



Les pràctiques culturals a la Comunitat Valenciana

Les pràctiques culturals a la Comunitat Valenciana

President de la Generalitat

XIMO PUIG I FERRER

*Conseller d'Educació, Investigació,
Cultura i Esport*

VICENT MARZÀ IBÁÑEZ

Secretari Autòmic de Cultura i Esport

ALBERT GIRONA ALBUIXECH

Directora General de Cultura i Patrimoni

CARMEN AMORAGA TOLEDO

*Subdirecció General de Patrimoni
Cultural i Museus*

ANTONIO BRAVO CONDERANA

Servei de Coordinació d'Entitats Culturals

DAVID VICENT CASTILLO I FERRÍS

Servei de Promoció Cultural i Suport Tècnic

MARGARITA VILA MONTAÑÉS

Edició

Generalitat Valenciana
Conselleria d'Educació, Investigació,
Cultura i Esport
Direcció General de Cultura i Patrimoni

Textos, taules i gràfics

Antonio Ariño, Ramón Llopis
Universitat de València

Coordinació administrativa

Margarita Vila
David Vicent Castillo

Coordinació tècnica

Eduard Doménech

Traducció valenciana

Servei de Traducció i Assessorament del Valencià
de la Conselleria d'Educació, Investigació,
Cultura i Esport

Maquetació, preimpresió i impressió

Kolor Litógrafos SL
Ciudad de Onda 20 - P. 1. Fuente del Jarro
46988 Paterna (València)

ISBN: 978-84-482-6169-6

Dipòsit Legal: V-1799-2017

© dels textos, taules i gràfics: els autors

© de l'edició: Generalitat Valenciana, 2017

Les pràctiques culturals a la Comunitat Valenciana

ANTONIO ARIÑO

RAMÓN LLOPIS

Universitat de València

Les polítiques culturals en una societat avançada han d'atendre demandes i necessitats plurals i transversals alhora; han d'abordar els problemes de desigualtat i les lògiques de la diversitat; han de plantejar-se, igualment, en quina mesura totes les persones tenen accés en condicions similars als béns, recursos i serveis culturals.

Ara bé, això comporta abordar al mateix temps dues tasques: la primera consisteix a definir les metes que es volen aconseguir des d'una política que busca qualitat de vida per a tota la població i redistribució de recursos per als qui parteixen en desavantatge; la segona, que es deriva de l'anterior, suposa conèixer amb el rigor més gran possible les necessitats, les preferències i les pràctiques que realitzen les persones, les categories, els grups i les organitzacions, i, en última instància, tindre informació adequada del camp sociocultural en tota la seua complexitat, varietat i riquesa, sense oblidar les seues tendències i dinàmiques en aquesta era de la globalització.

En ambdues tasques té posat el seu interès la Generalitat, i en concret aquesta Direcció General. Per això, ens hem plantejat, entre d'altres, diversos reptes: a) investigar i estudiar les preferències i les pràctiques, i b) reflexionar sobre les millors polítiques culturals des de la perspectiva enunciada.

Quant a la investigació, amb aquest text comencem una línia de treball ambiciosa: en primer lloc, hem encarregat una anàlisi de les dades disponibles sobre la Comunitat Valenciana a partir de les enquestes del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport des del principi del segle fins a l'actualitat, i pròximament posarem en marxa el treball de camp d'una enquesta específica de la Direcció General de Cultura.

Per a fer-ho hem comptat amb la col·laboració d'experts en aquest àmbit. En aquesta ocasió presentem el treball realitzat pels professors de la Universitat de València Antonio Ariño i Ramón Llopis.

Esperem que aquesta primera publicació siga la llavor que inicié un debat ampli sobre les polítiques culturals que millor poden cobrir les necessitats del conjunt de la societat.

Carmen Amoraga Toledo
Directora General de Cultura i Patrimoni

LES PRÀCTIQUES CULTURALS A LA COMUNITAT VALENCIANA

Antonio Ariño
Ramón Llopis
Universitat de València

En l'actualitat no hi ha una enquesta sobre les pràctiques culturals de la població valenciana. A diferència d'altres comunitats autònomes com l'andalusa, la basca o la catalana, on es realitzen enquestes periòdiques i es disposa d'observatoris culturals, a la Comunitat Valenciana no es disposa d'un instrument d'observació de necessitats i demandes sobre preferències o interessos, equipaments i pràctiques.

Les pàgines que segueixen utilitzen com a font d'informació les enquestes d'hàbits culturals a Espanya realitzades pel Ministeri d'Educació i Cultura des de 2003 fins a 2015 i segueix les pautes d'anàlisi que hem aplicat en un llibre d'aparició pròxima, titulat *Cultures en trànsit*, que analitza l'evolució de les pràctiques culturals a Espanya entre 2003 i 2015.

Aquestes enquestes han utilitzat submostres de població de la Comunitat Valenciana que permeten una primera aproximació a aquesta problemàtica. Hem utilitzat essencialment les enquestes de 2003, 2011 i 2015, que registren un moment anterior a la Gran Recessió i un moment posterior, però també ofereixen la referència del punt intermedi.

D'altra banda, aquest és el període en què s'han implantat especialment les noves tecnologies de la informació, la comunicació i l'organització social (TICO). Aquestes tecnologies també poden ser denominades d'ús general (TUC) per la seua capacitat de penetració.

Els dos fenòmens –Gran Recessió i TICO– constitueixen l'horitzó històric en el qual s'exploren les preferències i pràctiques culturals de la població valenciana. A continuació s'ofereix la informació tècnica corresponent a aquestes enquestes i la grandària de la submostra corresponent a la Comunitat Valenciana.

Considerem de gran rellevància la informació precedent perquè permet calibrar millor la interpretació de les dades, especialment quan es fa un tractament de fenòmens que tenen una distribució minoritària o residual i quan s'efectua l'anàlisi del perfil sociodemogràfic.

L'informe consta de cinc capítols: el primer s'ocupa de la lectura, els audiovisuals i Internet; el segon de la música, el cinema i les arts escèniques; el tercer, de l'associacionisme cultural i de l'amateurisme; el quart analitza com operen les dinàmiques de diferència i desigualtat en l'univers cultural valencià; finalment, el cinqué ofereix una síntesi de conclusions i informació més rellevant en comparació d'Espanya.

Entenem que aquesta primera aproximació també té un caràcter parcial per l'abast limitat del qüestionari, que mostra un enfocament més administratiu que científic de la realitat social. Però, com sempre, és millor disposar de dades incompletes que de cap tipus de dades.

**Fitxa tècnica de les Enquestes d'Hàbits i Pràctiques Culturals a Espanya realitzades pel
Ministeri de Cultura el 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015 per a la submostra
de la Comunitat Valenciana**

Univers	Població de 15 i més anys resident a la Comunitat Valenciana
Àmbit territorial	Províncies d'Alacant, Castelló i València
Submostra Comunitat Valenciana	754 entrevistes el 2002-2003 1.119 entrevistes el 2010-2011 1.193 entrevistes el 2014-2015
Distribució temporal de la mostra	La mostra total està distribuïda en quatre submostres trimestrals amb la finalitat d'estimar adequadament les diferències derivades de comportaments culturals associats a diferents èpoques de l'any.
Disseny mostral	En les enquestes de 2010-2011 i 2014-2015 el tipus de mostreig va ser en dues etapes amb estratificació d'unitats de primera etapa (seccions censals) i d'unitats de segona etapa (població de 15 anys d'ara endavant). L'estratificació de les unitats de primera etapa es va efectuar de conformitat amb la grandària del municipi de pertinença de cada secció. L'afixació de les unitats de segona etapa es va realitzar mitjançant un criteri de compromís entre l'afixació uniforme i la proporcional. La selecció de la mostra d'unitats de primera etapa, seccions censals, es va efectuar aplicant un mostreig sistemàtic amb arrancada aleatòria dins de cada estrat, assignant una probabilitat de selecció proporcional a la seua grandària, mesurat en el seu nombre d'habitants. Dins de cada secció, la selecció d'unitats titulars de segona etapa es va realitzar amb igual probabilitat, també pel mètode de mostreig sistemàtic amb arrancada aleatòria, amb l'ordenació prèvia del fitxer per sexe i edat. La selecció de la mostra de primera i segona etapa va ser realitzada per l'Institut Nacional d'Estadística a partir del Padró d'Habitants disponible en el moment d'inici de cada enquesta.
Procediment de recollida de la informació	Qüestionari estructurat aplicat mitjançant entrevista personal.
Nivell de confiança	95,5 % (1,96 sigmes)
Error mostral	En el supòsit de $P=Q=0,5$ l'error de mostreig a priori seria: ±3,65 % per a la submostra de 2002-2003 ±3,00 % per a la submostra de 2010-2011 ±2,90 % per a la submostra de 2014-2015

ÍNDEX

I. Lectors, televidents i navegants	17
1. Un pla general de les pràctiques	19
2. Les pràctiques audiovisuals	20
2.1. Les pràctiques televisives	20
2.2. Els usos de la televisió	23
2.3. Els nous suports per a veure televisió	25
2.4. La ràdio, en trànsit	26
3. Les pràctiques lectores	29
3.1. Visita a biblioteques	29
3.2. Evolució de les pràctiques lectores	30
3.3. La lectura de llibres	31
3.4. Els gèneres de la lectura	35
3.5. Està la lectura amenaça pels nous mitjans?	37
4. Les pràctiques digitals	38
4.1. Perfil sociodemogràfic dels internautes	40
4.2. Les activitats en la xarxa	43
 II. Música, arts escèniques i monuments	45
1. Les pràctiques musicals	47
1.1. L'omnipresència de la música	47
1.2. L'assistència a activitats musicals	49
1.3. Els gèneres musicals	50
<i>Els gèneres de músiques actuals</i>	50
<i>Els gèneres de la música clàssica</i>	51
1.4. Audició en directe i mediada	51
1.5. Equips i mitjans en l'escolta de música	55
1.6. L'accés als béns musicals	56
<i>Les entrades a espectacles musicals</i>	57
1.7. Els motius d'inassistència	58
2. El cinema i el teatre	59
2.1. L'interés per i l'assistència al cinema	60
2.1.1. Les preferències cinematogràfiques	61
2.1.2. La nacionalitat del cinema	61
2.1.3. Les raons per a no anar més al cinema	62
2.1.4. Veure cinema a casa	65
2.2. L'assistència al teatre	66
3. Visites a llocs patrimonials i artístics	71
3.1. La visita a monuments	71
3.2. La visita als museus	74
<i>Tipologia de museus</i>	74
<i>Preferències i pràctiques</i>	75
<i>La visita a museus i el preu</i>	77
<i>Els motius de la visita a museus</i>	77

III. Associacionisme, amateurisme i socialització cultural	79
1. L'associacionisme cultural	81
2. L'amateurisme	82
2.1. L'amateurisme audiovisual	84
2.2. L'amateurisme musical	85
2.3. Altres pràctiques amateurs.....	86
3. L'assistència a esdeveniments i centres culturals	87
IV. Diversitat i desigualtat: eixos, estrats i enclavaments de consum cultural	91
1. Introducció.....	93
2. Els interessos culturals.....	93
<i>Tipologia de la població segons els interessos culturals</i>	94
3. Les pràctiques culturals	97
<i>Tipologia de la població segons les pràctiques culturals</i>	97
4. Les relacions entre els interessos i les pràctiques culturals	100
5. El bon gust i les seues diverses manifestacions	101
V. Conclusions	105

I Lectors, televidents i navegants

Comencem l'exploració de les preferències i pràctiques culturals de la població valenciana en l'últim decenni i mig observant tres àmbits: lectura, televisió i Internet, els suports dels quals operen com a nodes centrals de tres règims de comunicació, històricament successius i acumulatius. Al seu torn, el règim de comunicació més nou té la capacitat de reorganitzar i reformar totes les pràctiques precedents, sense anul·lar-les. Més aviat, les potencia i permet explorar noves formes d'expressió, de participació i organització. Hui es llig i escriu més que mai, si bé aquest fet no predetermina les formes de lectura i escriptura i menys encara els continguts i la seua qualitat en relació amb estàndards institucionals.

1. Un pla general de les pràctiques

Abans d'entrar en les enquestes del Ministeri, que són l'objecte i la font de provisió d'informació d'aquest estudi, convé efectuar una mirada molt general a les activitats que la població espanyola fa en el temps lliure (entenem que no existeixen diferències significatives en aquest punt entre la població valenciana).

El baròmetre del CIS de juny de 2015, centrat en l'estudi del temps lliure i més específicament de les vacances, permet una visió general i relativa de les activitats culturals. L'enquesta comença amb una pregunta de resposta múltiple sobre l'ocupació del temps lliure. Els resultats, ordenats en funció de la freqüència de realització, apareixen en la taula 1.

Taula 1: Activitats en les quals s'empra el temps lliure (2015)

Activitats	%
Anar a fer una volta, a fer un passeig	71,3
Veure la televisió	70,0
Llegir llibres, revistes, còmics	47,5
Escolltar música	46,6
Navegar per Internet, xarxes socials, xats, etc.	42,6
Fer esport	37,0
Escolltar la ràdio	36,4
Eixir al camp d'excursió	36,0
Anar de compres	33,8
Anar a bars i discoteques	29,3
Anar al cinema o teatre	24,8
Fer treballs manuals	16,9
Jugar a alguna cosa	16,2
Estudiar	14,7
Acudir a un concert o espectacle musical	13,6
Acudir a un espectacle esportiu	11,3
Anar a algun club o associació	10,7
N. C.	1,2
(N)	(2.484)

Font: CIS, Estudi 3.101, juny de 2015

Dues activitats apareixen amb una elevada freqüència: fer una passejada i veure la televisió (entorn del 70% de citacions), que poden veure's en molts casos com expressives i complementàries d'una vida relativament sedentària, mentre que una es desenvolupa dins de la llar i és físicament passiva, l'altra requereix eixir al carrer i és activa sense comportar un compromís orgànic significatiu.

En un segon escaló, a distància notable de les anteriors, en funció del percentatge de citacions (entre el 40% i el 50%) es registren tres activitats significatives, ja que pertanyen als tres règims de comunicació que conviuen en l'actualitat –la lectura, escoltar música i la navegació per Internet– i que espoden fer en la llar, però també s'han convertit en ubiqües.

Un tercer grup, amb l'excepció d'escoltar la ràdio, es caracteritza pel seu caràcter extern a la llar. Comporta eixir de casa per a diferents finalitats: fer esport, anar de compres o d'excursió, etc.

Per sota del 20% de citacions, hi ha sis activitats que són clarament minoritàries i que van des de realitzar treballs manuals fins a acudir a espectacles esportius o a les activitats de clubs i associacions específiques.

D'acord amb els resultats trobats en aquesta pregunta, exposarem en primer lloc les pràctiques relacionades amb el mitjà hegemònic –la televisió–; en segon lloc, les pràctiques lectores i, finalment, la navegació per Internet.

2. Les pràctiques audiovisuals

En aquest apartat, abordem les pràctiques televisives, escoltar la ràdio i la visió de vídeos. No obstant això, donada l'hegemonia de la televisió, ens centrarem fonamentalment en aquesta.

2.1. Les pràctiques televisives*

El consum de televisió és, des de fa dècades, la pràctica més estesa i que més temps ocupa en la vida de les persones. En l'enquesta de la Fundació Autor de 1997, un 99% afirmava que solia veure la televisió; en l'enquesta de 2011 s'obté el mateix resultat, però en 2015 s'ha reduït al 95,4%.

Pot dir-se, per tant, que el consum de televisió es contrau lleugerament, però continua ocupant una centralitat indiscutible en la vida quotidiana, fins al punt que, en el cas similar de França, Olivier Donnat parla d'una pràctica banal o trivial.

Aquesta incardinació central de la televisió en la vida quotidiana que, ara com ara, només té parangó en l'ascens del telèfon mòbil, és socialment transversal, en el sentit que en totes les categories de sexe, edat, nivell educatiu, etc., el percentatge de persones que solen veure la televisió està per damunt del 90%, amb una sola excepció. Així doncs, les diferències entre els que més la solen veure (persones de 65 a 74 anys, amb un 100%) i els que la veuen menys (cohorte de 15 a 19 anys amb un 88%) són de 12 punts percentuals, però estan creixent perquè els més joves s'allunyen lenta però sistemàticament d'aquest mitjà.

Una vegada constatada la quasi universalitat i centralitat de l'audiència televisiva, convé fixar-nos en la varietat de perfils, situacions i factors. El fet brut de l'audiència diària diu ben poc de la varietat de consums, de la diversitat de programes, de l'heterogeneïtat de perfils i menys encara del règim de pràctica, és a dir, de com s'insereix la televisió en el conjunt de pràctiques culturals i d'un altre tipus de la vida quotidiana.

En la taula 2 oferim informació sobre els perfils sociodemogràfics comparant les dades de 2003, 2011 i 2015.

* En la interpretació d'aquestes dades parlem d'informació general, ja que no se'n disposa d'específica per a saber el que ha passat amb l'audiència de Canal 9.

Taula 2: Persones segons l'hàbit de veure la televisió per sexe, edat, situació vital, laboral i estudis a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

	2003	2011	2015
TOTAL	98,3	99,0	95,4
Home	98,1	99,1	95,7
Dona	98,4	99,0	95,1
De 15 a 19 anys	98,6	98,5	87,7
De 20 a 24 anys	91,7	98,8	92,6
De 25 a 34 anys	100,0	97,6	95,4
De 35 a 44 anys	98,3	99,5	92,6
De 45 a 54 anys	96,8	99,0	96,5
De 55 a 64 anys	100,0	100,0	97,0
De 65 a 74 anys	100,0	100,0	96,5
De 75 anys i més	100,0	98,4	100,0
Solter a casa dels seus pares	95,6	97,7	91,8
Solter independent; divorciat, separat o vidu	100,0	97,5	95,5
Casat o en parella sense fills	100,0	100,0	96,6
Casat o en parella amb fills menors de 18 anys	98,7	99,6	94,0
Casat o en parella amb fills majors de 18 anys a casa	99,2	100,0	98,5
Casat o en parella que viuen sols (Per fills majors)	100,0	99,3	100,0
Sense completar escolarització bàsica	100,0	100,0	100,0
Escolarització bàsica sense títol	99,4	98,8	96,4
Escolarització bàsica amb títol	98,1	99,7	95,3
Batxillerat	98,9	99,3	93,1
Formació professional	95,7	99,3	94,7
Ensenyament universitari	95,2	97,3	94,9
Treballa actualment	97,6	99,2	93,9
Desocupat/ada	95,1	98,8	97,8
Retirat/ada-pensionista	100,0	99,0	98,5
Estudiant	95,9	97,4	90,0
Faenes de casa	100,0	100,0	95,2

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

Una primera aproximació al perfil, tal com es mostra en la taula 2, suggereix una creixent polarització i desplaçament des del punt de vista de la variable edat: els percentatges més baixos, en 2015, apareixen en les dues cohorts més joves i els més elevats en les cohorts d'edat més avançada.

També hi ha, en gran manera, una relació lineal negativa amb el nivell educatiu, de manera que a menor nivell escolar major consum de televisió.

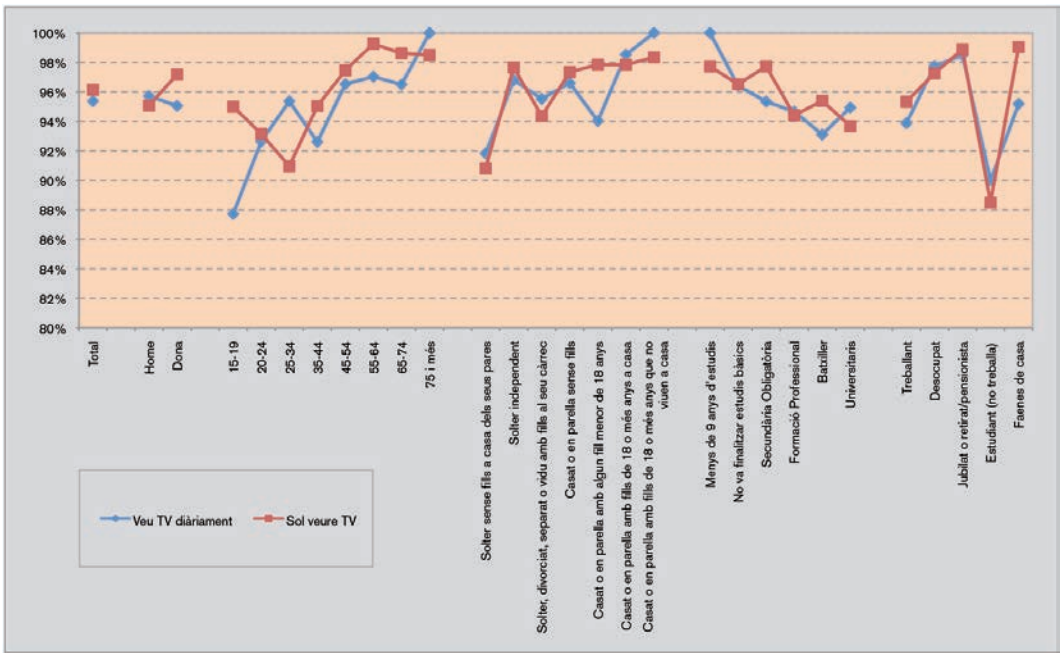
El gràfic 1 és ben expressiu d'on es produeixen confluències i divergències entre els que solen veure la televisió i els que realitzen aquesta pràctica tots els dies. El gràfic està construït per a una escala que oscil·la entre el 80% (no hi ha cap categoria situada per davall d'aquest llindar inferior) i el 100%. Doncs bé, els que més s'aproximen al llindar inferior són les cohorts més joves i especialment la que té entre 15 i 19 anys, les persones solteres i les que estudien, així com les que tenen títols educatius universitaris.

Un aspecte d'interés que permet estudiar l'enquesta de 2015 és l'existència d'itineraris educatius. Al distingir entre la línia de formació professional i el batxillerat es constata que fins i tot entre

els que segueixen per la línia de la formació professional de grau superior es donen percentatges més elevats d'audiència televisiva que entre els que segueixen el batxillerat. Tot sembla indicar que aquests itineraris educatius són també itineraris culturals.

Finalment, i en relació amb l'anterior, en estudiar la relació amb la situació laboral, es constata que els pensionistes i els qui exerceixen labors de la llar són consumidors més freqüents de televisió. També hi ha una lleugera diferència entre els qui treballen per compte propi (major freqüència) i els qui treballen per compte d'altri (menor freqüència).

Gràfic 1: Perspectiva comparada dels qui solen veure la televisió i els que la veuen amb freqüència diària a la Comunitat Valenciana en 2015



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Les evolucions i els xicotets canvis que totes aquestes dades reflecteixen estan relacionades amb processos demogràfics, tecnològics i estructurals. D'un costat, la població valenciana no ha deixat d'envellir i la maduració demogràfica comporta que hi haja un nombre creixent de persones que, una vegada conclosa la seua vida laboral, disposa de temps per a l'oci i altres activitats, entre les quals la televisió ocupa un espai preeminent, si no hegemònic, no solament pel fet que hagen de quedar confinats moltes hores en la llar per problemes de salut i mobilitat, sinó també perquè no hi ha polítiques culturals adequades a la seua condició.

D'un altre costat, s'ha produït una evolució constant de les tecnologies audiovisuals, que ha modificat la seua presència en la llar i el seu ús, i que ha afectat de forma particular les generacions que han crescut amb aquests canvis; pensem en els multiequipaments i en la difusió de la televisió per les estances de la llar, dels dispositius de comandament, de la diversitat de canals, etc. De fet, es pot parlar de diferents eres de la televisió: la del blanc i negre i amb un únic canal; l'aparició de diversos canals i el color; la diversitat d'equipaments i programes, el vídeo i la possibilitat de realitzar enregistraments o filmar pel·lícules per a veure-les a voluntat; finalment, l'era digital i la televisió per Internet, que suposen una reorganització de les pràctiques precedents, i estan impulsades per les

cohorts més joves, com es mostra en el fet que entre 2003 i 2015, la cohort de 15 a 25 anys ha reduït significativament el percentatge de persones que tenen l'hàbit de veure televisió.

Tot indica, no obstant això, que els grans canvis s'albiren en l'horitzó, però encara estan per arribar: afecten la reorganització tant del sector privat com del públic, al qual s'està sotmetent a un règim d'aprimament. El consum en noves pantalles comença a expandir-se i, en conseqüència, s'anirà produint una ubiqüitat d'accés als continguts que posarà en qüestió la centralitat del televisor com a dispositiu únic o principal de recepció de continguts. S'albira una desagregació d'elements que amb anterioritat estaven intrínsecament lligats: continguts, graelles, dispositius, publicitat i lloc de recepció (la llar i dins del mateix el saló familiar). En tot això, les preferències dels usuaris i el procés d'individualització jugaran un paper rellevant.

Doncs bé, el que indiquen les dades de perfils sociodemogràfics és l'existència d'una creixent fragmentació de les audiències en la qual variables com l'edat i la generació, d'un costat, i el capital educatiu, d'un altre, tenen una funció clarament discriminant, sense que es pose en qüestió l'hegemonia dels mitjans i continguts audiovisuals.

2.2. Els usos de la televisió

Vegem ara la informació que proporciona l'enquesta sobre els programes preferits. D'acord amb les dades reunides en la taula 3, els programes preferits, amb més audiència, són els noticiaris o d'informació (79%), seguits per les pel·lícules (70%) i les sèries (58%). Aquests tres tipus de programes han gaudit de la màxima predilecció al llarg de la dècada, al mateix temps que han incrementat significativament la seua audiència, i de forma molt especial les sèries, que han passat del 31% en 2003 al 58% en 2015.

Taula 3: Evolució del percentatge de persones que solen veure determinats tipus de programes a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

	2003	2011	2015
Notícies i informació	68,3	83,6	78,7
Sèries	30,6	61,8	58,3
Pel·lícules	52,4	71,9	70,1
Teatre i arts escèniques	3,6	3,8	1,5
Programes musicals	5,5	7,0	6,5
Documentals i programes culturals	30,5	29,3	27,9
Concursos culturals	–	17,4	22,5
Altres concursos	11,5	18,1	20,5
Programes infantils	6,6	11,1	9,0
Esports	22,5	35,1	32,7
Debats, tertúlies	–	30,2	26,7
Programes amb entrevistes, actuacions, etc.	20,5	24,7	18,8

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

En segon lloc, crida l'atenció el canvi que s'ha produït entre programes esportius i documentals. Mentre que en 2003, els documentals i programes culturals apareixien en quart lloc amb una audiència del 34% i han caigut, encara que lentament, a un 32% en 2015, els programes esportius

han seguit una lògica inversa fins a 2011, retrocedeixen en 2015 fins a un 34%, però encara superen clarament els documentals. Juntament amb l'ascens de les sèries, resulta significatiu aquest notable creixement de l'interès per l'esport.

En suma, podem parlar d'una dualitat funcional genèrica de la televisió des de la perspectiva dels continguts: proveïdora d'informació i de ficció. La informació en el sentit d'ajudar a estar al dia (noticiaris), a situar-se en la successió d'esdeveniments, i la ficció no solament mitjançant la projecció de pel·lícules, sinó sobretot mitjançant les sèries la narrativitat de les quals es metamorfoseja en simulacre de la pròpia existència, al fil dels avatars de la sèrie i de les converses en què es desgranen els episodis i es nodreix el suspens de la trama en contextos de treball o d'oci.

A l'analitzar la preferència de programes per sexe (vegeu taula 4), observem que les diferències significatives es produeixen a favor dels homes en els programes esportius (55% d'homes enfront de l'11% de dones), en els musicals (6% enfront del 3%) i en els d'assumptes taurins (4% enfront del 2,5%). Esports, concerts i bous són clarament masculins, mentre que sèries, concursos culturals i programes infantils són nítidament femenins. Això és així en un escenari en el qual en la majoria de tipus de programes sempre predomina l'audiència femenina.

Taula 4: Tipus de programes preferits en funció del sex a la Comunitat Valenciana en 2015

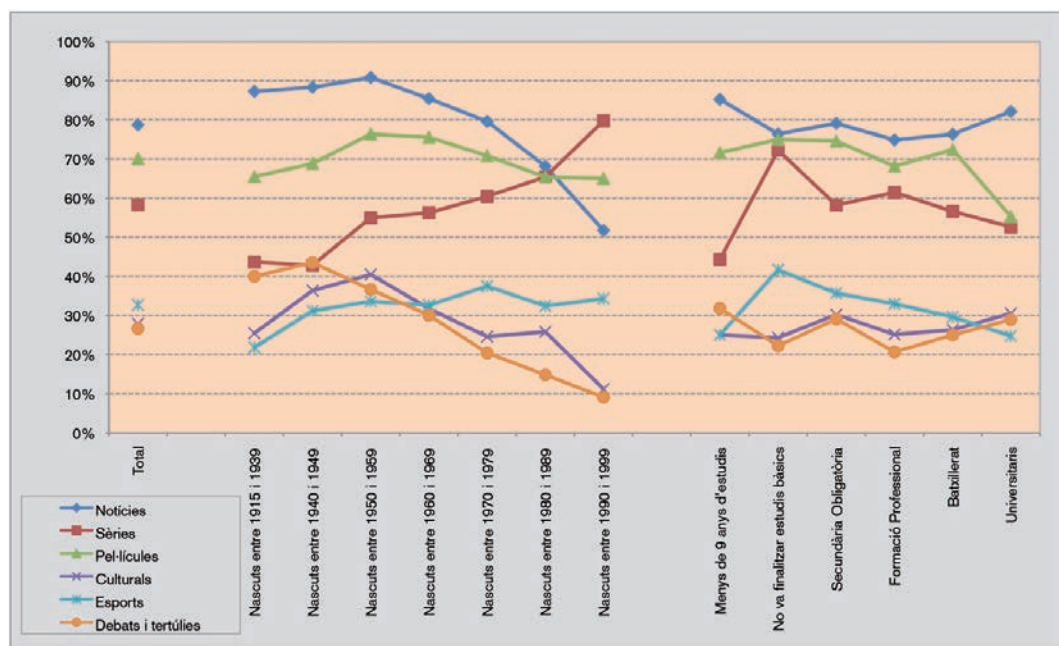
	Total	Homes	Dones
Notícies i informació	78,7%	78,6%	78,8%
Sèries	58,3%	49,7%	66,6%
Pel·lícules, llargmetratges	70,1%	68,1%	72,0%
Teatre	1,5%	1,0%	2,0%
Altres espectacles d'arts escèniques	1,0%	1,0%	1,0%
Concerts de música clàssica	2,8%	3,2%	2,5%
Concerts de música actual	4,4%	5,9%	2,8%
Altres programes musicals	6,5%	5,1%	7,9%
Programes relacionats amb la lectura	0,7%	0,8%	0,5%
Programes d'assumptes taurins	3,3%	4,1%	2,5%
Documentals i programes culturals	27,9%	28,9%	27,0%
Concursos culturals	22,5%	17,7%	27,2%
Altres concursos	20,5%	16,1%	24,8%
Programes infantils	9,0%	5,9%	11,9%
Esports	32,7%	54,8%	11,1%
Programes religiosos	2,6%	1,7%	3,5%
Debats i tertúlies	26,7%	23,3%	30,0%
Programes de telecomptra	0,5%	0,5%	0,5%
Programes amb entrevistes, actuacions, etc.	18,8%	12,1%	25,3%
Un altre tipus de programes d'entreteniment	28,2%	22,1%	34,3%

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

A continuació, seleccionarem alguns tipus de continguts per a estudiar-los des de la perspectiva de l'edat i del nivell educatiu. Oferim per a l'anàlisi el gràfic 2. Els continguts seleccionats són: els noticiaris, les sèries, les pel·lícules, els programes esportius, els documentals i programes culturals, i els programes de debats i entrevistes. Són un conjunt de continguts que mostren una clara diferenciació en funció de l'edat i en menor mesura del nivell educatiu.

A l'efectuar l'anàlisi dels programes preferits per cohorts de naixement, es constata que en l'únic tipus en què destaca l'audiència juvenil és en les sèries, la relació de les quals amb l'edat és molt potent, si bé les cohorts joves també ofereixen freqüències altes en el seguiment de programes esportius i de pel·lícules.

Gràfic 2: Els principals gèneres televisius a la Comunitat Valenciana segons l'edat i el nivell d'estudis (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Els espectacles esportius televisats tenen un caràcter transversal, encara que els percentatges més elevats els trobem entre les generacions joves i els que tenen estudis mitjans; i els més baixos, entre les persones de més edat i amb un nivell més alt d'estudis.

Finalment, els programes culturals i els debats interessen en menor proporció les cohorts joves i les persones amb menor nivell educatiu. Les persones amb titulació universitària superior se solen interessar per damunt de la mitjana en els noticiaris, en els documentals i en els programes culturals.

Una observació última que pot fer-se al veure el gràfic 2 és que l'edat té més capacitat de diferenciació de les pràctiques televisives que el nivell educatiu, molt especialment en les preferències pels noticiaris, les sèries, els programes culturals i els de debats i tertúlies.

2.3. Els nous suports per a veure televisió

Les enquestes de 2011 i de 2015 han introduït una pregunta relacionada amb el suport mitjançant el qual es veu la televisió. Aquesta és una qüestió important, atesa la creixent portabilitat dels suports i la transformació de les possibilitats d'emissió de continguts televisius.

Les dades indiquen que, de moment, a la Comunitat Valenciana la majoria de la població veu la televisió en un receptor específic (el televisor) i en casa. No obstant això, hi ha un percentatge creixent entre les cohorts joves que comença a utilitzar altres dispositius i, més en concret, l'ordinador. La taula 5 mostra que el 97% utilitza el televisor, però que a més un 6,4% ja veu programes en l'ordinador i un 2% en el mòbil o altres dispositius. Aquest percentatge és molt exigü ara com ara, però no hi ha dubte que, com ha succeït amb altres pràctiques, en algun moment prendrà vol i aconseguirà cotes molt més altes. De fet, les diferències entre 2011 i 2015 ja són significatives en les cohorts més joves.

Taula 5: Dispositius per a veure televisió a la Comunitat Valenciana (2015)

	Un televisor	Un ordinador	El mòbil	Altres equips
Total	97,2%	6,4%	1,4%	0,4%
Home	96,4%	7,6%	1,9%	0,5%
Dona	97,8%	5,1%	1,0%	0,3%
15-24	96,2%	18,8%	4,5%	–
25-34	92,8%	9,0%	2,4%	0,6%
35-44	95,9%	7,0%	2,1%	1,2%
45-54	98,3%	3,8%	0,8%	0,4%
55 i més	99,3%	2,4%	–	–

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Així, en la cohort més jove hi ha un 19% que utilitza l'ordinador i un 4,5% el mòbil.

2.4. La ràdio, en trànsit

Laudiència de ràdio, d'acord amb les dades que proporciona l'EGM, encara que ha tingut vaivens en els últims vint anys, ha crescut prop de deu punts: era del 53% en 1993 i és del 60% en 2015 (MarcGeneral de Mitjans, 2016: 10). Les dades que ofereixen les enquestes del Ministeri són congruents amb això quan analitzem l'audiència diària (solen escoltar tots els dies), ja que en 2003 escoltava la ràdio tots els dies el 56,5% dels entrevistats i en 2015 ho fa el 78,5%.

Analisi del perfil sociodemogràfic de l'escolta de ràdio i la seua evolució entre enquestes, que es presenta en la taula 6, mostra un lleuger predomini de l'escolta masculina sobre la femenina, que s'ha mantingut en el temps.

La resta de variables (edat, situació personal, nivell d'estudis i ocupació) es caracteritzen perquè, mantenint una estructura similar en el temps, s'han aguditzat determinats trets diferenciadors. En el cas de l'edat, no solament observem que es produeix una corba en forma d'U invertida perquè les cohorts amb menor audiència són les més joves i les més majors, sinó que aquesta forma s'ha aguditzat mentre que s'ha reduït considerablement l'audiència juvenil i, en menor mesura, la de les persones de major edat. Les persones que tenen entre 35 i 44 anys han incrementat la proporció de l'audiència fins a superar el 80%. També ocorre de manera similar quan analitzem la variable situació personal, ja que són les persones casades amb fills menors de 18 anys les que ofereixen una freqüència d'audiència més elevada.

