

# LA TRANSICIÓ A LA SOCIETAT XARXA A CATALUNYA

Informe de recerca II



IN3 | internet  
interdisciplinary  
institute

[www.uoc.edu](http://www.uoc.edu)

Amb el suport de:



**Generalitat  
de Catalunya**



# LA TRANSICIÓ A LA SOCIETAT XARXA A CATALUNYA

## Informe final de recerca (vol. II)

### Direcció de la recerca:

Dr. Manuel Castells, professor de la UOC i investigador de l'IN3  
Dra. Imma Tubella, professora de la UOC i investigadora de l'IN3

### Investigadors i coautors de l'informe de recerca:

Dr. Manuel Castells  
Dra. Imma Tubella  
Dra. Teresa Sancho, professora de la UOC i investigadora de l'IN3  
Dra. Meritxell Roca, investigadora de l'IN3  
M. Isabel Díaz de Isla, investigadora de l'IN3/UOC  
Dr. Barry Wellman, professor i director del NetLab de la Universitat de Toronto, consultor de la UOC

### Amb la col·laboració de:

Jèssica Aracil i Berta Garcia, ajudants d'investigació

### Amb el suport de:

Generalitat de Catalunya

Barcelona, juliol de 2002



# Sumari

---

## Volum I

Preliminar.....	5
Introducció.....	7
1. Metodologia de la recerca.....	15
2. La població de Catalunya en la societat xarxa: una visió generacional.....	19
3. Internautes i desconnectats: una anàlisi del perfil social comparat dels usuaris i no usuaris d'Internet.....	101
4. La difusió d'Internet a Catalunya en una perspectiva comparativa amb Espanya, Europa i el món.....	219

## Volum II

### Sumari

5. La dinàmica de la societat xarxa a Catalunya.....	271
5.1. Introducció: teoria i metodologia de l'anàlisi.....	271
5.2. Una tipologia dels usos d'Internet.....	275
5.3. Estructura social de la difusió i usos d'Internet.....	281
5.4. Xarxes de sociabilitat i xarxes d'Internet.....	309
5.5. Internet com a projecte d'autonomia.....	363
5.6. Internet en l'univers de les pràctiques comunicatives.....	387
5.7. La construcció de la identitat en la societat xarxa de Catalunya.....	401
Conclusió: canvi tecnològic, inèrcia històrica i transformació social.....	441
Annexos.....	457
Annex 1: Informe del treball de camp.....	457
Annex 2: Qüestionaris.....	487
Annex 3: Definició i descripció de variables construïdes.....	523
Llista d'abreviatures.....	575



# Capítol 5

## LA DINÀMICA DE LA SOCIETAT XARXA A CATALUNYA

### APARTATS

5.1. Introducció: teoria i metodologia de l'anàlisi .....	271
5.2. Una tipologia d'usos d'Internet.....	275
5.3. Estructura social de la difusió i usos d'Internet.....	281
5.3.1. L'edat a Internet: joventut tresor diví?.....	281
5.3.2. Els efectes diferencials de l'educació en la pràctica d'Internet .....	291
5.3.3. Internet i gènere: el patriarcat en transició.....	296
5.3.4. L'estratificació social d'Internet segons el nivell d'ingressos.....	302
5.3.5. Internet i classes socials: els usos d'Internet segons l'ocupació professional .....	304
5.4. Xarxes de sociabilitat i xarxes d'Internet.....	309
5.4.1. La naturalesa canviant de la sociabilitat en les societats xarxa .....	309
5.4.1.1. Repensar els conceptes de sociabilitat, veïnat i comunitat.....	310
5.4.1.2. Xarxa de capital social.....	315
5.4.1.3. La "glocalització" de la sociabilitat .....	316
5.4.2. Sociabilitat i comunitat a Catalunya .....	318
5.4.2.1. Relacions domèstiques.....	318
5.4.2.2. Progenitors (pares i mares) .....	321
5.4.2.3. Familiars .....	325
5.4.2.4. Freqüència de contacte amb els familiars .....	329
5.4.2.5. Amics i veïns.....	332
5.4.3. Xarxes informàtiques i xarxes socials.....	340
5.4.3.1. Internet, augmenta, disminueix o transforma la comunitat social? .....	340
5.4.3.2. Internet i les xarxes socials a Catalunya.....	343
5.4.3.3. Satisfacció de les interaccions.....	348
5.4.3.4. "Generats per Internet" o "La generació Internet"?.....	353
5.4.3.5. Consideració de les xarxes en conjunt .....	355
5.4.4. Referències .....	356

5.5. Internet com a projecte d'autonomia.....	363
5.5.1. Activitat de capacitació professional, ús d'Internet i nivell de desenvolupament professional .....	363
5.5.2. Participació sociopolítica .....	365
5.5.3. Mobilització sociopolítica .....	367
5.5.4. Activitat ciutadana.....	368
5.5.5. Mentalitat emprenedora.....	369
5.5.6. Una tipologia de projectes d'autonomia.....	370
5.5.7. Projectes d'autonomia i usos d'Internet .....	372
5.5.8. Internet com a instrument d'autonomia.....	384
5.6. Internet en l'univers de les pràctiques comunicatives.....	387
5.6.1. Pràctiques comunicatives .....	387
5.6.2. Justificació de les variables de pràctica comunicativa .....	387
5.6.3. Anàlisi de les pràctiques comunicatives .....	388
5.6.3.1. Impacte d'Internet en les pràctiques comunicatives clàssiques.....	391
5.6.4. Pràctica referida concretament a l'ús de la premsa i de la televisió.....	392
5.6.4.1. Pràctiques comunicatives i confiança .....	393
5.6.5. Pràctiques comunicatives i ús de la llengua .....	394
5.6.6. Conclusió. La construcció de significat, o pràctiques comunicatives i identitat.....	399
5.7. La construcció de la identitat en la societat xarxa de Catalunya .....	401
5.7.1. Problemàtica de la identitat i usos d'Internet .....	401
5.7.2. Pràctiques identitàries. Una tipologia analítica .....	403
5.7.3. La construcció de la identitat. Anàlisi dels factors que afavoreixen cada pràctica identitària .....	407
5.7.3.1. Sentiments d'identificació .....	407
5.7.3.1.1. Sentiment d'identificació principal.....	407
5.7.3.1.2. Identificació històrica i identificació territorial .....	409
5.7.3.2. Sentiment de pertinença.....	411
5.7.3.3. Pràctiques lingüístiques.....	414
5.7.3.4. Pràctica d'identitat catalana.....	422
5.7.5. Relació entre la construcció de la identitat i Internet.....	433
5.7.6. Conclusió: la identitat catalana en la societat xarxa .....	438



