

El **consum cultural dels joves de Terrassa**

Marina CABELLO HERENCIA

Cristina DUARTE JIMÉNEZ

Albert SÁNCHEZ CARMONA

Tutora: Yolanda Redondo

IES Torre del Palau

2009/2010

1. **Introducció (pàg.3)**
2. **Marc metodològic (pàg.4)**
 - 1.1 **Estudi estadístic de la mostra (pàg.4)**
 - 1.2 **Construcció de l'enquesta (pàg.9)**
3. **Resultats de l'enquesta (pàg.12)**
 - 3.1 **Tenen diners els joves de Terrassa? (pàg.12)**
 - 3.2 **Quants diners tenen a la setmana? (pàg.12)**
 - 3.3 **D'on treuen els diners? (pàg.13)**
 - 3.4 **Consumeixen els productes culturals? Com? (pàg.14)**
 - 3.5 **On adquireixen els productes culturals? (pàg.16)**
 - 3.6 **Té Terrassa una oferta suficient en productes culturals? (pàg.17)**
 - 3.7 **Consumeixen espectacles culturals? Com? (pàg.19)**
 - 3.8 **Afecta la crisi al consum de cultura? (pàg.21)**
 - 3.9 **Com consideren els preus de la cultura? (pàg.22)**
4. **Conclusions (pàg.24)**

1. Introducció

“Els joves i el consum” va ser el tema que vam triar, ja que volíem agafar un tema diferent, el qual no estigués molt sol·licitat, i sobretot no recórrer als temes de sempre com són la droga i els estupefaents o el sexe dels joves.

Un cop acotat el tema, van sorgir els primers obstacles; el tema era tan ampli que el ventall de possibilitats no era factible. Així, vam començar a plantejar-nos els objectius del nostre treball i a començar a apuntar quins serien els punts que volíem tractar. D'aquesta manera, el nostre treball es dividiria en dos parts fonamentals: el consum de productes culturals i el d'espectacles.

A l'hora de poder estudiar allò que volíem incloure al nostre treball, vam veure ràpidament que la manera més adequada per fer-ho era fer una enquesta, la qual ha representat un dels punts més difícils d'assolir degut al gran volum d'enquestes que havíem de realitzar i als molts llocs en els quals havíem de passar l'enquesta. Tot i això, les complicacions les hem pogut superar a mesura que apareixien i no ens han destorbat en el seu desenvolupament.

Quant els objectius del nostre treball fonamentalment es basen en saber quin és l'estat de l'economia dels joves de Terrassa i les característiques del seu consum cultural, esbrinar si a Terrassa hi ha una oferta cultural suficient, captar la seva opinió respecte dels preus i saber si la crisi econòmica actual els ha afectat al seu consum de cultura.

La nostra hipòtesi a l'hora de plantejar el treball és que el consum cultural dels joves és baix. Per tal d'esbrinar si és cert o no, el nostre treball està basat en una enquesta i en l'extracció de resultats de la mateixa.

Desitgem que us agradi.

2. Marc metodològic

2.1 Estudi estadístic de la mostra

Per tal de poder desenvolupar el nostre treball hem de fer una captació de dades mitjançant una enquesta. Aquesta l'acotarem a estudiants entre 16 i 17 anys de Terrassa per facilitar la recollida de les dades. Així doncs, a Terrassa hi ha 3.910 persones que compleixin el requisit d'edat segons les dades de l'*Anuari Estadístic de Terrassa 2008*.

Com que el volum de la població que volem estudiar sobrepassa les nostres capacitats, hem d'estudiar aquesta població mitjançant una mostra que representi de la manera més fidel possible la realitat. Així, utilitzarem la següent relació entre els diferents paràmetres estadístics per aconseguir la grandària de la mostra adequada:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

En la qual:

n = Grandària de la mostra de població que estudiarem.

N = Grandària de la població a estudiar.

Z^2 = Coeficient de seguretat o nivell de confiança

p = Proporció esperada de la variable.

$q = (1 - p)$

d = Error mostral

En el nostre cas la fitxa tècnica del mostreig és la següent:

$N=3910$

$Z=2$, que vol dir un 95'5% de nivell de confiança, és la probabilitat que el valor real del paràmetre poblacional es trobi dins dels límits especificats pels valors del estimador mostral.

$p=0'5$, Com que desconexim o no podem precisar la proporció esperada de la variable, hem d'agafar la proporció més desfavorable que és la de 0,5 així que també serà 0'5, per tal de maximitzar la mostra i obtenir així una mostra que sigui el més adequada possible al tipus d'estudi que volem realitzar.

$q=0'5$, ja que és $(1-0'5)$

$d = 0,05$ Marge d'error d'un 5%. És la diferència que existeix entre els resultats obtinguts per la mostra i els resultats que haguessin obtingut si hagués estat estudiada tota la població.

Aplicant la fórmula anterior a les nostres dades, arribem al següent resultat: la nostra mostra estarà constituïda per 363 individus.

$$n = \frac{3910 \cdot 2^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{3909 \cdot 0,05^2 + 2^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5} = \frac{3910}{10,7725} = 362,96$$

$$n = 362,96 \approx 363$$

Ara que ja sabem l'amplària de la mostra, ens decidim per fer un mostreig aleatori estratificat, amb l'objectiu de millorar la precisió de les estimacions, consisteix en contemplar en la mostra els estrats o característiques que té la població, fragmentem per estrats la mostra per tal que les dades s'apropin a la realitat en la major manera possible.

Així utilitzarem la següent relació per obtenir la grandària de la mostra de cada estrat:

$$\text{Grandària de la mostra de l'estrat} = \frac{\text{Grandària de la mostra}}{\text{Grandària de la població estudiada}} \cdot \text{Grandària de l'estrat}$$

Ara bé, abans d'entrar a estudiar la quantitat d'enquestes que s'han de passar a cada estrat hem de saber en quins estrats dividirem la nostra mostra. Els dos primers factors diferenciadors són el sexe (masculí o femení) i l'edat (16 o 17) dels enquestats, i el tercer factor diferenciador serà la distribució de la població per districtes; és a dir, repartirem la mostra segons els 6 districtes de la ciutat de Terrassa d'acord amb la seva població relativa al total de població de la ciutat, també segons el sexe i l'edat.

