

“La dieta mediàtica i cultural de dones i homes”

FITXA TÈCNICA

Mostra	31.081 individus +14 anys residents a Catalunya	
	HOMES: 15.764	DONES: 15.317
Univers	6.421.000 individus +14 anys residents a Catalunya	
Període de camp	Juliol 2009 a Juny 2010	

- Aquesta anàlisi aprofundeix en els consums mediàtics i culturals de les dones i dels homes a Catalunya a partir del **Baròmetre de la Comunicació i la Cultura**, l'estudi d'audiències i consums culturals del mercat de parla catalana.
- L'anàlisi se centra en el consum de mitjans de comunicació (**diaris, suplement, revistes i publicacions periòdiques, ràdio i televisió**), el consum cultural (**llibres, cinema, música, concerts, espectacles i exposicions**) i el consum tecnològic (**telefonía fixa i mòbil, videojocs i Internet**).
- L'anàlisi incorpora **dades corresponents a les onades dels anys 2008, 2009 i 3a onada 2010 (juliol 2009 a juny 2010) del Baròmetre**, que permeten observar les evolucions dels consums mediàtics i culturals de la població en els darrers dos anys i mig.
- Cada onada de dades del Baròmetre es basa en una **mostra de 30.000 entrevistes aproximadament**.
- La **recollida de dades** de les successives onades de l'anàlisi s'ha realitzat de manera **continuada i ininterrompuda** al llarg del temps.

CONSUMS MEDIÀTICS:

Els homes consumeixen 31 minuts més de mitjans de comunicació al dia que les dones, un 7,4% de temps més

Els homes dediquen al consum de mitjans de comunicació un total de 6 hores i 57 minuts cada dia, 31 minuts més que el temps que hi dediquen les dones, que és de 6 hores i 26 minuts al dia (un 7,4% menys). **(Gràfic 2)**

Les dones dediquen un 6,6% més de temps que els homes a veure la televisió i un 33% més a llegir revistes

Les dones dediquen un 6,6% més de temps que els homes a veure la **televisió** i un 33% més de temps a llegir **revistes**, mentre que els homes dediquen més temps que les dones a llegir **diaris**, escoltar **ràdio** i a navegar per **Internet**. **(Gràfic 3)**

En concret, **la dieta mediàtica de les dones a Catalunya** és de 4 hores i 2 minuts de **televisió** al dia (15 minuts més que els homes), 1 hora i 14 minuts de **ràdio** al dia (17 minuts menys que els homes), 45 minuts d'**Internet** (19 minuts menys que els homes), 11 minuts de **diaris** (12 minuts menys que els homes), 7 minuts de **suplements** (igual que els homes) i 4 minuts de **revistes** al dia (1 minut més que els homes). **(Gràfic 10)**

Els homes destinen un 52% més de temps que les dones a llegir diaris, un 18% més a escoltar la ràdio i un 29% més a navegar per Internet

Els homes destinen un 52% més de temps que les dones a llegir **diaris**, un 18% més de temps a escoltar la **ràdio** i un 29% més de temps a navegar per **Internet**. **(Gràfic 3)**

En concret, **la dieta mediàtica dels homes a Catalunya** és de 3 hores i 47 minuts de **televisió** al dia (15 minuts menys que les dones), 1 hora i 31 minuts de **ràdio** (17 minuts més que les dones), 1 hora i 4 minuts d'**Internet** (19 minuts més que les dones), 23 minuts de **diaris** (12 minuts més que les dones), 7 minuts de **suplements** (igual que els homes) i 3 minuts de **revistes** (1 minut menys que les dones). **(Gràfic 3)**

CONSUM DE DIARIS:

Un de cada dos homes i una de cada tres dones llegeixen diaris

Actualment, un de cada dos homes llegeixen **diaris** (51%), i també ho fan una de cada tres dones (33%). (Gràfic 6)

La lectura de diaris entre les dones cau un 6,2% des del 2008 i el temps de lectura, que és avui la meitat que en els homes, cau un 7,4%