## 5.1. Introducció: teoria i metodologia de l'anàlisi

La societat xarxa és la construïda en la pràctica quotidiana entorn de xarxes de comunicació, informació i relació que s'instrumenten mitjançant Internet i altres xarxes telecomunicades. Naturalment, no és l'ús d'Internet el que determina la dinàmica de l'esmentada societat, expressada en les pràctiques de vida de les persones. Els comportaments estan influïts per la posició en l'estructura social, pels projectes i aspiracions de les persones, pel seu món familiar i d'amistat, pels seus projectes i aspiracions, per la seva identitat cultural i personal. Però en el nostre tipus de societat aquesta relació entre estructura social i cultura i pràctica social i personal s'articula mitjançant formes organitzatives i mitjans tecnològics propis del nostre temps i espai. I per això Internet no és la causa dels comportaments que caracteritzen la societat xarxa, però sí el mitjà indispensable amb el qual es realitzen la comunicació, l'activitat i les relacions socials basades en les xarxes d'informació.

Ara bé, Catalunya, com el món, està en procés de transició d'una societat industrial a una societat xarxa, les formes i els objectius de la qual no estan predeterminats, sinó que sorgiran de la pràctica concreta i específica dels catalans en aquest nou context històric. Com en tot moment de transició, igual com es va produir en el pas de societats fonamentalment agràries a societats industrials i urbanitzades, el canvi social i tecnològic es fa a una velocitat diferent entre la població, de manera que els grups de més edat se situen en un horitzó personal i psicològic corresponent a formes anteriors de societat i de cultura, mentre que els joves, i sobretot els més joves, ja estan plenament immersos en la nova societat. Alhora, la vella societat i la nova s'imbriquen d'una manera indissoluble.

Per això en la nostra anàlisi de la dinàmica de la societat xarxa, per tal d'identificar-ne els processos propis amb més nitidesa, ens centrarem en aquest capítol en les pràctiques dels usuaris d'Internet. El nostre propòsit és entendre en quina mesura l'adopció i l'ús d'Internet, tant en intensitat com en els continguts d'aquest ús, estan relacionats amb l'estructura social i amb diferents dimensions de les pràctiques socials. Tanmateix, fins i tot els qui no participen de les formes organitzatives i de les pràctiques de la societat xarxa hi estan immersos, depenen de la seva dinàmica. Per tant, si bé la nostra anàlisi, a partir d'aquest punt, se centra en la població d'usuaris d'Internet, també relacionarem les pràctiques d'aquesta població d'usuaris amb les de la població en general, a fi d'establir l'efecte específic dels usos d'Internet en l'evolució social general.

Així, per exemple, l'anàlisi de la construcció de la identitat, tema central en el nostre estudi, requereix el tractament conjunt de tota la població, enfocant-ne subgrups, no tant segons l'ús que fan d'Internet com segons la intensitat de la seva pràctica identitària. L'estudi de la sociabilitat no es pot fer sense relacionar les xarxes socials de les persones en la seva vida amb les xarxes socials que es teixeixen o mantenen a Internet. De manera que, fins i tot mantenint com a enfocament prioritari l'observació dels usos d'Internet com a indicador de la pràctica de la societat xarxa, ens mourem lliurement en el conjunt de la població objecte de la nostra anàlisi, i hi definirem diferents grups, a fi de respondre a les preguntes de recerca que informen el nostre estudi.

Partint del coneixement general de la recerca internacional sobre la societat xarxa i sobre els usos socials d'Internet (Castells, 2001; Wellman i Haythornthwaite, 2002; Woolgar, 2002), hem identificat diverses grans àrees de recerca en les quals se centra la nostra anàlisi.

La primera és la relació entre l'estructura social i els usos d'Internet, i mira de determinar en quina mesura els usos esmentats varien segons les característiques demogràfiques, educatives, ocupacionals i de nivell econòmic de les persones.

La segona aborda el tema clàssic de la relació entre Internet i sociabilitat, i estudia en quina mesura els usos d'Internet intervenen en les formes de relació familiars, personals, d'amistat i de proximitat local que constitueixen les xarxes de sociabilitat.

La tercera part investiga la relació entre els projectes de les persones respecte als mateixos projectes i a la societat i l'ús d'Internet. Aquí es parteix de la hipòtesi, contrastada en alguns estudis internacionals, de la idoneïtat d'Internet com a instrument de construcció d'autonomia i de reforçament de projectes personals, individuals, col·lectius, professionals, sociopolítics; en resum, estudiem la pràctica d'Internet com a construcció d'autonomia del subjecte.

El quart eix de la nostra anàlisi situa Internet en l'univers més ampli de les pràctiques comunicatives i mira de definir la seva relació complexa amb altres mitjans de comunicació en l'experiència viscuda per les persones.

Finalment, analitzem un tema fonamental en general, i a Catalunya en particular, que és el del procés de construcció de la identitat, procurant de veure quina és l'autodefinició d'identitat i la dinàmica social diferencial de les pràctiques identitàries en les diverses dimensions en el context de la societat xarxa a Catalunya.

