

“La dieta mediàtica i cultural dels joves 2009”

	Individus 14-25 anys	Individus +25 anys
MOSTRA	3.968	25.947
UNIVERS	965.957	5.379.294
PERÍODE DE CAMP	Setembre 2008 a agost 2009	

CONSUM DE MITJANS DE COMUNICACIÓ

Dieta mediàtica dels joves: 3h 20' de televisió, 1h 32' d'internet, 1h 17' de ràdio, 13' de diaris i 4' de revistes

La **dieta mediàtica** dels joves de 14 a 25 anys de Catalunya és de **3h 20' de televisió, 1h 32' d'internet, 1h 17' de ràdio, 13' de diaris i 4' de revistes cada dia**. (Gràfic 4)

A la pràctica, **els joves destinen 6h 26' diaris al consum de mitjans de comunicació**, aproximadament el mateix temps que hi destinen els adults (6h 19'). (Gràfic 4)

En concret, els joves dediquen 30' menys al dia que els adults a mirar la **televisió** (3h 20' davant 3h 50'), 10' menys a escoltar la **ràdio** (1h 17' davant 1h 27'), 5' menys a llegir diaris (13' al dia davant de 18') i exactament el mateix temps a llegir **revistes** (4'). (Gràfic 4)

La principal diferència en el consum de mitjans entre els joves i els adults és que els joves dediquen més del doble de temps al consum d'**internet** que els adults (en total 1h 32', davant dels 40' dels adults, és a dir, 52' més al dia). (Gràfic 4)

Més internet, revistes i medi exterior entre els joves. Més diaris i suplementes entre els adults. Mateixa televisió i mateixa ràdio.

El consum de **televisió** i de **ràdio** és pràcticament igual d'estès entre joves i adults. Veuen la televisió el 91% dels joves i el 92% d'adults, i escolten la ràdio el 54% dels joves i el 53% dels adults. [\(Gràfic 5\)](#)

El consum d'**internet**, **revistes** i **medi exterior** és més estès entre els joves que entre els adults, mentre que el consum de **diaris** i **suplementes** és més estès entre els adults que entre els joves. El consum de **televisió** i de **ràdio** són igual d'estesos entre els dos col·lectius. [\(Gràfic 5\)](#)

En concret, el 68% dels joves naveguen diàriament per **internet** davant del 35% dels adults que ho fan. El 54% dels joves escolten diàriament la **ràdio** davant del 53% dels adults que ho fan. El 67% dels joves llegeixen diàriament **revistes** davant del 61% dels adults. I el 69% dels joves consumeixen algun tipus de **medi exterior** davant del 54% dels adults. [\(Gràfic 5\)](#)

D'altra banda, el 43% dels adults llegeixen **diaris**, cosa que també fan el 38% dels joves. El 21% dels adults llegeixen **suplementes**, davant de l'11% dels joves. [\(Gràfic 5\)](#)

CONSUM DE DIARIS

Els joves llegeixen menys diaris que els adults i bàsicament premsa esportiva

Els 38% dels joves llegeixen diaris, davant del 43% dels adults que també ho fa. **(Gràfic 5)**

Si tenim en compte la tipologia dels diaris, els joves llegeixen principalment diaris **esportius** (ho fan el 16% dels joves i el 13% dels adults). **(Gràfic 7)**

El 29% dels joves llegeix diaris d'**informació general** en front del 38% dels adults. **(Gràfic 7)**

D'altra banda, els diaris **gratuïts** tenen una penetració pràcticament igual entre joves i adults (11% i 10% respectivament). **(Gràfic 7)**

CONSUM DE RÀDIOS

Tot i que la penetració de la ràdio entre joves i adults és la mateixa, els joves escolten principalment ràdio musical i els adults ràdio generalista

La penetració de la ràdio entre joves i adults és pràcticament la mateixa (54% davant del 53%). **(Gràfic 6)**

La principal diferència en el consum de ràdio entre joves i adults es troba en el tipus de ràdio escoltada. El 47% dels joves escolten ràdio musical, davant del 28% dels adults (és a dir, la penetració de la ràdio musical és un 66% superior en el cas dels joves). **(Gràfic 7)**

Contràriament, l'11% dels joves escolta ràdio generalista davant del 28% dels adults que ho fan (és a dir, la penetració de la ràdio generalista és un 60% inferior en el cas dels joves). **(Gràfic 7)**

ÚS D'INTERNET

El principal ús d'internet dels joves és jugar online i consumeixen més mitjans de comunicació a través de la xarxa que els adults

El 68% dels joves de 14 a 25 anys naveguen diàriament per **internet**, davant del 35% dels adults que també ho fan. **(Gràfic 6)**

El principal ús que realitzen els joves de la xarxa és **jugar online**. En concret, ho fa el 76% dels joves, davant del 44% dels adults. **(Gràfic 10)**