La penetració dels **diaris** entre dones ha caigut en un 6,2% des del 2008, mentre que entre els homes aquesta disminució s'ha situat en un 1,7%. (Gràfic 7 i 8)

Paral·lelament, el temps que les dones dediquen a llegir el **diari** també ha disminuït de 12 a 11 minuts de mitjans, un 7,4%, mentre que en el cas dels homes s'ha mantingut estable. (Gràfic 4)

Actualment les dones destinen la meitat de temps a llegir el diari que els homes (52,2% menys). (Gràfic 4)

Els homes llegeixen més diaris de tots els tipus: d'informació general, esportius, econòmics, de pagament i gratuïts

Els homes llegeixen més **diaris** que les dones, indistintament del tipus de **diari**, tant pel que fa la temàtica (diaris d'informació general, esportius i econòmics) com de la via d'accés (de pagament i gratuïts). (Gràfic 14)

El 40,4% dels homes que llegeixen **diaris** en llegeixen d'informació general (30% en el cas de les dones), el 23,9% **diaris** esportius (davant del 5,2%) i el 0,7% **diaris** econòmics (davant del 0,7%). (Gràfic 14)

El 46,3% dels homes lectors de **diaris** llegeixen **diaris** de pagament (26,5% en el cas de les dones) i el 9,2%, **diaris** gratuïts (davant del 8,9%). (Gràfic 14)

El Baix Penedès, Terra Alta i Montsià són les comarques amb una major diferència de consum de diaris entre homes i dones

A Catalunya, les dones consumeixen un 36% menys de **diaris** que els homes, i a totes les comarques les dones llegeixen menys **diaris** que els homes. **(Gràfic 6 i 9)**

El Baix Penedès, la Terra Alta i el Montsià són les comarques amb una major diferència de consum de diaris entre homes i dones. En concret, al Baix Penedès les dones llegeixen un 62% menys de **diaris** que els homes, un 61% menys a la Terra Alta i també un 61% menys al Montsià. **(Gràfic 9)**

Per la seva banda, la Conca de Barberà (12%), el Pallars Sobirà (17%) i l'Urgell (23%) són les comarques de Catalunya on les diferències en el consum de **diaris** entre homes i dones és menor. **(Gràfic 9)**

CONSUM DE REVISTES:

Les dones llegeixen un 8,9% més de revistes que els homes

La lectura de **revistes** és un 8,9% més alta entre les dones que entre els homes. Actualment, llegeixen **revistes** el 68% de les dones i també ho fan el 63% dels homes. **(Gràfic 6)**

La lectura de revistes entre els homes augmenta un 9% des del 2008 i el temps de lectura, un 3,4%

La consum de **revistes** entre els homes ha augmentat en un 9% des del 2008, mentre que entre les dones aquest augment ha estat del 3,8%. **(Gràfic 8 i 7)**

Paral·lelament, el temps que els homes dediquen a llegir **revistes** també ha augmentat, concretament un 3,4%. **(Gràfic 5)**

Les dones llegeixen més revistes setmanals, de pagament i gratuïtes que els homes

Les dones llegeixen un 33,3% més de **revistes** setmanals que els homes. En concret, el 42,9% de les dones lectores de revistes llegeixen **revistes** setmanals, i també ho fan el 32,3% dels homes. **(Gràfic 17)**

Les dones també llegeixen més **revistes** de pagament que els homes (un 14,4% més) i gratuïtes (un 5,8% més). **(Gràfic 17)**

Les diferències en el consum de **revistes** d'altres periodicitats (quinzenals, mensuals i altres), no són significatives. **(Gràfic 17)**

La informació general encapçala les temàtiques de preferència tant d'homes com de dones

La temàtica d'informació general és la més consumida entre els homes i dones que llegeixen **revistes** (32% en tots dos casos). **(Gràfic 18)**

Les **revistes** d'entreteniment i del cor també ocupen un lloc destacat (segona preferència entre les dones, amb un 28,3%, i la tercera entre els homes, amb un 9,9%). **(Gràfic 18)**