La metodologia seguida en aquesta anàlisi parteix del tractament estadístic de les dades de la nostra enquesta, agrupades segons variables construïdes a partir de les respostes de les preguntes del qüestionari d'enquesta i definides d'acord amb les nostres hipòtesis. Encara que en alguns casos hem utilitzat anàlisis de regressió múltiple i anàlisis factorial, en general hem optat per l'encreuament de variables (a vegades multivariat) a partir de taules de contingència ratificades per tests de significació, per una raó ben coneguda en la recerca social: moltes de les relacions analíticament més interessants no són lineals; per la qual cosa un tractament a partir de taules de contingència permet una interpretació més fina i diferenciada de les associacions entre variables. Presentem a l'annex metodològic la definició exacta de cada variable perquè els resultats puguin ser interpretats amb un coneixement precís del seu contingut empíric. Volem remarcar que, segons el raonament estadístic que es va presentar a l'apartat metodològic d'aquest informe, el tractament de la submostra de 1.039 usuaris d'Internet manté la representativitat de l'esmentada submostra respecte a la població de Catalunya, amb els marges d'error assenyalats i amb el nivell de significació establert a cada taula de

contingència (mai inferior a 0,05). Atès que ja hem presentat la distribució descriptiva de les freqüències a cada pregunta de l'enquesta en capítols anteriors d'aquest informe, en aquest apartat incloem només les taules i dades que es refereixen específicament a la nostra anàlisi.

Abans de passar a la presentació de l'esmentada anàlisi, dividida en cinc grans àrees temàtiques, explicarem la definició de les variables d'usos d'Internet el tractament de les quals és comú a les cinc àrees temàtiques, en la mesura que l'anàlisi de cada dimensió de la societat xarxa s'especifica respecte al paper que Internet té en les pràctiques socials de cada una d'aquestes dimensions.



## 5.2. Una tipologia d'usos d'Internet

Per analitzar la relació de l'estructura i pràctiques socials amb l'ús d'Internet hem mirat de sistematitzar la informació més rellevant obtinguda a partir de la nostra enquesta. En primer lloc, recordem que el percentatge d'usuaris d'Internet, amb qualsevol periodicitat, sobre el total de la mostra és del 34,6%, corresponent a 1.039 individus.

L'ús d'Internet a la llar depèn en bona mesura de l'equipament informàtic de la llar. Entre els usuaris d'Internet, el 87% tenen ordinador d'algun tipus a la llar i el 69,6% tenen connexió d'Internet a la llar. Això indica la importància de no restringir l'estudi dels usos d'Internet als usos des de la llar (cosa que es fa en molts estudis) perquè això deixaria fora del món d'Internet més del 30% dels usuaris. Entre els usuaris que tenen la connexió a Internet a la llar, un 17,3% en tenen d'alta velocitat.

La mesura de la intensitat d'usos l'hem fet de dues maneres. D'una banda, la mitjana setmanal de les hores passades a Internet. D'altra banda, l'ús diari d'Internet, a partir de la freqüència d'usos d'Internet a casa, la feina o el centre d'estudis. Les taules 5.2.1 i 5.2.2 mostren la distribució de la població d'usuaris d'Internet (comptabilitzant només els qui proporcionen l'esmentada informació) respecte a la periodicitat i intensitat de l'ús. És interessant fer notar que més de tres quartes parts dels usuaris d'Internet la utilitzen menys de 10 hores setmanals. En canvi, més de la meitat de la població d'usuaris que hem pogut enquestar sobre la periodicitat d'ús la utilitzen diàriament.

### 5.2.1. Hores setmanals totals a Internet (sense 0)

	N	Percentatge
D'1 a 10 hores	693	78,1%
D'11 a 20 hores	126	14,2%
De 21 a 30 hores	29	3,3%
De 31 a 40 hores	20	2,3%
De 41 a 50 hores	15	1,7%
Més de 50 hores	4	,5%
Total	887	100,0%

### 5.2.2. Periodicitat d'ús d'Internet a casa, a la feina o al centre de formació

	N	Percentatge vàlid	Percentatge acumulat
Ús diari d'Internet	491	54,4%	54,4%
Ús setmanal d'Internet	325	36,0%	90,5%
Ús mensual d'Internet	71	7,9%	98,3%
Ús anual d'Internet	15	1,7%	100,0%
Total	902	100,0%	

- a. Hi ha 137 usuaris que es connecten des d'altres llocs (centre de formació de cursos no reglats, a casa d'un amic o familiar, en un cibercafè o similar, en un centre públic, etc.).

Per diferenciar la pràctica social d'Internet, hem analitzat els usos declarats pels usuaris en 38 activitats possibles que els van ser sotmeses a consideració. Per tal d'incrementar la fiabilitat de la

dada les respostes es refereixen simplement a si es practica l'esmentada activitat per Internet o no. Com que la mateixa persona fa diferents coses, naturalment, les respostes per activitat no són excloents. Però ordenant les activitats per freqüències de respostes, obtenim un perfil dels usos més o menys estesos d'Internet segons el tipus d'activitat. Els percentatges són calculats sobre el total d'usuaris d'Internet des de qualsevol lloc. La taula 5.2.3 mostra, així, un ampli rang de variació des del 88,6% dels usuaris que utilitzen correu electrònic fins al 2,6% que utilitzen Internet per a organitzar les activitats dels nens.

**5.2.3. Distribució dels usuaris d'Internet segons els usos d'Internet (ordenats de més a menys freqüència de cada ús) (% sobre el total dels usuaris d'Internet). Utilitza Internet o el correu electrònic per a fer alguna de les coses següents:**