Sexe	Nois					
Grandària de la mostra segons el sexe	189					
Edat	16					
Grandària de la mostra per sexe i edat	93					
Districte	1	2	3	4	5	6

Grandària de la mostra segons sexe, edat i districte	15,09 \cong 15	9,14 \cong 9	14,25 \cong 14	16,86 \cong 17	19,73 \cong 20	17,96 \cong 18
--	---------------------	-------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Sexe	Nois					
Grandària de la mostra segons el sexe	189					
Edat	17					
Grandària de la mostra per sexe i edat	96					
Districte	1	2	3	4	5	6
Grandària de la mostra segons sexe, edat i districte	15,60 \cong 16	9,45 \cong 9	14,73 \cong 15	17,44 \cong 17	20,40 \cong 20	18,57 \cong 19
Sexe	Noies					
Grandària de la mostra segons el sexe	174					
Edat	16					
Grandària de la mostra per sexe i edat	83					
Districte	1	2	3	4	5	6

Grandària de la mostra segons sexe, edat i districte	13,49 \cong 13	8,17 \cong 8	12,74 \cong 13	15,08 \cong 15	17,64 \cong 18	16,06 \cong 16
--	---------------------	-------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Sexe	Noies					
Grandària de la mostra segons el sexe	174					
Edat	17					
Grandària de la mostra per sexe i edat	91					
Districte	1	2	3	4	5	6
Grandària de la mostra segons sexe, edat i districte	14,70 \cong 15	8,90 \cong 9	13,88 \cong 14	16,43 \cong 16	19,22 \cong 19	17,49 \cong 18

Un cop obtinguts aquests resultats hem de passar les enquestes a joves de 16 i 17 anys, degut a la complicació que suposaria passar-les al carrer o casa per casa en el nostre Treball de Recerca passarem les enquestes pels diferents instituts i centres d'estudis secundaris de Terrassa. D'aquesta manera, i buscant que es mantingui més o menys la proporció de les diferents opcions d'escolarització¹ presents a la ciutat hem decidit passar les enquestes a aquests 7 centres:

Districte 1: Escola Pia, Batxillerat concertat

Districte 2 i 6²: Cavall Bernat, Formació Professional pública; IES Blanxart, Batxillerat públic.

Districte 3: Cingle, Batxillerat i Formació Professional concertada.³

¹ Percentatge d'alumnes escolaritzats el 2007 a les diferents opcions d'educació secundària: Batxillerat públic 26%, Batxillerat concertat 27%, Formació Professional pública 33%, Formació Professional privada 14%.

² Les enquestes dels districtes 2 i 6 les passarem juntes degut a què no hi ha cap centre d'estudis secundaris en el districte 2, i per proximitat geogràfica aquesta era la solució que menys malmetria la fidelitat de la mostra.

Districte 4: IES Terrassa, Formació Professional pública.

Districte 5: IES Torre del Palau, Batxillerat públic.



Mapa de Terrassa amb els districtes i els centres on hem passat l'enquesta.

³ En aquest centre les enquestes s'han passat tant a estudiants de batxillerat com a estudiants de Formació Professional.

2.2 Construcció de l'enquesta

En el nostre treball les enquestes les hem elaborat a partir d'un gran objectiu, i uns subobjectius claus.

El principal objectiu del nostre treball és saber quins són els hàbits de consum de béns i espectacles culturals dels joves de Terrassa i analitzar-los. I amb aquest gran títol hem pogut anant orientant la nostra enquesta.

Per començar volíem indagar en l'economia dels joves estudiants de Terrassa de 16 i 17 anys i saber si disposen de diners setmanalment, i si fos així de quans diners disposen, i d'on els obtenen. L'economia dels joves avui dia és força pobre i per norma general els diners provenen de l'entorn familiar, més concretament dels pares, en l'apartat de les conclusions podrem afirmar o desmentir aquesta idea. Per poder arribar a conèixer aquestes dades hem utilitzat les següents qüestions;

- Disposes de diners setmanalment per gastar en les teves activitats d'oci?

<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Si

- De quants diners disposes a la setmana per gastar en les teves activitats d'oci? Indica-ho amb una "x". Si és més de 60 € especifica la quantitat.

De 0 a 20 €	<input type="checkbox"/>	
De 20 a 40 €	<input type="checkbox"/>	
De 40 a 60 €	<input type="checkbox"/>	
Més de 60 €	<input type="checkbox"/>	Quantitat: <input type="checkbox"/>

- Com obtens els diners pel teu consum d'oci?

Pares	<input type="checkbox"/>
Altres familiars	<input type="checkbox"/>
Amics	<input type="checkbox"/>
Treballant	<input type="checkbox"/>
Altres:	

A continuació volíem saber quins productes culturals consumeixen amb més freqüència i esbrinar on els solen adquirir, amb les següents qüestions;

- Quins productes culturals consumeixes habitualment? Indica'n la freqüència de cadascun d'ells.

1 - Gairebé mai	Libres	<input type="checkbox"/>
2 - Algun cop	CD's	<input type="checkbox"/>
3 - Sovint	DVD's	<input type="checkbox"/>
4 - Freqüent	Revistes	<input type="checkbox"/>
5 - Força freqüent	Diaris	<input type="checkbox"/>

- Indica on sols adquirir els següents productes. Si en algun cas és l'opció "E" especifica-ho en l'opció d'"altres".

A – Adquirint-los a una botiga especialitzada	Llibres	<input type="checkbox"/>
B- Adquirint-los en un gran magatzem	CD's	<input type="checkbox"/>
C- Agafant-los en préstec	DVD's	<input type="checkbox"/>
D - Consultant-los/veient-los a Internet	Revistes	<input type="checkbox"/>
E - Altres	Diaris	<input type="checkbox"/>
	Altres:	

També esbrinar si troben a Terrassa el consum cultural que desitgen o bé han de sortir de la ciutat.

- Sols trobar a Terrassa aquell producte cultural que busques? On sols anar a buscar-ho?

<input type="checkbox"/>	Si	
<input type="checkbox"/>	No, vaig a	<input type="checkbox"/>
	Barcelona	
	Sabadell	<input type="checkbox"/>
	Sant Cugat	<input type="checkbox"/>
	Altres ciutats veïnes	<input type="checkbox"/>

Aquesta és una pregunta molt relacionada amb la qüestió on podem saber si els joves gaudeixen d'una bona oferta cultural, i ens ajudarà molt alhora de saber si els joves de Terrassa tenen a l'abast tots els productes culturals que necessiten i desitgen.

Amb la següent qüestió volem conèixer quans diners solen gastar en els productes culturals que els oferim en un llistat.

- Quants diners sols gastar en conjunt en productes culturals, (llibres, CD's, DVD's, revistes i diaris) i espectacles, (teatre, cinema, concerts, museus i exposicions), en un mes?, Si és l'opció "E - més de 60 €" especifica la quantitat.

A – No gasto res
B – De 0 a 20 €
C – De 20 a 40 €
D – De 40 a 60 €
E – Més de 60 €

Més endavant conèixer el criteri dels joves alhora de considerar els preus tan dels productes culturals com dels espectacles i saber en quin producte o espectacle cultural els ha afectat més l'actual crisi. Ja que aquesta podria ser una de les raons per les quals els joves han consumit menys oci durant aquest any.

- Segons el teu criteri, en conjunt com consideres els preus dels productes culturals, (llibres, CD's, DVD's, revistes i diaris), i espectacles culturals, (teatre, cinema, concerts, museus i exposicions)?

Massa car

Car

Em semblen apropiats

Barats

- Ha afectat la crisi econòmica actual al teu nivell de consum de productes culturals? En cas afirmatiu indica en quin producte t'ha afectat més.

Si, m'ha afectat més en...

