España* (Fundación autor, 2007), *Prácticas culturales en España. Desde los años setenta hasta la actualidad* (Ariel, 2010). Actualment és director de l'Observatori de la Participació i Condicions de Vida dels Estudiants Universitaris (ECoViPEU).

Ramón Llopis Goig

Professor titular de Sociologia de la Universitat de València. Ha estat investigador visitant a la Universitat de Leicester (Regne Unit) i a l'Institut Universitari Europeu de Florència (Itàlia). Abans de la seva incorporació a la universitat ha ocupat llocs de responsabilitat tècnica i directiva en diverses companyies multinacionals d'alimentació i investigació de mercats. Ha publicat nombrosos articles en revistes nacionals i internacionals i és autor de llibres com *Correr con cabeza* (Alt Rendiment, 2008) i *Groove Armada* (Mainstream, 2006). És coautor del llibre *Ideal democrático y bienestar personal* (CIS, 2011), dedicat a l'anàlisi de l'Enquesta Nacional d'Hàbits Esportius de 2010.

L'esmentat informe estarà disponible a partir del mes de setembre a: www.conca.cat

Aquesta publicació investiga l'evolució i les característiques de la participació cultural de la joventut catalana durant els primers anys del segle XXI, un període marcat essencialment per dues grans transformacions històriques que, en alguns aspectes, poden considerar-se convergents i que tenen un impacte fonamental entre les generacions joves: la revolució de les tecnologies de la informació, la comunicació i l'organització (en tant que permeten noves formes de coordinació i interacció social) i la gran recessió, iniciada com una crisi financera a Amèrica del Nord en el seu origen, però que entre nosaltres ha tingut conseqüències devastadores, especialment pel que fa a l'ocupació juvenil i les condicions de transició i emancipació a la vida adulta.

Les fonts fonamentals per fer la investigació són l'Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya (EPCCC) dels anys 2001 i 2006 i l'Enquesta de participació cultural (EPC) dels anys 2013 i 2014, realitzades pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. A més a més, s'ha afegit un treball de camp fet amb dos grups de joves de diferents estrats socials i culturals.

Els resultats estan organitzats en quatre capítols d'extensió variable en funció de la informació disponible i de les tècniques aplicades. A continuació exposem una selecció de les conclusions més rellevants de cada capítol.

1. Evolució de les pràctiques culturals de les persones joves catalanes (2001-2015)

1.1. Durant aquest període es registren dues tendències:

- a) Des de l'any 2001 fins al 2012 augmenta la participació cultural en tots els dominis en què se subdivideix administrativament el camp cultural.
- b) A partir del 2012, es fa palesa la incidència de la crisi i de la gran recessió amb una contracció de la despesa de les llars i de les administracions públiques, amb una reducció de l'assistència a les pràctiques més oneroses i un desplaçament dels motius pels quals no es fan determinades pràctiques o no es fan amb més freqüència: si el 2006 el percentatge més elevat entre la població jove es registrava en la falta d'interès, seguit del de la manca de temps, a les tres darreres enquestes el pes s'ha traslladat cap al preu i cada cop té més rellevància el consum gratuït de música, pel·lícules, llibres, etc. per internet. El 58% de joves afirma haver reduït la despesa en consum cultural per la crisi i un 65% afirma utilitzar internet per tenir-hi accés gratuït.

1.2. Quan s'estudia la implantació de cadascuna de les pràctiques, es detecta que la seva estructura no ofereix canvis significatius.

- a) Quatre de les pràctiques analitzades estan molt esteses, fins al punt que ja tenen o tindran aviat una cobertura universal: escoltar música, mirar la televisió, utilitzar internet i anar al cine, amb percentatges inferiors al 10% de la població que no ha practicat mai o gairebé mai aquestes activitats.
- b) En un segon nivell, es troben les pràctiques d'alta implantació o prevalença: llegir llibres, escoltar la ràdio i llegir diaris. Amb una penetració mitjana elevada se situen les visites a les biblioteques, l'assistència a concerts i la lectura de revistes. La resta apareixen amb implantació baixa.

1.3. Al mateix temps, la irrupció de la connectivitat ubiqua i la de les sociotecnologies de la comunicació produeixen una mutació cultural: generalització de la comunicació mòbil, personalització de la cultura i la societat digital.