	Entrevistat usuari	
	N	Percentatge
Transmetre i rebre missatges de correu electrònic	921	88,6%
Navegar per Internet sense objectiu concret	597	57,5%
Consultar biblioteques, enciclopèdies, diccionaris, atles	547	52,6%
Buscar informació sobre viatges	483	46,5%
Baixar música de la xarxa	389	37,4%
Buscar informació sobre espectacles programats	380	36,6%
Buscar informació sobre serveis públics	378	36,4%
Buscar informació sobre la seva ciutat	375	36,1%
Participar en xats o newsgroups	367	35,3%
Assabentar-se de les notícies per la premsa general	356	34,3%
Trametre targetes de felicitació electròniques	312	30,0%
Arreglar o confirmar trobades amb els amics	311	29,9%
Baixar programes de la xarxa	300	28,9%
Buscar informació sobre oferta formativa	299	28,8%
Trametre fotos de vostè o de la família	265	25,5%
Buscar informació sobre la seva associació professional	247	23,8%
Realitzar operacions amb el seu banc	234	22,6%
Assabentar-se de les notícies esportives	232	22,3%
Contactar amb amics quan està desanimat	223	21,5%
Buscar informació sobre la seva salut o la de persones properes	204	19,6%
Jugar a videojocs per Internet	193	18,6%
Buscar feina	171	16,5%
Reservar viatges o allotjament o llogar un cotxe	166	16,0%
Treballar des de casa	135	13,0%
Comprar o reservar entrades per a espectacles	119	11,5%
Buscar receptes de cuina	116	11,2%
Comprar llibres o música	97	9,3%
Informació política/sindical	93	9,0%
Mirar pornografia	91	8,8%
Buscar pis	70	6,7%
Trucar per telèfon a través d'Internet	68	6,5%
Comprar altres coses	60	5,8%
Participar en cursos en línia	54	5,2%
Comprar productes informàtics	51	4,9%
Comprar productes d'alimentació i de neteja	43	4,1%
Buscar informació sobre gais i lesbianes	30	2,9%
Participar o comprar en una subhasta	28	2,7%
Organitzar les activitats dels nens	27	2,6%

a. Els % corresponen a les respostes afirmatives sobre el total dels que responen.

En la nostra anàlisi de les pràctiques socials d'Internet (que s'exposa als apartats següents) hem utilitzat aquesta diferenciació d'usos segons categories socials i actituds individuals per a establir la relació entre Internet i societat segons la seva inserció en la vida quotidiana de les persones.

A partir d'aquesta distribució de possibles usos d'Internet, els hem agrupat per àrees d'activitat a fi de poder fer una interpretació més sintètica dels usos d'Internet i, així, poder-los relacionar amb la diversitat social dels usuaris. La nostra tipologia qualitativa d'usos d'Internet es compon de les categories següents:

- Usos professionals
- Usos pràctics
- Compres
- Usos de sociabilitat
- Informació cultural i educativa
- Informació d'actualitat
- Informació política i sindical
- Oci
- Usos tecnològics

L'agrupació d'activitats efectuada per a cada un d'aquests tipus es presenta a l'annex a l'apartat corresponent a la construcció de variables.

A partir d'aquesta tipologia també hem construït un índex d'intensitat de la pràctica de cada ús, a fi de poder diferenciar no solament el perfil d'usos sinó també la intensitat de cada un dels usos respecte als altres segons les característiques de l'usuari.

#### 5.2.4 Usuaris d'Internet segons tipus d'ús d'Internet

##### a. Usos professionals

	N	Percentatge
No fa cap activitat d'usos professionals	489	47,1%
Com a mínim fa una activitat d'usos professionals	550	52,9%
Total	1039	100,0%

**b. Usos pràctics**

	N	Percentatge
No fa cap activitat d'usos pràctics	300	28,9%
Com a mínim fa una activitat d'usos pràctics	739	71,1%
Total	1039	100,0%

**c. Compres**

	N	Percentatge
No fa cap activitat de compres	737	70,9%
Com a mínim fa una activitat de compres	302	29,1%
Total	1039	100,0%

**d. Usos de sociabilitat**

	N	Percentatge
No fa cap activitat d'usos de sociabilitat	392	37,7%
Com a mínim fa una activitat d'usos de sociabilitat	647	62,3%
Total	1039	100,0%

**e. Informació cultural i educativa**

	N	Percentatge
No fa cap activitat d'informació cultural i educativa	492	47,4%
Com a mínim fa una activitat d'informació cultural i educativa	547	52,6%
Total	1039	100,0%

**f. Informació d'actualitat**

	N	Percentatge
No fa cap activitat d'informació d'actualitat	625	60,2%
Com a mínim fa una activitat d'informació d'actualitat	414	39,8%
Total	1039	100,0%



**g. Informació polític sindical**

	N	Percentatge
No fa cap activitat d'info. polític sindical	946	91,0%
Com a mínim fa una activitat d'info. polític sindical	93	9,0%
Total	1039	100,0%

**h. Oci**

	N	Percentatge
No fa cap activitat d'oci	203	19,5%
Com a mínim fa una activitat d'oci	836	80,5%
Total	1039	100,0%

**i. Usos tecnològics**

	N	Percentatge
No fa cap activitat d'usos tecnològics	701	67,5%
Com a mínim fa una activitat d'usos tecnològics	338	32,5%
Total	1039	100,0%

**5.2.5 Usuaris d'Internet segons tipus d'ús d'Internet i intensitat de cada tipus d'ús****a. Intensitat d'usos professionals**

	N	Percentatge
1 o 2	461	83,8%
3 o més	89	16,2%
Total	550	100,0%

**b. Intensitat d'usos pràctics**

	N	Percentatge
1 o 2	410	55,5%
3 o més	329	44,5%
Total	739	100,0%

**c. Intensitat de compres**

	N	Percentatge
1 o 2	230	76,2%
3 o més	72	23,8%
Total	302	100,0%

**d. Intensitat d'usos de sociabilitat**

	N	Percentatge
1 o 2	399	61,7%
3 o més	248	38,3%
Total	647	100,0%

**e. Intensitat d'informació d'actualitat**

	N	Percentatge
1	240	58,0%
2	174	42,0%
Total	414	100,0%

**f. Intensitat d'oci**

	N	Percentatge
1 o 2	537	68,1%
3 o més	251	31,9%
Total	788	100,0%

**g. Intensitat d'usos tecnològics**

	N	Percentatge
1	308	91,1%
2	30	8,9%
Total	338	100,0%

Les taules 5.2.4 i 5.2.5 presenten la distribució de la població d'usuaris segons aquesta tipologia qualitativa d'usos d'Internet. Tanmateix, la construcció d'aquesta tipologia té per principal objectiu l'anàlisi de la variació dels usos d'Internet segons la posició dels usuaris en l'estructura social i els projectes personals que tenen. Aquesta és l'anàlisi que presentem a continuació.