En el nivell d'estudis, es produeix, així mateix, una certa diferenciació: entre les persones sense estudis o amb formació bàsica sense títol es dona el percentatge més baix d'audiència, mentre que entre 2003 i 2015 s'incrementa l'audiència entre els qui tenen major capital formatiu (estudis universitaris).

Taula 6: Evolució del perfil sociodemogràfic dels que solen sentir la ràdio amb freqüència diària a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

		2003	2011	2015
Total		56,5	78,2	78,5
Sexe	Home	58,1	78,1	80,0
	Dona	55	78,3	77,0
Edat	15-19	58,1	53,7	52,5
	20-24	52,4	68,5	68,3
	25-34	59,3	77,5	76,3
	35-44	67,0	87,1	84,0
	45-54	64,2	87,1	85,7
	55-64	48,6	78,8	82,6
	65-74	43,8	68,5	76,2
	75 i més	58,3	69,3	66,2
Situació personal	Solter/a sense fills a casa dels seus pares	59,6	69,8	69,7
	Solter/a independent	44,4	78,6	78,3
	Solter/a, divorciat/ada, separat o vidu amb fills al seu càrrec	53,6	79,1	75,0
	Casat/ada o en parella sense fills	46,9	78,9	73,0
	Casat/ada o en parella amb algun fill menor de 18 anys	63,2	85,5	85,9
	Casat/ada o en parella amb fills de 18 o més anys a casa	60,2	76,4	86,6
	Casat/ada o en parella amb fills de 18 o més que no viuen a casa	48,6	76,8	75,6
Nivell d'estudis	Sense completar escolarització bàsica / menys de 9 anys d'estudis	38,7	63,6	60,0
	Escolarització bàsica sense títol / no va finalitzar estudis bàsics	52,5	73,2	70,4
	Escolarització bàsica amb títol / Secundària Obligatoria	58,8	74,5	79,3
	Formació Professional	66,0	82,5	81,3
	Batxiller	66,0	80,3	81,3
	Universitaris	55,6	86,2	82,0
Situació laboral	Treballant	62,2	86,3	87,2
	Desocupat	62,5	77,3	71,3
	Jubilat/ada o retirat/ada-pensionista	40,4	68,7	74,2
	Estudiant (no treballa)	54,1	63,6	58,3
	Faenes de casa	54,6	69,1	72,4

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Quant a l'ocupació, els qui es dediquen en exclusiva a estudiar presenten el percentatge més baix (58%) i els qui treballen el més alt (87%). A això s'afeg que la fase diària d'escolta més alta es troba entre les 7 i 15 hores, és a dir, durant la jornada matutina de treball.

En suma, l'escolta de ràdio està vinculada a persones que treballen, amb elevat nivell educatiu i de cohorts adultes. Aquest perfil pot completar-se amb les dades d'AIMC, segons els quals l'audiència de ràdio predomina entre la classe mitjana i mitjana alta.

El temps mitjà diari dedicat a escoltar la ràdio entre dilluns i diumenge (període de la setmana en què major és el temps d'escolta) ha caigut, ja que ha passat de 139 minuts en 2003 a 127 en 2015. La ràdio temàtica i l'emissió per FM tenen major acceptació que la ràdio generalista i un altre tipus d'ones.

Quant a les preferències per tipus de contingut, els programes musicals són els més escoltats en 2015: el 60% de la població diu que sol escoltar-los; en segon lloc, com pot constatar-se en la taula 7, es troben els programes dedicats a informació i notícies, amb una audiència del 39%. Aquest tipus de programes ha perdut un 15% d'audiència. En el cas dels programes musicals, s'ha produït un clar increment, a causa, sobretot, dels concerts de música actual i altres tipus de programes diferents de la música clàssica, que retrocedeix.

Taula 7: Audiència de ràdio a la Comunitat Valenciana en funció dels continguts (2015)

Total sol escoltar la ràdio (%)	2011	2015
Notícies i informació	55,0	39,3
Sèries, radionovel·les	0,9	0,2
Concerts de música clàssica	4,0	2,7
Concerts de música actual	5,9	11,1
Altres programes musicals	49,8	60,4
Programes relacionats amb la lectura	0,9	0,3
Programes d'assumptes taurins	–	0,4
Documentals i programes culturals	4,3	1,8
Concursos	1,4	0,7
Programes infantils	0,3	0,3
Esports	14,6	13,9
Tertúlies	13,5	13,2
Programes amb entrevistes, actuacions, etc.	5,3	7,6
Un altre tipus de programes	8,1	8,4
Programes religiosos	1,4	0,6

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

A distància dels programes musicals i els informatius es troben les tertúlies i els esports, amb percentatges que ronden, sense aconseguir-ho, el 15%. Els programes relacionats amb documentals o amb la lectura compten amb audiències molt escasses i es troben en reculada.

Enquesta de 2015 ha inclòs també els programes taurins i els religiosos. En tots dos casos, l'audiència és marginal o residual: menor de l'1%.

Encara que el lloc predominant d'escolta és la casa, són molt importants també l'espai de treball i el cotxe. Aquesta última s'ha realitzat en trànsit o *in itinere*, comptant amb aquesta com un dispositiu

imprescindible que s'encén automàticament. Amb la transició al règim de comunicació digital, aquesta característica no deixa d'incrementar-se, no solament per la transformació dels mateixos automòbils, sinó sobretot per la possibilitat de portar-la incorporada en els *smartphones* i en tota classe de dispositius portàtils, que permetran escoltar continguts seleccionats (*playlist*, per exemple), en contextos de mobilitat, com una forma d'omplir de contingut complementari el temps transcorregut en tasques instrumentals (com els viatges, temps d'espera, activitats esportives de *running*, etc.).

3. Les pràctiques lectores

La lectura ha experimentat mutacions històriques de gran importància, en relació amb els canvis en els suports objectius dels textos, de les funcions i tipus de textos i especialment de la generalització de les competències lectores a través dels moderns sistemes educatius.

En aquest apartat explorem, en primer lloc, l'accés als materials impresos o, dit d'una altra manera, les dotacions de suports escrits en la proximitat de residència: biblioteques públiques i personals (dotació de la llar).

3.1. Visita a biblioteques

En la societat espanyola, l'accés al material imprès a partir de les biblioteques públiques ha sigut sempre minoritari, i així es manté en el segle *xxi*, si bé el percentatge de persones que les visita amb alguna freqüència continua creixent. En 1978, solament un 8,3% de la població deia acudir a les biblioteques públiques en alguna ocasió, mentre que en 2015 a la Comunitat Valenciana s'ha arribat a la xifra del 22%.

En la taula 8 oferim les dades del perfil social de l'assistència a biblioteques durant l'última dècada a la Comunitat Valenciana. Les variables més discriminants continuen sent, hui com abans, l'edat, l'ocupació i el nivell d'estudis, ja que les biblioteques són, entre nosaltres, una institució vinculada a la condició d'estudiant, a l'adolescència i la joventut escolaritzades.

Taula 8: Assistència a biblioteques a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

	2003	2011	2015
Total	14,4	18,2	21,7
15 a 19 anys	34,7	61,2	56,7
20 a 24 anys	29,3	32,1	60,3
25 a 34 anys	19,3	24,4	21,7
35 a 44 anys	7,8	19,0	24,8
Universitaris	52,4	37,0	37,4
Batxiller	26,6	26,4	32,9
FP	17,4	28,1	20,1
Estudiant	38,4	64,0	73,4

Unitat: Percentatge d'assistència en l'últim any. Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

Aquest caràcter estudiantil, lluny d'atenuar-se, s'ha anat accentuant amb el pas del temps, a mesura que madura el sistema educatiu, i les ha convertides no solament en un servei de préstec, un espai de consulta i d'ús dels seus recursos, sinó també en un lloc més còmode que la pròpia casa per

a la preparació d'exàmens. Podria dir-se que la crisi ha aguditzat aquesta situació entre els estudiants d'ensenyament superior, ja que el percentatge d'usuaris de biblioteques de 20 a 24 anys s'ha duplicat de 2006 a 2015 i entre els estudiants ha passat del 38,4% en 2003 a un 73,4% en 2015.

La taula 3 ofereix dades dels llibres disponibles en les cases des de 2003 a 2015. Quasi el 95% de les cases afirma tindre llibres en format paper i un 23% diu disposar de llibres digitals en 2015. El nombre mitjà de llibres en paper és superior al centenar, si bé aquest ha descendit de 2011 a 2015, mentre que creix espectacularment en format digital.

Taula 9: Evolució del nombre de llibres disponibles en les llars de la Comunitat Valenciana (2003-2015)

	2003	2011	2015
Percentatge de llars amb llibres (format paper)	94,4	94,4	94,4
D'1 a 25 llibres	29,4	24,9	29,1
De 26 a 100	46,9	39,1	43,3
Més de 100	18,2	30,3	22,0
Cap	5,6	5,6	5,6
Nre. mitjà llibres per llar	95	161	109
% de llars amb llibres digitals		7,4	22,9
Mitjana de llibres digitals		13	73

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-03, 2010-11 i 2014-15

En l'actualitat, doncs, es dona pràcticament una cobertura o penetració general del llibre en les llars valencianes.

A Espanya el percentatge de llars amb llibres en format digital és del 24%, i el percentatge corresponent a la Comunitat Valenciana és un punt inferior.

L'accessibilitat i el contacte amb els materials escrits ha continuat creixent, però com?, què sabem de les pràctiques dels lectors? D'això tracten els següents apartats.

3.2. Evolució de les pràctiques lectores

Comencem analitzant, des d'una doble perspectiva, les dades de lectura de llibres, premsa d'informació general, premsa esportiva i revistes, recollits per les enquestes del Ministeri en l'última dècada.

La primera perspectiva estudia els qui confessen que mai o quasi mai lligen en determinats suports; la segona, se centra en les freqüències altes o molt altes: lectura de llibres no relacionats amb la professió o estudis (freqüència semestral), lectura de premsa d'informació general (freqüència diària), premsa esportiva (freqüència setmanal) i revistes (freqüència mensual).

Taula 10. Evolució dels no lectors de diferents mitjans a la Comunitat Valenciana

Els no lectors: mai o quasi mai lligen	2003	2011	2015
No lligenllibres*	59,3	36,0	25,3
No lligen premsa diària d'informació general	40,7	34,0	31,4
No lligen premsa esportiva	65,1	69,7	64,5
No lligen revistes	60,5	58,5	55,5
No lligen revistes culturals	80,8	77,0	75,5

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

* Es tracta de persones que no lligen llibres per raons diferents de les referides al treball o els estudis

En la lectura de llibres s'ha produït una reducció molt alta de la categoria de no lectors, ja que ha passat del 64% en 1978 i el 59% en 2003 al 25% en 2015.

Quant a la premsa diària d'informació general, es manté la reducció dels no lectors, que són un 31% en 2015. La lectura de premsa esportiva es troba en una situació molt similar en 2003 i 2015; s'han reduït, en canvi, els no lectors en revistes i en revistes culturals. Per tant, no pot afirmar-se que s'haja produït ja entre nosaltres una reculada de la penetració del format paper.

Vegem ara (taula 11), aquests tipus de pràctica des de la perspectiva dels qui diuen que lligen amb certa freqüència. Quant a la lectura de llibres, hem seleccionat la freqüència mensual (persones que afirmen haver llegit llibres no relacionats amb la professió o amb els seus estudis almenys una vegada en l'últim mes). El percentatge, per a les tres dates que disposem de dades, es manté bastant estable, en un 35/34%, amb una lleugera anotació de tendència descendent.

Taula 11: Evolució dels lectors freqüents a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

	2003	2011	2015
Han llegit en l'últim any llibres que no tenen a veure amb la seua professió o estudis (mensual)	35,9	32,5	34,3
Lligen premsa tots o quasi tots els dies d'informació general (diàriament)	18,4	28,7	32,1
Llegir premsa esportiva (setmanal)	28,0	25,8	30,0
Llegir revistes (setmanal)	9,6	22,0	17,3
Llegir revistes culturals (mensual)	11,9	17,5	14,1

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-03, 2010-11 i 2014-15

La lectura de premsa d'informació general amb la màxima freqüència (diària o quasi diària) ha experimentat un increment molt notable, ja que ha passat del 18% al 32%.

En el cas de la lectura freqüent de premsa esportiva, es dona una oscil·lació, però en el marc d'una tendència que sembla ascendent. Quant a la lectura de revistes, es produeix un creixement notori fins a 2011 i una reculada important en 2015. De manera similar, es comporten les revistes culturals: la lectura freqüent ha caigut després d'aconseguir el seu punt més elevat en 2011.

3.3. Perfil sociodemogràfic dels lectors de llibres

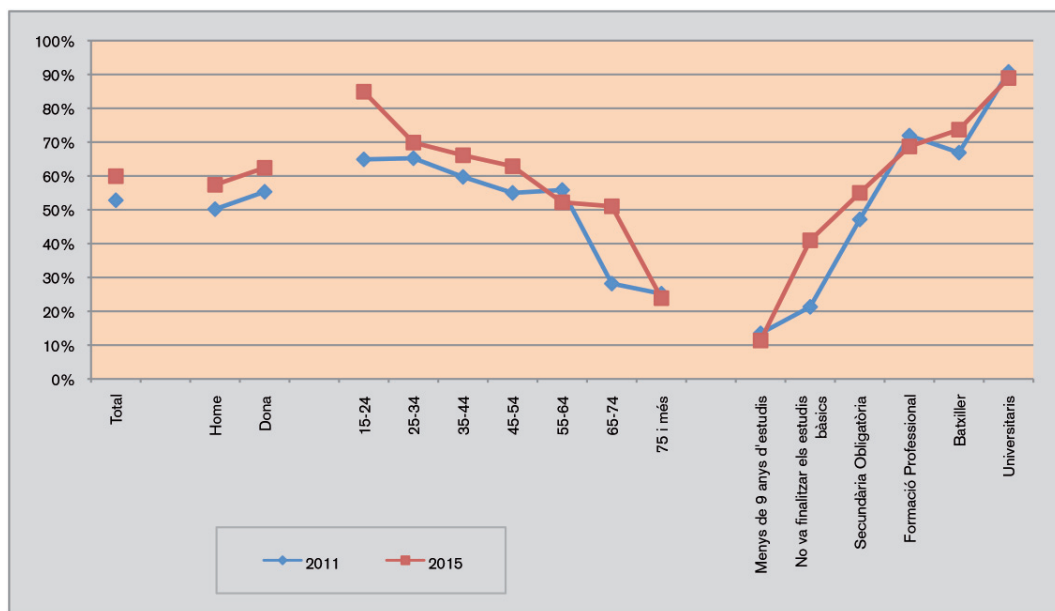
En primer lloc, s'ofereix una perspectiva comparada dels perfils sociodemogràfics dels lectors (en concret, d'aquells que diuen llegir amb freqüència anual, siga quin siga el tipus de lectura). La disponibilitat de dades permet constatar els canvis i permanències en el perfil. En la llarga durada, s'observa una clara feminització i juvenilització de la lectura, en un marc on la variable determinant és el nivell educatiu.

La lectura, que inicialment (enquesta de 1978) tenia un perfil més masculí, és ara lleugerament femenina (62% de lectores enfront de 57% de lectors).

Ara bé, la variable amb diferències més pronunciades entre les diferents categories, però sense que s'hagen produït grans canvis al llarg del temps, és la corresponent al nivell educatiu: entorn d'un 90% de lectors entre els qui tenen titulació universitària i un 13% entre els qui no han completat l'educació bàsica.

Per a comprovar en quina mesura les variables nivell educatiu i edat intervenen de forma diferent segons els tipus de lectura, oferim les anàlisis següents en funció de si es llig per motius professionals o vocacionals. Utilitzem l'expressió motius professionals per a referir-nos a llibres que es lligen per raó de treball o estudi; i motius vocacionals quan es trien les lectures per altres raons o interessos.

Gràfic 3: Evolució del perfil dels lectors a la Comunitat Valenciana (2011-2015)



Font: Elaboració pròpia a partir d'Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

La lectura de llibres per motius de treball o estudi està determinada, en primer lloc, per l'ocupació (estudiants), l'edat (les cohorts més joves són les que més lligen) i l'estat civil (solters a casa dels pares); i, en segon lloc, pel capital educatiu (estudis universitaris superiors).

Les característiques sociodemogràfiques dels lectors amb freqüència mensual per motius diferents dels professionals (en suma, més vocacionals) es presenten en la taula 12.

Taula 12: Variables més significatives dels tipus de lectura a la Comunitat Valenciana (2011 i 2015)

<i>Motius no relacionats amb la professió</i>	2011	2015
<i>Van llegir en l'últim mes</i>	32,5	34,3
Homes	25,6	29,2
Dones	39,1	39,2
De 25 a 34 anys	35,4	34,9
De 45 a 54 anys	37,0	40,9
De 65 a 74 anys	22,7	38,6
Estudis universitaris superiors	67,9	59,5
Estudiants que no treballen	34,2	44,2
Persones treballant	40,0	37,9
Solter/a a casa dels seus pares	29,7	36,7
Vivint en capitals de província	46,3	37,7

Font: Elaboració pròpia a partir d'Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

La lectura d'un altre tipus de llibres, on prevalen els motius vocacionals, ofereix un perfil amb trets clarament diferents, si bé de nou en aquest cas la variable més significativa és el nivell d'estudis. Entre els trets diferenciadors es troben el sexe (amb diferències superiors als 10 punts), l'edat (els percentatges més elevats es donen en les cohorts madures i, en concret, entre les persones de 45 a 54 anys), l'ocupació (estudiants que no treballen i els qui treballen), l'estat (els solters) i l'hàbitat (capitals de província).

En el nostre llibre sobre *La participació cultural a Espanya*, en analitzar les dades de 1997 i 2003 plantejàvem que, en termes generals, pot dir-se que hi ha hagut una lleugera reculada de les pràctiques lectores de la població espanyola, especialment de les cohorts més joves. Les persones nascudes després de 1976, entre 1960 i 1975 i entre 1946 i 1975, lligen una mica menys en l'enquesta de l'any 2003 que en l'enquesta de 1997. En l'última dècada, no obstant això, s'ha seguit una pauta diferent: ha crescut el nombre de persones lectores i especialment entre les cohorts joves. Ara bé, en aquest cas, l'increment de lectors està molt lligat a la condició d'estudiant i a l'organització del temps que aquesta condició permet.

Taula 13: Lectura de llibres per motius vocacionals a la Comunitat Valenciana segons edat en 2015

	Edat								Total
	15-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75 i més	
En l'últim mes	28,3%	46,6%	34,9%	36,0%	40,9%	31,6%	38,6%	12,7%	34,3%
En l'últim trimestre	13,3%	13,7%	8,4%	9,1%	6,3%	8,1%	2,8%	6,0%	7,7%
En l'últim any	16,7%	15,1%	13,9%	12,4%	11,0%	8,8%	6,9%	4,5%	10,7%
Fa més d'un any	18,3%	13,7%	19,9%	23,6%	18,6%	25,0%	24,1%	28,4%	22,0%
Mai o quasi mai	23,3%	11,0%	22,9%	19,0%	23,2%	26,5%	27,6%	48,5%	25,3%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Així, observem que en la lectura mensual de llibres per motius vocacionals la cohort més jove, de 15 a 19 anys, se situa entorn de la mitjana, mentre que en les cohorts madures se supera el 40% de lectors assidus. En canvi, quan centrem l'atenció en la freqüència entre tres mesos o un any (i també en la freqüència anual) és quan el percentatge de les dues cohorts més joves destaquen, superant clarament la mitjana. En resum, les lectures vocacionals tenen un component de maduresa biogràfica indubtable, que pot estar relacionat amb la trajectòria vital, però també amb la major o menor autonomia per a organitzar el temps lliure.

D'altra banda, quan considerem la lectura amb una freqüència superior a l'anual i especialment qui no llig mai o quasi mai, es produeix una diferència molt significativa, amb una correlació clara amb l'edat: hi ha menys lectors a major edat.

La conclusió més rellevant que pot extraure's és que les cohorts joves no deserten de la lectura, però la cohort de 15 a 19 anys no és la que destaca en la freqüència de lectura mensual.

A continuació, s'ofereix una perspectiva comparada dels lectors/ores de llibres, de premsa diària, de premsa esportiva i de revistes, en funció del sexe, l'edat, el nivell d'estudis i l'ocupació, a partir de l'enquesta del Ministeri de Cultura de 2015.

Les dades que s'ofereixen en la taula 14 corresponen als qui afirmen haver llegit durant l'últim any cadascun dels mitjans esmentats. Veiem, doncs, que la premsa diària té una penetració del 69%

(Espanya: 75%), l'esportiva del 35,5% (Espanya: 39%) i les revistes del 24,5% (Espanya: 32%). Per la seua banda, les persones que lligen llibres vocacionals se situen en el 60% (Espanya: 62%).

Taula 14: Perfils de lector/a (freqüència de l'hàbit de llegir) segons tipus de lectura a la Comunitat Valenciana (2015)

	Llibres anual	Prensa informació general anual	Prensa esportiva anual	Revistes culturals anual
Total	59,9%	68,6%	35,5%	24,5%
Home	57,4%	77,2%	60,8%	27,3%
Dona	62,4%	60,1%	10,9%	21,7%
15-19	81,7%	31,7%	35,0%	11,7%
20-24	87,7%	56,2%	41,1%	24,7%
25-34	69,9%	66,3%	42,8%	28,9%
35-44	66,1%	79,3%	40,9%	26,9%
45-54	62,9%	75,9%	35,9%	29,5%
55-64	52,2%	77,9%	34,6%	25,7%
65-74	51,0%	69,0%	29,0%	25,5%
75 i més	23,9%	52,2%	21,6%	9,0%
Menys de 9 anys d'estudis	11,4%	35,2%	14,8%	4,5%
No va finalitzar estudis bàsics	41,0%	61,8%	43,1%	8,3%
Secundària Obligatòria	55,0%	65,5%	34,5%	19,5%
Formació Professional	68,7%	77,1%	42,5%	26,3%
Batxiller	73,7%	73,7%	38,2%	28,9%
Universitaris	88,9%	84,2%	33,2%	52,1%
Treballant	67,5%	80,5%	44,0%	30,5%
Aturat/ada	57,4%	67,8%	39,9%	25,7%
Jubilat/ada o retirat/ada-pensionista	36,3%	60,3%	27,7%	16,9%
Estudiant (no treballa)	94,7%	50,4%	39,8%	23,9%
Faenes de casa	52,4%	52,4%	3,8%	13,3%
Uns altres	33,3%	66,7%	33,3%	66,7%

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

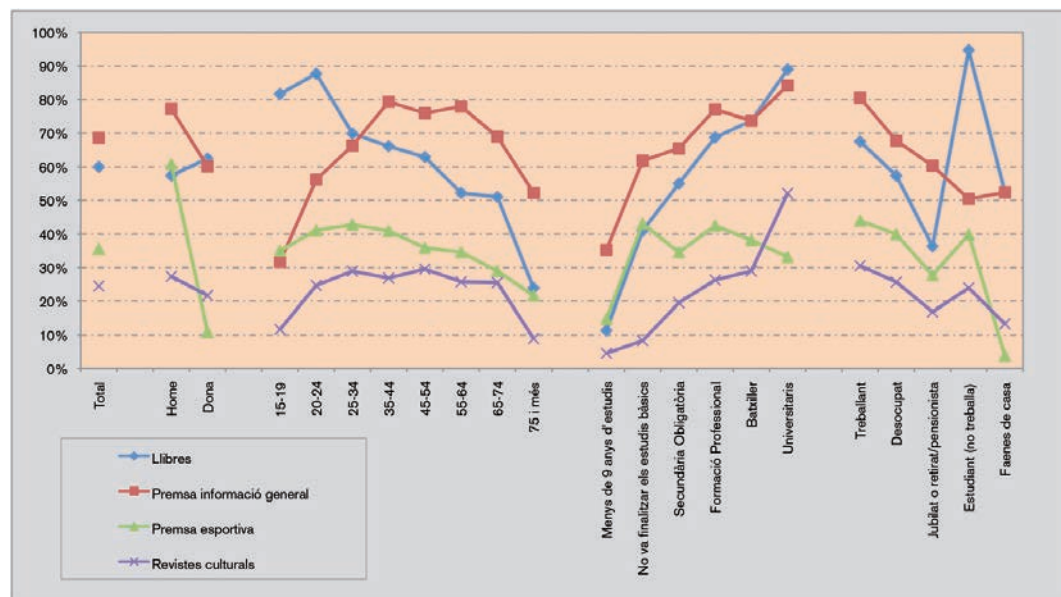
La variable sexe ofereix contrastos significatius en tots els casos, però de forma molt destacada en la lectura de premsa esportiva, que és clarament masculina (amb una diferència de 50 punts percentuals); també es dona un predomini masculí en la lectura de la premsa diària; en canvi, apareix un percentatge més elevat de dones en la lectura de llibres per motius no professionals. Donada la persistència d'aquestes pautes en el temps, sembla que ens trobem davant un fenomen social ben assentat en la nostra societat.

No és de menor interès l'estudi de la variable edat, ja que cada mitjà ofereix un perfil diferenciat: el perfil dels lectors de premsa diària presenta forma d'U invertida, atés que els percentatges més elevats es donen en les cohorts adultes i madures, mentre que les joves i les d'edat avançada són les que manifesten menor freqüència de pràctica. Amb una corba menys pronunciada, també es dona aquest fenomen en la lectura de revistes culturals.

La lectura de llibres manté, com hem vist, una estreta relació amb l'edat, amb una destacada juvenilització, fet aquest últim que ja no es dona ni en la lectura de revistes culturals ni en la de premsa esportiva, a pesar del fet que ambdues varien amb l'edat. Per la seua banda, el nivell educatiu en la premsa esportiva se separa de la pauta general, per a mostrar una altra dinàmica estructural de l'univers de les lectures: la importància de la variable sexe en la diferenciació entre premsa i revistes

esportives, d'un costat, que són molt masculines, i, d'altra banda, revistes que tenen un marcat caràcter femení: moda, llar, educació infantil i les denominades del cor.

Gràfic 4: Perfils dels lectors de diferents tipus de mitjans a la Comunitat Valenciana en 2015



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

L'anàlisi dels perfils permet concloure que existeixen universos o nínxols de lectura diferenciats. La lectura de llibres es troba molt relacionada amb l'ocupació d'estudiant, amb els nivells més elevats d'estudis i amb les edats més joves; la lectura de premsa diària està vinculada amb el fet d'estar treballant i amb les edats madures i, encara que el percentatge de dones que la lligen ha crescut extraordinàriament, es mantenen les distàncies perquè també ho ha fet el volum de lectors masculins. La premsa esportiva destaca pel seu caràcter netament masculí i per una molt menor incidència del nivell educatiu; finalment, les revistes culturals són mitjans de població d'edat madura, amb elevat capital educatiu i que es troben emplets.

3. 4. Els gèneres de la lectura

Les dades sobre la lectura de llibres en general no permeten conèixer la diversitat d'universos de lectura en funció de les combinacions de gèneres que poden realitzar els lectors.

En la taula 15 s'ofereixen els gèneres principals a partir d'una distinció prèvia entre *creació literària* i *divulgació i informació*. Un 92,5% dels qui diuen haver llegit en un trimestre realitza lectures de creació literària i un 57% de divulgació i informació. En l'àmbit de la creació literària i, en concret, de la novel·la, la contemporània gaudeix de la màxima estima, ja que un 75% dels qui lligen en un trimestre diuen llegir-la. Dins dels gèneres de la novel·la contemporània, es troben la novel·la històrica (30%) i la d'aventures (21%).

Quant als llibres de divulgació i informació, es dona una gran dispersió amb l'excepció del gènere històric (24%).

Taula 15: Població per sexe i edat que ha llegit llibres per motius no relacionats amb la professió o estudis en un trimestre segons els temes llegits a la Comunitat Valenciana (2015)

	Total	Home	Dona	15 a 24 anys	25 a 34 anys	35 a 44 anys	45 a 54 anys	55 i més anys
Infantil, juvenil	5,8	4,0	7,2	7,2	4,2	11,9	5,4	1,4
Còmics i historietes	2,8	4,9	1,1	8,7	2,8	0,9	1,8	2,2
Biografies o llibres de memòries	8,0	9,8	6,5	4,3	6,9	9,2	6,3	10,8
Teatre	1,4	2,2	0,7	4,3	–	–	1,8	1,4
Poesia	3,4	4,4	2,5	5,8	2,8	1,8	2,7	4,3
Novel·la clàssica	28,1	23,1	32,2	26,1	30,6	22,9	29,5	30,9
Novel·la contemporània històrica	30,3	34,2	27,2	13,0	26,4	25,7	34,8	41,0
Novel·la contemporània aventures	21,0	24,0	18,5	30,4	18,1	16,5	18,8	23,0
Novel·la contemporània costumista	3,4	3,1	3,6	–	1,4	2,8	2,7	7,2
Novel·la contemporània sentimental/amor	16,8	4,9	26,4	21,7	15,3	16,5	21,4	11,5
Novel·la contemporània negra i policíaca	10,2	8,4	11,6	8,7	11,1	10,1	10,7	10,1
Novel·la contemporània ciència-ficció	6,8	9,3	4,7	13,0	12,5	3,7	8,0	2,2
Novel·la contemporània (altres)	16,2	18,7	14,1	13,0	12,5	18,3	19,6	15,1
Enciclopèdies i diccionari enciclopèdic	1,8	2,7	1,1	–	1,4	1,8	4,5	0,7
Història	24,4	28,0	21,4	23,2	27,8	16,5	20,5	32,4
Filosofia, psicologia	6,6	7,1	6,2	8,7	4,2	6,4	7,1	6,5
Religió, teologia	5,0	6,2	4,0	1,4	6,9	4,6	4,5	6,5
Política i economia	4,4	5,8	3,3	7,2	8,3	5,5	–	3,6
Ciències socials i humanitats	8,0	7,6	8,3	8,7	4,2	9,2	9,8	7,2
Ciències mèdiques i naturals	3,6	4,0	3,3	7,2	5,6	2,8	2,7	2,2
Ciències físiques, químiques, matemàtiques i informàtica	4,2	6,7	2,2	5,8	8,3	4,6	4,5	0,7
Esports i jocs	3,6	7,6	0,4	4,3	5,6	7,3	1,8	0,7
Arts plàstiques i gràfiques, fotografia	3,0	4,0	2,2	1,4	5,6	2,8	2,7	2,9
Cinema, música i teatre	2,0	3,6	0,7	4,3	1,4	0,9	2,7	1,4
Uns altres	15,0	13,3	16,3	14,5	18,1	18,3	11,6	13,7

Unitat: Percentatge de llibres en paper i en format digital llegits en l'últim trimestre. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

La taula 15 ofereix informació, a més, sobre dues variables rellevants com són el sexe i l'edat. Els lectors homes puntuen per damunt dels valors mitjans en novel·la històrica, d'aventures i de ciència-ficció; en els llibres de divulgació també destaquen en el gènere històric, llibres de política i economia i de ciències experimentals (física, química i matemàtiques) així com en lectures d'esports i jocs. Les dones lectores destaquen en lectures infantils i en la novel·la clàssica, novel·la contemporània sentimental i policíaca i en ciències socials i humanitats.

Quant a la variable edat, la cohort més jove (de 15 a 24 anys) destaca en lectura infantil i juvenil, còmics i historietes, en poesia i teatre; en l'àmbit de la novel·la, destaquen tres tipus: en les d'aventures, sentimental i ciència-ficció; també sobreixen, segurament per la seua posició formativa,

en llibres que tenen una clara especialització acadèmica: filosofia, ciències socials, política i economia, ciències mèdiques i naturals; així com en cinema i música.

La cohort següent en edat sobreix en novel·la clàssica i, a més, en lectures que semblen tindre un component o dimensió instrumental com l'economia, la química i la física i les arts plàstiques.

El gènere biogràfic interessa de forma més destacada a persones d'edat adulta i avançada. Aquestes cohorts s'interessen també especialment per la novel·la clàssica, per la novel·la històrica i costumista, així com per llibres de religió.

En conjunt, es pot observar clarament que hi ha lectures vinculades a rols socials (lectures dels progenitors cap als seus fills i filles o lectures vinculades al procés de formació en joves i adolescents, tot i que no s'imposen estrictament com a lectures estudiantils); unes altres es troben vinculades a etapes del cicle vital (com succeeix amb la novel·la d'aventures i de ciència-ficció, els còmics i historietes, d'un costat, i, d'un altre les lectures de novel·la clàssica i històrica o el gènere històric, costumista i de religió, que contraposen a les cohorts més joves i més ancianes); i hi ha lectures definides pel sistema sexe/gènere (esports per a homes; sentimentals per a dones).

3.5. Es troba la lectura amenaçada pels nous mitjans?

Sol afirmar-se que les pràctiques lectores es troben en perill com a conseqüència de la difusió dels nous mitjans que, pel seu caràcter audiovisual i per les seues menors exigències d'atenció i esforç actiu, tindrien major capacitat de seducció sobre audiències indolents i abúliques. Existeix evidència indiscutible d'això? Per a respondre aquesta qüestió iniciarem dues vies d'aproximació: la primera contempla la possible existència de rivalitat entre els mitjans; la segona, ofereix les dades de la lectura en nous suports digitals.

En la taula 16 s'ofereixen les dades que permeten analitzar la relació entre la lectura de llibres i altres pràctiques culturals a la Comunitat Valenciana. Comparem els resultats totals corresponents a cadascuna de les pràctiques, segons la freqüència considerada més habitual en cadascuna d'aquestes, amb la lectura de llibres amb periodicitat superior a l'anyal i amb els percentatges corresponents a no lectors de llibres. Així, observem que els lectors de premsa diària d'informació general amb periodicitat diària són un 32%; però entre els lectors de llibres amb major freqüència són un 38% i entre els poc o no lectors se situen en un 23%.

Taula 16: Relació entre la lectura de llibres i altres pràctiques culturals a la Comunitat Valenciana (2015)

	Total	Lector/a de llibres	Poc o No lectors/ores
Premsa d'informació general (diàriament)	32,1	38,0	23,2
Premsa esportiva (setmanal)	30,0	30,5	29,3
Revistes culturals (mensual)	14,1	19,2	6,5
Altres revistes (mensual)	32,7	37,5	25,5
Ordinador treball o estudis (diari)	29,8	43,6	9,2
Ordinador altres motius (diari)	38,6	51,3	19,7
Internet treball o estudis (diari)	28,8	42,4	8,6
Internet altres motius (diari)	50,0	62,8	30,8
Interés música en general (9+10)	34,5	43,1	21,5
Interés cinema (9+10)	26,3	32,6	16,9
Freqüència TV (diàriament)	95,4	94,4	96,8

Unitat: Percentatge. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Per la seua banda, la lectura de premsa esportiva amb periodicitat setmanal la realitza en 2015 un 30%, i entre els lectors de llibres són també un 30%. Qui llig revistes culturals amb freqüència mensual suposa un 14%, però el percentatge s'eleva fins al 19% entre qui llig llibres i cau a un 6,5% entre qui llig pocs llibres.

En tots els tipus de pràctica cultural que hem seleccionat per a la comparació en la taula 16, amb l'excepció de la freqüència diària de veure televisió, el percentatge de practicants és superior entre els lectors de llibres. I això és especialment vàlid entre els qui utilitzen ordinadors i Internet diàriament, siga per raons de treball o estudi o per altres motius. Les diferències en aquests casos arriben a superar els 10 punts. Succeeix igualment quan abordem altres pràctiques com l'interés per l'escolta de música o pel cinema.

De manera sistemàtica, els lectors de llibres puntuen molt per damunt dels no lectors en totes les pràctiques analitzades: solen llegir més periòdics, revistes, còmics i materials en altres suports (com ara Internet o fotocòpies); destaquen amb diferències molt notòries en la possessió d'ordinadors en la llar, de connexió a Internet i en la seua utilització; els agrada en major proporció la música, la lectura, el cinema i Internet. La concurrència entre mitjans pot afectar el temps disponible per a cadascun d'ells, però no les preferències i les pràctiques. La lectura de llibres es fa compatible, s'enriqueix, s'alimenta i al seu torn potencia l'ús de les noves tecnologies. De fet qui, si no, ha introduït els llibres digitals?