Llibres

Teatre

CD's

Cinema

DVD's

Concerts

Revistes

Museus i Exposicions

Diaris

Biblioteques

Altres:

No

Quan ens referim a l'apartat d'espectacles un dels nostres objectius és conèixer la quantitat de vegades i el lloc on han assistit els joves de Terrassa als espectacles culturals que els oferim en el llistat durant l'últim any.

- Indica si has anat als següents espectacles durant l'últim any. Quantes vegades hi has assistit a cadascun d'ells? En el cas de realitzar aquesta activitat, on has anat? Ex. Cinesa (Terrassa), Romea (BCN).

	Nº de vegades	Lloc
Teatre	<input type="checkbox"/>	_____
Cinema	<input type="checkbox"/>	_____
Concerts	<input type="checkbox"/>	_____
Museus i exposicions	<input type="checkbox"/>	_____
Biblioteques	<input type="checkbox"/>	_____

Amb aquesta pregunta podem fer constatar si els joves de Terrassa coneixen i utilitzen les oportunitats i centres de lleure de la ciutat.

3 Resultats de l'enquesta

Un cop realitzada l'enquesta entre els dies 10 i 18 de desembre ens disposem a desgranar els resultats de l'enquesta pregunta per pregunta i posant atenció a les diferències que hi pugui haver tant a nivell d'edat, de sexe com de districte.

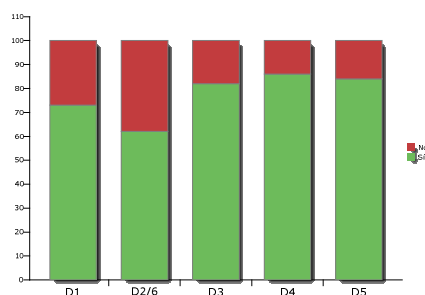
3.1 Tenen diners els joves de Terrassa?

Disposes de diners setmanalment per gastar en les teves activitats d'oci?



La primera pregunta de l'enquesta anava referida a la disponibilitat econòmica dels joves de Terrassa. D'aquesta manera veiem que tres quartes parts dels joves de 16 i 17 anys de Terrassa disposen de diners setmanalment.

És interessant fixar-se en la diferència de disponibilitat de diners setmanalment segons l'edat, ja que el 72% dels joves de 16 anys afirmen disposar de diners cada setmana per a la seva despesa d'oci i dels joves de 17 anys ho fa un 8% més dels enquestats; és a dir, el 80%. Així, podem concloure que hi ha més joves de 17 anys amb disponibilitat econòmica setmanal que els joves de 16. En canvi, no hi ha diferències substancials quant a la diferència entre sexes.

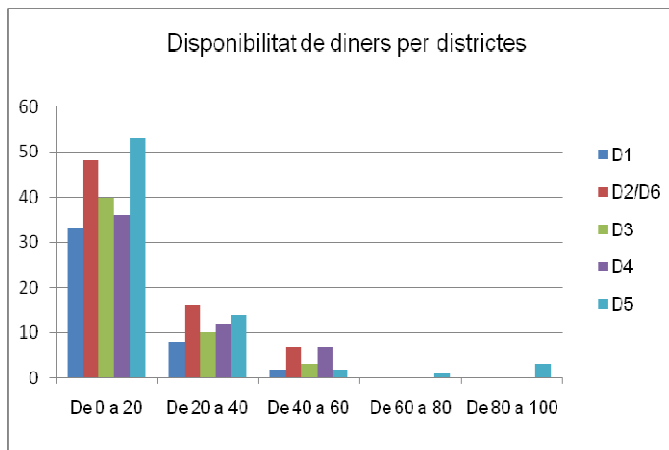


Quant a districtes la variació és més remarcable, ja que en una banda trobem els districtes 3, 4 i 5 on un més del 80% dels joves afirma disposar de diners setmanalment i en l'altra trobem els districtes 2 i 6 en els quals només un 60% afirma tenir diners cada setmana per al seu oci. En terra de ningú trobem el districte 1 en el qual aproximadament el 70% dels joves disposa de diners setmanalment i un 30% no.

3.2 Quants diners tenen a la setmana?

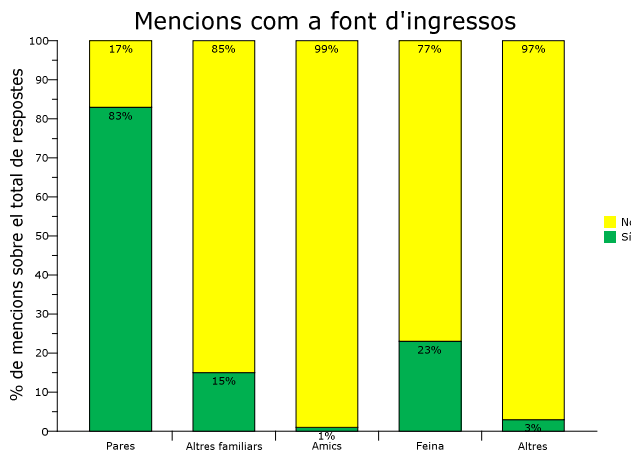
17,93 €

Aquesta segona pregunta fa referència als joves que han contestat anteriorment que sí disposen de diners setmanalment, i aquí ens donen un petit detall més de la seva economia. La mitjana total dels joves de Terrassa en aquesta segona pregunta és de 17,93 €.



Si observem aquesta segona gràfica, la qual representa els diners que disposen els joves durant la setmana per districtes. S'observa claríssimament que la majoria dels joves de Terrassa disposen de 0 a 20 € setmanalment per les seves activitats d'oci. El districte 1 és el que encapçala aquest primer interval, fins a estar per sobre del 50%. El segon interval de 20 a 40 € tots els districtes mantenen una estabilitat entre ells i cap sobresurt exageradament. Del tercer interval de 40 a 60 € el districte 4 és el que té el percentatge més elevat, tot el contrari que el districte 5, ja que aquest tercer interval és molt inferior en comparació als altres districtes, inclús és inferior a l'interval de 80 a 100 € on en els altres districtes no n'és constància. Igual que de 60 a 80 € on l'interval no és rellevant.

3.3 D'on treuen els diners?

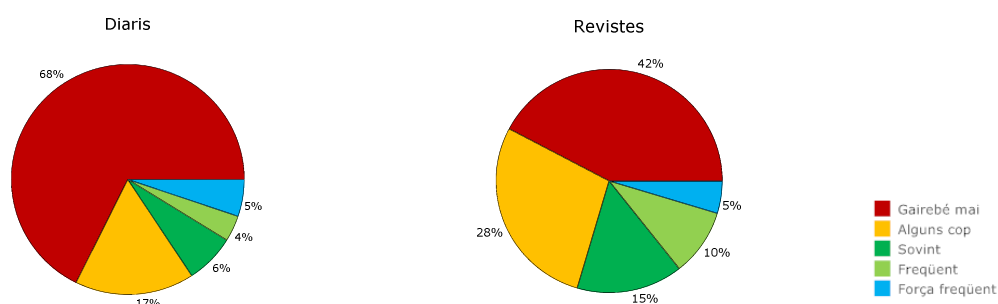


Amb aquestes dades es demostra àmpliament que la gran font d'ingressos dels joves terrassencs de 16 i 17 anys són els pares, d'aquesta manera la gran majoria, el 83% dels enquestats va marcar la casella corresponent als pares com a font d'ingressos. Com a segona font d'ingressos més important entre els joves trobem la feina, a molta distància dels diners aportats pels pares, i és considerada una font d'ingressos per una mica menys d'un quart dels enquestats. La tercera categoria més representativa és la d'altres familiars, en la qual s'inclouen les aportacions econòmiques en forma de regals o donatius de familiars com avis o oncles. Les altres dues categories, amics i altres, no tenen un pes rellevant en l'economia dels joves.