### 5.3. Estructura social de la difusió i usos d'Internet

Les pràctiques socials estan condicionades per la posició de les persones en l'estructura social. Aquest és el cas també per als usos d'Internet i per al fet d'ésser usuari d'Internet o no. Hem examinat, doncs, en quina mesura la situació en l'estructura social condiciona i modula els esmentats usos. Hem enfocat l'anàlisi a partir de la consideració de les variables més aparents que configuren una estructura social, variables sociodemogràfiques i socioeconòmiques, començant per l'edat i l'educació, que solen sobresortir en tots els estudis internacionals com a poderosos factors condicionants de l'accés a Internet i dels continguts del seu ús. Hi hem afegit altres variables fonamentals, com són el gènere, el nivell d'ingressos i l'ocupació professional: aquestes dues últimes variables són, en certa manera, indicadors de classe social. Procedim seqüencialment a una anàlisi de les principals relacions trobades entre aquestes cinc variables, d'una banda, i, d'una altra, l'ús d'Internet, la intensitat i els continguts d'aquest ús.

#### 5.3.1. L'edat a Internet: joventut tresor diví?

Es verifica la hipòtesi que associa l'ús i intensitat d'ús d'Internet a la joventut i que presenta matisos analíticament interessants que destacarem i interpretarem. Vegem, tanmateix, en primer lloc la tendència general:

E1. Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Edat de l'entrevistat (trams de 5 anys)

		Edat de l'entrevistat (trams de 5 anys)															Total
		15-19 anys	20-24 anys	25-29 anys	30-34 anys	35-39 anys	40-44 anys	45-49 anys	50-54 anys	55-59 anys	60-64 anys	65-69 anys	70-74 anys	75-79 anys	80-84 anys	85 anys o més	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat N	201	178	164	115	131	88	65	38	35	10	11	3				1039
	N %	72,8%	61,6%	59,9%	46,2%	44,4%	35,6%	29,1%	20,3%	17,2%	5,2%	5,4%	1,9%				34,6%
no usuari d'Internet	Entrevistat N	75	111	110	134	164	159	158	149	169	182	194	154	114	57	36	1966
	N %	27,2%	38,4%	40,1%	53,8%	55,6%	64,4%	70,9%	79,7%	82,8%	94,8%	94,6%	98,1%	100,0%	100,0%	100,0%	65,4%
Total	N	276	289	274	249	295	247	223	187	204	192	205	157	114	57	36	3005
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

#### Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	757,757 <sup>a</sup>	14	,000
Raó de versemblança	888,445	14	,000
Associació lineal per lineal	733,061	1	,000
N de casos vàlids	3005		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 12,45.

El contrast d'usos d'Internet per grups d'edat, tal com mostra la taula E1, és pronunciat i sistemàtic. Al grup més jove, entre 15 i 19 anys, el 71,7% en són usuaris i, entre 15 i 29 anys, en són el 63,3%, en contrast amb el 4,7% del grup entre 60 i 64 anys. En realitat, al grup d'edat de més de 50 anys només un 8,4% són usuaris d'Internet.

**E2. Mitjana d'hores a Internet (intervalls) \* Edat de l'entrevistat (trams de 5 anys)**

			Edat de l'entrevistat (trams de 5 anys)											Total	
			15-19 anys	20-24 anys	25-29 anys	30-34 anys	35-39 anys	40-44 anys	45-49 anys	50-54 anys	55-59 anys	60-64 anys	65-69 anys		70-74 anys
Mitjana d'hores a Internet (intervalls)	Baixa (0,1-2h)	N	65	50	37	30	38	26	10	13	15	3	4	1	292
		%	37,4%	32,5%	27,6%	32,3%	32,8%	32,9%	18,5%	39,4%	50,0%	33,3%	44,4%	50,0%	32,9%
	Mitjana (2,1-7h)	N	61	55	42	32	44	26	21	10	9	2	2	1	305
		%	35,1%	35,7%	31,3%	34,4%	37,9%	32,9%	38,9%	30,3%	30,0%	22,2%	22,2%	50,0%	34,4%
	Alta (7,1h o més)	N	48	49	55	31	34	27	23	10	6	4	3		290
		%	27,6%	31,8%	41,0%	33,3%	29,3%	34,2%	42,6%	30,3%	20,0%	44,4%	33,3%		32,7%
Total		N	174	154	134	93	116	79	54	33	30	9	9	2	887
		%	00,0%	100,0%	100,0%	00,0%	00,0%	00,0%	00,0%	00,0%	00,0%	100,0%	100,0%	00,0%	00,0%

**E3. Intensitat Internet a casa \* Edat de l'entrevistat (trams de 5 anys)**

			Edat de l'entrevistat (trams de 5 anys)											Total	
			15-19 anys	20-24 anys	25-29 anys	30-34 anys	35-39 anys	40-44 anys	45-49 anys	50-54 anys	55-59 anys	60-64 anys	65-69 anys		70-74 anys
Intensitat Internet a casa	Diàriament	N	64	51	45	20	38	24	15	5	5	2	3	1	273
		%	48,5%	44,7%	47,9%	29,0%	38,0%	32,4%	27,3%	19,2%	20,0%	28,6%	30,0%	33,3%	38,5%
	Setmanalment	N	56	48	38	37	48	37	28	10	12	3	5	2	324
		%	42,4%	42,1%	40,4%	53,6%	48,0%	50,0%	50,9%	38,5%	48,0%	42,9%	50,0%	66,7%	45,7%
	Mensualment	N	10	9	8	5	9	3	7	5	3	1	2		62
	%	7,6%	7,9%	8,5%	7,2%	9,0%	4,1%	12,7%	19,2%	12,0%	14,3%	20,0%		8,7%	
	Anualment o maN	N	2	6	3	7	5	10	5	6	5	1			50
		%	1,5%	5,3%	3,2%	10,1%	5,0%	13,5%	9,1%	23,1%	20,0%	14,3%			7,1%
Total		N	132	114	94	69	100	74	55	26	25	7	10	3	709
		%	100,0%	100,0%	00,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	00,0%	100,0%	00,0%	00,0%	00,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	59,737 <sup>a</sup>	33	,003
Raó de versemblança	57,533	33	,005
Associació lineal per lineal	29,398	1	,000
N de casos vàlids	709		

a. 19 caselles (39,6%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és ,21.