La presentació de les dades de l'enquesta de 2015 permet realitzar encara més comparacions. Així, en la taula 17 oferim un ampli llistat d'activitats estudiades en l'enquesta; en la primera columna es registren els indicadors mitjans de la població total per a cada activitat, mentre que en les tres següents es presenten indicadors de la població total que va llegir llibres, de la qual els va llegir per motius no professionals o d'estudis i dels qui els van llegir directament d'Internet.

En totes les activitats considerades, amb l'excepció de la televisió, els percentatges de lectors de llibres en general, de lectors de llibres per vocació i de lectors directament d'Internet, superen els indicadors mitjans de la població per a la dita activitat, gens importa que es tracte de visita a museus o de videojocs, de lectura de llibres per raons professionals, d'assistència al cinema o d'assistir a concerts de música actual.

Els percentatges relatius a persones que descarreguen llibres d'Internet són clarament els més elevats en tots els casos. No solament no hi ha, doncs, incompatibilitat entre lectura i utilització de l'ordinador, sinó que la lectura en Internet està experimentant una gran progressió tant per motius professionals com vocacionals.

Vegem, justament ara, la penetració de les pràctiques digitals.

4. Les pràctiques digitals

Introduir les pràctiques digitals com un apartat addicional a l'interior d'un capítol d'un informe dedicat a les pràctiques culturals a la Comunitat Valenciana en els inicis del segle XXI pot semblar insolent o resultat de la ignorància. Quan tants textos s'interroguen sobre en quina mesura la revolució digital constitueix una mutació cultural, ací la minimitzaríem com un mer canvi tecnològic que dona lloc a un domini més de consum en el camp cultural. Res més lluny del nostre propòsit i plantejament perquè, en la seua curta història, Internet ha mostrat una capacitat extraordinària d'incorporar i transformar totes les dimensions de l'existència i de la cultura i conforma ja l'ecosistema o l'hàbitat en què es troben immersos pràctiques, significats i persones. La nostra societat és digital.

El fet que el lloc principal d'ús de l'ordinador i d'accés a Internet s'haja traslladat primer de l'àmbit laboral a l'espai domèstic i després s'estiga desplaçant als llocs de trànsit no és casual i té a

veure amb les transformacions que experimenta un sistema sociotècnic quan qui crea els usos és també l'usuari i no merament qui dissenya els maquinari i programari.

Taula 17: Persones que van llegir llibres i van realitzar determinades activitats en l'últim any almenys una vegada al mes a la Comunitat Valenciana en 2015

	Total	Van llegir llibres	Lectures vocacionals	Directament d'Internet
Museus, exposicions i galeries				
Museus	30,4	42,4	50,9	64,3
Exposicions	21,7	31,5	36,7	55,4
Galeries d'art	11,9	17,8	19,8	33,9
Monuments	30,2	51,0	57,9	66,1
Jaciments	15,7	21,8	27,6	33,9
Arxius	6,6	9,7	12,0	17,9
Lectures				
Van llegir llibres professió	28,2	47,1	40,1	91,1
Van llegir llibres vocacionals	52,7	88,0	100,0	83,9
Van llegir d'Internet	4,7	7,8	7,3	100,0
Arts escèniques				
Teatre	24,3	33,8	36,7	55,4
Òpera	1,6	2,2	2,2	7,1
Sarsuela	1,2	1,5	2,0	1,8
Ballet	6,1	8,8	10,5	19,6
Circ	9,0	12,9	12,5	23,2
Altres pràctiques				
Concerts música clàssica	11,0	15,2	16,9	14,3
Concerts de música actual	20,5	27,0	25,9	46,4
Cinema	54,1	69,9	71,6	80,4
Llegir premsa (diari)	32,1	38,0	38,3	53,6
Ràdio (diari)	78,5	78,9	80,6	78,3
Vídeo (setmanal)	29,6	37,2	35,2	57,1
Televisió (diari)	95,4	94,4	93,3	84,3
Videojocs (setmanal)	10,4	13,6	10,5	28,6
Utilitzar ordinador (setmanal)	59,4	75,9	73,9	98,2

Unitat: Percentatge. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

D'altra banda, la creixent portabilitat i complexitat funcional dels dispositius comencen a generar un accés ubic, nòmada i permanent. I el que encara és més important, Internet no és ja un món paral·lel –en línia– pel qual ens endinsem durant unes hores determinades del dia o de la setmana, sinó que s'ha imbricat en la vida social ordinària fins al punt que constitueix l'ordit i la dinàmica mateixa del seu desenvolupament i generativitat. No és alguna cosa que es consumeix, sinó alguna cosa que es produeix i que es reorganitza constantment amb salts disruptius imprevistos; no és alguna cosa que es té, sinó on s'està (i, en certa mesura, s'és). En aquest sentit, caminem cap a la seua omnipresència i generalització normalitzades.

4.1. Perfil sociodemogràfic dels internautes

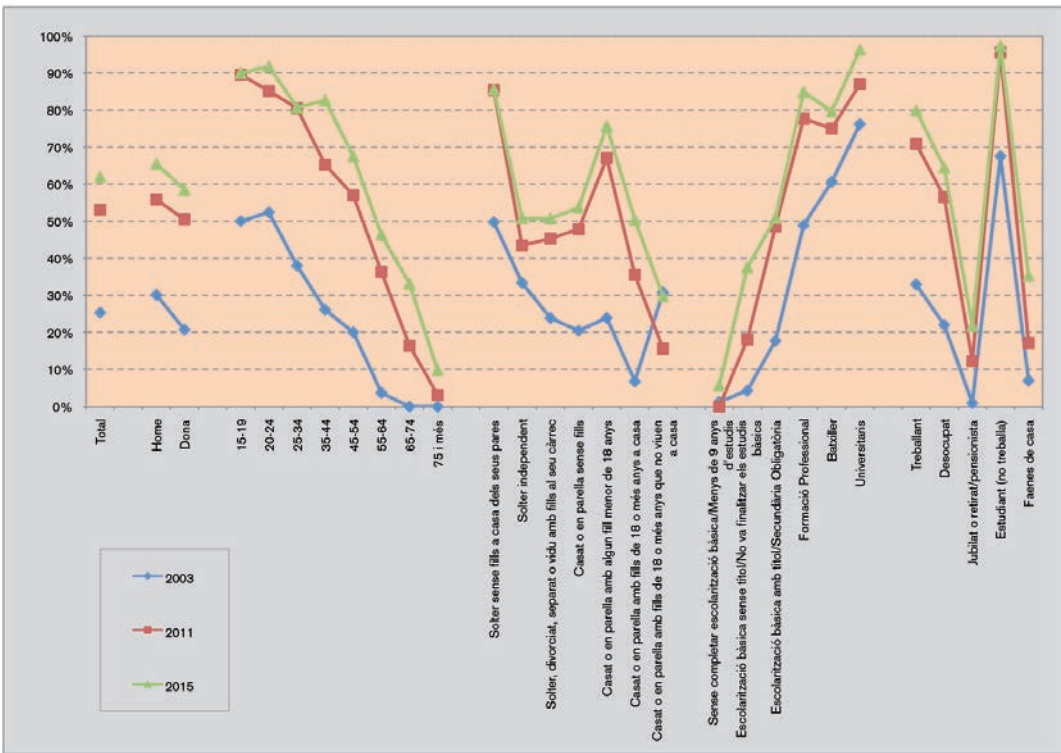
Anem a estudiar el perfil sociodemogràfic de les persones segons l'hàbit d'usar l'ordinador entre 2003 i 2015 i de les persones que solen utilitzar Internet entre 2011 i 2015. Per a 2003, hem seleccionat la freqüència "solen utilitzar l'ordinador", mentre que per a 2011 i 2015 hem triat la freqüència mensual (almenys una vegada al mes). Observem que s'ha passat del 31% que solia utilitzar l'ordinador al 63% que l'utilitza amb periodicitat mensual.

En els gràfics següents s'observa una gran similitud estructural en els perfils de les diferents dates i entre la utilització de l'ordinador i l'accés a Internet. Per punt, l'important increment experimentat en l'hàbit d'utilitzar l'ordinador durant els últims deu anys ha anat acompanyat d'una notable estabilitat en els trets de perfil sociodemogràfic.

Tant l'ús de l'ordinador com l'accés a Internet tenen un perfil lleugerament masculí, amb una diferència d'uns 8 o 9 punts percentuals entre homes i dones. Segons, les dades més recents de 2015, la diferència de sexe s'estaria contraient i, segons AIMC, hauria quedat reduïda solament a 2 punts.

D'altra banda, la correlació inversa amb l'edat és molt clara i, encara que les persones d'edat madura i avançada s'estan incorporant amb rapidesa a l'ús de l'ordinador, no hi ha dubte que encara té un caràcter juvenil. Mentre que és utilitzat pel 92% de la cohort més jove, solament ho fa un 10% de les persones ancianes, majors de 75 anys.

Gràfic 5: Evolució del perfil sociodemogràfic dels usuaris d'ordinador a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

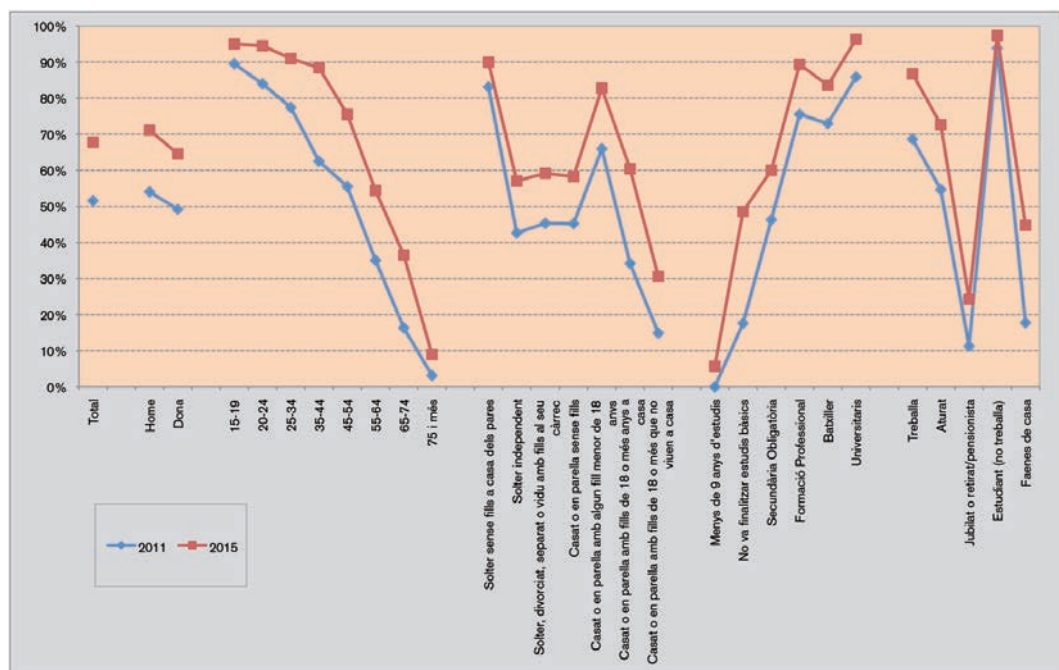


Unitat: Percentatge d'ús de l'ordinador amb una freqüència, almenys, d'una vegada al mes per als tres anys.

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

També existeix una important relació (en aquest cas, positiva) amb el nivell educatiu, si bé la diferència fonamental s'estableix entre qui no té estudis o solament té estudis primaris i qui té estudis de batxillerat o superiors. D'altra banda, en analitzar l'ocupació, entre la població estudiant el percentatge d'accés a l'ordinador i Internet supera ja el 97%. Per contra, els pensionistes i els qui es dediquen a les tasques de la llar ofereixen els percentatges menors d'ús de l'ordinador.

Gràfic 6: Evolució del perfil sociodemogràfic dels usuaris d'Internet a la Comunitat Valenciana (2011-2015)



Unitat: Percentatge d'usuaris d'Internet (almenys una vegada a l'any).

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

L'ús d'Internet avança amb celeritat cap a la cobertura universal, ja que la fractura més gran té a veure amb l'edat. Per això, són les cohorts més majors, les persones que es dediquen a labors de la llar i les jubilades, que també tenen menors nivells educatius, les que presenten els percentatges més baixos d'ús. Estem, doncs, davant una fractura que s'anirà resolent, lentament però en gran manera, pel relleu intergeneracional.

L'Enquesta de tecnologies en la llar ofereix una informació encara més actual i també més rica que les enquestes del Ministeri sobre el perfil de les persones que tenen en la llar ordinador, Internet i mòbil.

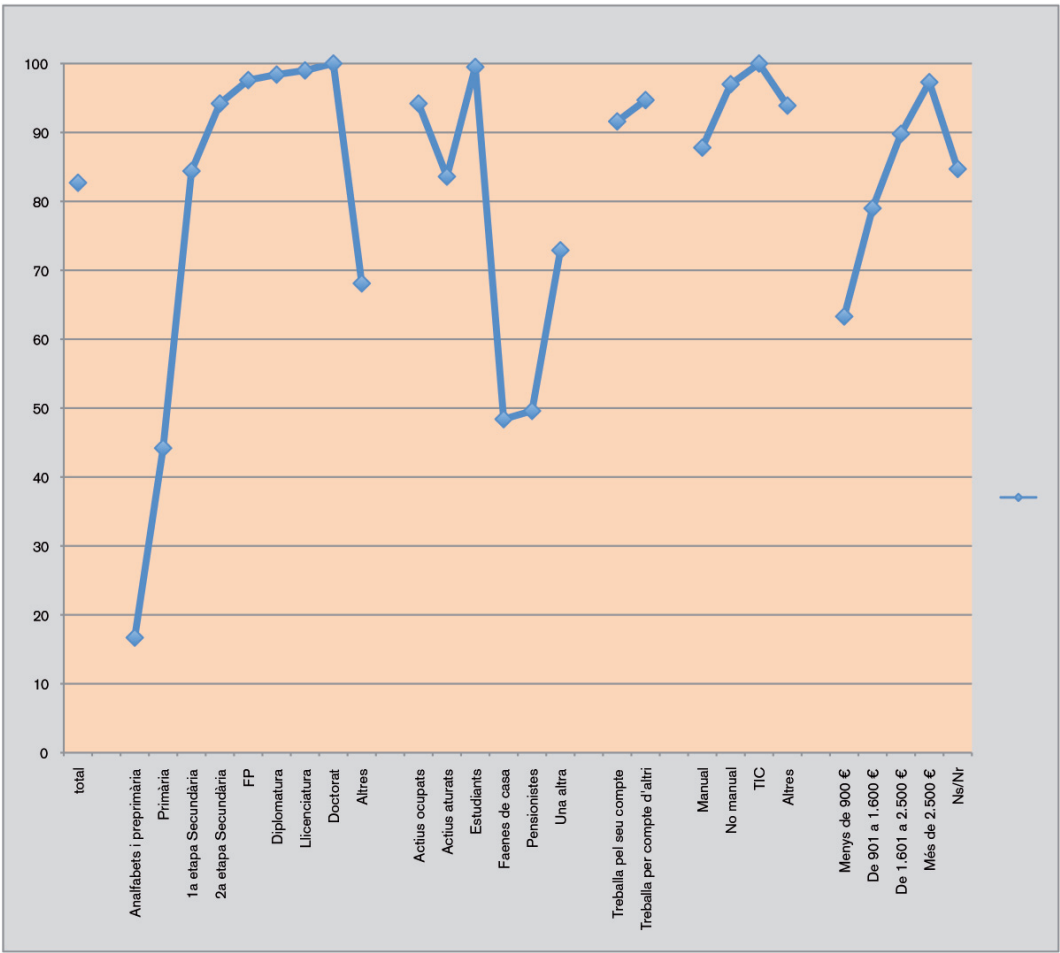
Segons la informació disponible per a 2016 i referida a Espanya, un 83% de les persones ha utilitzat alguna vegada Internet i un 50% ha realitzat compres a través de la xarxa; el 77% dels habitatges principals compta amb algun tipus d'ordinador; el 97% amb telèfon mòbil i un 23% amb lector de llibres i-book.

Ara bé, quan analitzem aquesta penetració en funció de les variables sociodemogràfiques, pot afirmar-se que existeix ja una cobertura universal en el cas de les llars amb estudis mitjans i

superiors, entre ocupats, aturats i estudiants, i en les llars amb ingressos mensuals nets de més de 1.000 euros.

Per la seua banda, l'ordinador i Internet, que ofereixen un perfil idèntic, seguint la pauta d'acoblament que ja hem vist en el gràfic 7, arriben al 100% de les llars amb estudis superiors entre els estudiants, i s'aproximen a aquesta cota en les llars amb més de 2.500 euros mensuals d'ingressos nets.

Gràfic 7: Perfil dels qui han utilitzat alguna vegada Internet (Espanya 2016)



Font: INE, Enquesta de Tecnologies en la Llar <www.ine.es>

Per punt, pot concloure's que si no han aconseguit una cobertura universal plena, similar a la del telèfon mòbil, és pels problemes econòmics d'un nombre important de llars amb ingressos inferiors a 1.000 euros mensuals, i al fet que les llars compostes per persones d'edat avançada amb baix nivell educatiu no senten la imperiosa necessitat d'incorporar-los, però sí que utilitzen el telèfon mòbil com un element central de comunicació amb els seus familiars i reunits.

4.2. Les activitats en la xarxa

Enquesta d'hàbits del Ministeri també pregunta per les activitats que es realitzen. Ofereix un ampli ventall de 25 activitats i de motivacions relacionades amb aquestes (com buscar informació per motius professionals, per estudis, per a activitats d'oci, etc.). Entre serveis i activitats existeix un cert solapament, perquè la frontera no està clara. En la taula 18 s'ofereixen els resultats corresponents als qui diuen accedir a Internet.

L'activitat que realitza un percentatge major de població internauta, segons l'enquesta d'hàbits del Ministeri, és l'ús de missatgeria (52%); en segon lloc, la visita de llocs web per a divertir-se, entretenir-se i informar-se (46%), i, a certa distància, la participació en xats i xarxes socials (38%).

Taula 18: Activitats que realitzen en Internet els qui utilitzen Internet a la Comunitat Valenciana (2011-2015)

	2011	2015
Usar missatgeria instantània (Messenger...)	36,8	52,1
Buscar o visitar web per a divertir-se, entretenir-se o informar-se	31,1	45,9
Participar en xats, xarxes socials...	24,0	37,4
Buscar o visitar web per motius professionals	23,0	26,2
Buscar informació sobre turisme	21,2	24,3
Llegir directament d'Internet llibres, premsa, revistes	13,7	19,9
Buscar o visitar web per motius acadèmics	15,2	19,2
Escoltar música directament d'Internet	15,4	18,6
Comprar o descarregar música	11,8	18,6
Comprar o descarregar pel·lícules	8,9	17,4
Buscar informació sobre música, cinema i espectacles	19,0	14,2
Veure pel·lícules directament d'Internet	10,0	11,3
Escoltar ràdio	7,6	10,0
Buscar informació sobre museus, biblioteques, arxius, etc.	10,8	9,7
Comprar o reservar entrades per a activitats culturals	8,0	8,3
Comprar o descarregar programari	3,2	7,4
Veure televisió	4,4	7,0
Comprar o descarregar llibres, premsa, revistes.	0,4	4,9
Veure espectacles escènics directament d'Internet	2,0	4,6
Penjar continguts (música, vídeos) per a ser compartits	2,4	4,5
Comprar o descarregar programes de videojocs	1,4	4,4
Usar videojocs directament d'Internet	3,9	4,4
Realitzar visites virtuals a museus, exposicions i monuments	5,3	3,5
Participar en fòrums culturals (literaris, de cinema, etc.)	3,4	2,9
Altres activitats	14,6	7,1

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

Un segon grup se situa en una banda de percentatges que oscil·la entre el 19% i el 26% (visitar webs per motius professionals i acadèmics, per a trobar informació turística i per a llegir llibres i premsa directament en Internet).

Al comparar les dades de 2015 amb les de 2011, es constata que quasi totes les activitats han experimentat un creixement significatiu amb l'excepció de buscar informació sobre cinema i sobre museus, realitzar visites virtuals a museus i participar en fòrums culturals.

La informació disponible sobre Internet, en aquesta font, és molt reduïda. Per a compondre una panoràmica d'aquesta mutació fonamental caldria recórrer a altres fonts com l'enquesta d'ús de les tecnologies en les llars, AIMC, i informes especialitzats d'ONTSI o Fundació Telefònica.

II

Música,
arts escèniques
i monuments

Aquest segon capítol de l'estudi s'ocupa de les preferències i pràctiques musicals en totes les seues formes i variants, així com de les pràctiques relacionades amb les arts escèniques i la visita a llocs patrimonials.

La gran revolució experimentada per la música radica en la seua possibilitat d'escolta intervinguda; per tant, quan hi parlem, inclourem tant l'assistència a concerts en viu i en directe com l'escolta en diferents mitjans en qualsevol lloc. D'altra banda, l'assistència a espectacles d'arts escèniques i a llocs que de forma global denominem patrimonials, comporten el desplaçament de la llar i, en conseqüència, costos addicionals en temps i segurament en diners.

En aquest capítol abordarem aspectes com els motius pels quals es realitzen les pràctiques i les formes d'accés a la música, en funció de si s'ha de pagar o no entrada.

1. Les pràctiques musicals

Si existeix un tipus d'activitat cultural que no ha deixat de transformar-se durant tot el segle xx i que segueix ara mateix experimentant una profunda mudança és el camp de la música. Com ja hem mostrat en altres llocs (Ariño, 2013), ha viscut una gran progressió o penetració social i, sobretot, la seua accessibilitat no ha deixat d'experimentar canvis constants com a conseqüència de la incessant innovació tecnològica. Quan parlem de la música, tractem dues modalitats diferents d'audició (en directe i gravada), una gran divisòria cultural (música clàssica i moderna) i una multiplicitat de gèneres que no cessa de créixer a la calor de la dinàmica generadora d'identitats i de moviments socioculturals. En les pàgines següents, abordarem aquesta proliferació i complexitat, fonamentalment a partir de les dades que ofereixen les enquestes d'hàbits de la passada dècada.

1.1. L'omnipresència de la música

Encara que les dades sobre l'evolució de l'escolta de música entre les tres enquestes considerades no ofereixen una pauta consistent, es pot afirmar que aquella, després de la visió de programes televisius, és la pràctica més estesa, ja que la realitza un 86% en 2015 (vegeu la taula 1). Tot i així, hi ha un 14% que diu no escoltar música mai o quasi mai.

Taula 1. Evolució de l'escolta de música en la Comunitat Valenciana (2003 i 2011)

	2003	2011	2015
Solen escoltar música	86,9%	75,2%	85,8%
No escolten música	13,1%	24,8%	14,2%
Escolten a casa	81,3%	65,3%	68,9%
Escolten en el cotxe	25,7%	37,0%	45,3%
Minuts diaris dels quals escolten música entre setmana (mitjana)	–	121,4	120,3
Minuts diaris dels quals escolten música cap de setmana (mitjana)	–	97,7	118,9
Interés per la música en general (mitjana en escala d'1 a 10)	–	7,5	7,3

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

D'altra banda, s'ha produït una disminució en l'escolta a la llar (del 81% que afirmava escoltar-la a casa en 2003 s'ha passat al 69% en 2015), ha crescut extraordinàriament l'audició en el cotxe (ja que ha passat de 26% en 2003 al 45% en 2015), aspecte aquest important perquè ha crescut el temps dedicat quotidianament a desplaçaments per raons laborals o d'un altre tipus. En canvi, en 2015 es produeix un increment en el nombre de minuts consagrats diàriament durant el cap de setmana a aquesta pràctica i es manté estable l'interés per la música en general (un valor mitjà d'entorn del 7,5-7,3 sobre 10).

Abans de centrar l'assistència a concerts, convé observar també l'evolució de les preferències musicals. En la taula 2, es comparen les preferències entre música en general i escolta de música, d'un costat, i assistència a concerts de música clàssica i de música actual, d'un altre.

Taula 2: Evolució de l'interés per la música en la Comunitat Valenciana (2011-2015)

	2011	2015
Música en general	7,5	7,3
Concerts de música clàssica	5,1	4,8
Concerts de música actual	6,4	6,1
Escoltar música	7,6	7,5

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

En una escala d'1 a 10, l'escolta de música obté una qualificació de notable, lleugerament superior al 7. Similar és la valoració que aconsegueix la música en general. No obstant això, quan centrem l'interés per assistir a concerts de música clàssica i de música actual, el grau de motivació disminueix, i ho fa especialment en el cas de la música clàssica. Entre tots dos tipus existeix una diferència superior a un punt.

En el gràfic 1, s'analitza el perfil sociodemogràfic en 2015 dels qui tenen interès per escoltar música, els qui manifesten interès per la música en general i els qui ho fan pels concerts de música clàssica i de música actual.

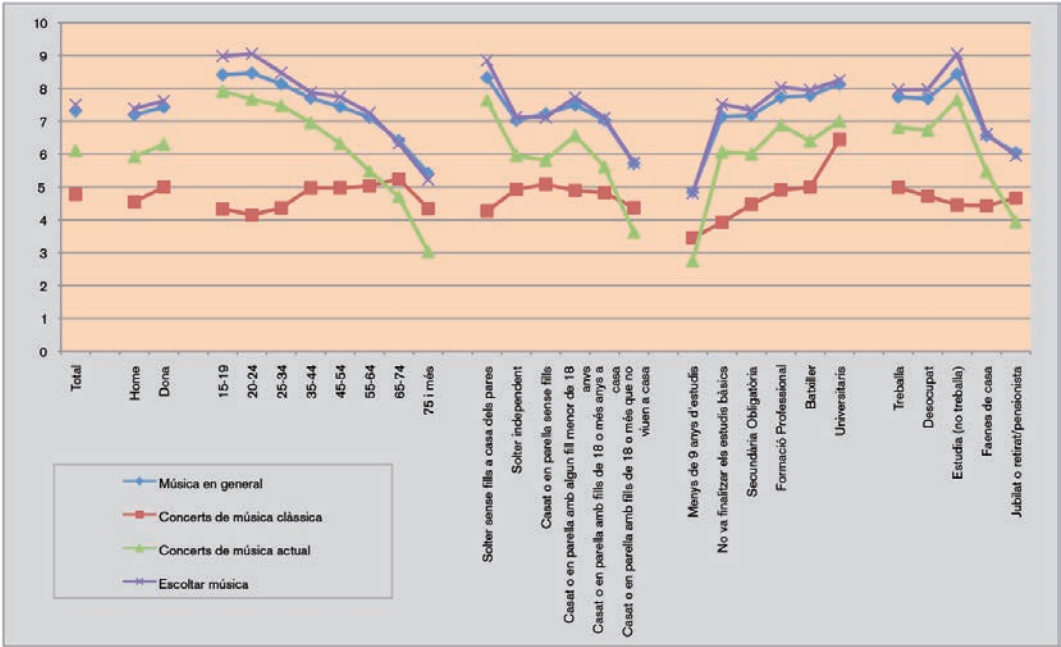
Totes les variables considerades ofereixen diferències significatives. Al mateix temps, existeix un contrast molt marcat entre el perfil de les persones interessades per la música clàssica i els altres tres tipus de pràctica musical. Exclusivament es dona convergència en la variable sexe, on els valors referits als interessos de les dones sempre són més elevats que els dels homes.

Els perfils de l'interés per l'escolta de música i per la música en general segueixen unes pautes molt similars en totes les variables i categories de les variables: siga en el sexe (valoracions mitjanes més altes de les dones), en l'edat (menor interès mitjà a major edat), l'estat civil (valors mitjans més alts en solters vivint a casa amb els seus pares i parelles casades amb fills menors de 18 anys), el nivell educatiu (major interès mitjà a major nivell educatiu, si bé les freqüències s'igualen bastant a partir del batxiller i la formació professional) o l'ocupació (els valors mitjans més baixos es donen entre persones jubilades i dedicades a les labors de la llar).

També el perfil sociodemogràfic de l'interés pels concerts de música actual s'assembla a aquestes pautes: més interessades les dones que els homes; amb una gran diferència entre les cohorts joves i les madures i de major edat; amb els més interessats entre els qui tenen un capital educatiu mitjà; i reduït interès entre els qui estan jubilats o es dediquen a labors de la llar. No obstant això, els valors són més baixos.

En canvi, i per contrast, en els concerts de música clàssica es produeix una associació positiva amb l'edat, de manera que són les cohorts més joves les que ofereixen valoracions mitjanes més baixes. Però aquesta associació creixent es produeix fins a aconseguir els 65 anys, amb un descens nítid a partir d'aquest llindar, causat segurament per diverses raons: dificultats físiques, però també pèrdua d'importància de la funció social de l'assistència a concerts. Al seu torn, l'associació és lineal i positiva amb el nivell educatiu, on es produeix a més una lleugera diferència entre els qui segueixen la via de la formació professional de grau superior i la via del batxillerat i la universitat. Els valors més alts es troben entre les persones amb titulació universitària. Quant a les variables estat civil i ocupació, no es donen grans divergències entre les categories, si bé els valors mitjans més baixos apareixen entre els solters i els estudiants.

Gràfic 1: Interés per la música a la Comunitat Valenciana en funció de diversos perfils sociodemogràfics (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

1.2. L'assistència a activitats musicals

En la taula 3, s'ofereix informació sobre l'evolució de l'assistència a concerts musicals i diverses arts escèniques, incloent-hi el ballet i la dansa, durant el trimestre anterior a la realització de l'enquesta.

Totes les pràctiques tenen un públic molt minoritari, però ho és especialment en el cas de l'assistència a espectacles de sarsuela i òpera. Concretament, els percentatges respectius no superen l'1%. El públic assidu a la música clàssica es troba inamovible entorn del 5% (més elevat que la mitjana espanyola: 3,5%) i l'assistència a concerts de música actual, tampoc deixa de ser minoritària, encara que el percentatge dels assidus se situa prop del 10% en 2015. Solament en cas del ballet/dansa s'ha produït un creixement de mig punt.

En analitzar el nombre mitjà de vegades d'assistència en el trimestre, l'òpera, el ballet i la música actual creixen, però no així la resta.

En el gràfic 2, presentem el perfil per sexe i edat dels assistents a concerts de música clàssica i actual, en l'últim trimestre, i el dels assistents a òpera, sarsuela i ballet en l'últim any.

En tots els casos, es dona una major assistència de dones que d'homes amb l'excepció, molt marcada, dels concerts de música actual.

L'anàlisi de la variable edat proporciona informació significativa. Així la música actual i el ballet, clarament, són fenòmens amb una predominança juvenil, però les associacions entre assistència i edat mostren variacions rellevants. Així, en l'assistència a concerts de música actual es produeix una reducció molt clara a mesura que es madura en edat, però els percentatges per a 15-19 anys i 20-24 són idèntics, la qual cosa indica que l'autonomia per a assistir a aquests concerts està restringida entre les cohorts més joves i aquesta restricció té a veure en gran manera amb el control dels progenitors sobre les filles.

Taula 3: Evolució de l'assistència a concerts musicals i espectacles d'arts escèniques a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

		2003	2011	2015
Òpera	Percentatge trimestral	0,3	1,5	0,4
	Nre. mitjà vegades al trimestre	2,5	1,1	5,0
Sarsuela	Percentatge trimestral	0,7	1,3	0,1
	Nre. mitjà vegades al trimestre	1,2	1,2	1,0
Ballet	Percentatge trimestral	1,6	2,5	2,1
	Nre. mitjà vegades al trimestre	1,2	2,4	2,8
Música clàssica	Percentatge trimestral	4,9	5,0	5,0
	Nre. mitjà vegades al trimestre	2,6	1,7	1,8
Música actual	Percentatge trimestral	10,9	11,3	8,5
	Nre. mitjà vegades al trimestre	1,9	2,2	2,5

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

Per la seua banda, en el cas del ballet, la major importància es dona entre els 20 i 24 anys, i després els percentatges s'estabilitzen fins a reduir-se a la seua mínima expressió en l'edat més avançada.

El ballet i la música clàssica tenen una relació molt directa i marcada amb el capital educatiu, ja que les diferències entre els qui tenen estudis universitaris i la resta són les més pronunciades.

1.3. Els gèneres musicals

A continuació, s'ofereixen dades d'assistència a concerts de música actual i de música clàssica en funció del tipus de gèneres musicals. En el qüestionari es distingeixen 17 gèneres, i s'estableixen diferències entre variants estrangeres i autòctones, com en el cas del rock, o clàssiques i modernes, com en el del flamenc.

Els gèneres de músiques actuals

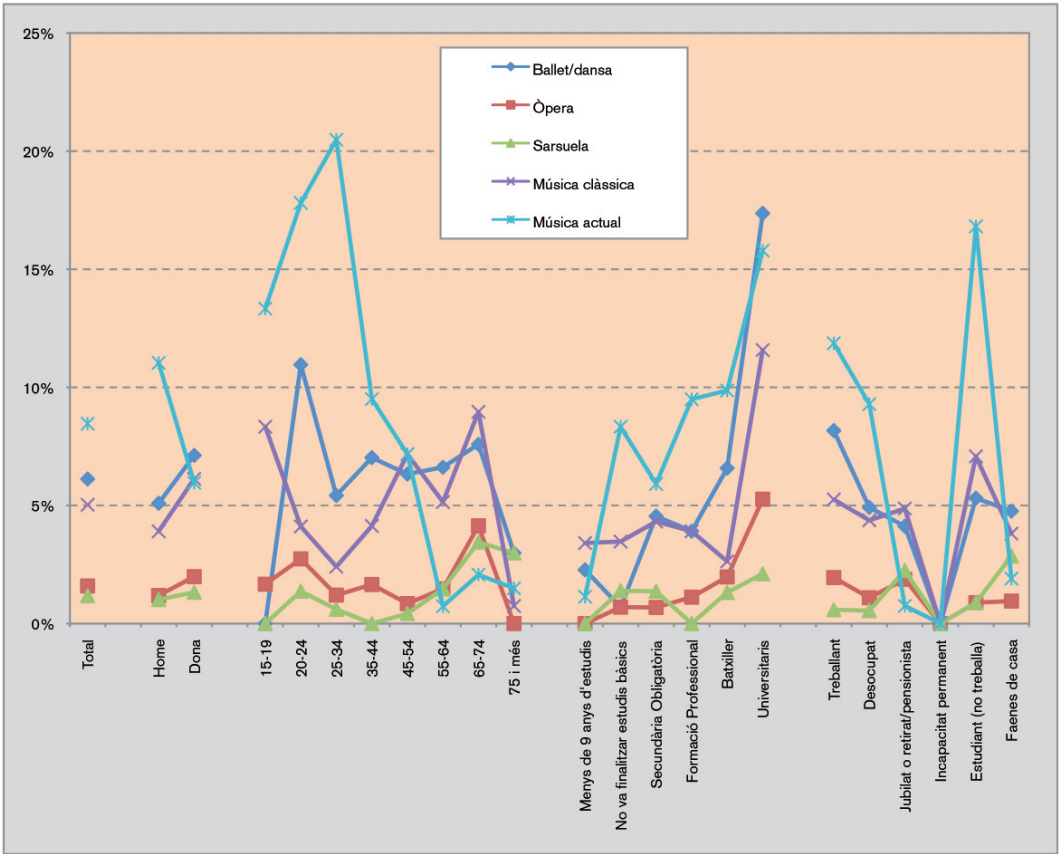
En concret, les dades de la taula 4 corresponen als qui, havent assistit a concerts de música actual en l'últim any, declaren que, l'última vegada que ho van fer, el tipus de concert es corresponia amb un dels gèneres recollits en aquesta. Així, el pop/rock espanyol és el gènere que concita major participació, ja que un 53% en 2011 i un 61% en 2015 diu haver assistit en l'últim trimestre a concerts d'aquest tipus. És el gènere més seguit. Els altres tipus de música pop/rock, estranger o llatí, es troben en reculada.

Tots els altres tipus o gèneres musicals es troben en reculada i molts d'ells tenen audiències molt reduïdes, inferiors a l'1%.

Els gèneres de la música clàssica

Vegem ara les dades relatives als gèneres de la música clàssica. La taula 5 exposa les dades corresponents als mateixos per a 2011 i 2015. El percentatge de persones que ha assistit a concerts d'orquestres simfòniques és del 66% en 2011, però retrocedeix en 2015 (45%). A considerable distància, trobem l'assistència a concerts de grups de càmera, l'assistència de la qual creix així com els cors o grups vocals. Retrocedeix l'assistència a concerts de solistes o recitals lírics.