- a) El 2013 l'ordinador no és només el mitjà principal per accedir a internet, sinó també per escriure, comunicar-se, escoltar música o mirar pel·lícules, i s'expandeix per llegir llibres i molts altres usos, etc. Un 63% sol veure continguts audiovisuals a l'ordinador, tot i que la televisió continua sent l'aparell preferit pel 84%.
- b) Des de finals de l'any 2014 i clarament durant el 2015, l'smartphone o telèfon intel·ligent ha superat ja, d'una manera irreversible, l'ordinador. El 92% dels individus utilitzen el telèfon mòbil. Amb aquest fet, s'expandeix la ubiqüitat de connexió, la diversitat d'usos i el temps dedicat a la navegació digital.

Un excés d'èmfasi en el retrocés que pateixen determinades pràctiques (per exemple, el teatre o la dansa) ens aboca a menysprear o ignorar els canvis i els avenços en tot l'univers cultural com a conseqüència de les potencialitats generatives de les sociotecnologies digitals.

2. Perspectiva intergeneracional

Les enquestes permeten analitzar tres grans aspectes: a) el significat i la importància de la cultura; b) la implantació d'un ventall ampli de pràctiques, i c) el seu comportament en diferents dimensions: econòmica, relacional, territorial o lingüística. En tots aquests aspectes, es poden estudiar les convergències i divergències entre els grans grups generacionals.

2.1. La significació de la cultura:

- a) Per les cohorts més madures, significa essencialment coneixement i ciència, educació i socialització familiar; mentrestant, la cohort més jove subratlla la idea de cultura com les tradicions, els costums i la identitat, al mateix temps que amplia el registre d'activitats que es poden considerar culturals (ecològiques, gastronòmiques i patrimonials).
- b) Només hi ha dues activitats que obtenen un consens clar en ambdós grups: assistir a concerts de música clàssica i visitar museus i exposicions. És així malgrat tenir una implantació minoritària.
- c) La concepció juvenil és legitimista, però també més oberta i variada, i la funció d'entreteniment adquireix una rellevància especial.

2.2. La dinàmica de consensos i divergències entre generacions es capta bé en analitzar les preferències i els interessos culturals de les persones joves i els de les adultes.

- a) Hi ha nou pràctiques transversals: veure la televisió, escoltar la ràdio i llegir llibres, anar al teatre, visitar museus, visitar exposicions, anar a un musical, anar a espectacles de dansa i de circ.
- b) N'hi ha vuit que són destacadament juvenils: connectar-se a Internet, escoltar música o veure pel·lícules en línia, descarregar pel·lícules, cançons, etc. i jugar a videojocs. A aquestes quatre, que, sens dubte, estan marcades avui per l'efecte cohort, cal

afegir-n'hi d'altres que depenen clarament de l'efecte cicle vital: anar al cine i anar a concerts de música actual, visitar biblioteques i llegir revistes.

- c) Les clarament adultes són: assistir a concerts de música clàssica, llegir llibres, anar a biblioteques, anar a l'òpera o visitar monuments i jaciments.

2.3. Les diferències fonamentals tenen a veure amb canvis profunds en els mitjans d'accés, en la intensitat del temps que es dedica als mitjans nous i en la selecció de continguts.

- a) Quan estudiem els equipaments de les llars, s'observa que, amb l'excepció de la televisió i el vídeo, en la resta de casos es dona un percentatge més elevat d'equipaments entre la població jove.
- b) Un percentatge aproximat del 60% de la població jove dedica més de dues hores diàries a estar connectat a Internet.
- c) Els usos que se'n fa estan clarament diferenciats en funció de l'edat (les xarxes socials, els webs de música o de pel·lícules, els blogs i els videojocs són molt juvenils).

2.4. Altres aspectes en els quals hi ha un predomini juvenil són:

- a) El cinema, les sèries, la música, els videojocs, la informàtica i els esports, sigui quin sigui el mitjà a través del qual s'hi accedeix. Les diferències no es produeixen només en les pràctiques, sinó sobretot en els gèneres dins de cada pràctica.
- b) La lectura i la freqüència o intensitat de la lectura, de manera que un 21% de la població jove ha llegit més de cinc llibres en els darrers dotze mesos, mentre que només ho ha fet un 16% de la població adulta.