La relació entre l'edat i la intensitat d'ús d'Internet és, tanmateix, més complexa. Pel que veiem a la taula E2, mesurant la intensitat per hores setmanals, al nivell alt d'intensitat (7,01 hores o més) hi ha sobrerrepresentats els grups de 25 a 29 anys i, encara més, el grup de 45 a 49 anys. Encara més, si considerem el percentatge d'aquest darrer grup en el nivell baix d'intensitat (un 18,5%), és significativament inferior al d'usuaris de baixa intensitat dels altres grups d'edat. D'aquí es dedueix l'existència d'un grup d'internautes d'edat madura molt actius, expressió de grups professionals. També sembla que entre els usuaris més joves, el moment de més intensitat se situa en l'edat de començament de la vida activa dels grups professionals (25-29 anys). Aquesta professionalització dels usos d'Internet per a aquests dos grups sembla que es confirma si mirem els resultats de la taula E3, que mostren una disminució gradual de l'ús diari d'Internet a casa, de manera que el grup d'edat madura que apareixia en la intensitat setmanal d'Internet apareix amb un percentatge menor de l'ús diari d'Internet a casa. Tant en l'ús d'Internet com en el correu electrònic a casa hi ha una caiguda significativa de la intensitat en el grup entre 30 i 34 anys. Aquesta caiguda es deu a la seva major propensió a un ús setmanal, potser indicatiu d'un ús d'Internet en el context professional, que deixa la connexió a casa per a tasques menys professionals i més ocasionals. Efectivament, la freqüència de

l'ús diari d'Internet i de correu electrònic al lloc de treball i per motius de feina és molt més alta que els usos setmanals i mensuals.

**E4. Freqüència d'ús de correu electrònic a la feina per motius de treball (d,s,m,a o m) \* Edat de l'entrevistat (trams de 5 anys)**

		Edat de l'entrevistat (trams de 5 anys)											Total	
		15-19 anys	20-24 anys	25-29 anys	30-34 anys	35-39 anys	40-44 anys	45-49 anys	50-54 anys	55-59 anys	60-64 anys	65-69 anys		
Freqüència d'ús de correu electrònic a la feina per motius de treball (d,s,m,a o m)	Diàriament	N	4	27	57	47	45	40	34	17	18	5	1	295
		%	57,1%	64,3%	72,2%	70,1%	75,0%	66,7%	77,3%	65,4%	78,3%	83,3%	50,0%	70,9%
	Setmanalment	N	1	6	15	15	8	16	6	4	5	1	1	78
		%	14,3%	14,3%	19,0%	22,4%	13,3%	26,7%	13,6%	15,4%	21,7%	16,7%	50,0%	18,8%
	Mensualment	N		4	4	3	4	2	3	4				24
		%		9,5%	5,1%	4,5%	6,7%	3,3%	6,8%	15,4%				5,8%
	Anualment o mai	N	2	5	3	2	3	2	1	1				19
		%	28,6%	11,9%	3,8%	3,0%	5,0%	3,3%	2,3%	3,8%				4,6%
Total		N	7	42	79	67	60	60	44	26	23	6	2	416
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**E4a. Freqüència d'ús d'Internet a la feina per motius de treball (d,s,m,a o m) \* Edat de l'entrevistat (trams de 5 anys)**

		Edat de l'entrevistat (trams de 5 anys)											Total	
		15-19 anys	20-24 anys	25-29 anys	30-34 anys	35-39 anys	40-44 anys	45-49 anys	50-54 anys	55-59 anys	60-64 anys	65-69 anys		
Freqüència d'ús d'Internet a la feina per motius de treball (d,s,m,a o m)	Diàriament	N	3	27	55	43	41	31	27	15	14	4	1	261
		%	42,9%	64,3%	69,6%	65,2%	68,3%	52,5%	61,4%	57,7%	63,6%	66,7%	50,0%	63,2%
	Setmanalment	N	2	8	15	12	11	19	13	6	7	2	1	96
		%	28,6%	19,0%	19,0%	18,2%	18,3%	32,2%	29,5%	23,1%	31,8%	33,3%	50,0%	23,2%
	Mensualment	N		3	3	4	5	3	3	2	1			24
		%		7,1%	3,8%	6,1%	8,3%	5,1%	6,8%	7,7%	4,5%			5,8%
	Anualment o mai	N	2	4	6	7	3	6	1	3				32
		%	28,6%	9,5%	7,6%	10,6%	5,0%	10,2%	2,3%	11,5%				7,7%
Total		N	7	42	79	66	60	59	44	26	22	6	2	413
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Aquesta intensitat diària de l'ús professional inclou els grups d'edat entre 25 i 39 anys. El fenomen que s'observa, per tant, és un repartiment de la intensitat diària d'usos d'Internet entre la feina i casa per als grups més actius professionalment, mentre que els grups més joves tenen una intensitat diària més forta en la connexió des de casa.

La variació dels llocs de connexió mostra que l'ús tant des de cases d'amics i familiars i com des de centres de formació es concentra en els grups d'edat més joves. Ara bé, referent a la intensitat, mesurada per l'ús diari, al centre de formació, són els grups de 25 a 34 anys els que utilitzen més sovint Internet o correu electrònic diàriament. En altres paraules, els més joves utilitzen Internet diàriament des de casa i setmanalment des del centre de formació, indicació d'una intensitat d'ús relativament baixa en el sistema educatiu, en la mesura que parlem d'usuaris actius d'Internet.