Gràfic 2: Perfil sociodemogràfic de les persones assídues a concerts i espectacles d'arts escèniques a la Comunitat Valenciana (2015)



Nota: En el cas dels concerts de música clàssica i actual les dades es refereixen a l'últim trimestre, mentre que en la resta es refereixen al últim any.

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2014-2015

1.4. Audició en directe i intervinguda

La digitalització ha accelerat i radicalitzat un procés que es produeix des que es va poder realitzar enregistrament musical i, per tant, la transformació de les pràctiques d'escolta. Per això, és important analitzar la relació que existeix entre l'assistència a concerts i l'escolta de música gravada.

En el gràfic 3 es presenten les dades corresponents a la música actual. A simple vista, s'observa una gran similitud entre les corbes dels diferents perfils, si bé existeixen matisos a assenyalar. En la variable sexe, es produeix una inversió entre l'interés per la música actual i l'assistència a aquests concerts. Les dones manifesten un interés major que els homes i, no obstant això, la seua realització és inferior. Aquest fet, ja ho hem comentat, té a veure amb la menor llibertat que gaudeixen les dones joves per a anar a concerts de música actual.

De fet, quan observem la pauta de la variable edat, també resulta evident que les cohorts més joves estan molt interessades, escolten música diàriament, però assisteixen menys a concerts en l'últim trimestre.

Taula 4: Persones que han assistit a concerts de música actual en l'últim any en la Comunitat Valenciana segons gènere de l'última assistència (2011-2015)

Gèneres	2011	2015
Pop/rock espanyol	52,9	61,2
Pop/rock estranger	7,8	6,1
Cançó d'autor	7,4	4,9
Flamenc	2,3	2,0
Nou flamenc	4,3	0,8
Pop/rock llatí	3,9	0,8
Cançó melòdica	3,5	2,4
Hard rock, metall, punk	3,5	2,4
Un altre folklore espanyol	1,6	0,8
Rap, hip-hop	–	2,0
Jazz	3,1	2,0
Electrònica, tecno	2,3	1,6
Reggae	0,8	1,6
Blues, soul	0,8	0,8
World music, folk, ètnica	1,6	0,8
Danse, house	0,4	0,4
Cançó infantil	–	0,4
Altres tipus	3,9	–

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

En analitzar el nivell educatiu, s'observa una variació de la pauta general que és digna d'esment. La corba que reflecteix el màxim interés es creua amb la d'assistència anual, i es mostra que hi ha més practicants que persones veritablement interessades entre els qui posseeixen nivells alts d'estudis. D'altra banda, la major proporció d'addictes a l'escolta de música es produeix entre els qui tenen formació professional de grau superior i batxillers, que superen lleugerament els universitaris, a pesar de presentar percentatges similars en l'interés alt i diferir en les realitzacions, ja que són els universitaris els qui en aquest cas més assisteixen, siga durant l'any o en el trimestre.

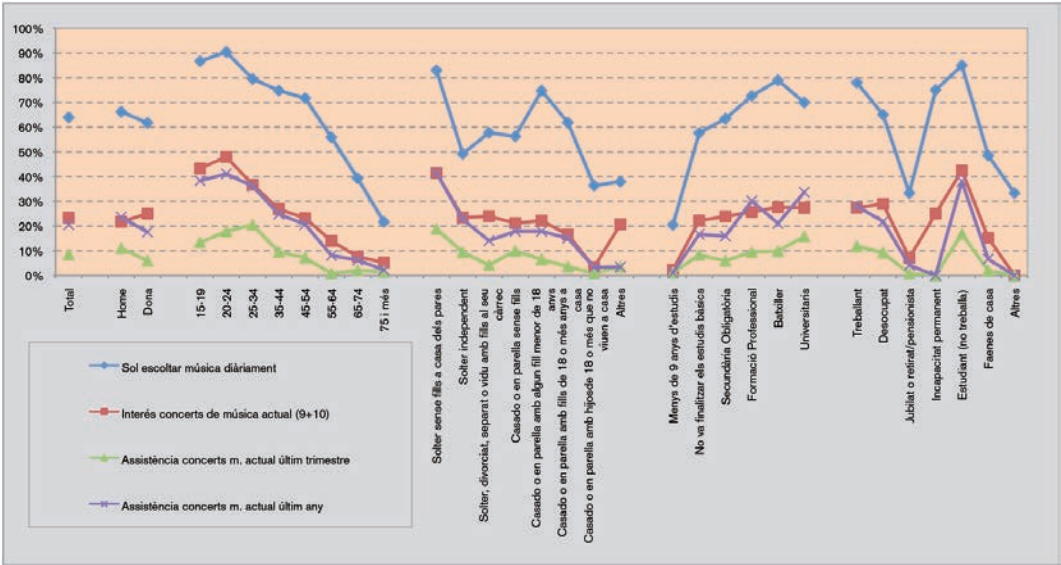
D'altra banda, quant a l'ocupació, els percentatges més elevats, amb gran diferència respecte a qualsevol altra categoria, es dona entre estudiants (85% entre els qui escolten música tots els dies i 38% d'assistents a concerts).

Taula 5: Gèneres dels concerts de música clàssica als quals s'assisteix a la Comunitat Valenciana (2011-2015)

Gèneres	2011	2015
Orquestra simfònica	66,1	45,0
Grup de cambra	5,2	10,7
Cor o grup vocal	5,2	13,7
Solista	5,2	1,5
Recital líric	3,5	0,8
Uns altres	14,8	28,3
Total	100	100

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015.

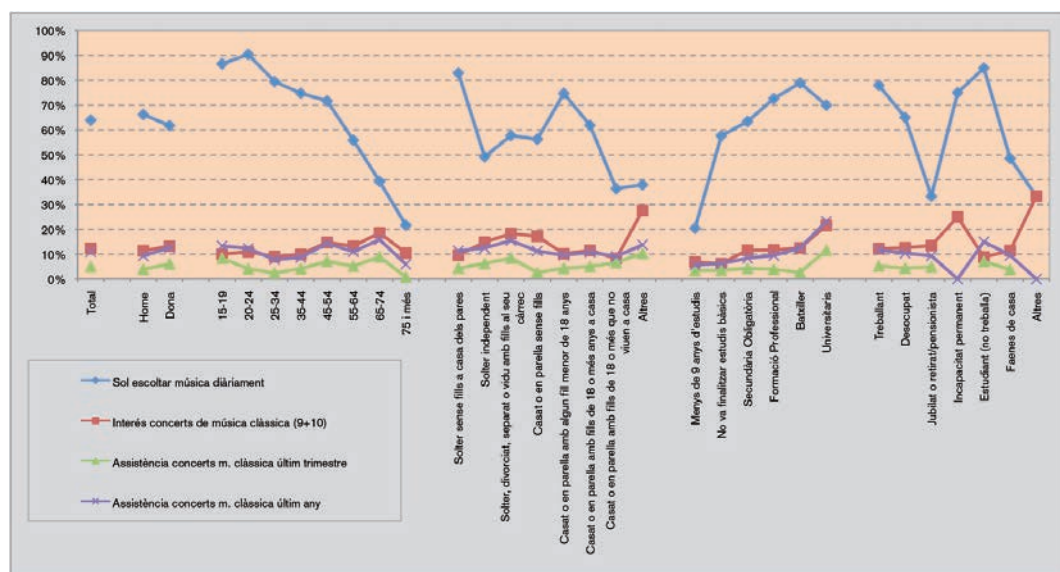
Gràfic 3: Comparació de perfils demogràfics entre escolta de música, interès i assistència a concerts de música actual a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

En el gràfic 4 s'ofereix una representació del mateix fenomen, però referit a la música clàssica. En primer lloc, es registra la gran distància que existeix entre els percentatges corresponents als qui escolten música tots els dies i els qui estan molt interessats en aquesta, assisteixen a concerts d'aquest tipus tant en un any com en l'últim trimestre

Gràfic 4: Comparació de perfils demogràfics entre escolta de música, interès i assistència a concerts de música clàssica a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

També existeixen diferències notòries en els perfils dels uns i els altres. Les cohorts joves, que van de 15 a 44 anys, tenen un interès inferior a la mitjana per la música clàssica; no obstant això, la cohort més jove, de 15 a 19 anys, la practica en una proporció lleugerament superior als valors mitjans, mentre que les cohorts immediatament següents ho fan amb valors inferiors als mitjans. Es donen els percentatges més baixos d'assistents, bé en un any o en l'últim trimestre, entre els qui tenen 25 a 34 anys. Hi ha ací, sens dubte, una prolongació de l'efecte coercitiu de la socialització en la cohort més jove i una emancipació (rebel·lió) de la tutela familiar/educativa en les dues cohorts següents, que pot combinar-se amb un període de criança.

El perfil predominant de la música clàssica és el de persones adultes i d'edat avançada, amb percentatges de pràctica superiors a la mitjana entre els qui tenen 45 i 75 anys. Solament per sobre d'aquesta edat es produeix una notable caiguda de la pràctica i alguna cosa menor de l'interès.

En la variable educativa es dona una associació relativament lineal tant en l'interès com en l'assistència a concerts. Els qui tenen estudis universitaris mostren un interès major i practiquen molt més, siga en l'any o en el trimestre. En canvi, quan es tracta de l'escolta, el percentatge més elevat apareix entre estudiants de batxiller.

La variable ocupació registra com opera aquesta mateixa lògica de la discrepància entre a) interès i b) escolta intervinguda, ja que els estudiants manifesten un interès baix, però les seues taxes d'assistència a concerts i d'escolta són les més altes entre les categories d'aquesta variable.

1.5. Equips i mitjans en l'escolta de música

L'escolta de música, en aquest moment, pot realitzar-se des de múltiples equips i suports. Resulta d'interés conèixer en quina mesura està penetrant l'ordinador i Internet com a proveïdors de temes musicals i com a mitjà directe d'escolta i si rivalitza amb la ràdio o amb altres mitjans. En realitat, com sabem, una mateixa persona pot utilitzar i utilitza múltiples canals i suports per a accedir a la música. El que permet conèixer la taula 6 no és com distribueix el seu temps d'escolta cada persona en particular en funció dels diferents mitjans, sinó el grau de penetració d'aquests. Així, l'escolta des de l'ordinador, bé directament o indirectament, és realitzada per un 19% dels qui escolten música, segons les dades de l'enquesta de 2015, mentre que l'escolta en la ràdio té una penetració del 64%.

Taula 6: Equips, mitjans i llocs utilitzats per a l'escolta de música a la Comunitat Valenciana (2011-2015)

<i>Equips i mitjans</i>	2011	2015
Mòbil	7,5	24,4
Portàtils (mp3, ipad,)	11,1	12,5
Ràdio	60,3	64,5
Ordinador	17,2	18,9
Tauleta	--	3,7
Televisió	8,5	8,2
Altres equips	3,8	15,4
Directament d'Internet	5,1	19,2
Sol escoltar música en equips connectats a l'ordinador	12,1	13,6
<i>Llocs</i>	2011	2015
A casa	65,3	68,9
En el treball	13,4	17,1
En el cotxe	37,0	45,3
En el transport públic	4,9	6,4
En un altre lloc	4,5	8,7

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

La penetració de l'escolta en el mòbil segueix un ritme fulgurant, ja que ha passat del 7% al 24% en aquests quatre anys últims. També creix l'escolta directa d'Internet i d'altres dispositius diferents dels tradicionals.

Quant als llocs d'escolta, destaca clarament la llar amb un 69%. Però la dada més significativa és l'increment de l'escolta en trànsit, bé en el cotxe, bé en el transport públic o en un altre lloc: 45% en el cotxe, 6% en transport públic i 9% en un altre lloc.

1.6. L'accés als béns musicals

Segons els qüestionaris, les enquestes d'hàbits que utilitzem s'han mostrat molt més interessades a recollir informació sobre les formes d'adquisició de la música (especialment, si es compra o es descarrega gratuïtament) que per les característiques de les pràctiques musicals pròpiament dites (és a dir, per les modalitats d'escolta i la connexió d'aquesta pràctica amb altres). En aquest sentit, en la taula 7, oferim les dades corresponents a l'enregistrament, compra i descàrrega de música, en relació amb la població total.

Un percentatge molt elevat i similar entre 2011 i 2015 no ha gravat música mai, però el dels qui mai han comprat passen del 65% en 2011 al 55% en 2015. En conseqüència, pot afirmar-se, segons les enquestes, que està creixent la compra de música.

Taula 7: Formes d'accés o adquisició de la música a la Comunitat Valenciana (2011-2015)

	2011	2015
Mai han gravat música	76,6	70,1
Han gravat en últim trimestre	16,2	18,3
Han comprat en últim trimestre	10,7	8,7
Mai han comprat	65,3	55,2
Han comprat temes musicals en trimestre	0,4	0,8
Han descarregat gratuïtament d'Internet	10,1	15,9

Unitat: Percentatge de població. Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

Al mateix temps, s'ha produït un increment en les descàrregues gratuïtes per Internet que ha passat d'un 10% a un 16%.

La informació que proporcionen aquestes enquestes també permet conèixer els motius pels quals no es compra més música gravada i pels quals no es va amb major freqüència a concerts.

En la taula 8 s'ofereix un llistat de motius (nou en concret) i l'evolució dels resultats obtinguts en les entrevistes corresponents. Hi ha dos motius principals que són especialment assenyalats per les persones entrevistades. Aquests dos motius són de tipus econòmic i d'accés: els CD són cars i la ràdio/TV facilita l'accés a la música desitjada. En 2011, el 32% deia que els CD són cars i aquest percentatge ha crescut fins al 37,5% en 2015. Quant a escoltar la música per la ràdio o la televisió, el percentatge en 2011 era de 36% i en 2015 ha arribat al 43%. Un tercer motiu important es troba en la descàrrega d'Internet o l'escolta directa en línia.

També han crescut els percentatges de les persones que diuen no estar massa interessades en la música o que no tenen temps per a escoltar-la. Un últim aspecte val la pena ser ressenyat: les descàrregues d'Internet o l'escolta directa en la xarxa té un caràcter predominantment masculí, juvenil, d'estudiants i amb nivells educatius mitjans i alts.

Taula 8: Motius principals pels quals les persones entrevistades a la Comunitat Valenciana no compren més CD (2011-2015)

	2011	2015
Grava la música que vol de CD dels amics o coneguts	4,8	7,0
Baixa música d'Internet	10,4	15,5
Els CD són cars	32,5	37,5
No està al dia de les novetats	6,2	9,9
La música no li interessa massa	10,7	18,4
No té temps per a escoltar música	10,7	14,3
La música que vol sentir la sent per ràdio o TV	36,1	42,7
La música que vol sentir la sent per Internet	8,0	11,6
Uns altres	11,1	13,5

Unitat: Percentatge. Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

Les entrades a espectacles musicals

Segons l'enquesta de 2015, en els concerts de música actual, el 33% ha gaudit d'entrada gratuïta; l'11% de descomptes i preus especials o tenia un abonament i un 56% va pagar el preu normal establert. Quant a la música clàssica, el percentatge de persones que va haver de pagar el preu normal va ser considerablement inferior (37%), un 51% va obtenir entrada gratuïta i un 12% va gaudir d'abonaments i descomptes.

Les entrades gratuïtes per a concerts de música actual van créixer del 21% en 2003 al 33% en 2015, i van arribar al moment més elevat en 2011 (37%) en plena crisi econòmica. Les dades corresponents a la música clàssica mostren que en 2003 ja gaudia d'entrada gratuïta el 46% i ha passat a un 51% en 2015.

Taula 9: Tipus d'entrada amb la qual s'ha accedit als concerts de música actual i clàssica a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

	Música actual			Música clàssica		
	2003	2011	2015	2003	2011	2015
Entrada gratuïta	21,0	37,0	33,1	45,9	50,4	51,1
Abonaments	–	4,3	3,7	10,8	4,3	1,5
Entrada amb algun descompte		1,9	7,3		3,5	10,7
Preu normal	79,0	56,8	55,9	43,2	41,7	36,6

Unitat: Percentatge. Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

En conjunt, es constata un increment durant la crisi de les ofertes d'entrades gratuïtes, de les passades amb descompte i dels abonaments a preus reduïts. L'estratègia seguida per a afrontar la crisi econòmica i les polítiques impositives ha passat per l'eliminació d'entrades pagades a preu normal i l'increment de l'aplicació de descomptes.

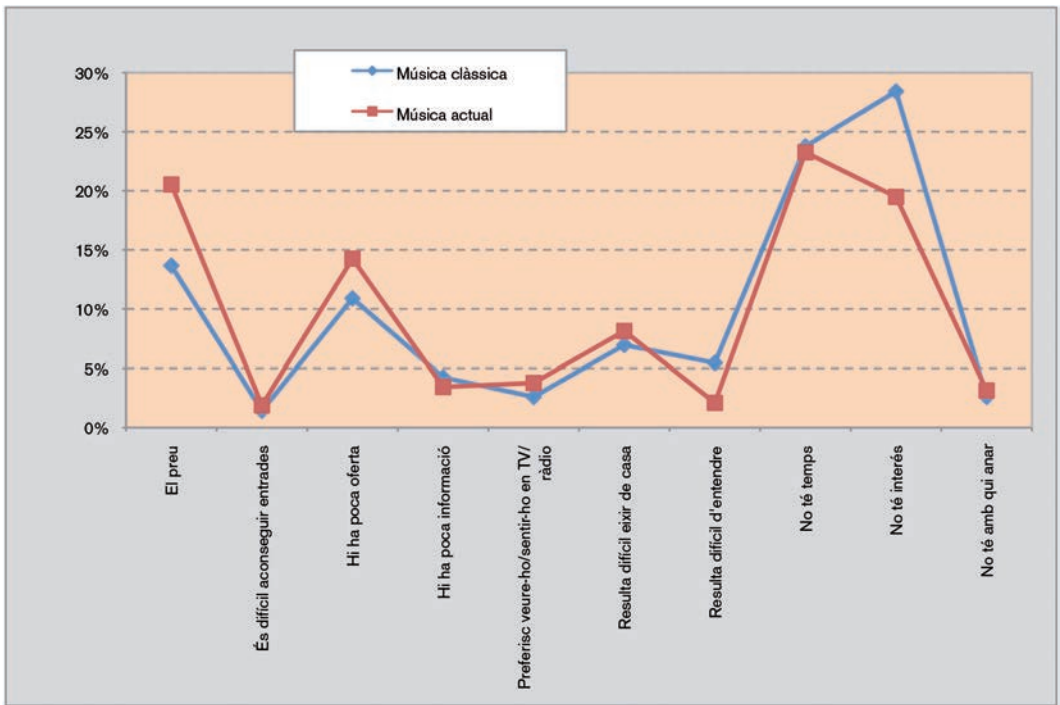
1.7. Els motius d'inassistència

Finalment, en el qüestionari s'indaga pels motius pels quals no es va o no es va amb major freqüència als concerts de música actual i clàssica. En la llista de motius a triar s'ofereixen deu que fan referència a les disponibilitats econòmiques, d'informació i d'oferta, però també a les competències personals requerides per a la comprensió de les obres i a la falta d'interès, així com a la disponibilitat de temps o la utilització d'altres vies per a escoltar-les.

La música actual apareix més cara que la clàssica, tal vegada pel fet que la primera depén fonamentalment de l'oferta de mercat, mentre que en el cas de la segona és molt més important l'oferta pública. També en aquest sentit, en parlar de l'oferta, la població assenyala que hi ha menys oferta de música actual.

D'altra banda, la música clàssica és més difícil d'entendre i on es produeix la gran diferència és en la categoria absència d'interès: mentre que el 28% de les persones entrevistades diu no tindre interès per aquesta, el percentatge es redueix a un 19% en el cas de la música actual.

Gràfic 5: Motius pels quals a la Comunitat Valenciana no s'assisteix/no s'assisteix amb major freqüència a concerts de música actual i de música clàssica (2015)



Unitat: Percentatge. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015.

Com fàcilment pot imaginar-se, diverses variables sociodemogràfiques intervenen per a comprendre la falta d'interès: els homes manifesten menys interès en els dos tipus de música, però en el cas de l'edat es dona la situació inversa: la falta d'interès per la música actual es concentra en les cohorts de major edat, mentre que la música actual interessa més a les cohorts més joves.

En tots dos casos, els percentatges més elevats de desinterès es donen entre els qui tenen estudis de menor nivell, però el gradient de desinterès és molt marcat en la música clàssica i en aquesta

es fa molt evident la doble via a) formació professional mitjana i superior i b) batxiller i estudis universitaris; aquests són els qui manifesten un interès més elevat, mentre que el percentatge de persones que no tenen interès per la música actual ofereix el seu percentatge més baix entre els qui tenen formació professional.

2. El cinema i el teatre

Comencem amb l'assistència al cinema, estudiant l'interès i les preferències cinematogràfiques, la nacionalitat de les cintes, les raons o motius que expliquen la no-assistència a sales i la visió de pel·lícules a casa; en la segona part, abordarem les preferències i pràctiques relacionades amb l'art dramàtic.

Taula 10: Perfil sociodemogràfic dels qui no assisteixen/no assisteixen amb més freqüència a concerts de música clàssica o música actual a la Comunitat Valenciana per falta d'interés (2015)

		Clàssica	Actual
Total		28,4	19,5
Sexe	Homes	30,5	20,6
	Dones	26,4	18,4
Edat	De 15 a 19 anys	35,8	8,3
	De 20 a 24 anys	34,2	4,8
	De 25 a 34 anys	31,0	7,5
	De 35 a 44 anys	25,8	11,6
	De 45 a 54 anys	25,3	18,4
	De 55 a 64 anys	26,1	27,2
	De 65 a 74 anys	27,9	34,1
	De 75 anys i més	31,7	39,9
Situació personal	Solter/a a casa dels seus pares	31,9	6,8
	Solter/a independent, divorciat, separat o vidu	31,6	24,6
	Casat/ada o en parella sense fills	26,8	23,5
	Casat/ada o en parella amb fills menors de 18 anys	26,6	15,8
	Casat/ada o en parella amb fills de 18 anys d'ara endavant a casa	28,1	24,5
	Casat/ada o en parella vivint sols (per fills majors)	28,1	35,5
Estudis	Menys de 9 anys d'escolarització	35,8	40,3
	No va finalitzar estudis bàsics	36,8	22,6
	Secundària obligatòria	30,1	20,6
	Formació professional	29,3	12,8
	Batxiller	26,3	13,5
	Estudis universitaris	15,5	16,1
Situació laboral	Treballa	26,6	14,5
	Aturat/ada	27,1	11,7
	Jubilat/ada o retirat/ada del treball	31,3	37,5
	Estudiant	31,4	7,1
	Tasques de la llar	28,6	24,3

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

2.1. L'interés per l'assistència al cinema

A partir de les dades de les enquestes d'hàbits es pot constatar com ha evolucionat l'interés pel cinema i l'assistència a aquest amb altres freqüències diferents de la setmanal en el període 2003-2015. La perspectiva general que ofereixen les dades de la taula 11 és clarament negativa: ha descendit l'interés, el percentatge de les persones que hi han anat en un any, que hi han anat en un trimestre, i la freqüència de vegades que ho han fet. Però, primer vegem les dades de 2015.

Segons les dades de la taula 11, haurien anat al cinema en l'últim any un 54% de persones, és a dir, més de la meitat de la població, i no hi haurien anat mai un 16%, de manera que s'ha produït un increment de l'experiència cinèfila fora de la llar. L'assistència amb freqüència trimestral se situa en el 38%, 4 punts percentuals per sobre de la de 2011, però amb una situació idèntica a la de 2003.

Taula 11: Evolució de l'interés i de l'assistència al cinema a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

	2003	2011	2015
Interés (mitjana)	6,7	6,9	6,9
Mai hi han anat (%)	43,0	21,4	15,9
Hi han anat en últim any (%)	51,2	50,8	54,1
Hi han anat en un trimestre (%)	38,5	33,9	38,0
Nombre mitjà de vegades en últim trimestre	3,6	3,4	2,8

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

Certament, encara que hi ha un percentatge molt significatiu de persones que mai ha anat al cinema, no és menys cert que l'experiència d'eixir i anar a una sala de projecció ha crescut significativament, ja que s'ha donat una caiguda de 27 punts en la inassistència entre 2003 i 2015 (s'ha passat del 43% en 2003 que mai ha anat al cinema al 16% en 2015).

A la llum d'aquestes dades, pot formular-se la hipòtesi que el cinema és una pràctica cultural que gaudeix encara de la capacitat d'expandir-se i afectar capes cada vegada més extenses de la població, però també que aquesta propagació s'efectua entre practicants de freqüències esporàdiques i es veu molt afectada per la conjuntura econòmica. Així, el percentatge de qui ha anat a sales en els últims tres mesos anteriors a la realització de l'enquesta ha caigut 4 punts, però també la mitjana de vegades ha minvat, i ha passat de 3,6 a 2,8.

L'anàlisi dels perfils sociodemogràfics dels qui tenen interés pel cinema i dels qui han assistit amb freqüència anual o trimestral són coincidents, excepte en un punt: en la variable sexe. En considerar els valors mitjans en l'interés pel cinema, predominen les dones sobre els homes, mentre que aquesta pauta s'inverteix quan el que s'analitza és la freqüència d'assistència anual o trimestral.

L'estudi d'aquests perfils reflecteix una relació bastant clara amb totes les variables considerades: la diferència entre les cohorts més joves i les d'edat més avançada és molt alta i també en considerar el nivell educatiu es produeix una gran disparitat entre els qui tenen uns nivells educatius més baixos i els nivells més alts.

2.1.1. Les preferències cinematogràfiques

A continuació presentarem les dades relacionades amb les preferències cinematogràfiques, primer indagant com es formen les eleccions, després com s'expressen, en quins gèneres es materialitzen, i finalment prenent com a referència l'origen de la cinta.

En el qüestionari d'hàbits s'han inclòs set opcions que van des de la rellevància del tema tractat fins a la influència de la publicitat. En la taula 12 es fa patent que el factor més decisiu en la presa de decisions sobre quina pel·lícula veure és el tema o el gènere cinematogràfic. Un 31% de les persones que va al cinema en un any tria la cinta pel tema.

Taula 12: Factors que determinen l'elecció d'una pel·lícula quan s'assisteix al cinema a la Comunitat Valenciana (2011-2015)

	2011	2015
Tema	29,0	30,8
Amics i familiars	18,0	17,2
Publicitat	11,4	16,0
Crítica	14,7	12,8
Actors	13,3	11,4
Fills	10,4	8,9
Director	3,3	2,9
Total	100	100

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

En segon lloc, però a distància del factor anterior, es troben “els amics i familiars”, però també “la publicitat”. Amb un pes clarament menor, se citen la crítica i l'equip actoral i per descomptat el/la director/a.

Per a estudiar els gèneres cinematogràfics preferits, s'han diferenciat onze tipus, que van de la comèdia al drama, de l'acció i el terror al cinema clàssic, passant per les aventures, el suspens o el cinema infantil. En la taula 13 hem reunit tant les dades relacionades amb el cinema com amb el vídeo. Han sigut ordenats en funció de les freqüències a favor del cinema en 2015.

S'observa una gran dispersió de gustos, si bé sembla que dos d'ells gaudeixen d'un major favor del públic: les pel·lícules d'acció i les comèdies. En això sembla haver-hi una relativa unanimitat, ja que aquesta prioritat es dona tant en el format cinema com en el vídeo.

En mirar l'evolució, es veu que de 2011 a 2015 es dona un clar creixement en el cinema del gènere comèdia i del drama, però també del cinema infantil.

Per contra, en el vídeo tots els gèneres han experimentat una caiguda, la qual cosa indica més que un canvi en les preferències, una reculada d'aquesta pràctica: utilització del vídeo per a veure pel·lícules.

2.1.2. La nacionalitat del cinema

El factor nacional continua sent un element determinant del consum i la participació cultural, ja es tracte de la lectura, del teatre o del cinema. Per això, és important conèixer les preferències del públic en funció de l'origen de les cintes.

En el gràfic 6 oferim els valors mitjans que obtenen diferents tipus de pel·lícules en funció del seu origen de producció. El públic valencià atorga major valor al cinema nord-americà que a l'espanyol i a l'europeu.

En segon lloc, apareix el cinema espanyol i l'europeu, tots dos amb lleugers increments en la seua valoració; i en tercer, el llatinoamericà i l'asiàtic.

La primacia del cinema americà té un caràcter socialment transversal, ja que es dona en quasi totes les categories de totes les variables: sexe, edat, situació vital, estudis i ocupació; si bé les cohorts joves són les que manifesten una major inclinació per aquest.

Taula 13: Tipus de gèneres cinematogràfics preferits en el cinema i en el vídeo a la Comunitat Valenciana (2011-2015)

	2011		2015	
	Cinema	Vídeo	Cinema	Vídeo
Comèdia	22,2	29,7	32,5	21,5
Acció	19,4	28,9	20,0	23,4
Ciència-ficció	11,6	19,1	9,9	12,5
Infantil	7,2	11,1	9,8	7,8
Drama	5,5	15,5	8,2	10,0
Aventures	14,3	27,8	6,5	15,4
Dibuixos animats	7,0	11,5	4,2	6,1
Suspens	4,0	22,1	2,6	9,8
Terror	3,9	13,7	2,9	5,2
Clàssic, antic	0,4	6,1	0,6	4,1
Musical	–	–	–	2,9
Altres	4,6	3,7	2,8	3,3

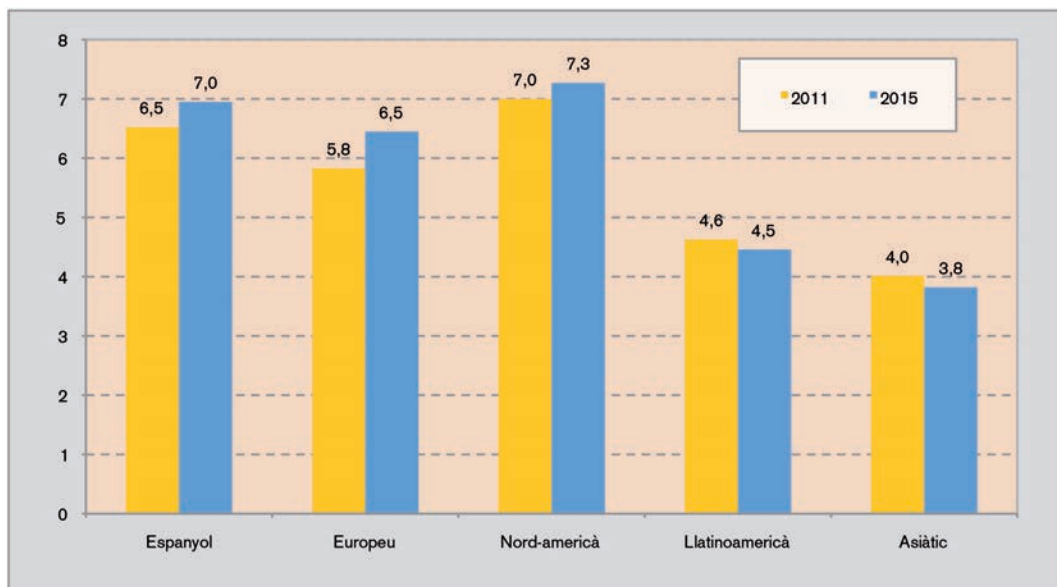
Unitat: Percentatge referit a l'última pel·lícula que va veure en el cinema o en vídeo en l'últim any. Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

A les cohorts més joves, el cinema espanyol els interessa menys que el nord-americà, però també que l'europeu, la qual cosa succeeix igualment amb els qui tenen estudis universitaris i amb els qui es dediquen principalment a estudiar. En suma, la major feblesa d'audiència del cinema espanyol, en aquest moment, es troba entre cohorts joves i amb elevat nivell educatiu, dues categories rellevants per a entendre l'orientació futura de les preferències.

2.1.3. Les raons per a no anar més al cinema

A diferència d'altres pràctiques, la cinefilia s'assenta essencialment sobre una oferta de mercat. Encara que existeixen aules de cinema de diversos tipus, filmoteques i, ocasionalment, algunes institucions públiques poden exhibir pel·lícules amb caràcter gratuït, veure una cinta fora de casa suposa quasi sempre el pagament d'una determinada quantitat de diners a canvi de l'entrada. Això és el que s'aprecia en la taula 14: solament un 1,5% diu haver anat a una passada gratuïta, mentre que un 70% ha adquirit una entrada a preu normal i un 28% ha gaudit d'algun tipus de descompte o abonament. En relació amb 2011, han crescut molt significativament els descomptes i abonaments.

Gràfic 6: Valoració de les pel·lícules en funció de la nacionalitat d'origen a la Comunitat Valenciana (2011-2015)



Unitat: Valoració mitjana en escala d'1 a 10. Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

Els descomptes i abonaments estan relacionats clarament amb l'edat, mentre que són els més joves (15 a 24 anys) i les persones majors de 55 anys les que gaudeixen de forma preeminent d'aquests avantatges que, sens dubte, estan associats a la condició de jove i estudiant i a la de persona jubilada o retirada.

Taula 14: Tipus d'entrada amb la qual s'ha accedit al cinema entre els qui han assistit amb freqüència anual a la Comunitat Valenciana (2015)

	Gratuïta	Abonament	Amb algun descompte	Al seu preu normal
Total	1.5	1.4	26.8	70.3
Homes	1.9	1.3	24.6	72.2
Dones	1.2	1.5	28.9	68.4
De 15 a 24 anys	1.7	1.7	32.2	64.3
De 25 a 34 anys	–	0.9	25.7	73.4
De 35 a 44 anys	1.3	1.9	18.6	78.2
De 45 a 54 anys	2.2	1.5	25.7	70.6
De 55 anys i més	2.3	0.8	33.8	63.1

Unitat: Percentatge. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Constatat aquest fet, cal pensar que la raó principal per la qual no es va més al cinema és econòmica: el preu de l'entrada. En la taula 15 podem ratificar o desmentir aquest supòsit, ja que hem reunit informació sobre les raons o motius de la inassistència amb major freqüència. I, efectivament, el motiu que apareix en primer lloc, amb un 30% de població que es manifesta d'aquesta manera és el cost de l'entrada. Per contra, l'absència d'interés ha caigut 5 punts en aquests 4 anys, de manera que pot parlar-se d'un desplaçament de motius que probablement està causat per la crisi.

Existeixen algunes regularitats de perfil sociodemogràfic que contribuïsqen a interpretar el pes d'aquestes raons? Quant a l'argument que és car, la proporció major de persones que es manifesten en aquest sentit es dona entre les cohorts joves, persones solteres vivint a casa dels seus pares i estudiants.

Taula 15: Raons per les quals no es va/no es va amb més freqüència al cinema a la Comunitat Valenciana (2011-2015)

	2011	2015
És car	20,1	30,0
No té temps	23,7	23,5
Prefereix veure-ho en TV, video o Internet	11,5	11,1
No li interessa	15,0	10,5
Oferta escassa	6,6	10,1
Dificultats per a eixir de casa	10,8	9,0
No té amb qui anar	6,7	3,1
Escassa informació	2,6	1,1
Difícil d'entendre	2,2	0,8
Difícil aconseguir entrades	0,8	0,7
Total	100	100

Unitat: Percentatge. Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

D'altra banda, cal cridar l'atenció sobre el fet que els perfils de les persones que assenyalen que les entrades són cares i que no tenen interès s'oposen en gran manera en totes les variables. Els resulta més car a les dones que als homes, mentre que aquests esgrimeixen en major proporció, com a motiu per a no anar, l'absència d'interés. D'altra banda, el preu manté una relació lineal de tipus negatiu amb l'edat (a major edat, menor preocupació pel preu) i, per contra, la relació amb la falta d'interés és positiva (qui argumenta que no va perquè no té interès correspon a les cohorts de major edat).

Finalment, el preu opera de forma destacada entre estudiants i persones aturades, mentre que la falta d'interés es dona especialment entre els qui es dediquen a les labors de la llar i entre les persones jubilades.

2.1.4. Veure cinema a casa

La caiguda de l'assistència a sales de cinema no significa en absolut una pèrdua de l'interés pel seté art, sinó un desplaçament del seu consum cap a la llar, derivat de les oportunitats que ofereix la digitalització per a la descàrrega, el visionament en *streaming* i les potencialitats de les noves pantalles televisives.