La principal diferència entre els nois i noies quant a fonts d'ingressos és que les noies són més independents que els nois. Aquesta diferència és molt estreta però és destacable que un 26% de les noies esmentin la feina com una font d'ingressos i que en canvi en els nois només ho facin un 20%. D'altra banda, aquest nivell d'independència és indicat també per les aportacions que fan familiars indirectes, les quals en el cas dels nois serien una font d'ingressos per al 17% i en canvi a les noies només per als 13%. Quant a l'edat, no hi ha diferències remarcables, es manté la mateixa distribució entre els joves de 16 que els de 17.

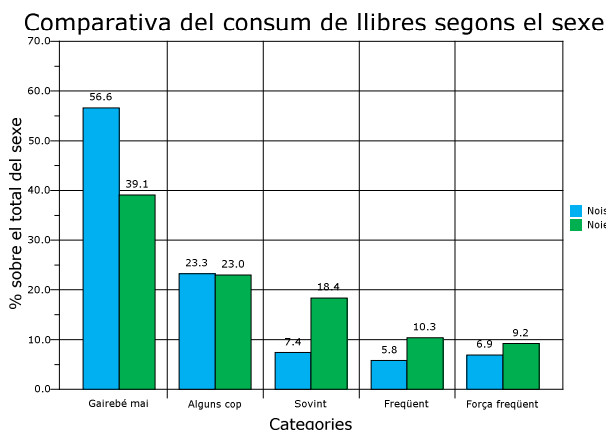
Quant a la comparativa per districtes, l'aspecte més rellevant és la dependència econòmica que mostren els joves del Districte 3, ja que són, amb un 23,2% de joves que esmenten altres familiars com a font d'ingressos els que més rellevància li donen a aquesta categoria i se situen gairebé 8 punts per sobre de la mitjana de tota Terrassa. També és rellevant que són el districte en el qual menys gent esmenta la feina com a font d'ingressos i se situen gairebé 9 punts per sota de la mitjana. En l'altre extrem trobem el districte 5 en el qual els joves mostren una forta dependència familiar però alhora són els que més esmenten la feina, un punt per sobre de la mitjana; són els que presenten una major diversitat de fonts d'ingressos.

3.4 Consumeixen els productes culturals? Com?



La tendència general de consum entre els productes culturals és que aproximadament la meitat dels joves no consumeixen gairebé mai cap dels productes. Els únics que tenen una tendència diferent són les revistes, en les quals el 42% afirma no consumir-les gairebé mai i per contra en els diaris aquesta xifra supera les dues terceres parts dels enquestats. Quant al consum habitual, el qual englobaria les respostes de 'sovint', 'frequent' i 'força frequent', en els llibres, CDs, DVDs i revistes aquest consum caracteritza el 30% dels

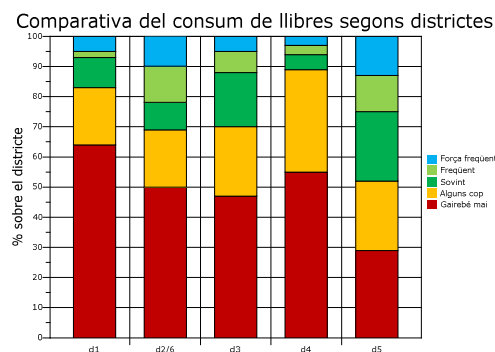
joves. Per contra, el consum habitual de diaris és molt inferior, afectant menys del 20% dels joves; això ens porta a concloure que el consum de productes culturals entre els joves és molt baix i que ho és en especial en els diaris, els quals potser no són suficientment atractius pels joves per estar adreçats majoritàriament a un públic més gran.



Pel que fa la diferència de consum entre nois i noies aquest és un dels punts en els quals es nota una gran diferència, sobre tot en el cas que es mostra a la gràfica, el dels llibres. En el consum de llibres els 56,6% dels nois afirmen no consumir-ne gairebé cap pel 39,1% de les noies; hi ha uns 17 punts de diferència entre el sexe masculí i el femení, però la diferència no s'acaba aquí, sinó que continua en el consum habitual del producte en el qual entre als nois no arriba al 20% i en les noies es queda a les portes del 40%. Un cas similar és el del consum de revistes, en el qual un 47% dels nois afirma no consumir-ne gairebé mai i en les noies aquest percentatge es redueix al 36%.

El consum de CD i DVD és pràcticament homogeni, amb una petita tendència a l'alça del consum habitual per part de les noies, però en l'únic producte cultural en el qual hi ha més consumidors nois que noies és en els diaris. Així, el 71% de les noies afirma no consumir gairebé mai cap diari pel 63% dels nois, i en termes de consum habitual queden englobats un 21% dels nois i només un 8% de els noies.

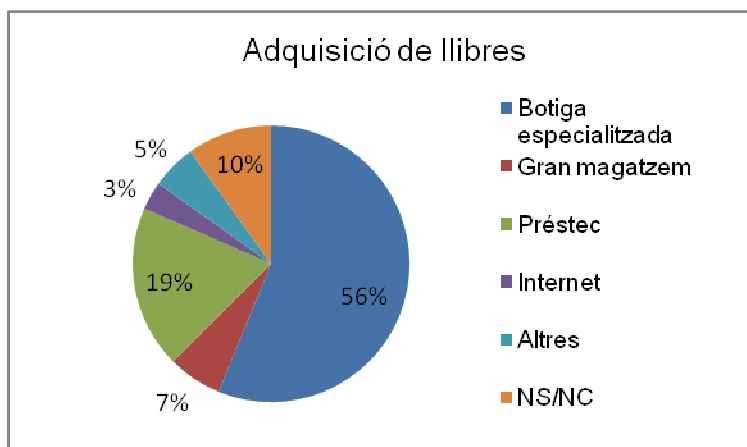
Pel que fa la resta de productes culturals, la tendència general és a un major consum habitual per part dels joves de 16 que no pas els de 17.