Els joves consumeixen més mitjans de comunicació a través d'internet que els adults. En concret, el 43% dels joves realitza **algun tipus de consum de mitjans a la xarxa**, davant del 22% del adults. **(Gràfic 10)**

Concretament, el 24% utilitza internet per navegar per les **webs dels mitjans de paper** (davant del 17% dels adults), el 16% dels joves l'utilitzen per **veure la televisió** (davant del 6% dels adults), el 13 % dels joves hi **escolten ràdio** (en front el 6% dels adults) i el 4% hi consumeix **mitjans de comunicació digitals** (un 3% en el cas dels adults). **(Gràfic 10)**

USOS DEL MÒBIL

Els joves consumeixen més mitjans de comunicació que els adults a través del mòbil

L'ús del **telèfon mòbil** és més estès entre els joves de 14 a 25 anys que entre els adults. En concret l'utilitzen el 93% dels joves i el 83% dels adults, de manera que la penetració del mòbil és un 11,3% superior en joves que en adults. **(Gràfic 5)**

A part de parlar per telèfon, el principal ús complementari que realitzen els joves del mòbil és **escoltar música**. Escolten música a través de mòbil el 31% dels joves, davant del 5% dels adults. **(Gràfic 11)**

Igualment, els joves consumeixen més mitjans de comunicació a través de mòbil que els adults. En concret, el 21% dels joves realitza **algun tipus de consum de mitjans a través de mòbil**, en front del 7% dels adults. **(Gràfic 11)**

Concretament, el 18% utilitza el mòbil per **escoltar ràdio** (davant del 5% dels adults) i el 5% dels joves l'utilitzen per **navegar per internet** (davant del 2% dels adults). **(Gràfic 10)**

CONSUM CULTURAL

El consum de cinema, llibres, música, concerts i museus és superior entre els joves que entre els adults

En general, el consum cultural dels joves de 14 a 25 anys és superior al dels adults.

Així, el 51% dels joves ha anat al **cinema** en els últims tres mesos, davant del 21% dels adults que ho ha fet en el mateix temps (és a dir, la penetració del cinema entre els joves és un 142,8% més alta que entre els adults). **(Gràfic 5)**

El consum de **llibres** també té una penetració superior entre els joves. El 62% dels joves han llegit algun llibre en els últims dotze mesos (el 38% no n'ha llegit cap) mentre que també han llegit algun llibre el 57% dels adults (el 43% tampoc n'ha llegit cap). **(Gràfic 5 i 25)**

El consum de **música** també té una penetració superior entre els joves. El 98% dels joves han escoltat música en els últims tres mesos, mentre que també ho han fet el 87% dels adults. **(Gràfic 6)**

L'assistència a **concerts** també té una penetració superior entre els joves. El 48% dels joves han assistit a algun concert en els últims dotze mesos, en front del 28% d'adults. **(Gràfic 6)**

L'assistència a **museus** també té una penetració superior entre els joves. El 27% dels joves han visitat algun museu en els últims dotze mesos, davant del 22% d'adults. **(Gràfic 6)**

La resta de pràctiques culturals realitzades per joves i adults són molt similars: assistència al **teatre** en els últims dotze mesos (21% dels joves davant del 20% dels adults); visita a **sales d'exposicions** (12% dels joves davant del 12% dels adults), visita a **galeries d'art** (9% dels joves davant del 8% dels adults), assistència a **espectacles de circ** (5% dels joves davant del 6% dels adults) i assistència a **espectacles de dansa** (4% dels joves davant del 3% dels adults). **(Gràfic 6)**

LLENGUA DE CONSUM

El castellà és la llengua predominant en els consums mediàtics dels joves

El **castellà** és la llengua predominant en el consum de mitjans de comunicació que realitzen els joves de 14 a 25 anys.

El 26% dels joves que llegeixen **diaris** ho fan en català (30% en el cas dels adults). El 36% dels joves que llegeixen **suplements** ho fan en català (41% en el cas dels adults). El 37% dels joves que llegeixen **revistes** ho fan en català (41% en el cas dels adults). El 44% dels joves telespectadors consumeixen **televisió** en català (davant del 55% dels adults que també ho fan). I el 49% dels joves que naveguen per **internet** ho fan en webs en català (en front del 51% dels adults). **(Gràfic 11)**

Per últim, el 50% dels joves que utilitza el **mòbil** per escriure **missatge sms** els escriu habitualment en català (davant del 44% dels adults que també ho fan). **(Gràfic 11)**

El consum de mitjans en català dels joves és menor al dels adults, excepte en ràdio, que és superior

El consum de mitjans en **català** dels joves és menor al que fa els adults, excepte en ràdio, que és superior.

Els joves que escolten **ràdio** n'escolten més en català que els adults. En concret, el 51% dels joves oients de ràdio escolten ràdio en català, en front del 48% dels adults. **(Gràfic 11)**

30 de novembre de 2009