La gent vol veure cinema, una altra cosa és si vol mantindre una relació habitual amb les sales comercials. L'afició pel cinema s'ha posat de manifest en l'èxit de les successives festes anuals, però aquestes no deixen de constituir esdeveniments puntuals que la catalitzen i la institucionalitzen en públic. L'afició incontestable pel cinema resulta més visible en l'increment de la utilització de l'ordinador i Internet per a baixar i veure pel·lícules.

En la taula 16 s'observa que el nombre de llars que disposa d'aparell de vídeo no ha deixat de créixer entre 2003 i 2011 (ha passat del 78% de penetració al 88%); també es constata que els qui adquireixen o lloguen vídeos ho fan majoritàriament per a veure pel·lícules. Però, contràriament al que caldria pensar, aquests aparells i els suports corresponents estan deixant de ser útils, perquè la inclinació pel cinema està desplaçant-se a nous equips i noves pràctiques econòmiques.

De fet, el conjunt de dades reunides en la taula mostra l'existència de dues tendències clarament divergents: la caiguda del vídeo i l'ascens de l'ordinador i Internet i, en paral·lel, el desplaçament des de la compra i lloguer de cintes a la descàrrega i utilització de serveis en *streaming*.

Taula 16: Evolució de la utilització del vídeo o Internet per a veure cinema

	2003	2011	2015
Disposa d'aparell (N=total)	78,2	90,4	87,6
Utilitza vídeo una vegada per setmana (N=total)	34,1	28,2	29,6
Mai veu vídeo (N=total)	30,7	44,7	39,1
Una vegada al mes (N=total)	58,5	43,8	47,3
Veure vídeo en l'ordinador (N=total)	–	14,6	28,9
Han gravat o descarregat en últim trimestre (N=total)	–	15,4	18,2
Han comprat vídeos en últim trimestre (N=total)	19,8	8,0	6,6
Han llogat vídeos últim trimestre (N= total)	50,3	14,2	9,3

Unitat: Percentatge. Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

Així, descobrim quatre indicadors de la solidesa de la primera tendència: caiguda del vídeo.

- La seua utilització amb freqüència setmanal o mensual es troba en clara reculada.
- El nombre de persones que mai utilitza el vídeo ha crescut fins al 40%.
- La compra de cintes de vídeo ha caigut fins al 7%.
- Però, sobretot, s'ha produït una reculada espectacular del lloguer, que ha passat del 50% en 2003 al 9% en 2015.

En l'adreça oposada, és a dir, com a certificació de l'interés pel cinema emergeix:

- La visió de vídeos en l'ordinador, que ha passat del 15% al 29%.

Per tant, a pesar de l'increment del nombre d'equips, el vídeo es troba en reculada i està donant pas a una nova forma i una nova economia del cinema, que encara es troben en transició, ja que les empreses proveïdores de continguts han de trobar nous models de negoci. Generalment, les empreses proveïdores de continguts identifiquen un problema estructural i un altre de conjuntural: al primer el denominen pirateria, la qual cosa ja indica un enfocament erroni de les causes; el segon és el derivat d'una fiscalitat penalitzadora i ineficaç. La sociologia del cinema ofereix una perspectiva més àmplia i complexa i permet constatar que les audiències no estan en crisi.

2.2. L'assistència al teatre i altres arts escèniques

Els diagnòstics sobre la situació del teatre solen conjugar la descripció d'una situació de crisi permanent ("un malalt amb una salut de ferro"), l'impacte sobre el consum de la crisi econòmica i la rematada derivada de la brusca pujada de l'IVA al 21% des de 2012. Aquest conjunt de factors s'hauria traduït, no tant en un desinterés pel teatre, sinó en una caiguda de l'assistència i en una transformació de l'oferta, amb espectacles cada vegada més austers (microteatre i monòlegs) i un increment de la rotació.

Quina informació proporcionen les enquestes? Els indicadors bàsics de la pràctica teatral i la seua evolució en l'última dècada, que es mostren en la taula 17, mostren que ens trobem davant d'una pràctica minoritària (24% ha anat en l'últim any) i que manté una tendència creixent des de 2003, encara que l'interés no ha arribat a incrementar-se en un punt en una escala d'1 a 10. Succeeix el mateix amb el percentatge de persones que hi ha anat en l'últim trimestre. Quant al nombre mitjà de vegades al trimestre, es troba en la mateixa posició que en 2011 (1,5 vegades).

Taula 17: Evolució de l'interés i de l'assistència al teatre a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

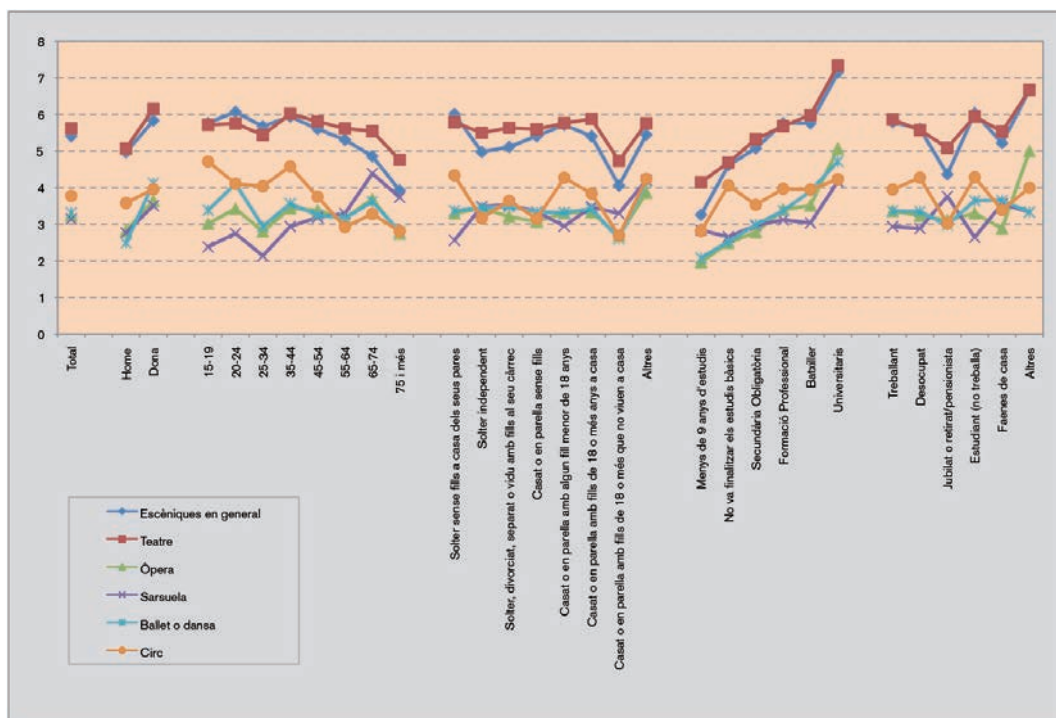
	2003	2011	2015
Interés (mitjana)	4,9	5,7	5,6
Mai han anat	76,8	54,2	33,8
Han anat en últim any	17,5	18,4	24,3
Han anat en un trimestre	6,9	8,4	9,6
Mitjana de vegades en trimestre	1,8	1,5	1,5

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

Al mateix temps, es produeix una expansió de l'experiència teatral: el percentatge de persones que mai ha anat al teatre ha descendit des del 77% fins al 34%, la qual cosa indica que els practicants esporàdics o ocasionals han incrementat la seua presència en els auditoris teatrals.

En el gràfic 7, es mostra el perfil sociodemogràfic de les persones que tenen interès pel teatre en funció de les seues valoracions mitjanes en 2015. I també hem reunit informació sobre les preferències relatives a altres arts escèniques com l'òpera i la sarsuela.

Gràfic 7: Valoració mitjana de l'interès per les diferents arts escèniques a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

La valoració mitjana de les arts escèniques en general coincideix en gran manera amb la valoració mitjana del teatre. Quant al sexe, sistemàticament les dones efectuen una valoració mitjana més alta de totes les pràctiques escèniques considerades, però és especialment elevada en el cas de la dansa/ballet.

Ledat presenta variacions significatives segons diferents pràctiques, encara que en general les cohorts més joves (en procés retardat de socialització) solen oferir valors elevats.

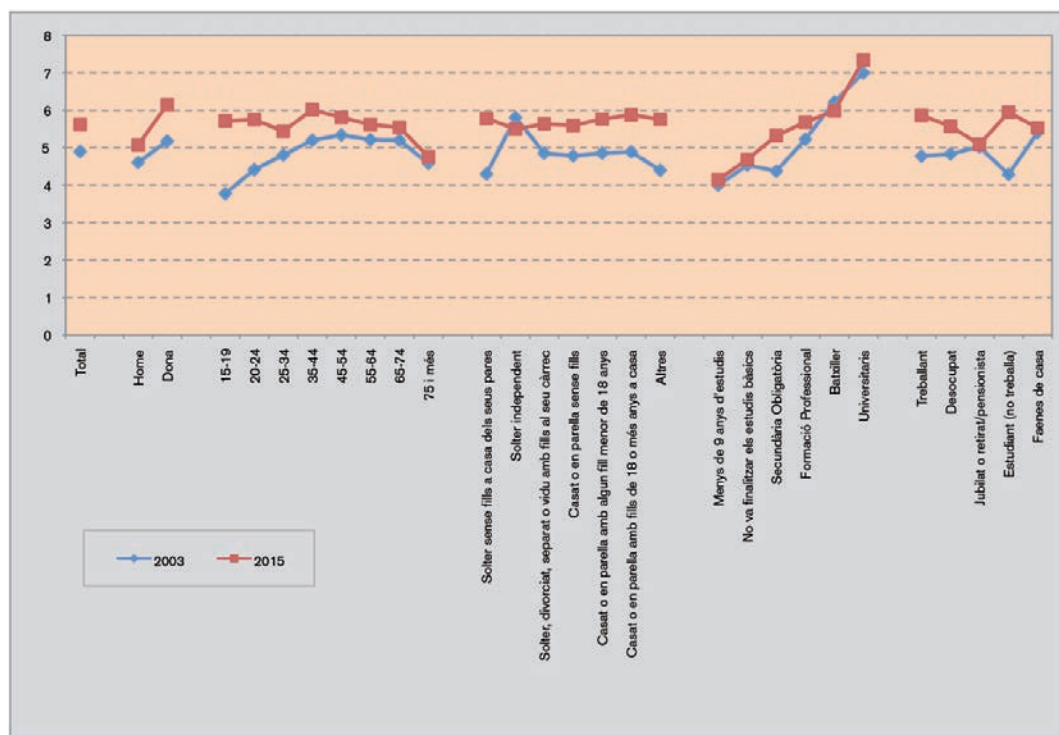
Analisi de l'interès per l'òpera i la sarsuela mereix ser destacat a part, ja que en aquestes la cohort de 20 a 24 anys ofereix un valor elevat, encara que menor que els corresponents a la cohort de 65 a 75 anys. Si de la primera podem dir que és un gènere madur, de la segona pot afirmar-se que, a més, està clarament envellit.

En comparar en concret l'evolució de les dades corresponents al teatre que estudiem en aquest apartat (gràfic 8), convé indicar que entre 2003 i 2015 s'ha anat produint una transformació significativa en l'interès, trobant-se ara més interessades les cohorts joves i proporcionalment menys les més majors.

La relació amb el nivell educatiu és lineal i positiva (l'interès augmenta amb el nivell educatiu), i és la població amb estudis universitaris la que manifesta un interès molt més elevat que la resta.

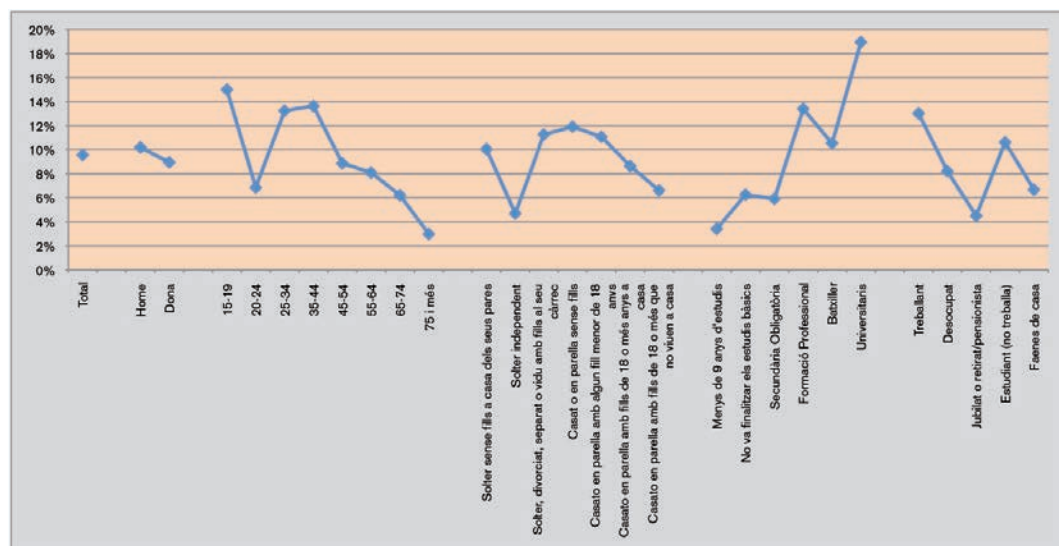
El gràfic 9 ofereix la representació del perfil sociodemogràfic de les persones que assisteixen al teatre amb periodicitat trimestral. Són un 10%, com ja hem assenyalat. Doncs bé, la variable que introdueix major variació i recorregut és, de nou i sense el menor dubte, el nivell educatiu, amb una diferència molt marcada entre els que tenen educació universitària i la resta de la població.

Gràfic 8. Mitjana d'interès pel teatre a la Comunitat Valenciana segons perfil sociodemogràfic en 2003 i 2015



Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

Gràfic 9: Assistència al teatre en l'últim trimestre a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

A més, hi ha altres variables que ofereixen elements dignes d'esment: és una pràctica més femenina que masculina, amb caràcter clarament juvenil i estudiantil i, en conseqüència, de solters vivint a casa dels seus pares. Les cohorts d'edat avançada, per damunt de 65 anys, així com les persones que desenvolupen les faenes de casa i estan retirades i jubilades ofereixen els valors més baixos.

En el cas de l'edat, existeix un contrast significatiu entre la cohort més jove, de 15 a 19 anys, i la següent. Aquest contrast, segurament, pot ser explicat pel fet que la supeditació escolar en la primera d'aquestes imposa una agenda d'assistència al teatre, la qual cosa ja no succeeix quan s'abandonen els estudis mitjans.

Els gèneres teatrals

Des de la perspectiva dels gèneres escènics, el que obté major acceptació és el teatre actual, seguit del musical. En el gràfic 10 es representen les dades relatives a la preferència per gèneres de les persones que han anat almenys una vegada al teatre en l'últim any. Doncs bé, entre elles, el 35% va anar a veure una obra de gènere actual i un 20% una obra musical.

En tercer lloc, segueix en importància el teatre clàssic, que compta amb un 16% d'assistents, i el teatre d'avantguarda, amb un 15%. A distància, es troben el teatre infantil i altres gèneres.

Aquestes modalitats presenten diferències en funció de les variables sociodemogràfiques. Per exemple, el teatre avantguardista és més masculí, mentre que l'infantil té perfil predominantment femení. El teatre actual i els musicals susciten en major mesura l'adhesió de les cohorts joves i ofereixen una relació negativa amb l'edat; en canvi, el teatre clàssic, si bé és preferit per les cohorts més madures i d'edat avançada, també gaudeix d'una assistència significativa de joves de 15 a 24 anys.

Finalment, el teatre d'avantguarda i l'actual presenten els valors més elevats entre els qui formen part d'una cohort madura com són les persones que tenen entre 45 i 54 anys.

El cost de l'assistència al teatre

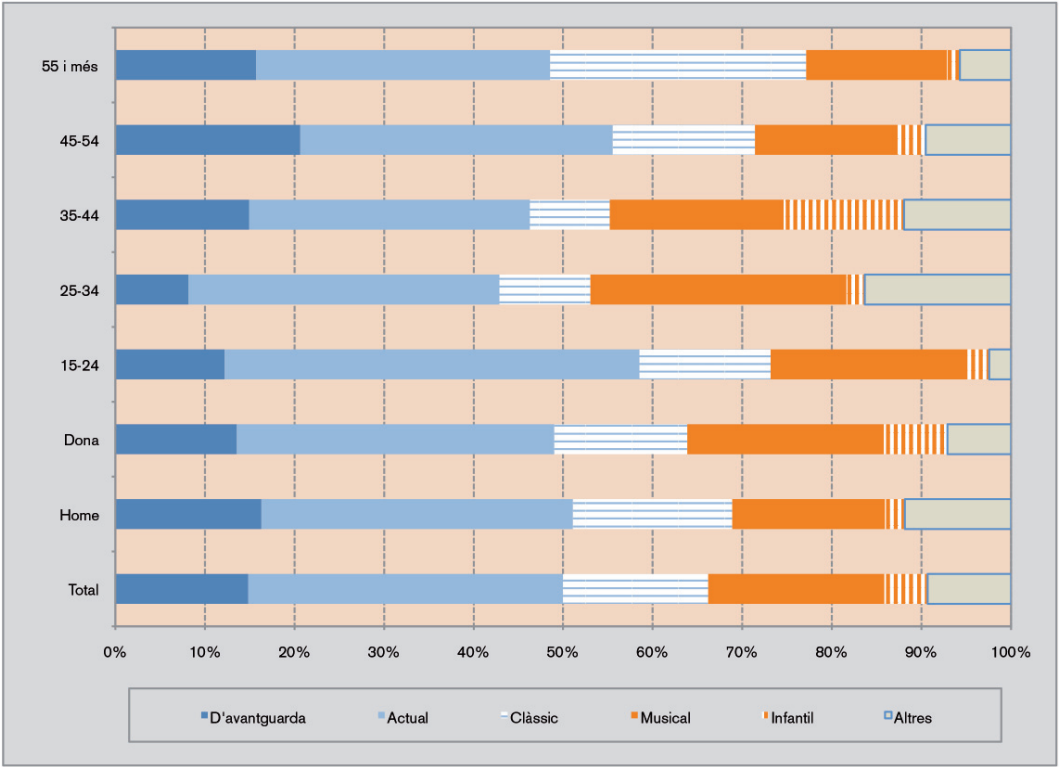
A diferència del cinema i com un cas intermedi entre aquest i la música, trobem que en el teatre hi ha una mica més d'un 30% d'assistents que no paga el preu normal, bé perquè gaudeix d'entrada gratuïta (15%) o bé perquè compta amb descomptes o abonaments (17%). La taula 18 presenta les dades d'acord amb el sexe i l'edat.

De nou, la variable edat és la que majorment explica aquesta situació, atès que són la cohort més jove (de 15 a 24 anys) i la d'edat més avançada (majors de 55 anys) les que gaudeixen de l'oportunitat d'obtenir entrades gratuïtes o reduïdes. Així, entre els qui són més joves, l'oferta gratuïta ha arribat al 32% de les persones que han anat al teatre i la reduïda, al 22%. Aquest és un altre indicatiu més de la relació subjacent entre assistència al teatre, currículum escolar i la política de socialització.

Els motius pels quals no va més vegades al teatre

En la taula 19 s'ofereix un repertori de motius pels quals s'afirma que no es va amb major freqüència al teatre. La raó principal és per falta de temps en 2015 (23%) i per absència d'interès (21%). Entre ambdues sumen un percentatge del 44%.

Gràfic 10: Persones que van assistir al teatre en l'últim any a la Comunitat Valenciana segons gènere teatral (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Taula 18: Tipus d'entrada amb la qual s'ha accedit al teatre a la Comunitat Valenciana (2015)

	Entrada gratuïta	Abonament	Entrada al seu preu normal	Entrada amb algun descompte
Total	14,8	2,1	67,6	15,5
Homes	13,3	3,0	71,9	11,9
Dones	16,1	1,3	63,9	18,7
De 15 a 24 anys	31,7	2,4	43,9	22,0
De 25 a 34 anys	12,2	–	73,5	14,3
De 35 a 44 anys	13,4	6,0	71,6	9,0
De 45 a 54 anys	11,1	–	77,8	11,1
De 55 anys i més	11,4	1,4	64,3	22,9

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Taula 19: Motius pels quals no assisteix/no assisteix més vegades al teatre a la Comunitat Valenciana (2011-2015)

<i>Motius</i>	2011	2015
No té temps	16,5	22,6
No li interessa	19,2	21,1
És car	14,2	18,7
Oferta escassa	15,0	14,0
Dificultats per a eixir de casa	8,1	8,0
Escassa informació	10,8	5,2
Difícil d'entendre	5,6	3,0
No té amb qui anar	3,8	3,1
Difícil aconseguir entrades	5,6	1,8
Prefereix veure-ho en TV o vídeo o escoltar en la ràdio	1,3	2,4
Total	100	100

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

En un segon bloc de motius apareix el factor preu (és car), que ha passat del 14 al 19%.

3. Visites a llocs patrimonials i artístics

Entre les activitats que comporten un desplaçament fora de la llar, es troben de forma destacada la visita a monuments, exposicions, llocs de patrimoni, etc. Es tracta d'unes activitats que han anat adquirint relleu en el context de la patrimonialització cultural contemporània i el correlatiu auge del turisme cultural, és a dir, de la mobilització de béns tangibles i intangibles com a patrimoni cultural i senyals d'identitat col·lectiva, d'un costat, i d'un altre l'orientació del turisme cap al consum d'aquest tipus de béns. Així queda confirmat quan estudiem la seua evolució en el període que concentra el nostre interès en aquesta investigació, ja que quan s'analitza la categoria de qui mai ha visitat monuments, museus, etc., s'observa que s'ha reduït significativament la seua proporció, com pot constatar-se en la taula 20.

3.1. La visita a monuments

En 2003 es preguntava de forma conjunta per la visita a monuments i jaciments arqueològics. Un 83% deia no haver-los visitat mai; en 2015 el percentatge relatiu a monuments és del 21% i el de jaciments és del 46,5%. Per tant, s'ha produït una reducció considerable.

Taula 20: Evolució de la proporció de persones que mai han visitat llocs patrimonials i/o artístics a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

<i>Mai han visitat...</i>	2003	2011	2015
Monuments	83,3	29,8	20,6
Jaciments		53,2	46,5
Museus	73,2	37,4	22,7
Exposicions	–	43,3	35,7
Galeries d'art	86,7	51,0	55,8

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

Quant a la visita a museus, mentre que en 2003 hi havia un 73% que deia que mai els hi havia visitats, en 2015 aquest percentatge s'ha reduït al 23%. No tenim dades de la visita a exposicions per a 2003, però la tendència a la reducció, encara que menor que en els altres casos, es pot observar entre 2011 i 2015. I també s'ha produït aquest procés en la visita a galeries, tot i que encara hi ha una majoria clara que mai les ha visitades (56%).

Adoptarem ara un punt de vista diferent, considerant l'anàlisi de les freqüències trimestrals entre 2011 i 2015.

Taula 21: Evolució de les visites a llocs patrimonials i artístics durant l'últim trimestre a la Comunitat Valenciana (2011-2015)

<i>Visites en l'últim trimestre...</i>	2011	2015
Monuments	20,3	20,5
Jaciments	6,0	7,0
Museus	13,6	14,2
Exposicions	14,0	11,5
Galeries d'art	6,9	6,0

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

Comencem per observar les dades de 2011: un 20% de la població enquestada diu visitar els monuments amb aquesta freqüència i un 14% visita exposicions i museus almenys una vegada al trimestre. No obstant això, les visites a jaciments, galeries i arxius ofereixen percentatges considerablement més baixos, entre el 6% i el 7%.

En efectuar la comparació entre 2011 i 2015, s'observa que les visites han crescut en tots els casos, amb l'excepció de les exposicions i galeries. Però el creixement és pràcticament insignificant.

Lògicament, cal pensar que l'evolució de les visites està relacionada amb el canvi en les preferències i interessos. La taula 22 s'ha confeccionat utilitzant els valors mitjans de les expressions d'interés en una escala d'1 a 10; al seu torn, en els gràfics 11 i 12, es representen els perfils sociodemogràfics de les persones que manifesten interès o que realitzen visites en funció dels llocs de referència.

Taula 22: Evolució del grau d'interés en la visita a llocs patrimonials i artístics a la Comunitat Valenciana (2007-2015)

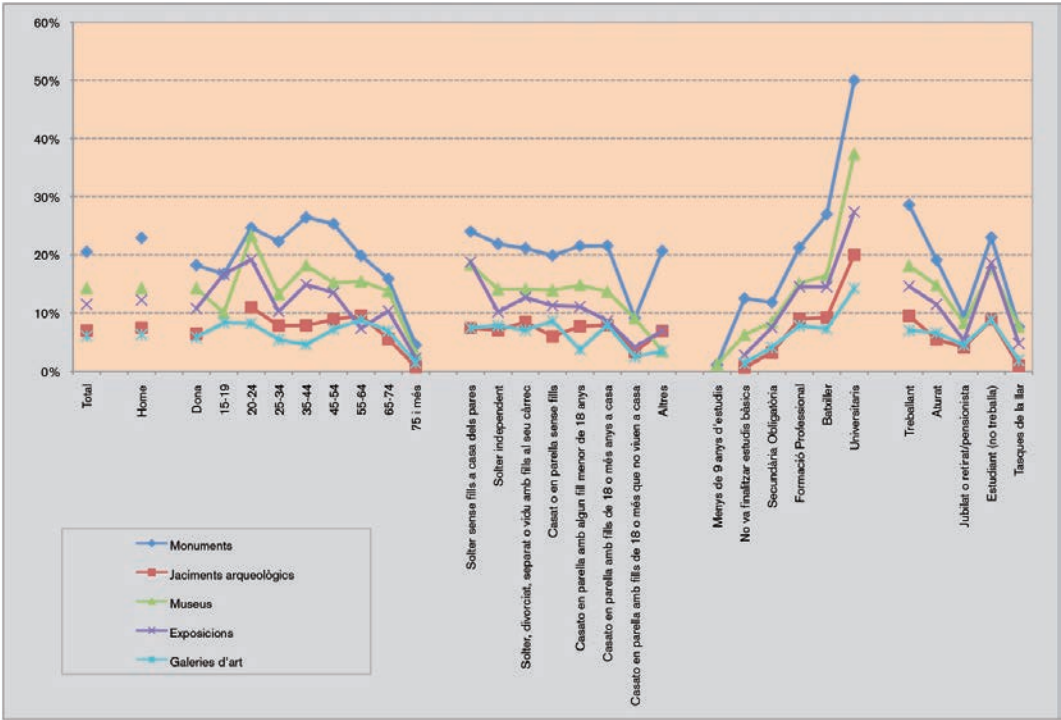
Interés	2011	2015
Monuments	6,0	5,6
Jaciments	4,9	4,6
Museus	5,3	5,1
Exposicions	5,1	4,7
Galeries d'art	4,9	4,0

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

Les expressions d'interés, solament en el cas dels monuments i dels museus se situen lleugerament per damunt del punt 5 de l'escala l'any 2011 i 2015; però en tots els casos sembla existir una gran estabilitat en les valoracions del grau d'interés.

L'anàlisi del comportament de les variables sociodemogràfiques mostra una pauta bastant comuna entre tots els tipus de llocs o equipaments a visitar: en general, existeix una major proporció de dones interessades en tots els tipus de visites, amb l'excepció d'arxius; aquests segurament tenen un component professional i les carreres vinculades amb l'arxivística semblen, ara com ara, més masculines.

Gràfic 11: Perfil sociodemogràfic de les persones que han visitat llocs patrimonials o artístics en l'últim trimestre a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Quant a l'edat, l'interés major es dona en les edats adultes i madures, amb l'excepció dels arxius, on predominen les cohorts joves, tret que de nou confirma aquest perfil professional i que també s'observa en la situació vital i en la situació laboral, donat el predomini de solters vivint a casa dels pares i dels estudiants.

Una vegada més queda ratificada la importància del nivell educatiu com a variable especialment discriminant i amb una correlació positiva en tot el seu recorregut. Especialment, destaca el salt que es produeix entre les persones que tenen estudis mitjans i les que han aconseguit titulacions superiors.

El gràfic 11 representa el perfil sociodemogràfic de les persones que, de fet, realitzen visites als llocs en qüestió. Igual que en analitzar l'interés, es reproduïx una clara homogeneïtat en les pautes dels diferents tipus de visites, amb alguna excepció digna d'esment en la variable sexe (per exemple, la visita a monuments presenta un perfil lleugerament més masculí), en l'edat (on les cohorts que van de 20 a 24 anys són les que realitzen en major proporció aquest tipus de visites, mentre que en la cohort següent, de 25 a 34 anys, es produeix una caiguda que trenca la tendència) o en el nivell educatiu (on les persones amb titulació de batxiller puntuen lleugerament per damunt de les que tenen formació professional de nivell superior en visites a monuments i museus).

D'acord amb la pauta registrada, el nivell educatiu genera grans diferències en aquest tipus de pràctica cultural. La distància entre qui no ha completat estudis i qui ha aconseguit culminar els estudis superiors és d'uns 30 punts percentuals en la visita a monuments i també són diferències molt accentuades les existents en les visites a museus i a exposicions.

3.2. La visita als museus.

Les enquestes d'hàbits han dedicat una especial atenció a la visita a museus, indagant pel tipus de visites, la localització dels museus, la seua tipologia, el preu de les entrades i el grau de satisfacció.

Quant a la localització, s'han distingit cinc ubicacions: en la mateixa ciutat de residència del visitant (27,1%), en la comunitat autònoma, però excloent-ne la ciutat de residència (25,3%), a Espanya (30,4%), a Europa (14,1%) i en la resta del món (3,2%).

En el gràfic 12 hem analitzat les visites a museus en funció de la seua localització i en relació amb el sexe i l'edat. Destaca el caràcter femení de les visites a museus en països de la Unió Europea (excloent-ne Espanya).

Quan observem el comportament de la variable edat, s'observa que en les visites a museus de la Unió Europea i de la comunitat autònoma predomina la cohort més jove, i es produeix un clar descens a partir d'aquesta edat. També és aquesta cohort la que més visites realitza a museus situats fora d'Europa. En canvi, les cohorts més madures destaquen per visites dins d'Espanya i de la mateixa comunitat autònoma.

Aquestes visites museístiques són molt satisfactòries, ja que el valor mitjà en l'escala d'1 a 10, és 8,3.

Analitzarem amb una mica més d'atenció la tipologia i les formes d'accés.

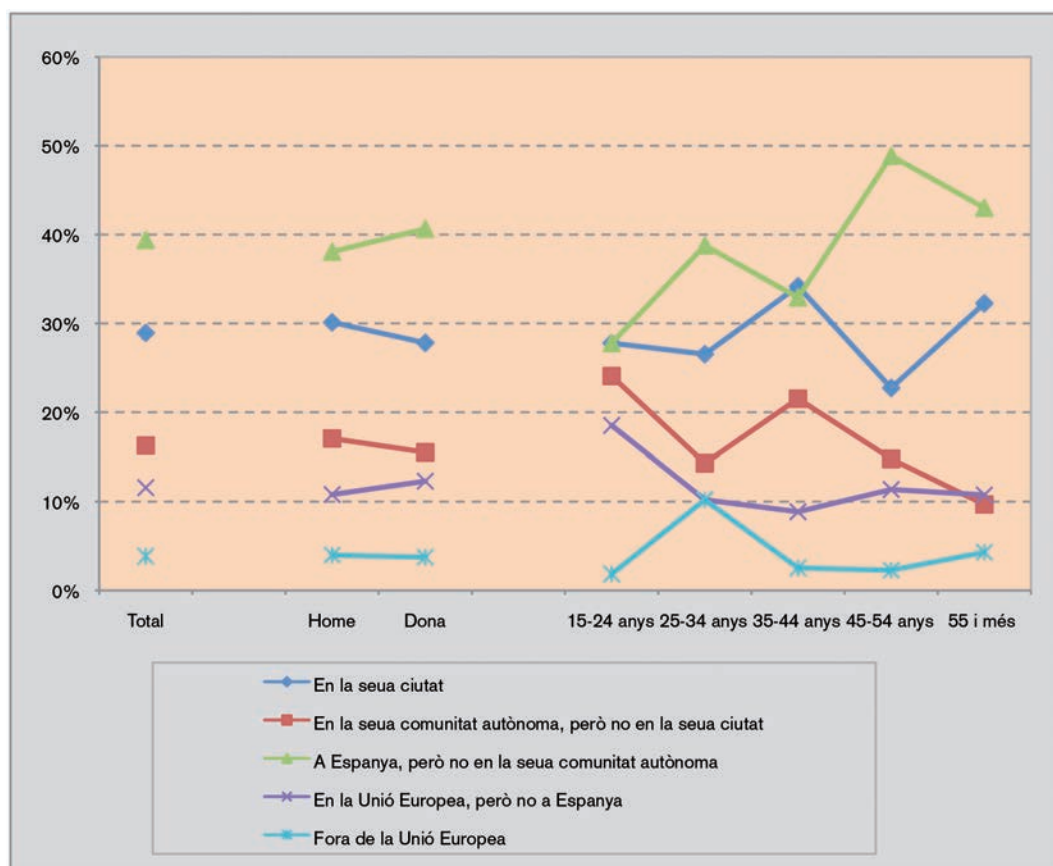
Tipologia de museus

En les enquestes s'ha preguntat pel tipus de museus que es visiten, i s'han distingit nou tipus: art, arqueologia i història, història natural i ciències naturals, ciència i tecnologia, etnografia i antropologia, regional, generalista, especialitzat i altres.

D'acord amb les dades de la taula 23, els museus més visitats, amb notable diferència respecte a la resta, són els d'art, amb un percentatge de població que els ha visitats en l'últim any del 52% (47% per a Espanya). En segon lloc, amb un 22% de població que els ha visitats, es troben els d'arqueologia i història. I la resta apareixen amb percentatges molt reduïts: els de ciències naturals (7%), els de caràcter general (6%) i els de ciència i tecnologia (5%) i els altres tipus clarament per sota d'aquest percentatge.

Els museus d'art presenten un perfil més femení, mentre que els d'arqueologia i ciències són lleugerament masculins.

Gràfic 12: Visites a museus en funció de la seua localització per sexe i edat a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Preferències i pràctiques

Quin grau d'ajust existeix entre pràctiques i preferències en les visites als museus? El gràfic 13 tracta de representar la correspondència existent entre les unes i les altres. La mitjana d'interés de les dones és més elevada que la dels homes. No obstant això, la proporció dels qui realitzen visites no ofereix diferències des del punt de vista del sexe.

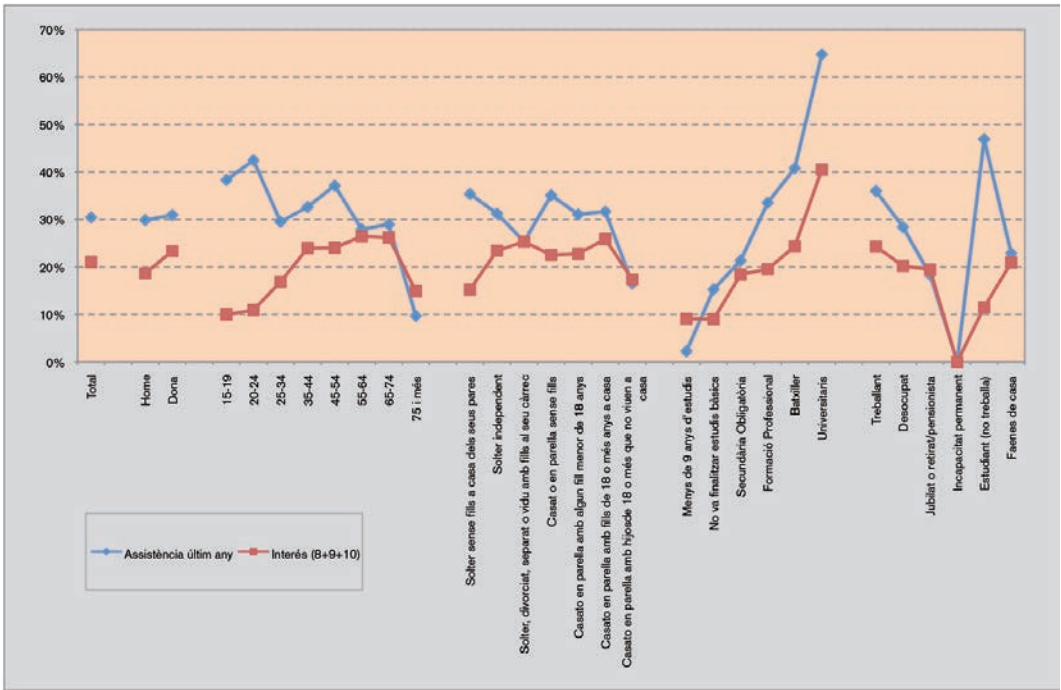
Cosa ben diferent succeeix amb l'edat: mentre que els valors més elevats en l'interés es donen en les cohorts adultes (de 45 a 64 anys), són les més joves les que realitzen aquestes visites en una proporció molt superior a la resta. Per això, també apareixen discordances entre preferències i pràctiques en solters que viuen a casa dels progenitors i en estudiants.