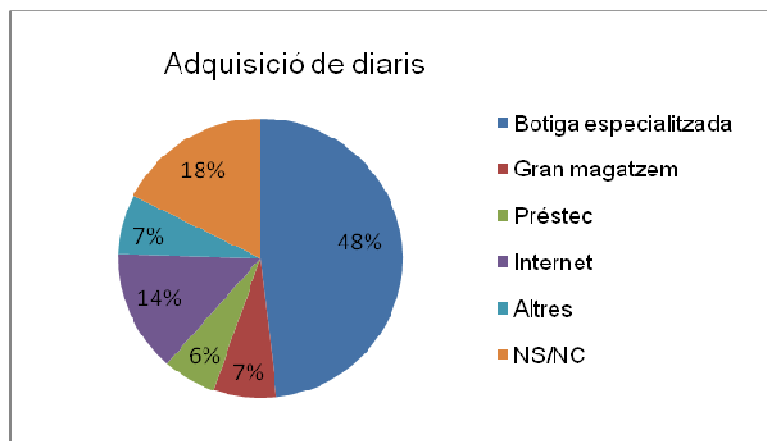
Quant a la diferència entre districtes, cal destacar la gran variabilitat de les dades. Així, en el consum de llibres els joves del districte 5 són de molts els que tenen un grau més alt de consum habitual, arribant al 48% dels quals un 13% afirma consumir els llibres de manera força freqüent, i els del districte 1 són els que presenten un major índex de no consum amb un 64%. Pel que fa al consum de CDs, més del 40% dels joves del districte 3 declara consumir-los de forma habitual, en oposició als joves del districte 1 on només el 23% ho fa de forma habitual i un 56% declara no consumir-ne gairebé mai. És la pregunta sobre el consum de DVDs la que mostra un major nivell d'homogeneïtat entre els diferents districtes. El consum de revistes tampoc no mostra massa variacions. Pel que fa al consum de diaris, són els joves del districte 3 els que mostren un nivell de consum més baix, només el 8% els consumeix de forma habitual, i els dels districtes 2 i 6 declaren en un 18% consumir de forma habitual, tot i que un 70% declara no consumir-ne gairebé mai.

3.5 On **adquireixen** els productes culturals?

En aquesta cinquena pregunta volem esbrinar on els joves van a buscar els següents productes culturals que els oferim en el llistat. Que són; llibres, CD's, DVD's, revistes i diaris. A continuació exposarem els gràfics amb els tant per cent i extraurem algunes conclusions.

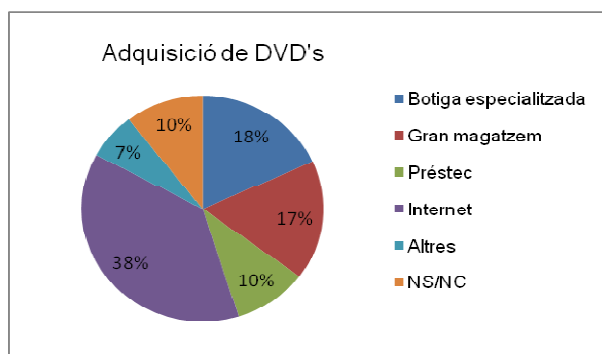


En aquesta primera gràfica ens parla com els joves de Terrassa obtenen un tipus de producte determinat, aquest cas els llibres. Claríssimament el lloc d'adquisició de botiga especialitzada guanya per majoria en aquest tipus de producte. En segon lloc trobem el préstec de llibres, però ja molt allunyat. I els altres quatre sectors queden per sota del 10%.



A continuació observem el gràfic dels llocs d'adquisició de les revistes i dels diaris. Hem volgut col·locar-los junts perquè ens ambos predomina el sector de la botiga especialitzada. Els altres apartats no són rellevants ja que en els dos productes són quasi bé iguals. Però si que podem fer constància en l'apartat NS/NC on té un percentatge força important en aquest tipus de productes. No hi ha diferència significativa en quant a l'edat i el sexe en cap d'aquest tres productes. Aquests formarien un primer grup on més del 50% del producte estimat s'adquireix en botigues especialitzades.

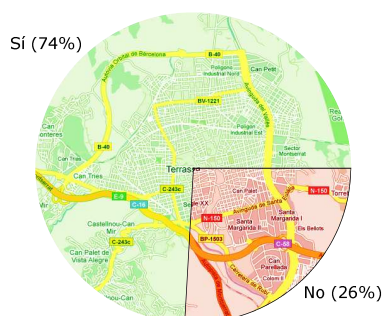
A continuació exposarem el segon grup on entraran els CD's i DVD's, ja que en aquest dos productes culturals el que predominen com a lloc d'adquisició és Internet. En segon i tercer lloc trobem la botiga especialitzada i el gran magatzem, respectivament. Però tot sempre des de un punt de vista molt igualat, tant en CD's com en DVD's.



Com hem pogut observar en aquesta cinquena pregunta el més destacable és que en cada producte sobresurt sempre un model que ocupa el 50% del gràfic més o menys. Cosa que suposa que els joves terrassencs estan força d'acord en el lloc d'adquisició d'aquest productes culturals. En el cas dels llibres el percentatge que es refereix a "préstec" és on cobra més importància amb un 21% a diferència dels altres productes on ronda pel 10%. En el cas del sector d'Internet cobra un important percentatge en revistes i diaris amb un 12% i 17%, respectivament. Encara que com ja hem comentat abans en productes com els CD's i els DVD's el 50% del gràfic està ocupat per aquest sector, Internet. També cal remarcar el sector de NS/NC on moltes vegades arriba a ser superior el percentatge respecte altres.

3.6 Té Terrassa una oferta suficient en productes culturals?

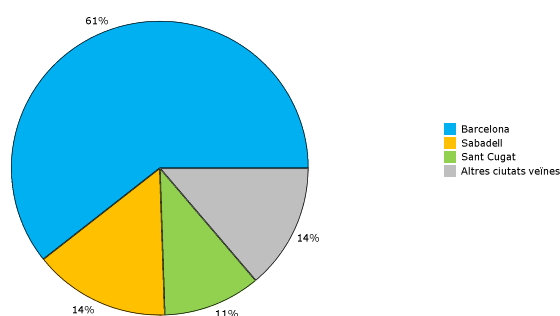
Sols trobar a Terrassa aquell producte cultural que busques?



Gairebé tres quartes parts dels joves de 16 i 17 anys de Terrassa troben aquells productes culturals que busquen a la mateixa Terrassa. Això mostra un alt grau d'oferta per part de la ciutat, ja que aconseguix que tres de cada quatre joves comprin a Terrassa i no hagin de sortir fora de la ciutat a comprar. Quant a la diferència entre els joves de 16 i 17, els més joves troben suficient l'oferta de Terrassa més que els de 17, però és una diferència només de 5 punts percentuals. En canvi no hi ha diferències rellevants entre els nois i les noies.

Per districtes, els joves del districte 5 són aquells que més afirmen que troben a Terrassa allò que busquen, amb un 79%, i els del districte 4 els que menys amb un 68% només.