Les **revistes** femenines ocupen el tercer lloc de preferència entre les dones (11,5%), seguides de les revistes de viatges i gastronomia (9,5%), i divulgació científica (8,5%). **(Gràfic 18)**

Per la seva banda, els homes tenen com a segona preferència les **revistes** de divulgació científica (11,4%), mentre que les temàtiques de cultura, història i art (9,5%), i motor (8,9%) ocupen la quarta i cinquena posició en preferència. **(Gràfic 18)**

El Priorat, el Montsià i el Baix Penedès són les comarques amb una major diferència de consum de revistes entre homes i dones

A Catalunya, les dones consumeixen un 8,9% més de **revistes** que els homes **(Gràfic 6)**

El Priorat, el Montsià i el Baix Penedès són les comarques amb una major diferència de consum de revistes entre homes i dones. En concret, al Priorat les dones llegeixen un 127% de **revistes** més que els homes, ho fan un 49% més al Montsià i també un 26% més al Baix Penedès. **(Gràfic 10)**

CONSUM DE RÀDIO:

Els homes escolten un 14,9% més de ràdio que les dones

El consum de **ràdio** és un 14,9% més alt entre els homes que entre les dones. Actualment, escolten la **ràdio** el 56% dels homes, davant del 48% de les dones. **(Gràfic 6)**

El consum de ràdio entre dones i homes cau un 4% i 3,2% respectivament des del 2008

La penetració de la **ràdio** entre les dones ha disminuït en un 4% des del 2008, un 3,2% en el cas dels homes. **(Gràfic 7 i 8)**

Paral·lelament, durant aquest període també ha disminuït el temps que uns i altres destinen a escoltar la **ràdio**: actualment les dones escolten la **ràdio** un 6,9% menys que el 2008 (80 minuts al dia enlloc de 74) i els homes ho fan un 8,1% menys (99 minuts al dia enlloc de 91). **(Gràfic 4 i 5)**

Els homes escolten un 34,6% més de ràdio generalista que les dones i un 71% més d'informativa, i la mateixa ràdio musical

Si es té en compte la temàtica de la **ràdio**, els homes escolten més **ràdio** generalista que les dones (un 34,6% més) i informativa (un 71% més), i la mateixa **ràdio** musical (30%). **(Gràfic 19)**

En concret, el 29,5% dels homes que escolten **ràdio** escolten **ràdio** generalista (19,3% en el cas de les dones) i el 5,5% escolten **ràdio** informativa (1,6% les dones). **(Gràfic 19)**

La Segarra, la Terra Alta i el Pla de l'Estany són les comarques amb una major diferència de consum de ràdio entre homes i dones

A Catalunya, les dones consumeixen un 14,9% menys de **ràdio** que els homes. **(Gràfic 6)**

La Segarra, la Terra Alta i el Pla de l'Estany són les comarques amb una major diferència de consum de ràdio entre homes i dones. En concret, a la Segarra les dones escolten un 36% menys de **ràdio** que els homes, un 33% menys a la Terra Alta i un 32% menys al Pla de l'Estany. **(Gràfic 12)**

Per la seva banda, el Pallars Sobirà, Pallars Jussà i Osona són les comarques de Catalunya on les dones escolten més **ràdio** que els homes (un 8%, un 8% i un 3% més que els homes, respectivament). **(Gràfic 12)**

CONSUM DE TELEVISIÓ:

El 91% d'homes i dones veuen la televisió però les dones hi dediquen 15 minuts més al dia

La consum de **televisió** entre homes i dones és el mateix: el 91% dels homes i de les dones veuen la **televisió**. **(Gràfic 6)**

No obstant, les dones hi destinen 15 minuts més al dia que els homes, un total de 4 hores i 12 minuts. **(Gràfic 3)**

El consum de **televisió** s'ha mantingut pràcticament estable des de 2008 tant entre els homes com entre les dones. **(Gràfic 7 i 8)**