Els diferents grups d'edat tenen patrons propis en l'ús d'Internet. Per simplificar l'anàlisi, hem diferenciat tres grups d'edat (15-29, 30-49 i 50 i més anys) que hem posat en relació amb les diferents pràctiques d'ús d'Internet. La pràctica majoritària (més d'un 88,6%), sense distinció significativa per edat, és el correu electrònic. Una altra pràctica freqüent, la consulta de biblioteques, enciclopèdies i diccionaris, es reparteix gairebé igual entre edats. Aquestes dues observacions juntes recorden el caràcter general d'Internet com a mitjà de comunicació (correu electrònic) i d'informació (consulta de bases de dades) per a tots els usuaris. Però altres activitats es diferencien clarament per grups

d'edat. Així, el 50,9% dels joves participen en xats, però només el 9,3% dels vells dels de més de 50 anys. En canvi, si bé la proporció de compra de productes informàtics és baixa per a tots, els de 50 anys i més compren significativament més que els d'edats més joves. I els més joves compren menys llibres i música que els de mitjana edat i avançada. En general, els joves compren menys en línia que els grans. També els grans utilitzen més Internet per a reservar viatges (més d'una cinquena part, en contrast amb un 13% dels joves). La diferència de poder adquisitiu no és l'única explicació d'aquests comportaments (encara que els grups d'edat avançada usuaris d'Internet tenen un poder adquisitiu alt). Aquí insinuem la hipòtesi de l'ús jove d'Internet com un mitjà lliure de pagament (per exemple, en els productes informàtics i en la música). En efecte, el 50,9% dels joves baixen música de la xarxa (enfront d'un 14,4% dels de més de 50 anys) i el 24,9% dels de mitjana edat.

Els joves treballen menys des de casa per mitjà d'Internet, mentre que ho fan un 18,4% i un 17,5% dels grups de més edat, de manera que es confirma la presència d'un grup madur usuari actiu d'Internet per raons professionals. També és aquest grup de mitjana edat el que utilitza molt més Internet per a informar-se sobre la seva associació professional (un 31,9% enfront d'un 18,7% i un 19,6% dels altres grups). Els joves també utilitzen Internet professionalment, però adaptada a les seves necessitats: un 22,5% la utilitzen per a buscar feina, gairebé el doble del que fan els de mitjana edat. També la utilitzen més que els altres grups per a informar-se de l'oferta formativa. Igualment els joves la utilitzen més per a buscar pis (encara en una minoria dels casos: un 7,4%). La proporció dels qui fan cursos en línia és significativament més alta entre els grups de mitjana edat, cosa que confirma el paper de la formació virtual en el reciclatge de les persones ja integrades en l'activitat laboral. També és el grup de mitjana edat el que llegeix més la premsa per Internet.

Els usos lúdics són significativament més pronunciats entre els joves: el 29% practiquen videojocs per Internet (enfront del 7,5% i 6,2% dels grans), el 35,9% envien felicitacions electròniques, el 29,9% transmeten fotos de família (en contrast amb només el 14,4% dels de més edat, que sembla que són receptors més que no pas emissors d'imatges familiars).

El 9,8% de joves declaren que miren pornografia, enfront del 8,8% dels de mitjana edat i el 3,1% dels grans.

Un tret característic de l'ús d'Internet per part dels de més de 50 anys és que la utilitzen més sovint que els altres per a buscar informació política i sindical: un 18,6% dels grans, en contrast amb el 6,1% dels joves, cosa que subratlla el desfasament de politització (almenys en els termes tradicionals) entre generacions.

Els joves utilitzen menys Internet per a buscar informació sobre la seva ciutat (potser tenen un espai propi, construït entorn de la seva pràctica personal, que té els seus propis sistemes d'informació?). Igualment, els joves utilitzen significativament menys Internet per a informar-se sobre serveis públics.

La utilització d'Internet com a mitjà de sociabilitat ofereix un contrast molt interessant entre els grups d'edat. Els joves utilitzen Internet en una proporció molt més alta (41,3%) per a organitzar trobades amb els amics, i aquesta proporció disminueix amb l'edat (fins al 9,3% dels de més de 50 anys). A aquest ús en línia de la sociabilitat fora de línia, s'hi afegeix l'ús d'Internet per a reconfortar-se amb amics quan s'està desanimat, pràctica que declaren el 31,3% dels joves, però que només veiem en el 12,1% dels de mitjana edat i en el 6,2% dels grans. Sembla que som davant d'una transformació del model de sociabilitat, però no pas en el sentit de substitució sinó en el d'addició entre la sociabilitat en línia i la fora de línia a partir d'una familiaritat més gran amb els usos socials del nou mitjà de comunicació.

Són sobretot els joves els qui naveguen per Internet sense un objectiu concret (el 68,8% del seu grup d'edat), en una activitat d'exploració que correspon a una cultura de cerca al principi de la vida, encara que una proporció alta dels grans (46,4% i 41,2%) també practiquen la deriva.

Hi ha una pràctica específica del grup de més de 50 anys? Un principi de resposta pot emergir de l'observació dels pocs casos en què la freqüència d'ús és superior a la dels altres grups d'edat. Es tracta en primer lloc de compres a Internet, d'informàtica, de llibres i música, d'"altres coses" (recordem-ho, sempre amb freqüències baixes sobre el total, entre el 7% i el 12% del seu grup d'edat). Així mateix, tenen una freqüència més alta en la reserva de viatges i en les trucades telefòniques per mitjà d'Internet. En canvi, en contra del que es podia esperar, la utilització que en fan per a informar-se sobre temes de salut és més alta que entre els joves però inferior a la del grup de mitjana edat. Com que tampoc no són particularment actius en les fotos de família o en l'organització de la sociabilitat mitjançant Internet, es pot formular la hipòtesi que per al grup d'edat més avançada Internet és preferentment un mitjà de consum. Incidentalment, si aquest fos el cas, tota l'estratègia publicitària de les *puntcom* centrada en la població jove seria errada, ja que, si bé són els joves els principals usuaris d'Internet, també sembla que són els menys disposats a pagar-la, a diferència dels grans, dòcilment instal·lats en la societat de consum i amb prou poder adquisitiu (entre el grup d'usuaris d'Internet) per a deixar-se portar per la seducció d'un nou model de consum. Ara bé, l'altra pràctica significativament més difosa entre el grup de més de 50 anys és la de la cerca d'informació política i sindical. Això sembla reflectir un nivell més alt de politització heretat de l'experiència en els anys joves, que a Catalunya van ser d'alta tensió política. Contradicció possible entre consumisme i curiositat política? No necessàriament.