2.5. Dimensió lingüística de la cultura.

- a) D'una banda, en un context en què predomina el castellà com a llengua de participació cultural, s'observa que un 94% diu que entén el català, però només un 33% el parla habitualment, un 40% va preferir el català per contestar l'enquesta, i un 36,5% el considera com a llengua d'identitat.
- b) D'altra banda, la participació cultural en llengua catalana té més presència en exposicions, espectacles i la ràdio, mentre que és molt reduïda en els videojocs, el cinema i la música.

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

En aquest capítol s'estudien factors de diversitat i de desigualtat en el col·lectiu jove.

3.1. Tant les variables existencials (sexes i edat) com les posicionals (nivell educatiu, situació laboral i classe social) intervenen en el marcatge de diferències internes significatives en la concepció i la importància de la cultura, en els interessos i les pràctiques, així com en els gèneres preferits. De la mateixa manera passa amb la llengua parlada.

3.2. Les diferències són més significatives quan s'estudien les pràctiques efectives que quan es tenen en compte els interessos, és a dir, que hi ha més consens relatiu en les preferències.

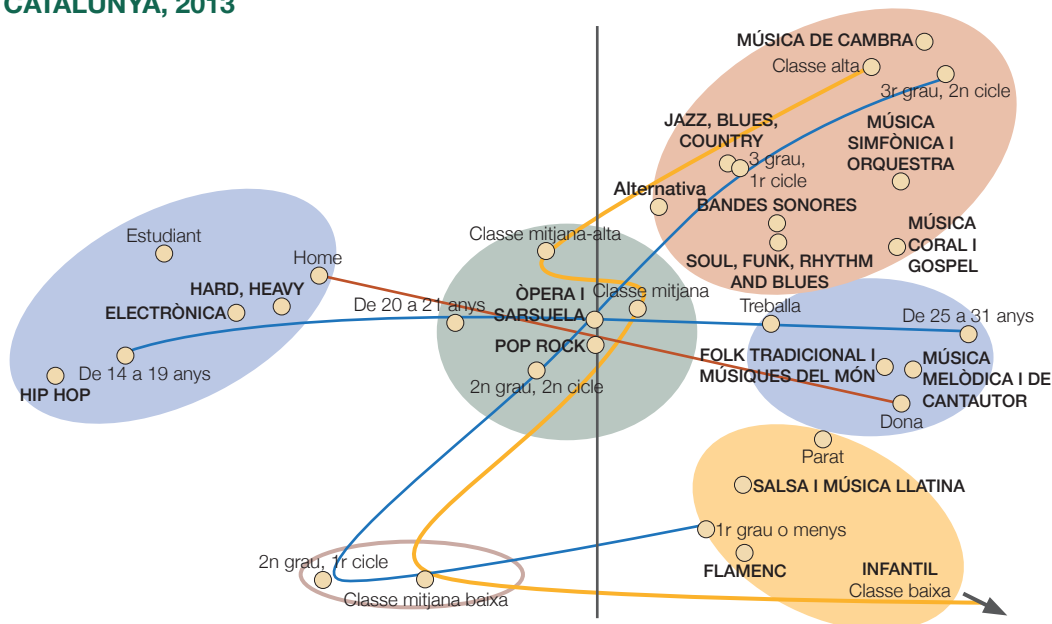
3.3. Les pràctiques estan molt determinades pel capital cultural i educatiu (on es pot incloure la llengua parlada) i per la classe social.

3.4. El camp dels gèneres musicals: un exemple.

- a) Les variables edat i sexe se situen en l'eix horitzontal, segueixen una lògica de diversitat.
- b) Les variables educatives i de classe social se situen en l'eix vertical i mostren la diferenciació i la desigualtat que es produeixen en les pràctiques musicals.

Aquest tipus d'anàlisi s'ha aplicat en cinc camps culturals per mostrar la complexitat que hi ha en l'organització i la distribució de les pràctiques a l'espai social. Sempre trobem un eix vertical determinat pels recursos educatius y els econòmics, mentre que en l'eix horitzontal tenen més o menys pes altres variables, com l'edat o el sexe. A banda d'això, la classe social baixa sempre apareix situada fora del camp cultural, un aspecte d'especial interès quan es tracta d'abordar polítiques culturals de democratització o distributives.