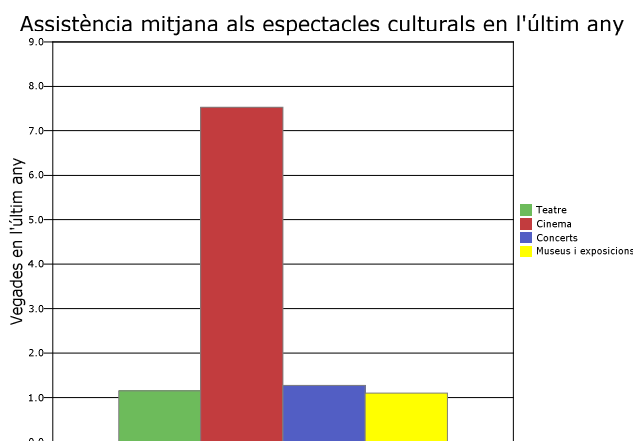
Altres destinacions per al consum cultural



Pel que fa a aquells que afirmen que no solen trobar a Terrassa els productes culturals que busquen, la destinació més important és la capital catalana amb un 61% de les respostes, així, Barcelona es converteix amb el gran pol cultural a fora de Terrassa degut a la seva gran varietat d'oferta, la proximitat i la seva accessibilitat per carreteres o ferrocarrils. Un 14% considera Sabadell com la seva destinació cultural predilecta, igual que la quantitat que opta per altres ciutats veïnes. Malgrat l'edat dels enquestats Barcelona es manté com la gran oferta de consum cultural amb un 60% però les variacions arriben a la percepció de Sabadell, la qual representa una alternativa per al 10% pels joves de 16 i 19% pels de 17, i Sant Cugat, la qual representa un

17% dels de 16 i un 6% dels de 17. En canvi, sí que trobem diferències importants entre els nois i les noies, així, les noies consideren en un 55% Barcelona com a la seva destinació de consum cultural pel 65% dels nois. Els nois consideren en un 18% Sabadell com a destinació i en les noies només ho fa l'11. Quant a distribució per districtes no hi ha diferències destacables.

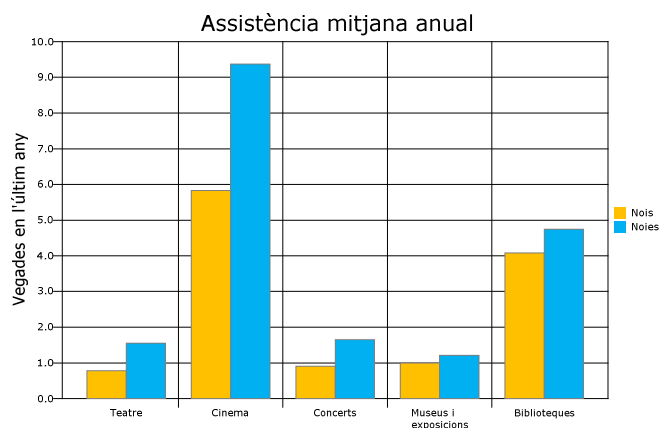
3.7 Consumeixen espectacles culturals? Com?



En aquest gràfic observem l'assistència mitjana dels joves de Terrassa de 16 i 17 anys en l'últim any. Com s'observa en el primer cop d'ull, l'espectacle cultural més recorregut pels joves és, sense cap mena de dubte, el cinema, al qual han anat els joves de Terrassa una mitjana de 7,53 vegades en l'últim anys. Els altres tres espectacles culturals oscil·len entre l'1,27 d'assistència a concerts i el 1,1 a museus i exposicions. És a dir, podem afirmar que el consum de cinema podria correspondre al que anomenem consum habitual i el de les altres tres categories al consum esporàdic.

Pel que fa a un equipament públic com són les biblioteques i que les hem inclòs en la nostra enquesta, la mitjana d'assistència dels joves de Terrassa és de 4,4 vegades en un any, una xifra que va en consonància amb el nivell baix de préstec en l'adquisició de llibres.

Tal com passa en el consum de productes culturals, hi ha una tendència a un major consum cultural per part dels joves de 16 anys que no pas els de 17. En els espectacles culturals és on els joves de 16 superen els de 17 i en l'assistència a la biblioteca la tendència s'inverteix. Allà on la diferència és més notable és en l'assistència al teatre, la qual és de 1,76 en els joves de 16 i de 0,62 en els de 17, això pot ser degut a què la majoria dels joves indicava en la seva resposta que hi anaven amb les sortides programades pels seus centres d'estudis i que als 17 anys, corresponents majoritàriament a 2n de Batxillerat, no n'hi ha tantes programades, el mateix pot passar amb els museus i exposicions. Pel que fa el cinema hi ha una diferència força gran, en la qual els joves de 16 han anat 8,28 cops aquest any i els de 17, 6,29; això pot explicar-se amb la importància creixent que obtenen les discoteques i els locals d'oci a mesura que la persona va creixent, en detriment del cinema, en aquest cas.



Quant al consum d'espectacles culturals, les noies superen els nois en tots els aspectes, pel que fa les biblioteques també. Les noies afirmen haver anat al teatre 1,55 vegades i els nois només 0,78; gairebé la meitat. Pel que fa el cinema, les noies declaren haver anat més de 9 vegades en l'últim any i els nois no arriben ni als 6 cops de mitjana. L'assistència als concerts torna a ser majoritària entre les noies, com ho fa en menor mesura als museus i exposicions. En tots aquests aspectes les noies superen clarament els nois.

En aquesta pregunta també hem aprofitat per esbrinar els llocs on assisteixen els joves de Terrassa per al seu consum d'espectacles. Així, pel que fa al teatre Barcelona és l'opció majoritària tot i que Terrassa no està pas en una mala situació, amb el 44% de les respostes. A Terrassa és el Teatre Alegria el que més visites ha tingut.

Pel que fa al cinema, Terrassa demostra tenir una oferta totalment sòlida i autosuficient, ja que el 96% dels enquestats afirma quedar-se a Terrassa a l'hora d'anar al cinema. Dins de la ciutat els grans dominadors són els multicinemes del Parc Vallès, Cinesa, els quals han rebut el 79% de les visites dels joves. Més avall trobem els Cinemes del Segle XXI amb un 14% i el Cinema Catalunya amb un 3%.

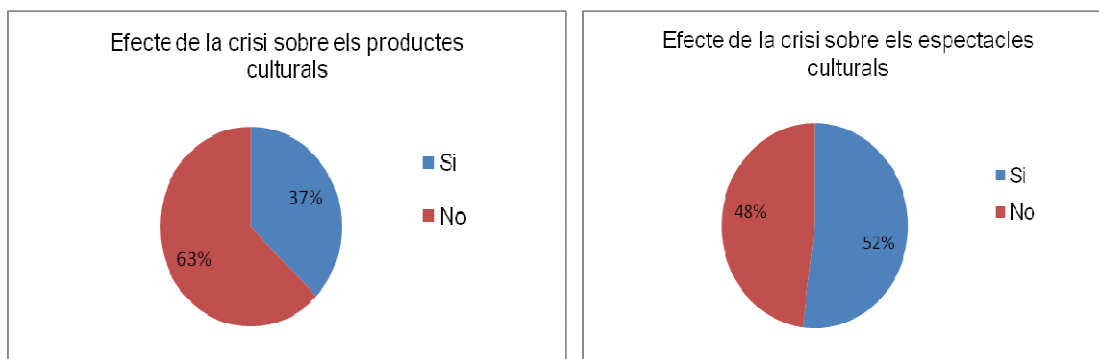
Quant als concerts, a Terrassa s'han fet el 31% de les actuacions a les que han assistit els joves enquestats, entre les quals l'11% del total s'han fet a Can Jofresa. Al Palau Sant Jordi de Barcelona s'han fet el 18% dels concerts als quals han assistit i el 49% dels concerts corresponen a llocs molt diversos dins del territori català; des de qualsevol altra localització de Barcelona fins a altres ciutats com Badalona.

