

Informe

“Dieta mediàtica i cultural.

Anàlisi comparativa entre els consums a Barcelona ciutat i a les poblacions de menys de 10.000 habitants de Catalunya”

- Aquest informe ha estat elaborat a partir de les dades del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, l'estudi de mesura i anàlisi de les audiències dels mitjans de comunicació i dels consums culturals dels territoris de parla catalana (Catalunya, país Valencià i Illes Balears) impulsat per FUNDACC
- Aquest informe, que aprofundeix en la *Dieta mediàtica i cultural del joves* (presentat l'octubre de 2007), recull els hàbits mediàtics (premsa, revistes, ràdio, televisió i internet) i culturals (llibres, cinema, música, concerts, espectacles, exposicions i videojocs) de la població a Catalunya segons el tamany del municipi.
- Les dades d'aquest informe han estat recollides en el període de camp setembre 07 – agost 08, corresponent a la 3a onada 2008 del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura.

FITXA TÈCNICA:

UNIVERS	6.229.000 individus de més de 14 anys a Catalunya	
	• <i>Barcelona ciutat</i>	1.374.000
	• <i>Municipis de 50.000 a 400.000 habitants</i>	2.078.000
	• <i>Municipis de 10.000 a 50.000 habitants</i>	1.586.000
	• <i>Municipis de menys de 10.000 habitants</i>	1.990.000
MOSTRA	31.434 entrevistes a Catalunya	
	• <i>Barcelona ciutat</i>	3.983
	• <i>Municipis de 50.000 a 400.000 habitants</i>	9.232
	• <i>Municipis de 10.000 a 50.000 habitants</i>	8.676
	• <i>Municipis de menys de 10.000 habitants</i>	9.543
NIVELL DE CONFIANÇA	95,5 %	
MARGE D'ERROR	0,56 %	
PERÍODE DE CAMP	setembre 07 – agost 08	

Consum de Mitjans

• El temps dedicat al consum de mitjans de comunicació és de 5,6 hores al dia

Segons es desprèn de l'informe "*Dieta mediàtica i cultural. Anàlisi comparativa entre els consums a Barcelona ciutat i els municipis de menys de 10.000 habitants de Catalunya*", tant a Barcelona ciutat com als municipis de menys de 10.000 habitants de Catalunya es dediquen 5,6 hores al dia al consum de mitjans de comunicació.

• A Barcelona, més consum de diaris i ràdio. Als municipis, més consum de televisió i revistes

Segons es desprèn de l'informe, a Barcelona ciutat es dedica més temps a la lectura de diaris que als municipis de menys de 10.000 habitants (24 minuts al dia davant de 17, respectivament) i també es dedica més temps a escoltar ràdio (100 minuts al dia davant de 94 minuts, respectivament).

Per contra, als municipis es dedica més temps a consumir televisió (220 minuts al dia davant de 210) i a llegir revistes (3 minuts davant de 2).

Els municipis de la demarcació de Girona i Lleida dediquen més temps a la lectura de diaris (18 minuts) i als de les demarcacions de Tarragona i Lleida és on es dedica més temps a veure la televisió (més de 250 minuts al dia). Per la seva banda, a les poblacions de la demarcació de Tarragona és on es dedica més temps a escoltar ràdio (110 minuts al dia).

• Més consum diari d'internet a Barcelona que als municipis. Els de Lleida, els que menys naveguen

Segons es desprèn de l'informe, el consum diari d'internet a Barcelona ciutat és superior al que es realitza als municipis de menys de 10.000 habitants de Catalunya (53 minuts i 36 minuts respectivament).

Els municipis de Barcelona són els que més temps al dia dediquen a internet (43 minuts) mentre que els de Lleida són els que en dediquen menys (25 minuts).



• **Diferències d'edat: el consum d'internet és el que més diferència presenta entre joves i adults**

La diferència bàsica per franges d'edat és el consum d'internet, tant a Barcelona ciutat com als municipis menors de 10.000 habitants. D'una banda, a Barcelona ciutat el 67% dels joves utilitzen diàriament internet, davant del 33% dels adults. D'altra banda, als municipis el 59% dels joves naveguen diàriament per internet, davant del 25% dels adults.

Pel que fa a la penetració de la resta de mitjans de comunicació, els joves de Barcelona ciutat consumeixen més diaris i més internet que els dels municipis menors de 10.000 habitants, mentre que aquests consumeixen més televisió, més ràdio i més revistes.

• **Diferències de gènere: els homes consumeixen més diaris, ràdio i internet, i les dones més revistes**

Segons es desprèn de l'informe, tant a Barcelona ciutat com als municipis menors de 10.000 habitants en general els homes consumeixen més diaris, més ràdio i més internet que les dones. Per la seva banda, les dones realitzen un consum superior de revistes. En televisió els consums són similars.

En concret, la lectura de diaris, que arreu és més baixa en les dones que en els homes, és el doble de baixa en les dones dels municipis de menys de 10.000 habitants.

Consums culturals

• A Barcelona tots els consums culturals són més alts que en els municipis de menys de 10.000 habitants

Segons es desprèn de l'informe, a Barcelona ciutat tots els consums culturals (llibres, cinema, videojocs, concerts, exposicions i espectacles) són més alts que en els municipis de menys de 10.000 habitants.

Escollar música és, arreu i amb diferència, el consum cultural més freqüent, seguit dels videojocs, que superen notablement el consum de llibres, cinema, concerts, espectacles i exposicions.

• Diferències d'edat: en general, els joves consumeixen més oferta cultural que els adults

Els joves, tant a Barcelona ciutat com als municipis de menys de 10.000 habitants, consumeixen més oferta cultural que els adults: més espectacles, més exposicions, més concerts, més videojocs, més cinema i més llibres

Els joves de Barcelona ciutat consumeixen més oferta cultural que els joves dels municipis en tots els casos, excepte espectacles (teatre, dansa, circ, etc.). Aquest consum superior és especialment clar per que fa a pel·lícules i exposicions.

Per la seva banda, els adults de Barcelona ciutat consumeixen més oferta cultural que els adults dels municipis en tots els casos, excepte concerts.

• Diferències de gènere: els homes consumeixen més videojocs i les dones llegeixen més llibres

Segons es desprèn de l'informe, tant a Barcelona com en el municipis de menys de 10.000 habitants els consums culturals són similars entre homes i dones. No obstant, els homes consumeixen més videojocs i les dones llegeixen més llibres.

Els homes de Barcelona ciutat consumeixen clarament més videojocs que els homes dels municipis, mentre que, en el cas de les dones, el consum de videojocs a Barcelona ciutat i en el municipis és similar.



■ Comunicat de premsa ■

Llengua de Consum

• El consum mediàtic i cultural en català és major als municipis que a Barcelona ciutat

Segons es desprèn de l'informe, el consum en català tant de mitjans de comunicació d'oferta cultural és major als municipis de menys de 10.000 habitants que a Barcelona ciutat.

Pel que fa a mitjans de comunicació i llengua, les diferències més grans entre Barcelona ciutat i els municipis, es troba en el consum de revistes i diaris en català, que és molt superior en els municipis. Pel que fa a consums culturals i llengua, les diferències més grans es troben en el consum en català de concerts, espectacles i llibres, que és molt superior als municipis en comparació amb Barcelona ciutat.