Les dones veuen la televisió un 4,7% més de temps que el 2008 i els homes un 5,4% més

Les dones destinen a veure la **televisió** 4 hores i 12 minuts al dia, 15 minuts més al dia que els homes. **(Gràfic 3)**

El temps que tant homes com dones destinen a veure la **televisió** ha augmentat des del 2008, en concret, un 4,7% en el cas de les dones (11 minuts més de mitjana al dia) i un 5,4% en el cas dels homes (12 minuts més al dia). **(Gràfic 4 i 5)**

Els homes veuen més televisió temàtica i de pagament que les dones

Si es té en compte el tipus de **televisió**, els homes veuen més **televisió** temàtica (14,9% més) i de pagament (6,2% més) que les dones. **(Gràfic 22)**

El consum de **televisió** generalista és pràcticament el mateix entre homes i dones. **(Gràfic 22)**

L'Alta Ribagorça, la Cerdanya i la Segarra són les comarques amb una major diferència de consum de televisió entre homes i dones

A Catalunya, consumeixen **televisió** el 91% dels homes i també de les dones, però aquest consum es produeix en diferents intensitats segons les comarques (**Gràfic 6**)

L'Alta Ribagorça, la Cerdanya i la Segarra són les comarques amb una major diferència de consum de televisió entre homes i dones. Així, a l'Alta Ribagorça les dones veuen la **televisió** un 15% més que els homes, a la Cerdanya ho fan un 9% més que els homes, i a la Segarra un 6% més (**Gràfic 13**)

Per la seva banda, el Priorat, el Garraf i el Pla de l'Estany són les comarques de Catalunya on els homes veuen més **televisió** amb més diferència respecte les dones (un 5% en tots els casos). (**Gràfic 13**)

CONSUMS CULTURALS:

Les dones llegeixen més llibres i van més al teatre, a espectacles de dansa i a exposicions que els homes

El 61,9% de les dones llegeixen **llibres** davant del 53,9% dels homes (un 14,7% més). **(Gràfic 26)**

Les dones també consumeixen més **teatre** que els homes: van al **teatre** un 20,9% de les dones, un 12,6% més que els homes (18,6%). **(Gràfic 26)**

Les dones també visiten més **exposicions** (un 6,2% més que els homes) i van a **espectacles** de dansa (un 66% més). **(Gràfic 26)**

Els homes van més a concerts i al cinema que les dones

El 31,2% dels homes van a **concerts** davant del 28,4% de les dones que també hi va (un 8,9% més). **(Gràfic 26)**

Els homes també van més al **cinema**: hi van el 37% dels homes davant del 34,7% de les dones (un 6,1% més). **(Gràfic 26)**

A totes les comarques les dones llegeixen més llibres que els homes excepte a l'Alta Ribagorça, l'Alt Empordà i la Ribera d'Ebre

A Catalunya, les dones llegeixen un 14,7% més de **llibres** que els homes. (**Gràfic 26**).

En totes les comarques de Catalunya, les dones també llegeixen més **llibres** que els homes excepte a l'Alta Ribagorça, l'Alt Empordà i la Ribera d'Ebre (un 4% menys en tots els casos). (**Gràfic 28**).

Les comarques de Catalunya on les dones llegeixen més **llibres** són el Priorat, les Garrigues i el Pallars Jussà (121%, 78% i 69% més que els homes, respectivament). (**Gràfic 28**).