En el consum de museus dominen les visites que no siguin ni de Terrassa ni de Barcelona, i resulten un 43% del total. El 14% es troben a l'estranger, el 21% en altres ciutats de Catalunya i el 8% restant correspon a altres ciutats de l'Estat espanyol; la majoria han estat visitats durant les vacances o viatges amb els centres. Això no obstant, Barcelona domina com a primera localització amb el 31% de les visites i els museus de Terrassa no ocupen una mala posició amb el 26%.

Pel que fa a les biblioteques, la Biblioteca Central de Terrassa és clarament la que més visites ha rebut dels joves de 16 i 17, ja que el 71% han

estat en aquesta, després, el 24% afirma haver anat a qualsevol altra biblioteca de Terrassa, i només el 5% ha sortit de la ciutat en la seva visita a la biblioteca.

3.8 Afecta la crisi al consum de cultura?



En aquest primer gràfic circular podem observar clarament la resposta a la gran pregunta que nosaltres ens vam plantejar, i que després vam incloure a l'enquesta. Com es pot veure la resposta es força contundent, el total dels joves de Terrassa responen amb un 63% no, tot el contrari ho fan alguns joves amb un si, però amb no més que un 37%.

Aquesta pregunta també la vam utilitzar per saber si la crisi havia afectat al consum d'espectacles, i ens dona una resposta força diferent, en aquest cas guanya el si amb un 52%, cosa que en l'anterior gràfica només ens donava un 37%. Amb això podem observar que l'actual crisi econòmica a afectat en els joves però només en l'àmbit d'espectacles, cosa que és força interessant.

En aquesta pregunta també demanàvem en quin dels productes culturals els havia afectat més la crisi econòmica actual. Si la seva resposta anterior era un si. I aquests són els resultats obtinguts: amb un 48% els CD's són el producte cultural on els joves de Terrassa els ha afectat més la crisi actual. Molt seguit de a prop per els llibres (40,7%) i els DVD's (36,3%). Els altres tres productes no tenen percentatges tan elevats, encara que les revisten mantenen un 18%. Diaris i altres estan rondant el 10% o inferior a aquest.

A continuació farem la mateixa comparació que hem fet abans respecte sexes, però aquest cop amb els espectacles.

Aquests són uns termes on sí es pot apreciar bé la diferència a vegades abismal que hi ha entre nois i noies. En els nois segueix predominant el no com en el cas dels productes culturals, encara que amb un percentatge força més baix (53%), i en el cas de les noies predomina el si amb un 58%, a diferència de l'anterior pregunta on a les noies no els hi afectava la crisi en productes, en totes dues gràfiques la resposta majoritària o fa amb el mateix percentatge (58%).

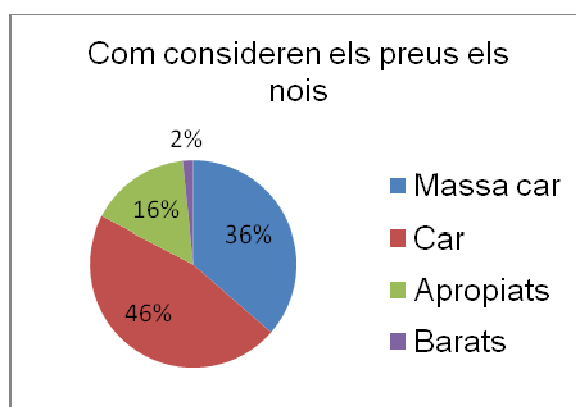
Ara estudiarem en quins espectacles ha afectat més la crisi per els joves terrassencs. El cinema destaca per sobre de tots ells amb un 75%, després el segueix els concerts amb un 31,7%, el teatre amb un 21% i en museus i exposicions el percentatge és inferior a un 10%. Suposem que el cinema és

l'espectacle cultural més afectat per la crisi degut a que és l'espectacle on els joves terrassencs asisteixen més.

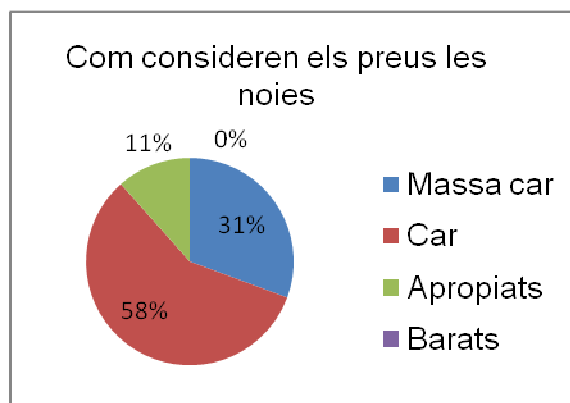
3.9 Com consideren els preus de la cultura?

Amb aquesta pregunta volem esbrinar com consideren els preus dels espectacles culturals (teatre, cinema, concerts, museus i exposicions) i dels productes culturals (llibres, revistes, diaris, CDs i DVDs) els joves terrassencs.

Veiem que un 52% dels joves troben car aquest tipus d'espectacles. Per una altra banda un 33% ho troba "massa car". Seguit d'un 14% que ho troben apropiats i un quasi bé inexistent percentatge de joves que troben els espectacles culturals barats. Quant als productes culturals, el percentatge de gent que consideren cars els preus es manté sense pràcticament cap oscil·lació, però on més canvia és en aquells que perceben com a apropiats, els quals són un 21% dels enquestats en comptes del 14% que ho fa en els espectacles; això pot ser degut a què els joves consumeixen més en espectacles que en productes, i per això els afecta més. La xifra dels que consideren que són massa cars és 8 punts menor en els productes culturals que en els espectacles.



En aquesta gràfica podem observar l'anterior pregunta més desenvolupada, on farem distinció entre els dos sexes i entre les dues preguntes. La primera referent al cas dels nois de Terrassa i els espectacles culturals, predomina amb un 46% el preu "car", seguit d'un 36% per "massa car". Com podem apreciar és un gràfic força semblant a l'anterior on eren el totals dels joves de Terrassa.



Aquest és el gràfic on ens mostra com les noies de Terrassa consideren els preus dels espectacles culturals els quals hem fet referència anteriorment. En elles també predomina el sector del gràfic on es fa referència a “car”, en canvi amb un percentatge més elevat que els nois. Un 58% respecte a un 46%, respectivament. En segon lloc segueix l'estat “massa car” seguit d'un 11% amb “apropiats” i un percentatge nul de “barats”.