Taula 23. Persones que han visitat museus en l'últim any a la Comunitat Valenciana, segons tipologia de l'últim museu que van visitar (2015)

	Art	Arqueologia i història	Ciències naturals	Ciència i tecnologia	Etnografia i antropologia	Especialitzat	General	Uns altres
Total	51,8	22,0	6,9	4,7	1,7	4,4	6,3	2,2
Home	54,0	21,0	5,7	4,5	0,6	4,5	6,8	2,8
Dona	49,7	23,0	8,0	4,8	2,7	4,3	5,9	1,6
15-24	46,3	25,9	9,3	9,3	–	–	7,4	1,9
25-34	49,0	30,6	4,1	–	–	6,1	8,2	2,0
35-44	45,6	26,6	7,6	7,6	1,3	3,8	5,1	2,5
45-54	50,0	14,8	9,1	6,8	3,4	5,7	8,0	2,3
55 i més	63,4	18,3	4,3	–	2,2	5,4	4,3	2,2

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Gràfic 13: Comparació entre l'interès i l'assistència a museus a la Comunitat Valenciana durant l'últim any (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

En analitzar el capital educatiu, s'observa una correlació positiva tant en les preferències com en les pràctiques, però el recorregut de les diferències és menor en els interessos que en les visites. Així, els qui no han finalitzat els estudis bàsics puntuen un 9% i entre els qui tenen estudis universitaris són un 41%. Per tant, hi ha un recorregut de 32 punts entre una xifra i una altra, però si ens fixem

en les pràctiques, el recorregut és de 63 punts, quasi el doble, la qual cosa indica que les pràctiques estan més diferenciades que els interessos.

També en aquest cas trobem l'efecte de supeditació de les pràctiques de les cohorts més joves als imperatius educatius i socialitzadors, de manera que la proporció de practicants supera la de persones interessades.

La visita a museus i el preu

Com s'accedeix als museus? Mitjançant entrada gratuïta, incloent-hi jornades de portes obertes? Amb descompte o pagant el preu normal? Quasi la meitat de la població (45,5%) ha pagat un preu normal, mentre un 37% ha gaudit d'entrades gratuïtes i un 15% de descomptes o abonaments. A això cal sumar un 3% que hi ha accedit en jornades de portes obertes.

En aquest cas dels museus, es beneficien en major proporció de les entrades gratuïtes i dels abonaments els pertanyents a la cohort més jove, ja que un 50% ha tingut entrada gratuïta i un 17% ha gaudit d'abonaments i descomptes. Solament el 31,5% ha pagat una entrada normal.

Els motius de la visita a museus

Com succeeix en altres apartats, també en aquesta ocasió s'ha indagat en els motius pels quals no es va o no es va amb major freqüència als museus. La raó principal és la falta de temps (24%) de la població, seguida de la falta d'interès, amb un 20%.

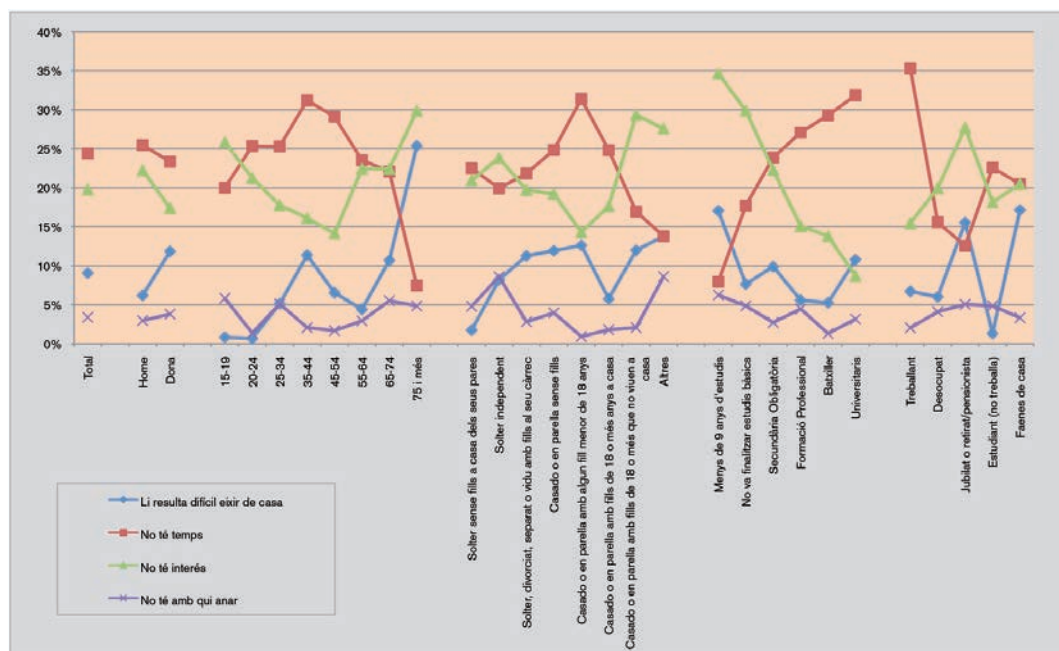
Sospitem que existeix una relació intrínseca entre la falta d'interès i la falta de temps, encara que no siguin motius completament idèntics. El gràfic 14 permet una aproximació a aquesta hipòtesi, donat el caràcter oposat i, per tant, complementari dels perfils sociodemogràfics, amb l'excepció de la variable sexe.

Taula 24: Tipus d'entrada amb el qual s'ha accedit als museus a la Comunitat Valenciana en l'últim any (2015)

	Entrada gratuïta	Entrada amb descompte o abonament	Entrada al seu preu normal	Jornada de portes obertes
Total	36,6	14,9	45,5	3,0
Homes	38,1	17,0	42,6	2,3
Dones	35,3	12,8	48,1	2,7
De 15 a 24 anys	50,0	16,7	31,5	1,9
De 25 a 34 anys	30,6	2,0	67,3	–
De 35 a 44 anys	27,8	17,7	45,6	8,9
De 45 a 54 anys	37,5	13,6	47,7	1,1
De 55 anys i més	38,7	19,4	39,8	2,2

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Gràfic 14: Perfils sociodemogràfics de les persones que no assisteixen als museus a la Comunitat Valenciana, segons motius adduïts (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

En el gràfic hem representat també el perfil d'altres dos motius, d'importància clarament menor, però que aporten un matís rellevant: així en la variable sexe, són els homes els qui majoritàriament no tenen interès, mentre que són les dones les que expressen que els resulta difícil eixir de casa (donada la divisió del treball en funció del sexe) i les que també puntuen més alt en “no tenen amb qui anar”. Igualment observem que aquests dos factors correlacionen amb l'edat i amb prou faenes ho fan amb el nivell educatiu, mentre que la falta d'interès i la falta de temps estan clarament relacionades amb el mateix, en el sentit que qui té menys interès és també qui té un capital educatiu més baix i qui té menys temps és qui té un capital educatiu més alt.

D'això pot inferir-se que hi ha dues situacions clarament diferenciades: abundància de temps entre nivells educatius baixos, però falta de competències i de sensibilització social cap als museus (no són productors de sentit per a aquestes categories) i, d'un altre costat, falta de temps (per dedicar-lo a altres ocupacions, per tant, hi ha una qüestió de jerarquia de preferències) i elevat interès (pel significat socioexistencial que procura aquesta experiència).

III

Associacionisme,
amateurisme
i socialització
cultural

La producció cultural depén de quatre actors: l'Estat, el mercat, la societat civil organitzada i les xarxes de proximitat (veïnats, famílies, grups d'amistat, etc.). Encara que les enquestes no organitzen les preguntes d'acord amb aquest esquema, s'hi obté informació sobre aquelles pràctiques produïdes pels diferents òrgans i instàncies de l'administració o sobre les que existeixen determinades polítiques de provisió, tutela i suport (vegeu tot el que es refereix a l'existència d'abonaments i preus baixos per a determinades categories socials); i també es proporcionen dades sobre pràctiques que es realitzen a partir de la provisió mercantil (llibres, pel·lícules, cançons, etc.). No sempre, per contra, es para esment a la producció cultural que realitza l'associacionisme ni a les pràctiques amateurs. Certament, en l'era d'Internet, tots ens convertim d'alguna manera en proveïdors de contingut (voluntàriament o involuntàriament). Així i tot, mereix especial atenció la iniciativa social de grups o entitats que poden operar en certs moments i llocs com la infanteria cultural i, per descomptat, té una gran importància conèixer com se socialitzen les persones en la cultura i quines pràctiques realitzen com a aficionats.

Al mateix temps, com en un apartat residual, les enquestes inclouen preguntes sobre l'assistència a centres culturals, parcs temàtics i a determinats esdeveniments d'entreteniment. Les dades corresponents s'exposen en l'apartat tercer d'aquest capítol.

1. L'associacionisme cultural

En l'enquesta del Ministeri de 2015 es pregunta per diverses formes de vinculació a associacions culturals: pertinença, realització de treball voluntari, donacions i pagament de quotes. La pertinença a "associacions culturals o clubs d'amics" (així resa l'enunciat de la pregunta) se situa en el 7,5% (10% per a Espanya, una dada idèntica a la de la pertinença activa en l'enquesta del CIS d'aquest mateix any).

Un 4,4% participa en associacions en les quals es paguen diferents tipus de quotes, tal com es mostra en la taula 1, mentre que un 3% ho fa en entitats que no preveuen aquest requeriment.

Taula 1: Formes de vinculació a associacions culturals a la Comunitat Valenciana (2015)

	2015
Pertinença	7,5
<i>Pagar quota</i>	4,4
<i>No pagar quota</i>	3,1
Voluntariat	3,5
Donacions	3,9

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

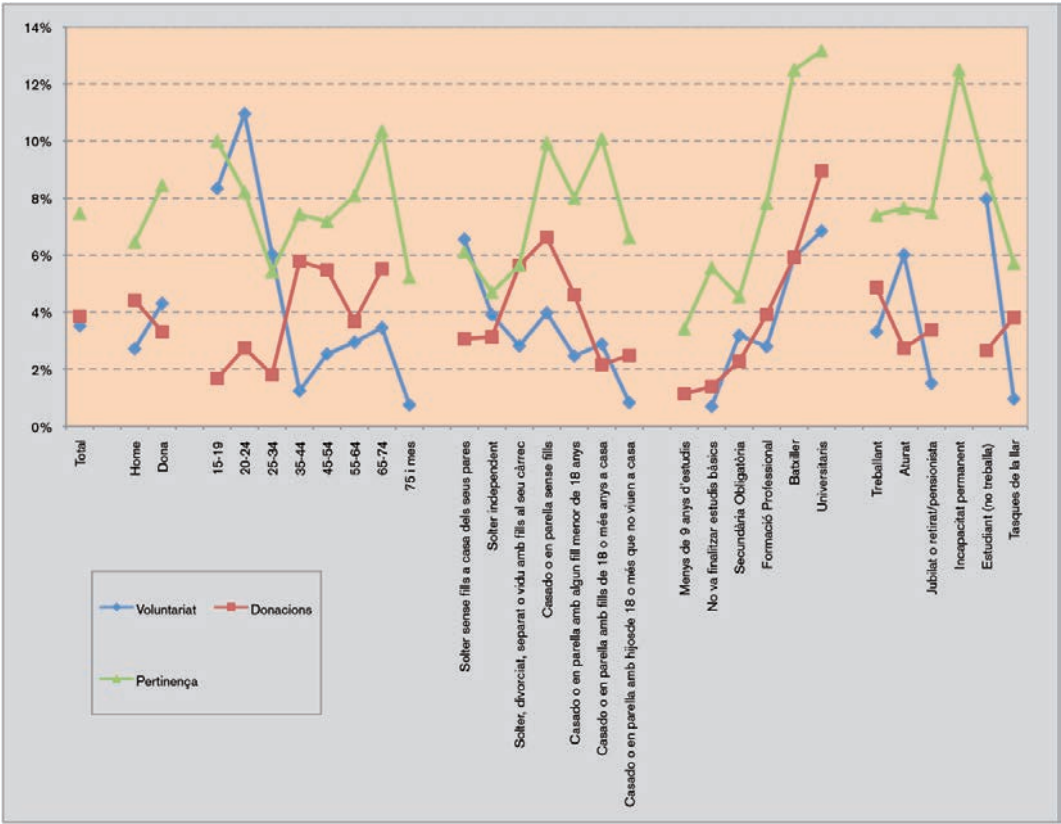
D'altra banda, un 3,5% de la població afirma participar realitzant activitats de voluntariat (un 4% per a Espanya) i un 4% efectua donacions.

En el gràfic 1 es presenta el perfil sociodemogràfic referit a pertinença, voluntariat i donacions. Amb l'excepció de donació, es dona un percentatge lleugerament més elevat de participació entre les dones que entre els homes. La variable que presenta una capacitat més discriminant, en general, és el nivell educatiu, on es dona una correlació directa, ja que amb cada escaló es produeix una elevació

del percentatge. Així entre les persones amb estudis superiors s'aconsegueix un 13% de pertinença, mentre que entre els qui no han arribat a completar la Primària o se situen en aquesta primera etapa, el percentatge és del 3%. També en les donacions i en el voluntariat es dóna aquesta decantació.

En estudiar la pertinença des de la perspectiva de l'edat, es constata la major freqüència d'afiliació entre les cohorts joves i les adultes madures, mentre que les adultes joves (25 a 34 anys) ofereixen el percentatge més baix juntament amb les majors de 75 anys.

Gràfic 1: Perfil sociodemogràfic segons diferents formes de vinculació a associacions culturals a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

En el voluntariat destaquen les cohorts més joves i especialment la de 20 a 24 anys. En segon lloc, cal assenyalar que la pertinença associativa és més pròpia de les cohorts madures i d'edat avançada, entre 45 i 74 anys, i passa una cosa similar amb el perfil de donants, mentre que en el de persones voluntàries predominen les cohorts més joves i estudiants.

2. L'amateurisme

La taula 2 sintetitza les principals dades a partir de les enquestes de 2003 a 2015. Les hem ordenades de major a menor en funció dels percentatges de pràctica obtinguts en 2015. En qualsevol

cas, es pot constatar que fer fotografia és la pràctica més estesa i que ha passat d'un 7% a un 26%, és a dir, ha experimentat un salt qualitatiu, en aquesta dècada, però també ocorre amb la producció de vídeo, que passa del 2% al 14%, en concert amb la penetració dels aparells digitals personals.

En tercer lloc, apareix l'hàbit de pintar o dibuixar que, encara que a un ritme menor, també s'ha expandit, i ha passat del 5% al 13,5%.

Taula 2. Evolució de les pràctiques amateur a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

	2003	2011	2015
Fer fotografia	7,0	25,8	26,1
Fer vídeo	1,9	10,8	14,0
Pintar o dibuixar	4,6	12,2	13,5
Altres arts plàstiques	–	6,7	8,6
Tocar un instrument	3,4	8,0	7,7
Escriure	2,4	7,3	7,0
Dansa, ballet, ball	1,1	3,5	5,1
Altres vinculades a la música	–	4,4	4,4
Altres activitats artístiques	–	2,9	3,1
Dissenyar pàgines web	–	2,6	3,9
Altres audiovisuals	–	1,7	3,0
Cantar en un cor	1,7	1,6	3,2
Fer teatre	1,3	1,8	2,2
Flamenc, ball espanyol	–	–	1,3
Altres activitats artístiques	5,4	–	–

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

Un segon grup de pràctiques se situen amb percentatges del 7% al 8%, en concret tocar un instrument, escriure i altres arts plàstiques diferents de la pintura o el dibuix.

Entre un 4% i un 5% se situen la dansa/ballet/ball i altres activitats vinculades a la música. La resta, entre les quals es troben cantar en un cor, dissenyar pàgines web o fer teatre, presenten percentatges lleugerament superiors al 2%, amb l'excepció del ball flamenc, categoria introduïda per primera vegada en l'enquesta de 2015.

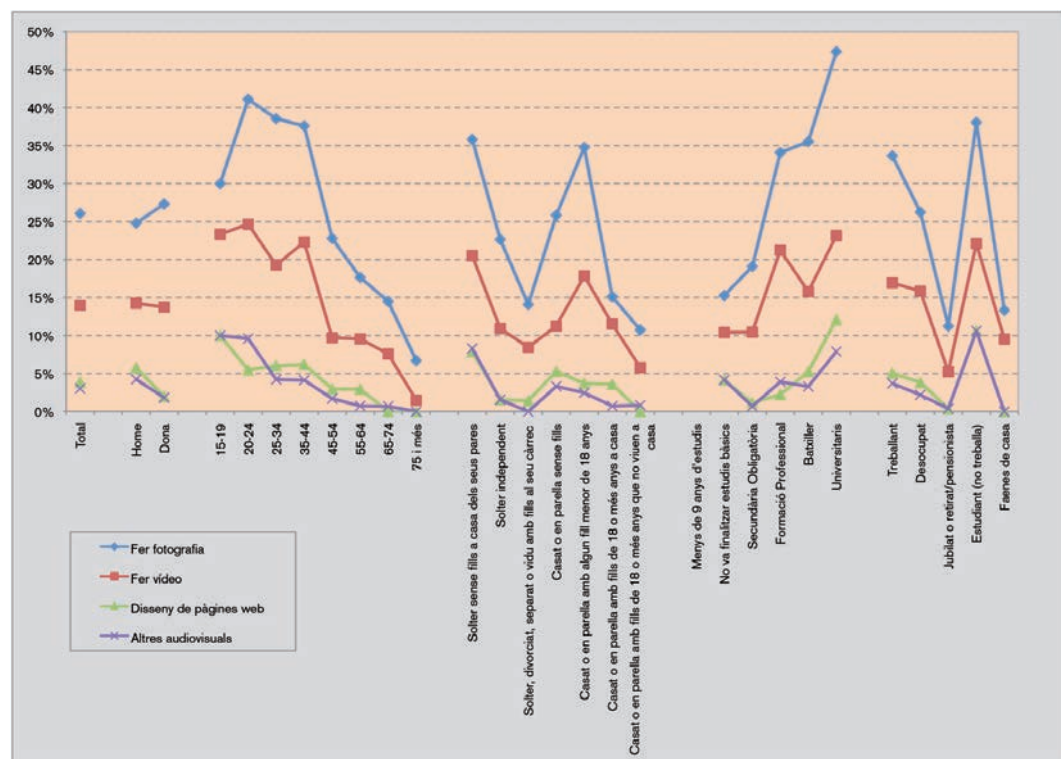
En suma, la fotografia i el vídeo han experimentat un progrés extraordinari. És obvi que aquests percentatges no inclouen la pràctica generalitzada de fer fotografies i xicotets videoreportatges amb els *smartphones*, sinó que els qui responen positivament a aquesta pregunta ho fan en el sentit de realitzar un cultiu relativament freqüent en determinats esdeveniments singulars i tal vegada amb equips especialitzats.

2.1. L'amateurisme audiovisual

El gràfic 2, que presentem a continuació, s'ocupa dels perfils sociodemogràfics de les persones que es dediquen a algun tipus de pràctica amateur audiovisual, incloent-hi la fotografia, el vídeo, el disseny de webs i unes altres.

En primer lloc, es constata que estem davant de pràctiques amb una preponderància masculina, on es dona una influència notòria de la variable edat i generacional, sent les cohorts joves les que més les practiquen i on les d'edat avançada, per contra, ofereixen percentatges molt reduïts de realització. Tot això permet sospitar que estem, en certa manera, davant de processos d'assaig sobre aficions i socialització primària d'aquestes.

Gràfic 2: Perfil sociodemogràfic de les persones que realitzen activitats audiovisuals a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

D'altra banda, el vídeo i la fotografia tenen un component familiarista molt important, ja que en analitzar la situació vital s'observa que els percentatges més alts de pràctica es donen entre els joves però també entre els casats que encara no tenen fills i entre els casats que tenen fills menors de 18 anys. D'alguna manera, sembla que estem davant d'un ús instrumental d'aquestes activitats per a historiar la vida familiar i construir la narrativa de la identitat personal i grupal.

La correlació de la fotografia i el disseny de webs amb el nivell educatiu és directa, i es donen els percentatges més alts entre els qui tenen nivell d'educació superior. En canvi, en el vídeo, el nivell més elevat es produeix entre els qui tenen estudis superiors de formació professional, itinerari educatiu en el qual, d'altra banda, existeixen especialitats professionals *ad hoc*.

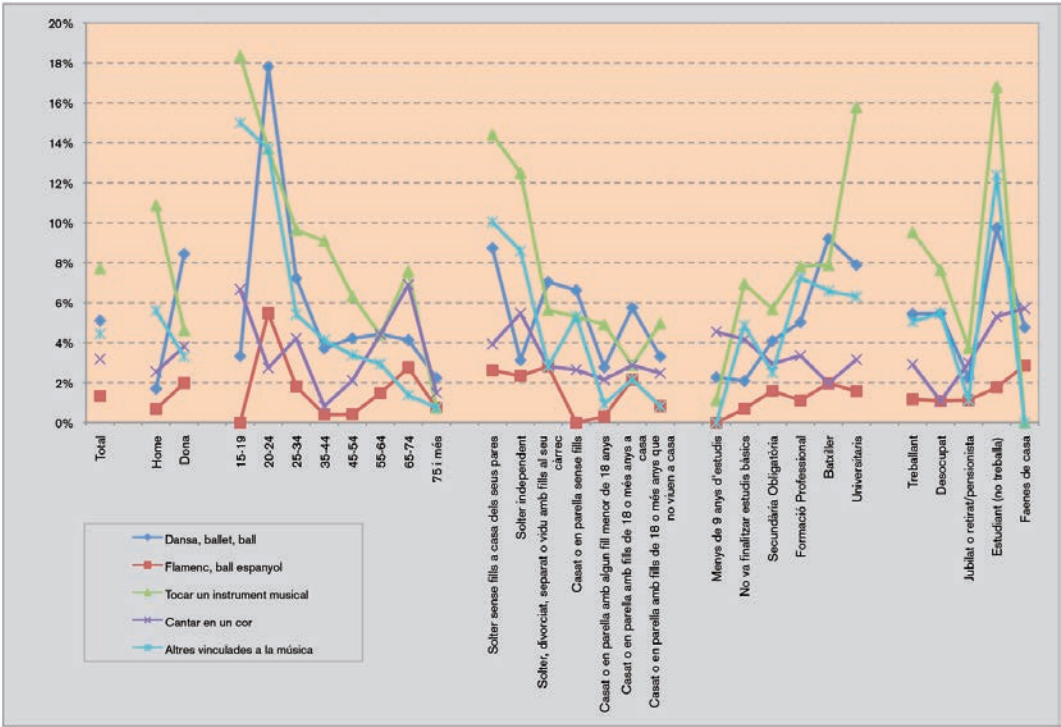
L'associació també es produeix en l'àmbit de la situació laboral, on els estudiants ofereixen els valors més alts, mentre que aquests són molt reduïts entre els qui realitzen labors de la llar i les persones jubilades o retirades.

2.2. L'amateurisme musical

A pesar de la importància de la música (escolta de música) en la vida de les persones i, encara que en determinades regions d'Espanya existeix una tradició bandística i coral molt destacada (aquest és el cas de la Comunitat Valenciana), la realitat és que solament un 8% diu tocar un instrument; un 5% practica ballet o dansa; amb prou faenes, un 3% canta en un cor i un 4% realitza altres activitats musicals.

Mentre que tocar un instrument i altres activitats vinculades amb la música tenen un clar caràcter masculí, el ballet/dansa, cantar en un cor i practicar balls de flamenc són més aviat activitats de perfil femení. Això és el que reflecteix el gràfic 3.

Gràfic 3: Perfil sociodemogràfic de les persones que realitzen activitats musicals a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

En les cinc pràctiques considerades, l'edat juga un paper important, però de manera destacada a tocar un instrument, on són les cohorts més joves les que realitzen aquesta pràctica en major proporció. Així ocorre també en el fet de cantar en un cor i altres activitats vinculades amb la música. En la dansa/ballet i flamenc/ball espanyol es dona la situació que la major participació correspon a la cohort 20-24 anys. De la mateixa manera, predominen els estudiants i les persones

solteres. Tot sembla indicar que ens trobem davant d'una pràctica de socialització infantil i juvenil que s'abandona a mesura que s'adquireixen compromisos típics de persones adultes. Però després experimenten un repunt cap als 60 anys, probablement en ocasió de la jubilació. Així ocorre amb el fet cantar en un cor, tocar un instrument i ball espanyol.

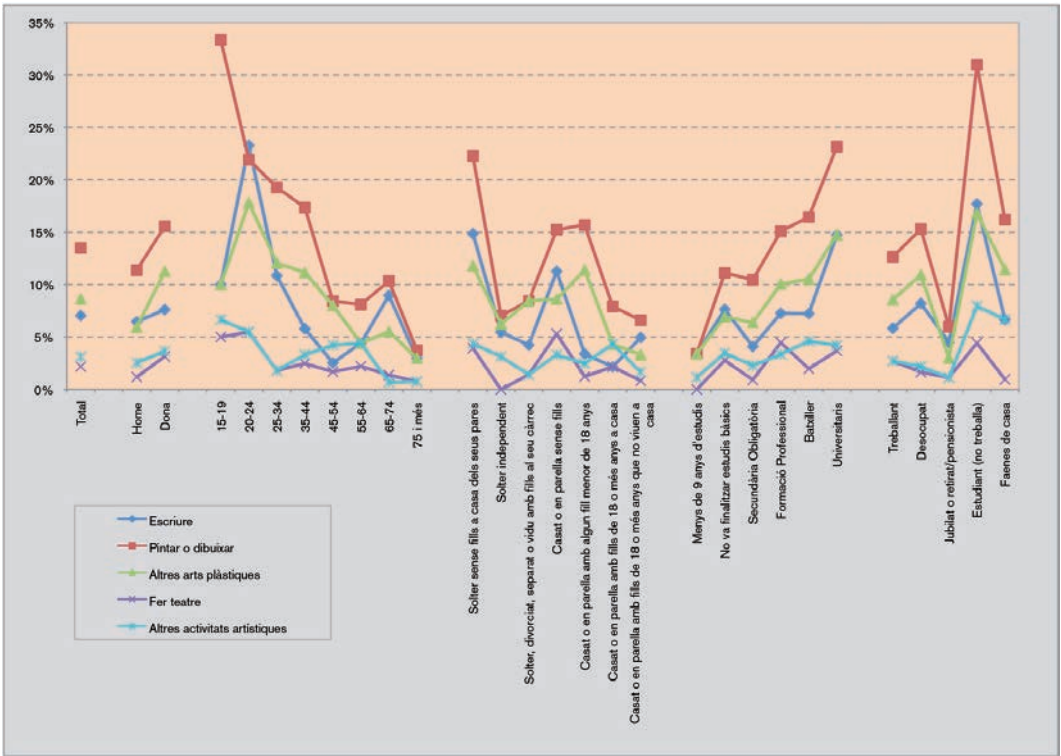
Totes aquestes estan relacionades amb el nivell educatiu de diferents formes, però la correlació positiva directa es dona en el fet de tocar un instrument.

2.3. Altres pràctiques amateurs

Finalment, abordem les restants pràctiques plàstiques i artístiques, incloent-hi pintar i dibuixar, escriure o fer teatre. La que presenta un major percentatge de practicants és el dibuix i la pintura, amb un 14% de practicants, seguida d'altres arts plàstiques, amb un 9%. També l'escriptura creativa és una activitat amateur realitzada per un 8%, mentre que el teatre i altres activitats artístiques presenten percentatges molt baixos.

Totes aquestes ofereixen un caràcter més femení que masculí, especialment les arts plàstiques. En el cas de pintar i dibuixar així com escriure, les cohorts joves mostren proporcions superiors de practicants; es troben vinculades a l'ocupació estudiantil i a la situació vital de solteria.

Gràfic 4: Perfil sociodemogràfic de les persones que realitzen altres activitats amateurs a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

El nivell educatiu juga un paper rellevant, però especialment en el cas de l'escriptura, on la proporció major de practicants en relació amb la mitjana es dona entre els qui tenen titulació superior.

Sens dubte, totes les activitats que acabem de presentar es beneficien de l'increment del capital educatiu en la societat espanyola i de la major disponibilitat de temps lliure, al mateix temps que contribueixen a incrementar el capital cultural.

En explorar aquest territori dels denominats aficionats o amateurs s'hauria d'ampliar el ventall d'activitats i considerar les oportunitats que ofereixen els nous mitjans socials digitals. Si hi ha un camp en el qual la cultura és clarament activa és justament en la pràctica de les aficions i preferències particulars, que en molts casos concrets tenen una dimensió social i col·lectiva.

3. L'assistència a esdeveniments i centres culturals

En les últimes dècades, al costat dels centres culturals, els jardins botànics i els zoos, que tenen ja una llarga història, s'han anat difonent també pel territori, d'acord amb estratègies de mercat, equipaments de grans dimensions dedicats a l'esplai i esbarjo, tals com parcs temàtics, aquàtics i d'atraccions. D'altra banda, han adquirit creixent importància els espectacles esportius i les fires. En les enquestes que estem analitzant, s'han introduït lleugeres variacions que no permeten disposar d'una comparació completa. No obstant això, es pot confeccionar una visió general aproximada de l'evolució d'aquest conjunt de pràctiques. En la taula següent s'ofereixen les dades

Taula 3: Assistència a diferents tipus d'equipaments i activitats a la Comunitat Valenciana (2003-2015)

	2003	2011	2015
Conferències	6,4	10,8	11,9
Centre cultural	7,6	17,7	17,8
Espectacles d'arts escèniques no esmentats	–	3,0	2,1
Espectacles esportius	17,4	24,8	29,1
Fires	29,3	43,3	41,1
Assistència a bous	8,6	9,2	12,2
Visita a parcs temàtics	21,8	18,3	16,3
Parcs d'atraccions	17,4	18,6	15,9
Parcs aquàtics	14,6	19,7	17,4
Zoos	9,8	19,3	16,3
Jardí botànic	–	13,1	13,1

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011, 2014-2015

Una mirada general a la taula 3 permet constatar que en totes les activitats es dona un increment de participació i assistència entre 2003 i 2011, mentre que si comparem les dades de 2011 i 2015, amb l'excepció dels espectacles esportius i els taurins, es registra un estancament (conferències, centres culturals) o una reculada (parcs temàtics, d'atraccions, aquàtics i zoos). En les visites a parcs

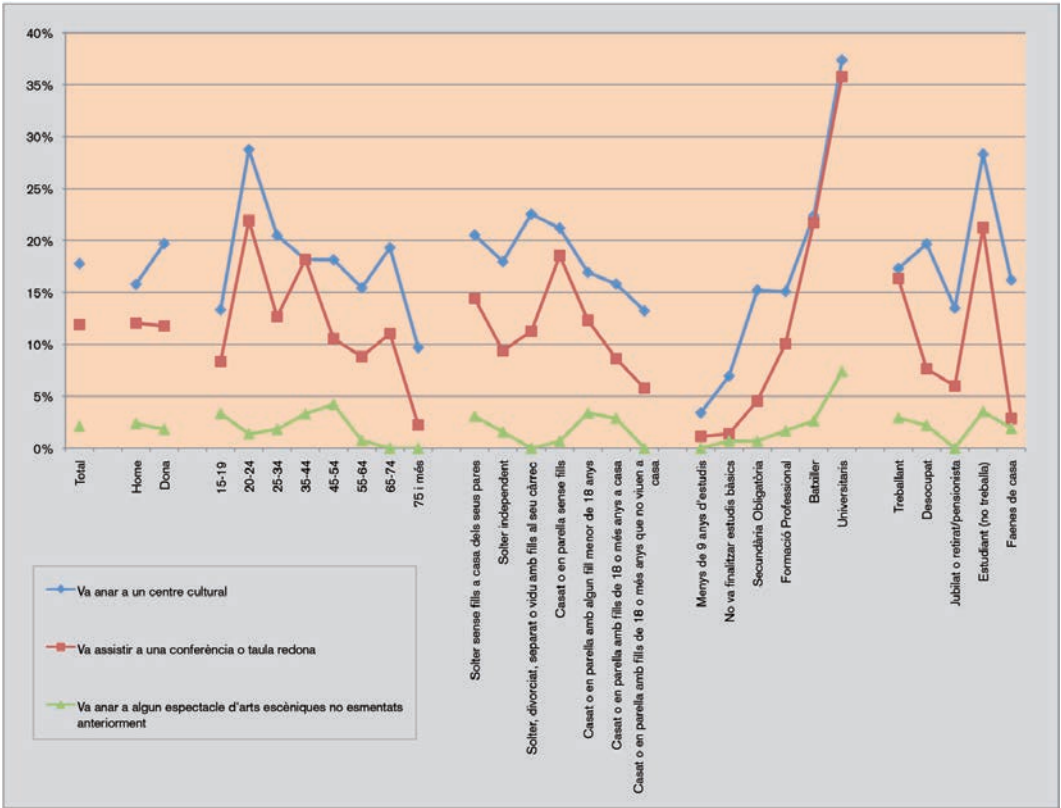
temàtics i d'atraccions, les dades de 2015 són inferiors a les de 2003. cal preguntar-se quin és l'efecte en tot això de la crisi.

El gràfic 5 ofereix dades de perfil sobre assistència a centres culturals, conferències i altres espectacles d'arts escèniques.

Un 18% de la població assisteix a centres culturals; les conferències susciten interès en un 12% i altres espectacles d'arts escèniques conciten la participació d'un 2%. La visita a centres culturals té un perfil clarament més femení, mentre que en les conferències predominen els homes. Les dues pràctiques són juvenils (amb predomini de la cohort 20 a 24 anys), d'estudiants i persones amb elevat nivell d'estudis, i aquesta és la variable que introdueix una diferenciació més gran.

En el gràfic 6, centrem la mirada en la visita a equipaments d'entreteniment. Els 5 tipus d'equipaments reunits en aquest apartat aconsegueixen un percentatge molt similar de visitants, que se situa entre el 13% dels jardins botànics i el 17% dels parcs d'atraccions.

Gràfic 5: Assistència a centres culturals, conferències i altres espectacles d'arts escèniques a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Entre la visita a zoos i jardins botànics i la resta es donen diferències significatives que deriven sens dubte de la seua diferent funció sociocultural i de la major o menor implantació històrica. Els parcs temàtics, aquàtics i d'atraccions han sigut creats en dècades recents per grups multinacionals de l'oci, mentre que els zoos i jardins botànics, introduïts per actors locals en connexió amb la presència

de ciències com la botànica i la biologia, pretenien complir una funció essencialment didàctica en la societat urbana i en general, entre nosaltres, eren de propietat pública. Els primers tenen un caràcter molt diferenciat des de la perspectiva de l'edat, i els més joves són els qui els freqüenten en major proporció; en contemplar la variable situació vital, s'observa el pes de les persones casades amb fills i filles menors de 18 anys, i és especialment important en el cas dels zoològics. De la mateixa manera, té gran pes el nivell educatiu, i es produeix una diferència rellevant en el cas de la visita a jardins botànics entre els qui tenen estudis de batxillerat i els qui posseeixen el nivell d'FP nivell superior. Ací ocorre com amb l'assistència a conferències, que són pràctiques de diferenciació d'itineraris curriculars.