El Pallars Sobirà, el Pallars Jussà i la Conca Barberà són les comarques amb una major diferència de consum d'espectacles entre homes i dones

A Catalunya, les dones consumeixen més **espectacles** que els homes: assisteixen un 66% més a espectacles de **dansa** i un 12,5% més al **teatre**, tot i que van un 2,5% menys a espectacles de **circ**. (**Gràfic 26**)

El Pallars Sobirà, el Pallars Jussà i la Conca de Barberà són les comarques on les dones assisteixen més a **espectacles**: un 159%, un 60% i un 46% més que els homes, respectivament. (**Gràfic 31**)

Per contra, la Terra Alta, el Ripollès i les Garrigues són les comarques on els homes assisteixen més a **espectacles**: un 21%, un 14% i un 13% més que les dones, respectivament. (**Gràfic 31**)

ACTIVITATS D'OCI:

Els homes realitzen més activitats d'oci que les dones en tots els casos, excepte en la pràctica d'habilitats artístiques

Els homes realitzen més activitats d'oci que les dones en tots els casos, amb una sola excepció: **aprendre o practicar habilitats artístiques. (Gràfic 34)**

Així, els homes **fan més esport** que les dones (27,8% més), surten de nit més que les dones (21,4% més), **viatgen a l'estranger** més que les dones (14,4% més), **van a sopar a un restaurant** més que les dones (10,5% més), **surten fora a segones residències** més que les dones (4,2% més), **fan més excursions** (3,9% més) i també **estudien** més (2,5% més). **(Gràfic 34)**

Per la seva banda, els dones **aprenen o practiquen habilitats artístiques** més que els homes (21,3% més). **(Gràfic 34)**

CONSUMS TECNOLÒGICS:

El 51% dels homes navega diàriament per Internet davant del 28,7% de les dones

El 51% dels homes naveguen diàriament per **Internet**, davant del 38% de les dones que ho fan (un 24,7% menys). **(Gràfic 6)**

La consum diari d'**Internet** entre homes i dones ha augmentat un 23,8% i un 34,2% respectivament des del 2008. El 2008 el 41% d'homes navegaven diàriament per **Internet**, un 28% en el cas de les dones. **(Gràfic 8 i 7)**

D'altra banda, el 68,5% dels homes ha navegat per **Internet** en els darrers trenta dies, davant del 56,4% de les dones (un 17,5% menys). **(Gràfic 35)**

Els homes naveguen per Internet 1 hora i 4 minuts al dia y les dones 45 minuts, un 38% més de temps que el 2008

Els homes naveguen per **Internet** 19 minuts més al dia de mitjana que les dones, en concret 1 hora i 4 minuts, davant dels 45 minuts que hi destinen les dones de mitjana. **(Gràfic 3)**

No obstant, el temps que les dones destinen a navegar per **Internet** diàriament ha augmentat un 38,1% des del 2008, quan hi dedicaven 32 minuts diaris. **(Gràfic 4)**

El correu electrònic, les consultes d'informació i els xats, principals usos d'homes i dones a Internet

Els principals usos de dones i homes a **Internet** són els mateixos: **correu electrònic, consultes d'informació i xats**. (Gràfic 37)

Tot i que els principals usos són els mateixos les dones els utilitzen en menor intensitat. Així, el 62,2% dels homes que navega per **Internet** utilitzen **correu electrònic** (51,6% en el cas de les dones), el 52,6% hi fa **consultes d'informació** (43,3% en el cas de les dones) i el 39,8% utilitza el **xat** (34,1% en les dones). (Gràfic 37)

Pel que fa a les webs més visitades, les preferències també coincideixen, encara que també en menor grau en les dones: el 66,6% dels homes visita **cercadors** (54,6% en les dones), el 39,2% visita les **webs de mitjans de comunicació** (23,2% en les dones), i el 24,1% dels homes visita **webs de bancs i caixes** (17,8% en el cas de les dones). (Gràfic 38)

A totes les comarques els homes consumeixen més Internet que les dones excepte al Pallars Sobirà, l'Alt Camp, la Segarra i el Pla d'Urgell

A Catalunya, les dones consumeixen diàriament un 24,7% menys d'**Internet** que els homes. (Gràfic 6).

En totes les comarques de Catalunya, les dones naveguen menys a **Internet** que els homes, excepte al Pallars Sobirà, a l'Alt Camp, a la Segarra i al Pla d'Urgell. En concret, al Pallars Sobirà les dones naveguen un 55% més que els homes, un 29% més a l'Alt Camp, un 17% a la Segarra i un 5% al Pla d'Urgell. (Gràfic 11).