FIGURA 1 **CAMP DELS GÈNERES MUSICALS ENTRE LA POBLACIÓ DE 14 A 30 ANYS. CATALUNYA, 2013**



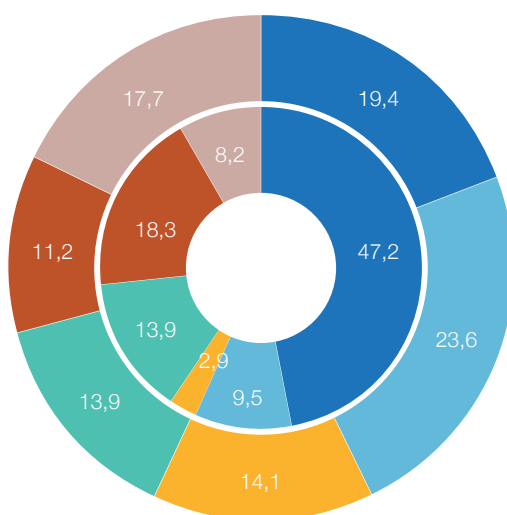
Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta de participació cultural de 2013 (Departament de Cultura).

4. Una tipologia de la població catalana a partir dels seus interessos i pràctiques culturals

En aquest capítol hem identificat l'estructura de la participació cultural a Catalunya, atenent tant als interessos com a les pràctiques culturals, amb l'objectiu de comprendre més bé el lloc que ocupa la població jove en aquesta estructura de participació cultural. Les anàlisis han permès construir sis tipus, en funció de la combinació dels interessos i les pràctiques:

- a) El públic de *cultura digital*: aglutina un 19,4% de la població catalana. Està integrat majoritàriament per homes de menys de 35 anys i solters, els interessos i les pràctiques culturals dels quals únicament sobresurten en relació amb la cultura digital.
- b) El públic de *cultura audiovisual* amb puntuacions positives només en els interessos i les pràctiques culturals audiovisuals. Són un 23,6% de la població catalana i es caracteritzen per tenir més presència entre les persones de més de 45 anys, tenir nivells d'estudis baixos i situar-se en les classes socials baixes i mitjanes baixes.
- c) Els *desconnectats*: obtenen unes puntuacions negatives en tots els interessos i les pràctiques culturals. En aquest grup destaquen les persones de més de 65 anys amb un nivell d'estudis baix i classes socials baixes i mitjanes baixes. Suposen un 14,1% de la població catalana.
- d) Els *anticultura audiovisual*: baixíssim interès per la cultura audiovisual i un cert interès per la cultura lletrada i la cultura digital. Són un 13,9% de la població i entre ells destaquen les persones de 35 a 44 anys.
- e) El públic *clàssic digital* es distancia de la cultura audiovisual però té puntuacions elevades en interessos i pràctiques relacionades tant amb la cultura clàssica i la lletrada com amb la digital. Congrega un 11,2% de la població catalana i té una àmplia presència entre menors de 35 anys, solters, de classe alta i mitjana alta i un nivell d'estudis elevat.
- f) El públic *clàssic pur* és el sisè i mostra un perfil similar a l'anterior, si bé es mostra allunyat de la cultura digital. Agrupa un 17,7% i acull més dones, de més edat, casades i de classe social alta i mitjana alta.

FIGURA 2 TIPOLOGIA D'INTERESSOS I PRÀCTIQUES CULTURALS A LA SOCIETAT CATALANA. POBLACIÓ TOTAL EN L'ANELLA EXTERIOR I POBLACIÓ DE 14 A 29 ANYS EN L'ANELLA INTERIOR



■ Públic de cultura digital
 ■ Públic de cultura audiovisual
 ■ Públic desconnectat
■ Públic anticultura audiovisual
 ■ Públic clàssic digital
 ■ Públic clàssic pur

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta de participació cultural de 2013 (Departament de Cultura).



 **Generalitat
de Catalunya**

Co NC A

Consell Nacional
de la Cultura i de les Arts