En el gràfic 7, finalment, es presenten les dades corresponents a l'assistència a dos tipus d'esdeveniments particulars, com són els esportius i les fires. L'assistència a espectacles esportius és una pràctica que realitza un 29%, mentre que la visita a fires arriba al 41%.

Gràfic 6: Visites a equipaments d'esbarjo i entreteniment a la Comunitat Valenciana (2015)

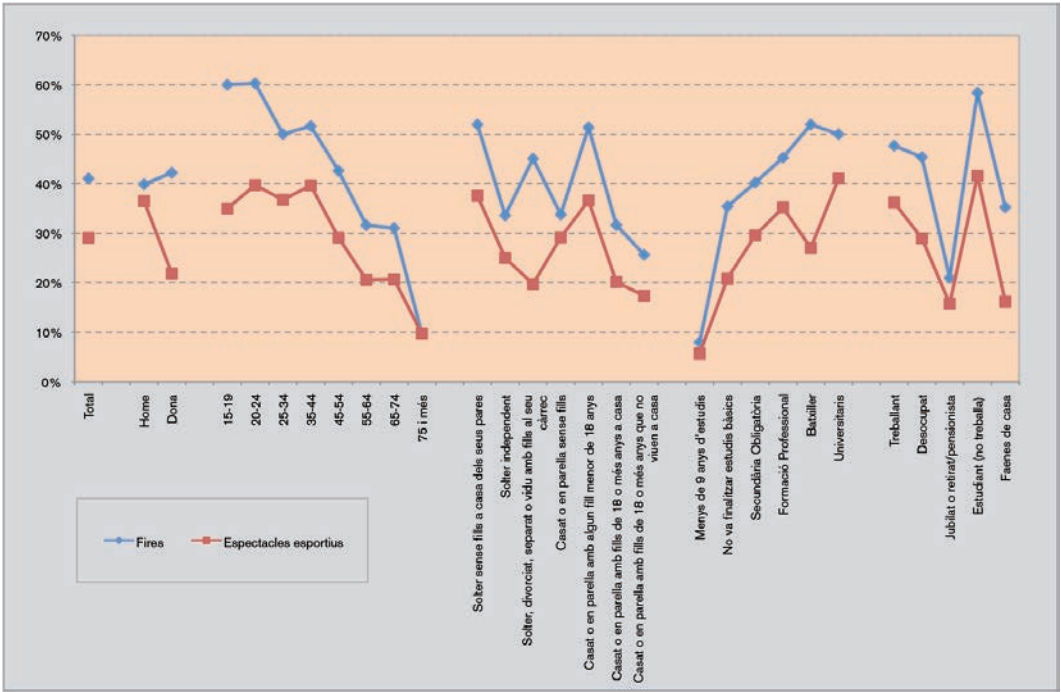


Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

L'assistència a espectacles esportius té, com tot l'esport en general, una empremta molt masculina, mentre que en les fires les diferències entre sexes són molt reduïdes. Les cohorts més joves i els qui es dediquen a estudiar ofereixen també els percentatges més elevats, i són, per contrast, les persones jubilades les que presenten els percentatges més baixos.

També ací s'observa la importància de la socialització familiar, atès que entre les parelles casades amb fills i filles menors de 18 anys es donen percentatges molt elevats. El nivell educatiu és rellevant, però les principals distincions es produeixen entre els qui tenen solament estudis primaris, d'una banda, i la resta, d'una altra.

Gràfic 7: L'assistència a fires i espectacles esportius a la Comunitat Valenciana (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

IV

**Diversitat
i desigualtat:
els enclavaments
de consum
cultural**

1. Introducció

La diversitat de pràctiques culturals és un fet incontestable; i en relació amb aquesta, també ho és l'existència de diversitat de públics. Frequentment, en moltes conferències i fòrums sorgeix la pregunta de com es creen nous públics i aquest interrogant es planteja fent cas omís de com està estructurat el camp cultural i de com es distribueixen les competències necessàries per al gaudi i l'estima dels béns culturals. Sembla com si el voluntarisme polític o la vareta màgica dels preus canviaren per art d'encantament les disposicions, els interessos i les preferències, i, sobretot, les competències que permeten l'apropiació d'un producte. Deixem de banda els contextos socials de producció cultural i de socialització personal.

En aquest capítol se'n fa una anàlisi més modesta, però imprescindible. Pretenem efectuar una exploració de la participació cultural a la Comunitat Valenciana identificant les dimensions que l'articulen, és a dir, els eixos que més enllà de la molt àmplia casuística de consums que es registren en cada subesfera de l'àmbit cultural (i que hem exposat en els capítols precedents) donen forma –de manera no sempre visible o almenys evident– al camp cultural.

Es tracta, per tant, d'una anàlisi de les coordenades de l'espai de la participació cultural que es bifurca en dos vessants: d'una banda, l'anàlisi dels interessos culturals que la població declara i, d'una altra, de les pràctiques específiques que la població duu a terme amb major o menor freqüència.

Al costat de la identificació d'aquestes dimensions, el capítol té altres dos objectius: d'una banda, determinar si aquestes dimensions es distribueixen de manera equilibrada en l'estructura social o si, per contra, mostren pautes d'estratificació i, d'una altra banda, examinar en quina mesura determinats individus s'agrupen entorn d'aquestes i generen allò que podríem considerar com a conglomerats o enclavaments de participació cultural. La lògica d'anàlisi, per tant, és triple: identificar l'existència d'eixos d'estructuració, de pautes d'estratificació i d'agrupacions significatives d'individus entorn d'aquests eixos, tant en el cas dels interessos culturals com en el de les pràctiques.

2. Els interessos culturals

Els vint-i-un indicadors d'interés cultural que constava l'*Enquesta d'hàbits i pràctiques culturals* del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport de 2014-2015 (MCED, 2015) han sigut introduïts en una anàlisi de components principals. Tots aquests apareixen en una mateixa bateria en la qual s'insta a atorgar una puntuació de zero (gens d'interés) a deu (màxim interés). Com es mostra en la taula 1, l'activitat que desperta més interés és escoltar música (7,5) i la música en general (7,32), seguides del cinema (6,90), la lectura (6,22) i els concerts de música actual (6,11). Llegir periòdics i llibres per raons personals se situen també per damunt del cinc (5,18 i 5,79, respectivament). Al costat de totes aquestes, la visita de monuments (5,56) i el teatre (5,62) se situen lleugerament per damunt del punt mitjà de l'escala.

Les activitats restants obtenen taxes d'interés mitjà inferiors. Una bona quantitat d'aquestes es concentra en l'apartat de visites culturals, en el qual tan sols la visita de museus i monuments –com ja s'ha assenyalat– obtenien una puntuació mitjana superior a cinc. Per contra, en el bloc de lectura, tres indicadors es troben per sota del cinc: la lectura de revistes (4,33), la lectura per raons de treball o estudis (4,27) i la visita de biblioteques (2,58). Encara per davall d'aquesta, trobem la visita a arxius (2,44). En el bloc d'espectacles, les arts escèniques han obtingut les mitjanes més baixes, amb els concerts de música clàssica per sobre de l'òpera, el ballet, la dansa i la sarsuela.

Taula 1: Interessos culturals a la Comunitat Valenciana en 2015

Bloc	Indicador d'interés cultural	Mitjana CV
Lectura	Interés per la lectura	6,22
	Llegir llibres per treball o estudi	4,27
	Llegir llibres per raons personals	5,79
	Llegir periòdics	5,18
	Llegir revistes	4,33
	Biblioteques (assistir-hi o accedir-hi per internet)	2,58
Visites	Arxius	2,44
	Museus	5,07
	Exposicions	4,67
	Galeries d'art	3,96
	Monuments	5,56
	Jaciments arqueològics	4,62
Espectacles	Cinema	6,90
	Teatre	5,62
	Òpera	3,24
	Sarsuela	3,15
	Ballet o dansa	3,32
	Música en general	7,32
	Concerts de música clàssica	4,78
	Concerts de música actual	6,11
	Escollar música	7,50

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals 2014-2015

En conjunt, es pot dir que hi ha cinc tipus d'interés que puntuen per davall de 5, entre 4 i 5; i sis que puntuen per davall de 4: tres estan relacionats amb la visita a galeries d'art i a equipaments de lectura (biblioteques i arxius), que pel que sabem tenen un component professional indubtable (són visitats per estudiants i per investigadors), i tres estan relacionats amb les arts escèniques definitòries de l'alta cultura minoritària (òpera, sarsuela i ballet/dansa).

Tipologia de la població segons els interessos culturals

En aquesta secció, s'identifiquen els cinc principals conglomerats existents. Es pretén desentranyar la lògica de l'agrupació o la formació d'enclavaments significatius de consum.

Les persones que pertanyen al primer conglomerat manifesten un interès elevat per les arts escèniques i, en menor mesura, per les visites patrimonials, però es mostren clarament distants de les lectures professionals en biblioteques o arxius. A resultes de tot això, bé podrien ser denominats *clàssics*.

Encara que puntuen positivament en tots els factors d'interés cultural, les persones que pertanyen al segon conglomerat destaquen en gran manera en allò que prèviament hem denominat interès per les lectures professionals, per la qual cosa sembla adequat referir-se a aquest grup de persones com els *professionals*.

En el tercer conglomerat trobem una lògica molt diferent: en aquest cas, les puntuacions són negatives en tots els factors d'interés cultural, amb l'excepció de l'interès per la lectura i per la música

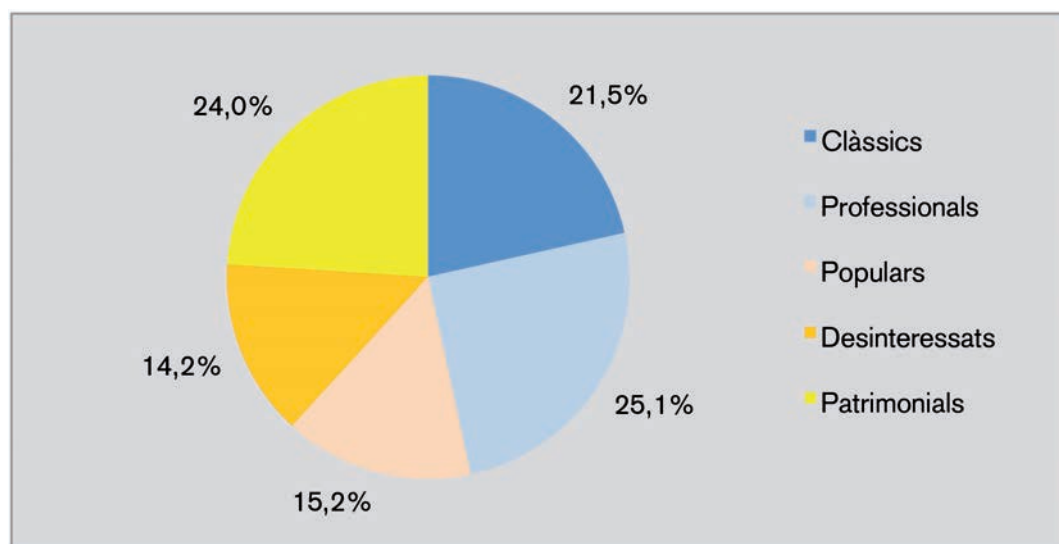
i el cinema, en el qual obtenen la puntuació més alta dels cinc grups. Per aquesta raó la denominació de *populars* sembla la més adequada.

Les persones que pertanyen al quart conglomerat puntuen negativament en tots els factors, i de forma molt destacada en l'interés pel cinema i per la música actual, així com per la lectura. Tenint present que estem parlant d'interessos, no sembla desafortunat anomenar-los *desinteressats*.

Finalment, el cinqué conglomerat està format per persones que manifesten l'interés més elevat dels cinc grups per les visites a llocs patrimonials, és a dir, l'assistència a museus, monuments, exposicions, galeries d'art i jaciments arqueològics. D'altra banda, destaquen per la puntuació negativa en els interessos relacionats amb les arts escèniques i la lectura professional. Donada la importància creixent de l'estima pel patrimoni cultural, podríem denominar-los *patrimonials*.

El gràfic 1 mostra la presència que té cadascun dels cinc conglomerats en la població valenciana. El més nombrós és el dels *professionals*, que agrupa un 25,1%, seguit del que hem denominat *patrimonials*, amb un 24%. Els *populars* són el 15,2%, mentre que els *clàssics* aconsegueixen una cinquena part de la població (21,5%) i, per últim, els *desinteressats* sumen un 14,2%.

Gràfic 1: Conglomerats de població segons interessos culturals a la Comunitat Valenciana



Unitat: Percentatges. Base: Total mostra. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals 2014-2015

No és difícil aventurar la presència desigual de trets sociodemogràfics entre els cinc conglomerats identificats.

El conglomerat de *clàssics* es caracteritza per una major presència de dones (63%), persones majors (nascuts entre 1940 i 1959), jubilats i pensionistes (36%) i residents en ciutats de grandària inferior a 50.000 habitants (43%) i capitals de província (40%). Pel que fa al nivell d'estudis, entre els qui han aconseguit la secundària obligatòria són un 41%, però la distribució és bastant equilibrada en relació amb el conjunt poblacional.

Taula 2: Conglomerats d'interessos culturals segons variables sociodemogràfiques a la Comunitat Valenciana

Variables sociodemogràfiques	Conglomerat					Total	Khi quadrat	
	Clàssics	Professionals	Populars	Desinteressats	Patrimonials		χ^2	p
Home	36,8%	47,5%	54,1%	56,2%	55,6%	49,4%	25,923	0,000
Dona	63,2%	52,5%	45,9%	43,8%	44,4%	50,6%		
Nascuts entre 1915 i 1939	14,0%	2,7%	2,8%	29,6%	3,8%	9,2%	305,681	0,000
Nascuts entre 1940 i 1949	24,0%	7,0%	6,6%	23,7%	6,6%	12,9%		
Nascuts entre 1950 i 1959	15,5%	7,0%	8,8%	13,6%	10,8%	11,0%		
Nascuts entre 1960 i 1969	17,1%	19,7%	16,0%	15,4%	26,2%	19,5%		
Nascuts entre 1970 i 1979	16,3%	26,8%	17,7%	10,1%	24,1%	20,1%		
Nascuts entre 1980 i 1989	6,2%	17,7%	28,7%	4,7%	18,5%	15,3%		
Nascuts entre 1990 i 1999	7,0%	19,1%	19,3%	3,0%	9,8%	12,0%		
Menys de 9 anys d'estudis	7,4%	1,3%	5,0%	29,0%	2,4%	7,4%	312,770	0,000
No va finalitzar els seus estudis bàsics	12,8%	5,7%	20,4%	17,2%	9,8%	12,1%		
Secundària Obligatòria	40,7%	23,7%	42,5%	36,7%	43,7%	36,9%		
Formació Professional	12,8%	16,4%	19,3%	5,3%	18,5%	15,0%		
Batxillerat	10,9%	17,7%	8,8%	8,3%	14,3%	12,7%		
Universitaris	15,5%	35,1%	3,9%	3,6%	11,2%	15,9%		
Treballa	32,2%	52,2%	41,4%	23,7%	55,9%	43,1%	224,534	0,000
Desocupat	15,9%	13,7%	21,5%	10,7%	15,4%	15,3%		
Jubilat/pensionista	35,7%	10,0%	13,3%	50,3%	12,6%	22,4%		
Incapacitat permanent	0,8%	0,3%	0,6%	1,2%	0,7%	0,7%		
Estudiant (no treballa)	3,9%	17,7%	14,4%	1,2%	7,7%	9,5%		
Feines de casa	11,2%	6,0%	8,3%	13,0%	7,3%	8,8%		
Uns altres	0,4%	–	0,6%	–	0,3%	0,3%		
Capitals de província	39,9%	35,8%	33,7%	27,8%	30,8%	34,0%	64,869	0,000
Més de 100.000 hab.	5,4%	14,7%	5,5%	12,4%	1,0%	7,7%		
De 50.001 a 100.000 hab.	12,0%	14,4%	12,7%	16,6%	21,3%	15,6%		
Fins a 50.000 hab.	42,6%	35,1%	48,1%	43,2%	46,9%	42,7%		

Unitat: Percentatges. Base: Total mostra. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals 2014-2015

Es tracta d'un perfil molt similar al de les persones que componen el conglomerat de *desinteressats*, en aquest cas amb una major representació d'homes (56%), persones nascudes abans de 1949 i jubilats o pensionistes (50%). La diferència, no obstant això, és que els *desinteressats* contràriament al que ocorre amb els *clàssics* no es troben més presents en les capitals de província, sinó en els municipis de menys de cinquanta mil habitants i tenen, en gran manera, menys de nou anys d'escolarització o amb estudis de caràcter bàsic sense concloure.

El conglomerat de *professionals* es reparteix pràcticament per igual entre homes i dones, encara que amb un lleugeríssim avantatge de les últimes, però es nodreix fonamentalment de persones nascudes després de 1970. Predominen en aquest grup les persones que es troben en l'actualitat

treballant o estudiant, amb estudis universitaris i que resideixen en nuclis urbans amb una població superior als 100.000 habitants i capitals de província. Mentre que en els dos conglomerats anteriors hi havia una major presència de persones casades, en aquest últim abunden les persones solteres residents en la casa paterna i de persones casades amb fills menors d'edat.

El conglomerat que hem denominat *populars* té una major presència d'homes (54%), nascuts després de l'any 1980 i que es dediquen a estudiar (14%) o estan a l'atur (21,5%). Quant al nivell d'estudis, en aquest grup hi ha una major presència de persones amb estudis de secundària obligatòria (42,5%) i una baixa proporció de persones amb estudis universitaris (3,9%). Finalment, quan s'observa la distribució d'aquest conglomerat en funció de la grandària de l'hàbitat de residència, es constata una major presència en nuclis de grandària inferior a 50.000 habitants (48%).

Finalment, entre les persones de gustos *patrimonials* abunden els homes (56%), les persones nascudes entre 1960 i 1979 i les que es troben treballant (56%). Al marge d'aquestes característiques, no hi ha altres trets rellevants en aquest conglomerat, encara que s'aprecia una certa presència entre persones casades amb fills menors de 18 anys, tret coherent amb el rang d'edat on més predominen aquests interessos, que poden respondre a una finalitat socialitzadora.

3. Les pràctiques culturals

En aquest apartat s'exposen els resultats obtinguts quan s'ha efectuat el mateix tipus d'anàlisi amb les pràctiques culturals de la població valenciana. La seqüència expositiva, per tant, segueix la mateixa pauta.

Tipologia de la població segons les pràctiques culturals

En les pròximes línies, tractem de mostrar com s'agrupa la població valenciana entorn de cinc eixos de pràctiques culturals.

El primer conglomerat obté puntuacions negatives en els cinc factors de pràctiques culturals i, especialment, en el cas de les pràctiques audiovisuals i multimèdia relacionades amb l'oci i l'entreteniment, entre les quals destaca el cinema i la música. Tenint en compte tot això, aquest conglomerat podria ser considerat com un grup d'*allunyats*.

El segon conglomerat l'hem denominat *professionals*, atès que les pràctiques lectores i multimèdia relacionades amb el treball o els estudis registren la taxa més elevada. També són positives les pràctiques culturals basades en la visita, les pràctiques lectores i les pràctiques audiovisuals i multimèdia relacionades amb l'oci mentre que les clàssiques obtenen un nivell baix en aquest grup.

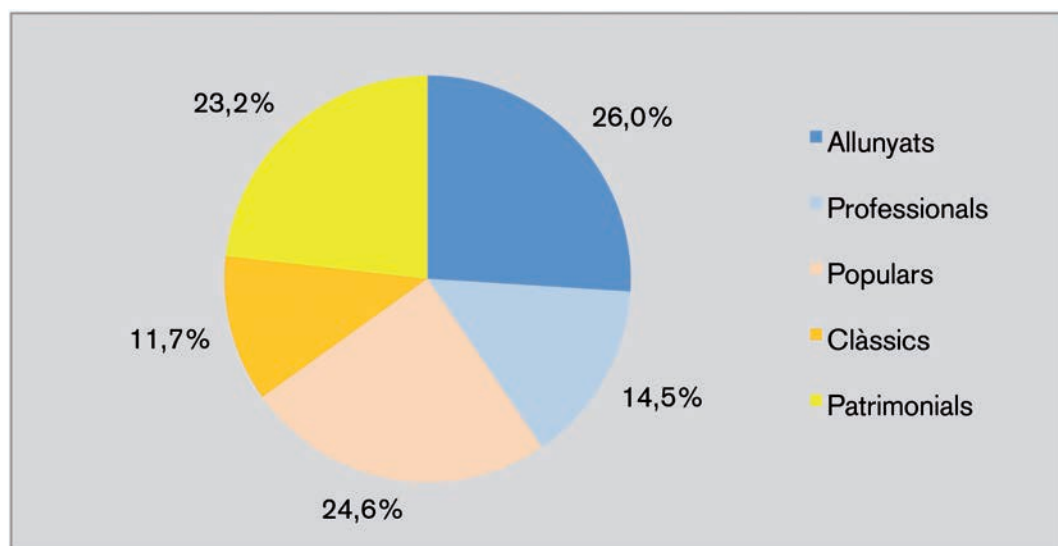
El tercer conglomerat que resulta de l'anàlisi podria ser denominat *populars*, tenint en compte que és en el factor de pràctiques audiovisuals i multimèdia relacionades amb l'oci i l'entreteniment en el qual obté la seua puntuació positiva més elevada. En la resta de factors, les mitjanes són negatives, amb l'excepció de la lectura de premsa i revistes en què obté la taxa més alta.

A continuació apareix el quart conglomerat, el dels *clàssics*, al qual dona nom la seua preferència principal per les pràctiques culturals relacionades amb les arts escèniques. Aquesta és la característica principal d'aquest grup, però s'ha d'insistir en un altre fet no menys rellevant: aquest mateix grup registra la segona taxa més alta en el factor de pràctiques lectores i multimèdia relacionades amb el treball o els estudis. També és rellevant assenyalar que, encara que més baixes, les mitjanes que obté aquest grup en la resta de factors són sempre positives.

Finalment, el conglomerat al qual hem denominat *visitants patrimonials* obté la puntuació més alta en el factor de pràctiques basades en la visita cultural. Les persones que integren aquest grup obtenen també una puntuació elevada en el factor de pràctiques audiovisuals i multimèdia (oci i entreteniment). Destaca, d'altra banda, el fet que obté mitjanes negatives en els dos factors relacionats amb la lectura, així com en les pràctiques clàssiques (arts escèniques).

La distribució percentual dels cinc conglomerats no és tan equilibrada com s'haguera pogut desprendre d'una extrapolació lineal dels interessos culturals examinats en l'apartat anterior. Així, els dos grups amb més presència, els allunyats (26%) i els populars (24,6%), suposen el cinquanta per cent de la població, tal com s'indica en el gràfic 2. La meitat restant es reparteix entre els professionals, que suposen un 14,5%; els patrimonials, un 23,2%, i els clàssics, un 11,7%.

Gràfic 2: Conglomerats de pràctiques culturals a la Comunitat Valenciana



Unitat: Percentatges. Base: Total mostra. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals 2014-2015

L'anàlisi bivariable permet examinar amb detall el perfil sociodemogràfic dels cinc conglomerats presentats en les línies anteriors.

Els resultats inclosos en la taula 3 posen de manifest que la presència de dones és major en els conglomerats d'allunyats (61%), professionals (57%), patrimonials (55%) i, en menor mesura, clàssics (52%). Els homes, per contra, en aquest cas, només sobreixen molt per sobre de les dones en el conglomerat de populars (69%).

Els cinc conglomerats mostren pautes diferents pel que fa a l'edat. El d'allunyats es compon fonamentalment de persones nascudes abans de l'any 1950, mentre que el de professionals està format per persones nascudes després de l'any 1970. Les persones d'edat mitjana abunden entre els visitants patrimonials, concretament les cohorts nascudes entre 1960 i 1979 i els clàssics entre les edats madures (persones nascudes entre 1940 i 1959).

Si un poc més de tres de cada quatre professionals ha nascut després de 1970, també els populars són joves, encara que podrien anomenar-se joves adults, ja que van nàixer entre 1960 i 1989. La majoria dels populars van nàixer en la transició del franquisme a la democràcia i la majoria dels professionals quasi no han viscut el franquisme.

Taula 3: Conglomerats de pràctiques culturals segons variables sociodemogràfiques a la Comunitat Valenciana

Variables sociodemogràfiques	Conglomerat					Total	Khi quadrat	
	Clàssics	Professionals	Popu-lars	Desinte-ressats	Patrimonials		χ^2	p
Home	38,6%	43,4%	68,9%	48,2%	45,1%	49,4%	63,951	0,000
Dona	61,4%	56,6%	31,1%	51,8%	54,9%	50,6%		
Nascuts entre 1915 i 1939	29,3%	–	2,0%	6,5%	1,4%	9,2%	476,888	0,000
Nascuts entre 1940 i 1949	23,8%	2,3%	4,8%	27,3%	8,7%	12,9%		
Nascuts entre 1950 i 1959	14,5%	1,7%	9,6%	16,5%	11,6%	11,0%		
Nascuts entre 1960 i 1969	16,4%	14,5%	21,2%	18,0%	25,3%	19,5%		
Nascuts entre 1970 i 1979	5,8%	26,6%	31,1%	14,4%	23,5%	20,1%		
Nascuts entre 1980 i 1989	7,7%	22,0%	21,5%	10,1%	15,5%	15,3%		
Nascuts entre 1990 i 1999	2,6%	32,9%	9,9%	7,2%	14,1%	12,0%		
Menys de 9 anys d'estudis	24,8%	–	2,4%	0,7%	1,1%	7,4%	435,530	0,000
No va finalitzar els seus estudis bàsics	18,6%	4,6%	14,0%	4,3%	11,2%	12,1%		
Secundària Obligatoria	46,0%	17,3%	41,3%	28,8%	38,3%	36,9%		
Formació Professional	5,1%	18,5%	19,8%	14,4%	19,1%	15,0%		
Batxillerat	3,5%	20,2%	15,0%	15,8%	14,4%	12,7%		
Universitaris	1,9%	39,3%	7,5%	36,0%	15,9%	15,9%	496,322	0,000
Treballa	18,0%	51,4%	59,4%	46,0%	47,3%	43,1%		
Desocupat	11,6%	8,7%	19,1%	10,1%	22,4%	15,3%		
Jubilat/pensionista	52,7%	1,7%	9,2%	28,1%	12,3%	22,4%		
Incapacitat permanent	1,0%	–	1,0%	–	0,7%	0,7%		
Estudiant (no treballa)	1,6%	37,0%	6,5%	5,0%	6,5%	9,5%		
Feines de casa	15,1%	1,2%	4,1%	10,8%	10,5%	8,8%		
Uns altres	–	–	0,7%	–	0,4%	0,3%	38,636	0,000
Capitals de província	29,9%	42,2%	27,6%	39,6%	37,5%	34,0%		
Més de 100.000 hab.	10,6%	4,6%	11,3%	2,9%	5,1%	7,7%		
De 50.001 a 100.000 hab.	14,5%	10,4%	18,1%	11,5%	19,5%	15,6%		
Fins a 50.000 hab.	45,0%	42,8%	43,0%	46,0%	37,9%	42,7%		

Unitat: Percentatges. Base: Total mostra. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals 2014-2015

La situació laboral està també fortament relacionada amb la pertinença als diferents conglomerats de pràctiques culturals. Jubilats, pensionistes i persones dedicades a les faenes de casa suposen el 68% del grup d'allunyats. Entre els clàssics, el perfil més descollant és el de les persones que treballen, que és d'un 46%, encara que també hi destaquen les persones jubilades amb un 28%. Entre els visitants patrimonials destaquen especialment els que treballen o estan a l'atur, que sumen un 70%. En els dos conglomerats restants hi ha també més presència de persones que treballen. Entre els professionals, aconseguixen un 51% que sumats al 37% d'estudiants quasi suposen la totalitat del conglomerat. Entre els populars, al costat de les persones que treballen (59 %) destaquen els desocupats, que aconseguixen un 19%.

Com es pot preveure per les descripcions anteriors, els allunyats tenen, majoritàriament, els menors nivells d'instrucció i els professionals i els clàssics són el revers del perfil dels allunyats. Els primers tenen la proporció més àmplia d'universitaris de tots els conglomerats (un 39%) i els segons, el 36%. Els populars i els visitants patrimonials, finalment, se situen en els nivells mitjans d'estudis (des de secundària obligatòria fins a batxillerat i formació professional).

Finalment, la variable grandària del lloc de residència posa de manifest l'existència de pautes diferenciades en els extrems. Així, el conglomerat d'allunyats té una major aportació de persones de municipis de fins a cinquanta mil habitants, mentre que els professionals i els clàssics tenen una proporció superior a la mitjana de persones residents en capitals de província. I la resta obté més pes a les ciutats mitjanes.

4. Les relacions entre els interessos i les pràctiques culturals

Els conglomerats l'exposició i anàlisi dels quals s'ha efectuat en les seccions precedents no han de ser considerats com a compartiments estancs per més que les denominacions assignades a cadascun d'aquests puguin motivar una visió essencialista d'aquests. S'ha de tindre present que les denominacions han sigut assignades examinant les mitjanes en els factors d'interessos i pràctiques culturals i que la realitat cultural que aglutinen és complexa, versàtil, fluida, i no pot reduir-se a esquemes unidimensionals.

Una forma de posar de manifest la plural i complexa forma de relació dels factors i els interessos culturals es troba en l'anàlisi combinada dels conglomerats. Per a facilitar aquest tipus d'examen, el gràfic 3 mostra la relació entre la tipologia d'interessos culturals i la tipologia de pràctiques culturals. Dit d'una altra manera, mostra quina proporció de conglomerats d'interessos culturals conforma cadascun dels conglomerats de pràctiques culturals.

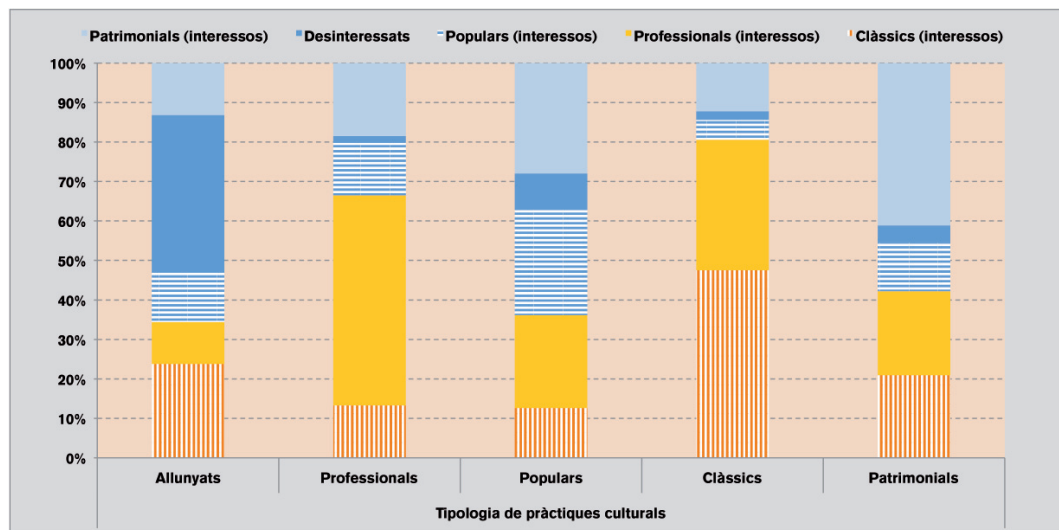
Un 40% de les persones que formen el conglomerat d'*allunyats* (pràctiques) procedeix del conglomerat de desinteressats. Aquesta procedència és lògica, però es pot observar que entre els integrants del conglomerat d'allunyats apareixen també persones que havien sigut assignades als conglomerats d'interessos populars (12,5%), clàssics (24%), patrimonials (13%) i professionals (11%).

Més de la meitat de les persones que formen el conglomerat de pràctiques *professionals* procedeix del d'interessos professionals (53%). També en aquest cas, l'isomorfisme és elevat i posa de manifest una elevada coherència entre els interessos i les pràctiques culturals. Però hi ha altres tres grups d'interessos que contribueixen de manera rellevant a la configuració d'aquest conglomerat: les persones d'interessos patrimonials (18,5%) i les d'interessos populars i interessos clàssics, que hi aporten un 13% respectivament. En canvi, els desinteressats únicament aconseguixen un 2%.

El conglomerat de pràctiques *populars* té la procedència dels seus integrants molt més repartida. Només un 27% procedeix del grup d'interessos homònim, i és superior en un punt el dels interessos patrimonials (28%) i té un 23% d'interessos clàssics. L'aportació dels clàssics és un 13% i la més escassa, la dels desinteressats, se situa en el 9%.

El conglomerat de pràctiques *clàssiques* no mostra la dissonància entre les pràctiques i els interessos culturals declarats que hem detectat en les anàlisis d'enquestes anteriors. El 47,5% dels integrants d'aquest conglomerat procedeix del d'interessos clàssics i un 33% del conglomerat d'interessos professionals. Les aportacions restants són menors, i són les més baixes la dels populars (5%) i la dels desinteressats (2%).

Gràfic 3: Relació entre la tipologia de pràctiques i la d'interessos culturals a la Comunitat Valenciana



Unitat: Percentatges. Base: Total mostra. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals 2014-2015

Finalment, l'isomorfisme entre interessos i pràctiques no és tan important, però no deixa de ser significatiu, en el conglomerat de *visitants patrimonials*, en què un 41% procedeix del grup d'interessos culturals patrimonials, un 21% del d'interessos professionals i un 20% dels interessos clàssics. L'aportació de les persones del grup d'interessos populars o desinteressats és molt inferior (12% i 4% respectivament).

5. El bon gust i les seues diverses manifestacions

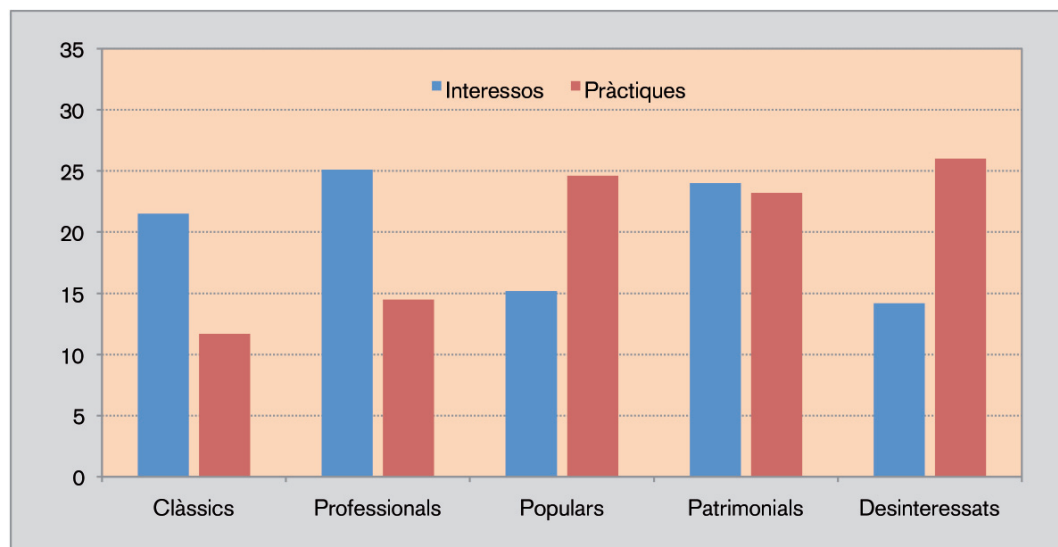
Aquest capítol ha intentat desentranyar l'estructura del consum cultural a la Comunitat Valenciana, atenent tant els interessos com les pràctiques culturals de la població. Ambdues anàlisis han posat de manifest l'existència d'una estructura articulada entorn de cinc eixos. En l'àmbit dels interessos, s'hi han identificat factors relatius a l'interès per les visites culturals, les arts escèniques, el cinema i la música, la lectura en general i la lectura relacionada amb la professió o els estudis; factors que tenen el seu correlat en l'àmbit de les pràctiques en què l'estructura identificada mostra un grau d'isomorfisme elevat. Així, hi ha també un factor de pràctiques relacionades amb les visites culturals patrimonials, amb les arts escèniques i amb la lectura en general. Les pràctiques referides a la lectura vinculada amb la professió i els estudis apareixen fortament combinades amb dispositius electrònics i multimèdia, la qual cosa també ocorre amb les pràctiques més populars (cinema i música).