Com hem pogut observar en aquesta pregunta predomina el mateix sector en tots els gràfics, encara que amb una lleu diferència entre sexes. I pel que fa la diferència d'edats, predomina la percepció que els preus són cars tant en els joves de 16 (56%) com els de 17 (48%) i entre els de 17 hi ha més que els consideren massa cars (36%) davant del 30% dels joves de 16.

La diferència entre districtes és força significativa, ja que el 42% dels joves del districte 4 els consideren massa cars pel 27% que ho fa als districtes 2 i 6. El 62% dels joves del districte 3 consideren els preus cars i al districte 4 només ho fa el 42%. La gran diferència rau en aquells que els consideren apropiats, ja que al districte 3 només ho fa el 3% dels joves però als districtes 2 i 6 així els consideren el 21%.

Quant els productes culturals no hi ha diferències remarcables entre nois i noies però sí que n'hi ha entre els joves de 16 i els de 17. Així, el 48% dels joves de 16 creuen que els preus són cars i en els joves de 17 aquesta consideració la prenen el 57% els enquestats. Aquesta dada fa que retrocedeixi la percepció que els preus són apropiats i que pel 24% que ho considera entre els joves de 16 només hi hagi un 17% entre els de 17.

Pel que fa els diferents districtes entre els joves del districte 4 una tercera part dels enquestats considera que els preus són massa cars pel 19% que ho fa al districte 5. Els que consideren que els preus són cars es mouen entre un 57% al districte 5 fins al 49% del districte 4. Pel que fa els que els consideren apropiats hi ha una certa homogeneïtat al voltant del 20% a cada districte.

4 Conclusions

La major part dels joves de Terrassa disposen de diners setmanalment; de mitjana tenen una quantitat de 17,93€ extretes fonamentalment dels pares i en molt menor grau d'algun tipus de feina, i el seu grau de despesa en productes i espectacles culturals s'eleva fins els 31,27€ mensuals.

Quant al consum de productes culturals, aquest és força pobre superant en cada producte el 40% dels joves que no els consumeixen mai. Pel que fa al llibres, les revistes i els diaris, domina el seu consum mitjançant una botiga especialitzada; i per altra banda, el consum de CDs i DVDs és majoritari a Internet. L'oferta de Terrassa en aquest sentit és suficient segons la majoria dels joves, i l'altre gran focus d'oferta és Barcelona.

Quant al consum d'espectacles culturals, l'assistència dels joves també és força baixa, amb la única excepció del cinema en el qual Terrassa té una oferta més que suficient. En els altres espectacles, Terrassa no té un grau d'oferta suficient ja que dominen Barcelona i altres indrets de Catalunya.

La crisi ha afectat els joves més en el consum d'espectacles culturals que no pas en el dels productes. En el cas dels productes, aquells que haurien patit la conseqüència directa de la crisi en major grau serien els CDs, els llibres i els DVDs. Pel que fa als espectacles, allà on ha afectat més ha estat el cinema, el qual és el que més consumeixen els joves. A més a més, la percepció dels joves davant dels preus tant dels productes com dels espectacles culturals és que són cars.

Pel que fa les diferències de consum cultural entre nois i noies, elles presenten un major nivell que els nois. D'aquesta manera, les noies consumeixen més productes culturals que els nois, exceptuant els diaris, i tenen un nivell de consum d'espectacles considerablement superior. Econòmicament tenen un grau d'independència superior als nois, ja que depenen menys de les aportacions de la família i els busquen fora, en una feina. En general, les noies tenen una percepció que els productes culturals són cars, superant la percepció que fan els nois, i això pot explicar-se perquè elles consumeixen més que ells i arriben a gastar 33,41€ de mitjana en contraposició als nois que gasten 29,34€. El mateix raonament es pot aplicar a l'efecte que té la crisi sobre el nivell de consum cultural, ja que elles afirmen estar afectades en major grau que els nois. En la resta de factors, lloc de compra, disponibilitat econòmica i oferta de Terrassa no hi ha diferències remarcables entre nois i noies.

Quant a la diferències entre els joves de 16 i 17, els més grans presenten un major grau de disponibilitat econòmica i més sovint consideren insuficient l'oferta de Terrassa i han de sortir de la ciutat; són més grans i disposen de més independència per moure's dins i fora de Terrassa. Els joves de 16 anys consumeixen més cultura en forma d'espectacles, sobre tot es nota al consum de cinema, i en la resta de factors no hi ha diferències destacables.

En línies generals, pel que fa a la segmentació de la població per districtes, el districte 5 és el que mostra un major grau de consum cultural, un

exemple clar seria el consum de llibres, i el districte 1 és, a grans trets, el lloc on menys consum cultural hi ha. Econòmicament, els joves dels districtes 4 i 5 són els que disposen de major quantitat de diners setmanalment, amb una mitjana de 19,45€ i 19,04€ respectivament i els joves del districte 1 els que declaren tenir-ne menys amb 15,58€ setmanals. En la resta de factors, cada districte mostra petites variacions.

Amb tot això, podem afirmar que la nostra hipòtesi era certa: el consum cultural dels joves és baix. Fins aquí hem arribat a través d'un procés de recollida de dades el qual hem hagut d'aprendre des de zero i les perspectives d'investigació que s'obren serien esbrinar el perquè d'aquest nivell baix de consum cultural per part dels joves per tal de transformar l'oferta o adequar-la en aquest sector de la societat.

El nostre punt de vista sobre aquest tema és que els joves prefereixen gastar els seus diners en altres formes de consum d'oci abans de fer-lo en cultura, i això pot respondre al preu elevat d'alguns dels espectacles culturals i a que molts d'ells no estan adreçats al públic jove; també cal remarcar que l'oferta d'espectacles a Terrassa, llevat del cinema, no satisfà les expectatives.

Així, Terrassa necessita una més àmplia oferta cultural adreçada als joves per tal de promoure que hi vagin, obres musicals i d'humor solen ser les que més atreuen al públic jove, i a Terrassa farien falta grans obres d'aquestes dimensions per motivar el jovent. Quan els concerts els preus són el gran impediment i haurien de baixar els preus i programar-se concerts amb grups i cantants més coneguts dels que acostumen a venir. Els museus i les exposicions potser són els que tenen més difícil atreure els joves ja que acostumen a estar pensats per a nens molts petits o per a gent adulta, no hi ha oferta específica per als joves.

Pel que fa els productes culturals, vivim en una societat en què pots disposar de qualsevol cosa mitjançant Internet o si no demanant-les a algú, encara que també hi ha molta gent que afirma que no li agraden productes com els llibres perquè altres entreteniments, com l'ordinador i les consoles, els satisfà més que un llibre.

Aquest és un problema estructural de la societat, els hi ha molta gent que no s'aficiona a llegir perquè ho reben com una cosa imposada als centres d'estudi que sovint és avorrida. S'han de fomentar plans per a incitar a la lectura entre els més joves a gran nivell perquè oferta ja n'hi ha, el que falta és que els joves comprin els llibres i se'ls llegeixin de gust.