Per la seva banda, l'Alt Penedès, la Val d'Aran i el Berguedà són les comarques de Catalunya on els homes consumeixen diàriament més **Internet** que les dones (un 46% més, un 41% més i un 39% més, respectivament). (Gràfic 11)

Jugar a videojocs és el consum que presenta una major diferència entre homes i dones, el 50,9%

Jugar a videojocs és el consum que presenta una major diferència de gènere. Juguen a videojocs el 30,2% dels homes davant el 14,8% de les dones, és a dir, un 50,9% més. **(Gràfic 35)**

A totes les comarques de Catalunya els homes juguen més a videojocs que les dones excepte la Terra Alta

A Catalunya, les homes juguen un 50,9% més a **videojocs** que les dones. **(Gràfic 6)**.

En totes les comarques de Catalunya, els homes també juguen més a **videojocs** que les dones excepte a la Terra Alta. **(Gràfic 33)**

Les comarques de Catalunya on els homes juguen més a **videojocs** són les Garrigues, l'Alt Urgell i el Solsonès (76% més, 74% més i 73% més que les dones, respectivament). **(Gràfic 33)**.

A la Terra Alta les dones juguen un 13% més a **videojocs** que els homes. **(Gràfic 33)**.

Enviar i rebre missatges, escoltar música i escoltar la ràdio, principals altres usos del mòbil en dones i homes

Enviar i rebre missatges, **escoltar música** en MP3 i **escoltar la ràdio** són els principals usos del mòbil en homes i dones, a part de parlar per telèfon. **(Gràfic 39)**

Tot i ser els mateixos, les dones porten a terme aquests usos en menor intensitat que els homes. El 52,8% dels homes utilitzen els **missatges mòbils** (52,7% de les dones), el 13,1% **escolten música** (10,9% de les dones) i l'11,5% **escolten la ràdio** (9% de les dones). **(Gràfic 39)**

Per la seva banda, el 88,1% dels homes disposen de **telèfon mòbil**, davant del 84,1% de les dones que en té (4,6% menys) **(Gràfic 35)**

LLENGUA DE CONSUM:

Tots els consum de mitjans que fan tant els homes com les dones són superiors en castellà que en català

Tots els consum de mitjans de comunicació (**diaris, suplementes, revistes, ràdio, televisió, Internet**) que realitzen tant els homes com les dones són superiors en **castellà** que en **català**. (Gràfic 25)

Les dones llegeixen més diaris en català i naveguen més a llocs web en català que els homes

El 31% de les dones que llegeixen **diaris** els llegeixen en **català**, davant del 28% dels homes que també ho fan. El 80% dels **diaris** que llegeixen les dones són en **castellà**, davant del 87% dels que llegeixen els homes. (Gràfic 25)

Pel que fa a **Internet**, les dones naveguen més en llocs web en **català** que els homes (53% i 51% respectivament). (Gràfic 25)

Els homes escolten més ràdio, veuen més televisió i llegeixen més revistes i suplementes en català que les dones

El 54% d'homes que escolten **ràdio** l'escolten en **català**, davant del 46% de les dones que també ho fan. El 59% dels homes escolten **ràdio** en **castellà**, 63% en el cas de les dones.

El 57% d'homes que veuen **televisió** la veuen en **català**, davant del 49% de les dones que també ho fan. El 84% dels homes veuen **televisió** en **castellà**, 86% en el cas de les dones.

El 45% d'homes lectors de **revistes** en llegeixen en **català**, davant del 41% de les dones que també ho fan. El 71% dels homes lectors de **revistes** les llegeixen en **castellà**, 78% en el cas de les dones.

El 44% d'homes lectors de **suplementes** en llegeixen en **català**, davant del 42% de les dones que també ho fan. El 73% dels homes lectors de **suplementes** els llegeixen en **castellà**, 75% en el cas de les dones.

30 de setembre de 2010