Els interessos i les pràctiques culturals es distribueixen de manera desigual en l'estructura social. Les variables que més incidència exerceixen en aquesta estratificació són l'edat, el nivell d'estudis i la situació laboral; també el sexe i la grandària de l'hàbitat de residència encara que en una mesura clarament menor. El nivell d'estudis manté una relació lineal positiva tant amb els interessos com amb les pràctiques. No és el cas de l'edat, la relació de la qual és lineal i positiva amb les arts escèniques, però negativa respecte a la resta.

Finalment, l'estudi ha mostrat també l'existència de diversos enclavaments poblacionals que s'agrupen en major o menor mesura entorn d'uns determinats interessos i pràctiques culturals. Aquesta anàlisi permet observar l'existència de discordances entre interessos i pràctiques.

La cultura clàssica aglutina un 21,5% de la població en relació als interessos però no més d'un 12% quan es tracta amb les pràctiques (vegeu gràfic 4). Un perfil més orientat a la *lectura* o a altres àmbits culturals relacionat amb la professió i els estudis agrupa un 25%, des de la perspectiva dels interessos, i un 14,5% quan es tracta de les pràctiques. Pot afirmar-se, per tant, que aquests dos àmbits congreguen més proporció de població en relació als interessos que a les pràctiques.

Gràfic 4. Comparació entre conglomerats d'interés i de pràctiques (2015)



Unitat: Percentatges. Base: Total mostra. Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals 2014-2015

Ocorre al contrari amb els conglomerats de la cultura *popular i dels desinteressats/allunyats*, en què els percentatges de practicants superen els de persones interessades. En el primer cas, els interessos populars corresponen a un 15% de la població valenciana, però les pràctiques a un quart; en el segon, la població desinteressada pels camps i les dimensions culturals proposats en l'enquesta aconsegueix un 14%, però en l'allunyament de les pràctiques són un 26%.

Quant a l'àmbit patrimonial, es dona una gran homologia de freqüències: 24% i 23% respectivament.

Seria un error greu pensar que el conglomerat *desinteressats/allunyats* manca de cultura (aquesta és la lògica dominant de les visions legitimistes que s'atribueixen autoritat per a etiquetar i classificar); senzillament, hem d'afirmar que no se senten interessats pel tipus de pràctiques que els proposa l'enquesta i, per tant, aquesta revela els seus límits de ser incapaç de registrar i ajudar a entendre l'espai cultural en la seua complexitat. Solament si reconeixem cultura (una altra cultura) en els qui una teoria apegada a les dades de l'enquesta parlaria d'incultura, farem justícia a la capacitat de triar de tots els éssers humans (sense renegar per això per força de les determinacions socials). Hi ha persones en la societat que són excloses *ab initio* o al llarg de la seua vida de l'accés i la participació en els béns i els serveis culturals de la societat. L'exclusió existeix també en el camp cultural i els seus estigmes són dels més eficaços. Per això, una política pública de la cultura ha d'ocupar-se abans de res de com es distribueixen justament els béns i els serveis culturals. Però també s'ha de reconèixer la llibertat per a –tenint els recursos i les competències necessàries– triar altres camins. En això els béns culturals es diferencien de qualsevol altre recurs i/o bé social.

L'anàlisi realitzada en aquest capítol permet esbossar altres conclusions que queden reforçades en el marc de la literatura internacional especialitzada.

No podem parlar de l'existència d'un "bon gust" universal i general, superior als altres, encara que sí de la força d'imposició o hegemonia d'un conjunt de preferències i de pràctiques que es correspon amb les de les diferents classes d'élits i que crea barreres, divisions i fractures constantment.

Existeix una elit econòmica que no es defineix primàriament i essencialment per la seua estima cap a l'alta cultura (de fet, només ho fa una xicoteta minoria dins d'aquesta), però que té una gran capacitat d'invertir en valors culturals consagrats i inqüestionats i que ocupa el seu temps d'oci en formes de consum ostentoses i distingides (per la seua raresa). Per descomptat que són omnívors: el seu volum de capital els permet alinear-s'hi i en un cert sentit liderar l'esperit de l'època i, en la nostra, les idees de tolerància, varietat, experimentació i exotisme són una moneda corrent.

En segon lloc, es pot parlar d'una elit política que es nodreix essencialment de persones amb capital educatiu elevat i que, tant per necessitats de visibilitat social com per oportunitats derivades de la seua posició, consumeix/practica alhora alta cultura i cultura popular (especialment, identitària) amb una freqüència i intensitat superior a la mitjana de la població. És aquesta una omnivoritat oportunista? Robert Bellah afirmava que allò que una primera vegada es fa per obligació, reiterat en el temps, es pot convertir en hàbit.

En tercer lloc, existeixen les elits culturals. Quan es parla d'aquestes és especialment necessari fer-ho en plural, com hem comentat en el capítol precedent, perquè es pot distingir una elit cultural, amb capital educatiu elevat, que ha fet de la pràctica d'un determinat tipus de cultura un element clarament diferenciador del seu estil de vida, bé perquè professionalment es dedica a la creació, a la producció i a la intermediació cultural (professionals) o bé per elecció vital, consagrada per l'adquisició de les competències i les habilitats necessàries mitjançant el cultiu freqüent de les seues aficions, i una elit de la cultura de difusió massiva que té una capacitat prescriptiva del gust predominant (indústries culturals, estrelles de la televisió i el cinema, premis literaris, bloguers, etc.). Aquestes dues elits responen a lògiques diferents dins del mateix camp cultural i són més interdependents del que, especialment "els conreats i de culte", creuen.

La investigació internacional i la nostra pròpia també permet concloure que en el conjunt de la població i en la majoria d'aquestes elits predomina el sentit d'obertura, la flexibilitat i la tolerància a diferents preferències i pràctiques. Això és el que, seguint Bennett *et alii*, hem denominat l'*ethos* de l'omnivoritat.

L'organització i la distribució dels interessos i les pràctiques culturals a la Comunitat Valenciana exhibeix una diversitat notable (segurament, molta més de la que hem registrat). Hem vist la importància de distingir entre activitats centrades en la casa i activitats externes (visites patrimonials o assistència a espectacles d'arts escèniques); també la distinció entre pràctiques orientades per la professió i orientades per l'elecció (especialment, en el cas de la lectura). Existeixen, per tant, orientacions i compromisos vitals molt diferents.

En part, aquesta diversitat és resultat de la desigualtat. Ho hem vist quan hem analitzat la relació del capital educatiu amb tota classe de pràctiques i preferències, però també s'insinua en les variables relacionades amb l'ocupació i l'hàbitat. D'altra banda, no és necessari insistir especialment en el fet que la variable edat –molt important en quasi tots els camps– està relacionada amb el capital educatiu intrínsecament, tant per l'efecte cycle vital com pel de cohort.

Un nivell educatiu elevat –sostenen Chan i Goldthorpe– "és el millor profilàctic contra nivells baixos de consum cultural" (2007: 380). En aquest es congreguen totes les dimensions del capital cultural assenyalades per Bourdieu: el capital incorporat, a través d'un llarg procés de socialització; el capital institucionalitzat (que dota de valor, legitimitat i reconeixement públic de determinades pràctiques, com la lectura, la visita a museus, l'assistència al teatre i a concerts de música clàssica, etc., ja que, com hem vist, justament en les edats escolars es donen taxes de pràctica superiors a les d'interés) i el capital objectiu (amb l'acumulació de béns i l'accés a un major ventall de serveis). Però, a més, com també han assenyalat Bennett *et alii*, l'espai educatiu és el lloc d'adquisició del capital tècnic (capacitat i competències literàries, numèriques, digitals, etc.).

L'estratificació social és multidimensional. A més del nivell educatiu, que jerarquitzava i elititzava, també hi intervenen el sexe, l'edat, la situació vital, l'ocupació, l'hàbitat, etc., tots aquests mostren efectes en la construcció d'oportunitats i barreres, de vores i enclavaments culturals. Les divisòries entre universos i estils de vida no estan construïdes d'una forma rígida i tampoc existeix una policia de fronteres, encara que els autodenominats crítics culturals pretenen exercir aquesta funció des de les pàgines de la premsa i de revistes especialitzades, però hem constatat que les classes menys avantatjades difícilment acudirán a l'òpera, a la música clàssica i a espectacles de dansa/ballet o de sarsuela.

El trànsit de fronteres no és multidireccional i els qui les travessen ho fan amb orientacions, regles i criteris clarament selectius. A més, sol ser de curt recorregut. Els mèrits de les fronteres actuals consisteixen a fer-se relativament invisibles, malgrat el fet que operen amb una força i un rigor inapel·lables; els portaestendarts de la cultura (amb majúscules) parlen sense parar de les seues virtuts saludables i terapèutiques, econòmiques, inclusives, etc. però ignoren la seua imbricació amb altres interessos, la seua convertibilitat en altres valors i la provada resistència a la seua extensibilitat i distribució equitativa. El capital cultural, no menys que altres capitals, però sí d'altres maneres, permet acumular recursos en benefici propi o del grup.

En suma, diversitat i desigualtat són dues lògiques que operen en el camp cultural i que interaccionen entre elles de forma complexa. La investigació social té en la seua anàlisi un àmbit d'operació privilegiat.

V

Conclusions

La informació oferida en els capítols anteriors és extensa sense ser en cap moment omniabarcant del camp cultural, ja que aquest es limita a la definició administrativa d'aquesta, tal com apareix reflectida en les enquestes d'hàbits i pràctiques culturals realitzades pel Ministeri corresponent.

Una segona limitació procedeix del fet que no es tracte d'una enquesta específica per a la Comunitat Valenciana, sinó de la submostra corresponent a l'enquesta general per a Espanya. No obstant això, aquest aspecte pot ser contemplat també com un avantatge de caràcter comparatiu.

En aquest apartat, presentarem les principals conclusions, alhora que s'ofereix una comparació de les dades bàsiques entre la Comunitat Valenciana i Espanya. Per a això, serà necessari reiterar totalment o parcialment algunes taules. L'objectiu és que el lector puga llegir aquest capítol amb independència dels restants, a manera de resum executiu.

1. Els interessos culturals a Espanya i a la Comunitat Valenciana

En primer lloc, resumim en aquesta taula els interessos culturals de la població enquestada, tant de la mostra general d'Espanya com de la corresponent a la Comunitat Valenciana.

Taula 1: Interessos culturals a la Comunitat Valenciana i a Espanya en 2015

Bloc	Indicador d'interés cultural	Mitjana Comunitat Valenciana	Mitjana Espanya
Lectura	Interés lectura	6,22	6,25
	Llegir llibres per treball o estudi	4,27	4,47
	Llegir llibres per raons personals	5,79	5,83
	Llegir periòdics	5,18	5,58
	Llegir revistes	4,33	4,45
	Biblioteques (assistir-hi o accedir-hi per Internet)	2,58	2,71
Visites	Arxius	2,44	2,60
	Museus	5,07	4,70
	Exposicions	4,67	4,33
	Galeries d'art	3,96	3,78
	Monuments	5,56	5,16
	Jaciments arqueològics	4,62	4,27
Espectacles	Cinema	6,90	6,62
	Teatre	5,62	5,24
	Òpera	3,24	3,02
	Sarsuela	3,15	2,87
	Ballet o dansa	3,32	3,31
	Música en general	7,32	7,23
	Concerts de música clàssica	4,78	4,38
	Concerts de música actual	6,11	6,13
	Escollir música	7,50	7,44

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals 2014-2015

Nota: 0=Gens d'interés i 10=Màxim interés

Les diverses pràctiques culturals susciten un interès molt diferent. L'activitat que genera més interès és l'escolta de la música, seguida del cinema, la lectura i els concerts de música actual. Obtenen les puntuacions més altes en una escala d'1 a 10. Aquesta afirmació serveix tant per a la Comunitat Valenciana com per a Espanya.

Al mateix temps, el menor interès apareix en la visita a arxius i a biblioteques, seguides dels espectacles de sarsuela i òpera. La valoració d'aquestes dues pràctiques té un significat especial, ja que ens trobem davant d'activitats culturals que gaudeixen o han gaudit d'alta legitimitat social.

Quan es compara entre els interessos de la població espanyola i de la població de la Comunitat Valenciana s'observa l'absència de divergències significatives. Aquesta és la dada més rellevant per a nosaltres.

2. La creixent penetració de les pràctiques culturals

Una mirada general al conjunt de pràctiques que analitzem ací permet concloure que en totes aquestes s'ha reduït el nombre dels que mai les practiquen. Per tant, ha crescut la penetració social de les pràctiques culturals. Això no significa que s'haja produït un increment de les freqüències habituals (mensuals, trimestrals, diàries, anuals, segons els casos) i de les freqüències intenses (per exemple, escolta de ràdio amb freqüència diària, lectors freqüents o audiències assídues al teatre).

Taula 2: Els que mai les practiquen a la Comunitat Valenciana i a Espanya en 2015

<i>Mai han visitat...</i>	Comunitat Valenciana	Espanya
Monuments	20,6	23,4
Jaciments	46,5	48,0
Museus	22,7	28,0
Exposicions	35,7	42,5
Galeries d'art	55,8	56,6
Música en general	14,2	13,0
Cinema	16,0	19,5
Teatre	33,8	43,5
Pertinença a associacions culturals	92,5	90,0
No lligen llibres	25,3	21,0
No lligen premsa diària d'informació general	31,4	29,6
No lligen premsa esportiva	64,5	65,5
No lligen revistes	55,5	66,6
No lligen revistes culturals	75,5	79,4
No usen l'ordinador	48	47,0
No usen Internet	42	41,5

Segons les dades de la taula, a la Comunitat Valenciana hi ha una major penetració de la visita a llocs de patrimoni i exposicions, però no a galeries d'art; hi ha més penetració del cinema i del teatre, de la premsa esportiva i de les revistes (incloses les culturals).

Per contra, a Espanya hi ha major penetració de la lectura de llibres i de la premsa diària d'informació general, de l'assistència a galeries i de la pertinença a associacions.

En la resta d'aspectes les diferències són molt menors, de manera que la mitjana valenciana coincideix o s'aproxima a la mitjana espanyola (per exemple, en l'ús d'ordinador i d'Internet).

3. Ús del temps lliure

Quan es pregunta a la població per la realització d'activitats en el temps lliure, n'hi ha cinc que apareixen amb més freqüència.

Taula 3: Activitats en les quals s'usa el temps lliure (2015)

Activitats	%
Anar a fer una volta, un passeig	71,3
Veure la televisió	70,0
Llegir llibres, revistes, còmics	47,5
Escoltar música	46,6
Navegar per Internet, xarxes socials, xats, etc.	42,6

Això ocorre, de nou, tant per al cas d'Espanya com per al de la Comunitat Valenciana. Es registra una homogeneïtat notable quan s'observen fenòmens generals.

4. Les pràctiques lectores

4.1. Visita a biblioteques

En 2015 el percentatge d'assistents a biblioteques se situa en el 22%, quan era del 14% en 2003. A Espanya, en 2015 hi ha un punt percentual més (23%), però ja era del 20% en 2003. Per tant, s'ha donat un creixement major a la Comunitat Valenciana.

4.2. Cases amb llibres

- Llibres en paper: En 2015, el 94% de les cases valencianes té llibres (a Espanya és el 93%)
- Llibres digitals: en 2015 el 23% de les cases valencianes té llibres digitals (a Espanya és el 24%).
- On existeixen diferències significatives és en el nombre mitjà de llibres per casa; les xifres relatives a Espanya són clarament més elevades que les de la Comunitat Valenciana.

4.3. Evolució de les pràctiques lectores:

a) *Freqüència de lectura: lectors en l'últim any:*

Lectors de llibres que no tenen a veure amb la professió (Comunitat Valenciana: 34% i Espanya: 36%).

Lectura de premsa d'informació general (Comunitat Valenciana: 32% i Espanya: 39%).

En suma, les freqüències de lectures són superiors a Espanya, si bé les diferències no són molt grans.

b) Perfil sociodemogràfic dels lectors de llibres

En la llarga durada, s'observa una clara feminització i juvenilització de la lectura, en un marc en què la variable determinant és el nivell educatiu. Al voltant d'un 90% de lectors entre els qui tenen titulació universitària i d'un 13% entre els qui no han completat l'escolarització bàsica.

No obstant això, en l'última dècada s'ha seguit una pauta diferent: ha crescut el nombre de persones lectores, especialment entre les cohorts joves. Ara bé, en aquest cas, l'increment de lectors està molt lligat a la condició d'estudiant i a l'organització del temps que aquesta permet.

Taula 4: Freqüència de l'hàbit de llegir segons el tipus de lectura en 2015

	Llibres, anual	Prensa informació general, anual	Prensa esportiva, anual	Revistes culturals, anual
Total Comunitat Valenciana	59,9	68,6	35,5	24,5
Total Espanya	62,2	74,9	38,9	31,9

Existeixen diferències significatives entre la Comunitat Valenciana i Espanya en la freqüència de l'hàbit de llegir en tots els tipus de lectura considerats, però especialment en premsa d'informació general i en revistes culturals.

4.4. La lectura no es troba amenaçada pels nous mitjans

De manera sistemàtica, els lectors de llibres puntuen molt per sobre dels no lectors en totes les pràctiques analitzades: solen llegir més periòdics, revistes, còmics i materials en altres suports (com ara Internet o fotocòpies); destaquen amb diferències molt notòries en la possessió d'ordinadors a casa, de connexió a Internet i en la seua utilització; els agrada en major proporció la música, la lectura, el cinema i Internet. La concurrència entre mitjans pot afectar el temps disponible per a cadascun d'ells, però no a les preferències i les pràctiques. La lectura de llibres es fa compatible, s'enriqueix, s'alimenta i alhora potencia l'ús de les noves tecnologies. De fet, qui, si no, són els introductors dels llibres digitals?

Els percentatges relatius a persones que descarreguen llibres d'Internet són clarament els més elevats en tots els casos. No solament no hi ha incompatibilitat entre lectura i utilització de l'ordinador, sinó que la lectura en Internet està experimentant una gran progressió tant per motius professionals com vocacionals.

5. Les pràctiques audiovisuals

5.1. Hegemonia de la televisió

El consum de televisió es redueix lleugerament, però segueix ocupant una centralitat indiscutible en la vida quotidiana, de manera que tant la presència de televisors a casa com l'audiència televisiva s'acosten a la situació de cobertura universal.

La citada reducció (en 2015 veu la televisió un 95%, mentre que en 2003 la veia un 98% i les dades respectives per a Espanya són pràcticament idèntiques) és provocada per l'ús per part de les cohorts més joves d'altres pantalles d'accés a Internet i la realització d'altres consums, mentre que envelleix l'audiència televisiva.

Taula 5: Evolució del percentatge de persones que solen veure determinats tipus de programes a la Comunitat Valenciana i a Espanya (2003-2015)

	2003 Comunitat Valenciana	2003 Espanya	2015 Comunitat Valenciana	2015 Espanya
Notícies i informació	68,3	66,1	78,7	81,9
Sèries	30,6	34,9	58,3	62,9
Pel·lícules	52,4	55,8	70,1	71,2

Encara que les diferències no són molt marcades entre Espanya i la Comunitat Valenciana, es pot dir que hi ha un major consum de notícies i informació, sèries i pel·lícules a Espanya que a la Comunitat Valenciana, en el marc d'una tendència ascendent en un cas i en l'altre.

5.2. La ràdio, en trànsit

L'audiència de la ràdio ha seguit a la Comunitat Valenciana una tendència clarament ascendent, ha passat del 56% en 2003 al 78% en 2015 (en el cas d'Espanya també hi ha un ascens, però clarament menor; ha passat del 62% al 65%). La dada més significativa de l'audiència de ràdio és que ara el dispositiu per a escoltar-la es troba incrustat en el cotxe o en el mòbil i, per tant, l'escolta es realitza en períodes i en temps de desplaçament.

5.3. Les pràctiques digitals

Els internautes eren un 25% en 2003 i són un 62% en 2015 (a Espanya: 31% i 63%, respectivament). Per tant, es pot parlar d'un major creixement a la Comunitat Valenciana, que parteix d'una posició més retardada.

Quan s'analitza el percentatge d'accés a l'ordinador i Internet segons l'ocupació, entre la població estudiant supera ja el 96%, la qual cosa denota la importància del nivell educatiu i de l'ocupació en la penetració d'aquests sistemes.

Taula 6: Activitats que realitzen en Internet els qui utilitzen Internet a la Comunitat Valenciana i a Espanya (2011-2015)

	2015 Comunitat Valenciana	2015 Espanya
Usar missatgeria instantània (Messenger...)	52,1	45,0
Buscar o visitar el web per a divertir-se, entretenir-se o informar-se	45,9	45,3
Participar en xats, xarxes socials...	37,4	35,6

A la Comunitat Valenciana hi ha un major percentatge d'ús de missatgeria instantània i de participació en xarxes socials que a Espanya, en el marc d'una tendència extraordinàriament creixent d'aquests usos en breu temps.

6. Les pràctiques musicals

6.1. Omnipresència de la música

Com ja vam veure, l'escolta de música és la pràctica que suscita un major interès i, de fet, escolta música un 86% a la Comunitat Valenciana (a Espanya 87%), a casa 70% (Espanya 84%), en el cotxe 45% (Espanya: 51%).

6.2. Evolució de l'assistència a concerts

Taula 7: Evolució de l'assistència a concerts musicals i espectacles d'arts escèniques a la Comunitat Valenciana i a Espanya (2003-2015)

		2003 Comunitat Valenciana	2011 Comunitat Valenciana	2015 Comunitat Valenciana	2015 Espanya
Òpera	Percentatge trimestral	0,3	1,5	0,4	0,8
	Nombre mitjà de vegades al trimestre	2,5	1,1	5,0	1,3
Sarsuela	Percentatge trimestral	0,7	1,3	0,1	0,4
	Nombre mitjà de vegades al trimestre	1,2	1,2	1,0	1,4
Ballet	Percentatge trimestral	1,6	2,5	2,1	3,0
	Nombre mitjà de vegades al trimestre	1,2	2,4	2,8	2,7
Música clàssica	Percentatge trimestral	4,9	5,0	5,0	3,5
	Nombre mitjà de vegades al trimestre	2,6	1,7	1,8	2,0
Música actual	Percentatge trimestral	10,9	11,3	8,5	10,4
	Nombre mitjà de vegades al trimestre	1,9	2,2	2,5	2,4

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

El percentatge trimestral dels qui assisteixen a concerts de música clàssica és superior a la Comunitat Valenciana, mentre que en la música actual ocorre al contrari.

En tots els casos, hi ha una major assistència de dones que d'homes amb l'excepció, molt marcada, dels concerts de música actual.

L'edat ofereix variacions significatives. Així la música actual i el ballet són clarament fenòmens amb una predominança juvenil. El *pop/rock* espanyol és el gènere que concita major participació, ja que un 53% en 2011 i un 61% en 2015 diu haver assistit a concerts d'aquest tipus en l'últim trimestre. És el gènere més seguit. Els altres tipus de música *pop/rock*, estranger o llatí, estan en regressió.

Taula 8: Gèneres dels concerts de música clàssica als quals s'assisteix a la Comunitat Valenciana (2011-2015)

<i>Gèneres</i>	2011	2015
Orquestra simfònica	66,1	45,0
Grup de cambra	5,2	10,7
Cor o grup vocal	5,2	13,7
Solista	5,2	1,5
Recital líric	3,5	0,8
Uns altres	14,8	28,3
Total	100	100

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

La penetració de l'escolta en el mòbil segueix un ritme fulgurant, ja que ha passat del 7% al 24% en aquests quatre últims anys. També creix l'escolta directa d'Internet i d'altres dispositius diferents dels tradicionals.

6.2. El cinema

Les dades sobre l'assistència al cinema mostren que hi ha un percentatge superior a Espanya en relació amb la Comunitat Valenciana que no ha anat mai al cinema (19,5% enfront de 16%). Però en els altres aspectes contemplats la situació és idèntica en ambdós casos.

A la Comunitat Valenciana ha crescut significativament la penetració del cinema des de l'any 2003, però el percentatge de persones que hi ha anat en el trimestre no ha variat i s'ha reduït el nombre de vegades per trimestre.

Taula 9: Evolució de l'assistència al cinema a la Comunitat Valenciana i a Espanya (2003-2015)

	2003 Comunitat Valenciana	2011 Comunitat Valenciana	2015 Comunitat Valenciana	2015 Espanya
Mai hi han anat (%)	43,0	21,4	15,9	19,5
Hi han anat en últim any (%)	51,2	50,8	54,1	54,0
Hi han anat en un trimestre (%)	38,5	33,9	38,0	38,3
Mitjana de vegades en trimestre	3,6	3,4	2,8	2,8

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

En vista d'aquestes dades, pot formular-se la hipòtesi que el cinema és una pràctica cultural que gaudeix encara de la capacitat d'expandir-se i afectar a capes cada vegada més extenses de la població, però també que aquesta propagació s'efectua entre practicants de freqüències esporàdiques i es veu molt afectada per la conjuntura econòmica.

Els gèneres cinematogràfics preferits són la comèdia (32%; a Espanya 30%) i l'acció (20%, igual que per a Espanya).

6.3. El teatre

La penetració del teatre a la Comunitat Valenciana és superior a l'existent a Espanya, atès que en aquest últim cas un 43,5% no hi ha anat mai, mentre que a la Comunitat Valenciana és deu punts menor (33,8%).

També és superior a la Comunitat Valenciana el percentatge dels que han anat en l'últim any, però la mitjana per trimestre és inferior.

Entre 2003 i 2015 s'ha produït una transformació significativa en l'interés, i ara s'hi troben més interessades les cohorts joves i menys les més majors.

**Taula 10: Evolució de l'assistència al teatre
a la Comunitat Valenciana i a Espanya (2003-2015)**

	2003 Comunitat Valenciana	2011 Comunitat Valenciana	2015 Comunitat Valenciana	2015 Espanya
Mai hi han anat	76,8	54,2	33,8	43,5
Hi han anat en últim any	17,5	18,4	24,3	23,2
Hi han anat en un trimestre	6,9	8,4	9,6	9,8
Mitjana de vegades en trimestre	1,8	1,5	1,5	1,7

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2002-2003, 2010-2011 i 2014-2015

6.4. Els llocs patrimonials: la patrimonialització

Les visites a llocs patrimonials es mouen en percentatges pròxims, però els de la Comunitat Valenciana són inferiors als d'Espanya, especialment en monuments, amb l'excepció de la visita a les galeries d'art.

**Taula 11: Evolució de les visites a llocs patrimonials i artístics
durant l'últim trimestre a la Comunitat Valenciana i a Espanya (2011-2015)**

<i>Visites en l'últim trimestre...</i>	2011 Comunitat Valenciana	2015 Comunitat Valenciana	2015 Espanya
Monuments	20,3	20,5	23,7
Jaciments	6,0	7,0	7,3
Museus	13,6	14,2	16,5
Exposicions	14,0	11,5	11,6
Galeries d'art	6,9	6,0	5,4

Font: Elaboració pròpia a partir de les Enquestes d'Hàbits Culturals de 2010-2011 i 2014-2015

7. La importància de diferents variables

7.1. El gènere

Sense cap dubte, les pràctiques culturals estan determinades de múltiples i diferents formes pel gènere. Així ocorre en la lectura com en les pràctiques digitals; en les esportives com en les musicals. No efectuarem una recopilació exhaustiva de tots els aspectes en els quals al llarg de l'informe aquesta diferència s'ha fet palpable, però sí que ja en destacarem alguns.

Quan parlem de lectura, la variable sexe ofereix contrastos significatius en tots els casos, però de forma molt destacada en la lectura de premsa esportiva, que és clarament masculina (amb una diferència de 50 punts percentuals); també hi ha un predomini masculí en la lectura de la premsa diària; en canvi, hi ha un percentatge més elevat de dones en la lectura de llibres per motius no professionals.

Donada la persistència d'aquestes pautes en el temps, sembla que ens trobem davant d'un fenomen social ben assentat en la nostra societat.

Els lectors homes puntuen per sobre dels valors mitjans en novel·la històrica, d'aventures i de ciència-ficció; en els llibres de divulgació també destaquen en el gènere històric, llibres de política i economia i de ciències experimentals (física, química i matemàtiques) així com en lectures d'esports i jocs. Les dones lectores destaquen en lectures infantils i en la novel·la clàssica, novel·la contemporània sentimental i policíaca i en ciències socials i humanitats.

Veiem la incidència del gènere en els usos de la televisió. Clarament les dones prefereixen, entre altres gèneres, les sèries i les pel·lícules, mentre que els homes prefereixen els esports i els programes taurins.

Taula 12: Tipus de programes preferits en funció del sexe a la Comunitat Valenciana en 2015

	Total	Homes	Dones
Notícies i informació	78,7%	78,6%	78,8%
Sèries	58,3%	49,7%	66,6%
Pel·lícules, llargmetratges	70,1%	68,1%	72,0%
Teatre	1,5%	1,0%	2,0%
Altres espectacles d'arts escèniques	1,0%	1,0%	1,0%
Concerts de música clàssica	2,8%	3,2%	2,5%
Concerts de música actual	4,4%	5,9%	2,8%
Altres programes musicals	6,5%	5,1%	7,9%
Programes relacionats amb la lectura	0,7%	0,8%	0,5%
Programes d'assumptes taurins	3,3%	4,1%	2,5%
Documentals i programes culturals	27,9%	28,9%	27,0%
Concursos culturals	22,5%	17,7%	27,2%
Altres concursos	20,5%	16,1%	24,8%
Programes infantils	9,0%	5,9%	11,9%
Esports	32,7%	54,8%	11,1%
Programes religiosos	2,6%	1,7%	3,5%
Debats i tertúlies	26,7%	23,3%	30,0%
Programes de telecompra	0,5%	0,5%	0,5%
Programes amb entrevistes, actuacions, etc.	18,8%	12,1%	25,3%
Un altre tipus de programes d'entreteniment	28,2%	22,1%	34,3%

Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta d'Hàbits Culturals de 2014-2015

Per la seua banda, la ràdio és lleugerament més masculina i aquesta diferència sembla mantindre's en el temps.

Taula 13: Evolució de l'audició de ràdio en funció del sexe (2003-2015)

		2003	2015
Total		56,5	78,5
Sexe	Home	58,1	80,0
	Dona	55,0	77,0

Les pràctiques digitals

Tant l'ús de l'ordinador com l'accés a Internet tenen un perfil lleugerament masculí amb una diferència de 8 o 9 punts percentuals, aproximadament, entre homes i dones. Segons les dades més recents de 2015, la diferència de sexe s'estaria reduint i segons AIMC hauria quedat reduïda solament a 2 punts. En aquest cas, sembla que ens trobem com davant de la lectura, en què la penetració inicial és masculina, però després les diferències s'estableixen en els usos específics.

El cinema

Quan s'analitzen les preferències pels gèneres cinematogràfics des de la perspectiva del sexe o l'edat, s'observa que de forma especial les pel·lícules d'acció són seleccionades per un percentatge més elevat d'homes que de dones, com també les de ciència-ficció i les de suspens; en canvi, en la comèdia, el drama i altres gèneres, sobreix el percentatge de dones.

El teatre

Sistemàticament, les dones efectuen una valoració mitjana més alta de totes les pràctiques escèniques considerades, però és especialment elevada en el cas de la dansa/ballet.

Un fenomen que cal destacar especialment és l'existència de contrastos entre interessos i pràctiques en funció del gènere. Un cas singular és el de l'assistència a concerts de música actual, en què l'interés de les dones és superior al dels homes, però en canvi la realització (i, per tant, la satisfacció de l'interés) és menor. Com hem comentat, això té a veure amb la diferent concepció del procés d'emancipació de dones i homes existent en les famílies i que afecta de forma decisiva la llibertat de moviment de les dones adolescents i joves.

7.2. L'edat

La variable edat és fonamental per a la comprensió de la diversitat de les pràctiques culturals. I quan parlem d'això, ho fem tant en el sentit d'anys complits com de moment del cicle vital i estat. No és el mateix l'etapa de solteria a casa dels progenitors que l'etapa de criança, per assenyalar solament un aspecte molt rellevant.

En el cas de la lectura, per exemple, la lectura de llibres es troba molt relacionada amb l'ocupació d'estudiant, amb els nivells més elevats d'estudis i amb les edats més joves; la lectura de premsa diària, per contra, està vinculada amb el fet d'estar treballant i amb les edats madures. I, encara que el percentatge de dones que la lligen ha crescut extraordinàriament, s'hi mantenen les distàncies perquè també ho ha fet el volum de lectors masculins. La premsa esportiva destaca pel seu caràcter netament masculí i per una molt menor incidència del nivell educatiu; finalment, les revistes culturals són mitjans de població d'edat madura, amb un capital educatiu elevat i que es troben treballant.

7.3. El capital educatiu

La correlació amb el nivell educatiu es dona també de forma general, encara que no incideix de la mateixa manera en totes les pràctiques. De nou, convé portar a col·lació el cas de la lectura, perquè no és el mateix la lectura de novel·les que la de premsa esportiva.

En les arts escèniques, la incidència d'aquesta variable és molt rotunda i directa, ja que la població amb estudis universitaris manifesta un interès molt més elevat que la resta.

En el gràfic 9 del capítol 2 hem oferit la representació del perfil sociodemogràfic de les persones que assisteixen al teatre amb periodicitat trimestral. Són un 10%, com ja hem assenyalat. Doncs bé, la variable que introdueix més variació i recorregut és, de nou i sense cap dubte, el nivell educatiu, amb una diferència molt marcada entre els qui tenen educació universitària i la resta de la població.

8. El canvi de paradigma comunicatiu

Al llarg de tot l'informe, s'ha pogut constatar com totes i cadascuna de les pràctiques es troba en procés de profunda transformació per la implantació de les TICO (tecnologies de la informació, de la comunicació i de l'organització) que es caracteritzen, a més, per la seua penetració progressiva apuntant a una cobertura general.

Encara que hem dedicat un apartat específic en el capítol 1 a les pràctiques digitals, hem advertit que això no deixa de ser paradoxal perquè allò nou d'aquestes pràctiques és que afecten totes les dimensions i subsectors del camp cultural. Són transversals i ja no té sentit parlar de fora de línia i en línia, sinó de la seua interpenetració i acomodació. Per això, quan hem parlat de la lectura, hem reflectit la penetració del llibre digital igual que ho hem fet amb l'escolta de música o el visionament de pel·lícules. La conseqüència més profunda d'aquesta transformació és que ara poden realitzar-se les pràctiques preferides en el lloc o l'espai on una persona es troba (en trànsit).

Aquest desplaçament dels equipaments especialitzats a casa, en un primer moment, va quedar reflectit amb l'ascens del vídeo. Ara aquest també es troba en reculada i, no obstant això, s'incrementa la visió de pel·lícules, documentals, la lectura i l'escriptura, en l'ordinador i el telèfon mòbil (que ja gaudeix de cobertura universal) i que permet la connexió ubíqua a Internet.

El cas del vídeo és significatiu perquè la seua utilització amb freqüència setmanal o mensual es troba en clara regressió, el nombre de persones que mai l'utilitza ha crescut fins al 40%, la compra de cintes ha caigut, fins al 7%; però, sobretot, s'ha produït una reculada espectacular del lloguer, que ha passat del 50% en 2003 al 9% en 2015.

9. La incidència de la gran recessió

Encara que els qüestionaris d'aquestes enquestes no han sigut dissenyats per a registrar la incidència de la crisi econòmica i financera en les pràctiques culturals, les dades que ofereix l'*Anuari d'estadístiques culturals* del Ministeri permeten constatar aquest fenomen.

D'altra banda, en l'enquesta s'observa un clar desplaçament dels motius pels quals no es realitzen més pràctiques d'un tipus determinat o no es fan amb més freqüència des de l'interès i el temps cap al preu. Així, en el cinema, una pràctica clarament de mercat, s'observa que el motiu "és car" passa del 20% de citacions al 30%, mentre que el motiu "no tinc temps" es manté en un 23%.

Aquest fenomen no es produeix en pràctiques en què una part molt important de la població assisteix amb entrades gratuïtes o de preus reduïts, com ocorre amb una part important del teatre o de les activitats musicals.