L'anàlisi de la influència de l'edat sobre els usos d'Internet mostra, doncs, clarament la influència positiva de l'edat sobre la freqüència i intensitat dels usos d'Internet. Atesa la novetat d'Internet com a mitjà de comunicació i d'informació en la societat catalana, són naturalment els més joves els més oberts a fer-la servir, els més capaços d'utilitzar-ne les múltiples possibilitats. I, com més s'eleva l'edat, més es dificulta la familiaritat amb el mitjà i més difícil es fa la seva pràctica, de manera que disminueix tant la freqüència d'ús com la intensitat d'aquest ús. Tanmateix, alguns grups d'edat madura també són usuaris actius a partir d'un cert nivell social, sobretot per a usos professionals i

instrumentals de l'organització de la seva vida. També són aquests grups de mitjana edat i avançada els que sembla que són millors clients que els joves amb relació al comerç a Internet, però sempre en percentatges molt limitats. Hi ha clarament una cultura jove emergent, en què els usos lúdics, exploratoris i de sociabilitat són més importants que els usos instrumentals. Les diferències generacionals entre cultura del treball (corresponent a les edats mitjanes) i cultura de la sociabilitat (corresponent als joves) sembla que es confirmen en els usos d'Internet. Finalment, el grup d'usuaris de més edat també sembla configurar Internet entorn del seu propi model de pràctica social, feta alhora d'una cultura impregnada del que eren els seus valors formatius (curiositat per la societat, no solament en la informació política sinó també en la consulta d'informació de biblioteques i enciclopèdies) i d'una certa atracció pel consum de béns i serveis en arribar a una etapa de la vida en què s'ho poden permetre.

Per a aprofundir en aquesta anàlisi hem encreuat la variable edat, dividida en tres grups d'edat, amb la tipologia qualitativa d'usos d'Internet. Els resultats, que resumim a continuació, són força concloents. Es presenten taules seleccionades al final de la secció.

En primer lloc, la freqüència d'usos segons l'edat és correlativa amb la diferència d'intensitat de cada ús. Això vol dir que les associacions obtingudes són coherents. També implica que el nostre comentari analític es refereix tant a la freqüència de l'ús com a la intensitat de l'ús. Les associacions que exposem són totes estadísticament significatives. Sobre la base d'aquestes dades podem veure tres perfils d'usos d'Internet clarament diferenciats per edat:

Els joves (de 15 a 29 anys) utilitzen Internet molt més que els altres grups per a sociabilitat i per a oci, menys per a usos pràctics, menys per a comprar i molt menys per a informació política i sindical (només un 6,1% enfront del 18,6% dels més grans de 50 anys).

Els de mitjana edat (de 30 a 49 anys) tenen usos professionals més freqüents que no pas els altres, molt més ús pràctic i busquen informació d'actualitat més freqüentment.

Els grans (més de 50 anys) la utilitzen menys per a usos professionals, molt menys per a usos tecnològics i també molt menys pel que fa a sociabilitat (això desmenteix el mite dels grans atrets a Internet per a comunicar-se amb família i amics: en el context català, com es demostra més endavant, agrada més "tocar" la família que no pas comunicar-s'hi per Internet). Se situen en un nivell mitjà en els usos pràctics. Encara que la utilitzen sovint per a oci, ho fan menys que els altres grups. Les seves pràctiques diferencials consisteixen en el fet de ser el grup més comprador i, encara que poc freqüentment, són els que s'interessen més per la informació política i sindical. Els altres usos no es diferencien per edat.

Així, doncs, els joves utilitzen Internet sobretot per al que els motiva personalment: la seva sociabilitat, els seus gustos diversos d'oci. Els de mitjana edat estan en la vida pràctica i d'informació i



s'interessen per la informació general. Els grans són els més consumistes (compres) i, en una minoria, els que veuen en Internet un instrument per a informar-se sobre el món polític i sindical, potser una cultura d'altres temps que els joves no sembla que comparteixin.

### 5.3.1a Usos pràctics \* Edat de l'entrevistat (3 intervals)

			Edat de l'entrevistat (3 intervals)			Total
			De 15 a 29	De 30 a 49	50 o més	
Usos pràctics	No fa cap activitat d'usos pràctics	N	194	77	29	300
		%	35,7%	19,3%	29,9%	28,9%
	Com a mínim fa una activitat d'usos pràctics	N	349	322	68	739
		%	64,3%	80,7%	70,1%	71,1%
Total		N	543	399	97	1039
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

#### Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	30,283% <sup>a</sup>	2	,000%
Raó de versemblança	31,254%	2	,000%
Associació lineal per lineal	14,229%	1	,000%
N de casos vàlids	1039		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 28,01.

### 5.3.1b Compres \* Edat de l'entrevistat (3 intervals)

			Edat de l'entrevistat (3 intervals)			Total
			De 15 a 29	De 30 a 49	50 o més	
Compres	No fa cap activitat de compres	N	411	265	61	737
		%	75,7%	66,4%	62,9%	70,9%
	Com a mínim fa una activitat de compres	N	132	134	36	302
		%	24,3%	33,6%	37,1%	29,1%
Total		N	543	399	97	1039
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

#### Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	12,956 <sup>a</sup>	2	,002%
Raó de versemblança	12,920	2	,002%
Associació lineal per lineal	12,222	1	,000%
N de casos vàlids	1039		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 28,19.

**5.3.1c Usos de sociabilitat \* Edat de l'entrevistat (3 intervals)**

			Edat de l'entrevistat (3 intervals)			Total
			De 15 a 29	De 30 a 49	50 o més	
Usos de sociabilitat	No fa cap activitat d'usos de sociabilitat	N %	142 26,2%	189 47,4%	61 62,9%	392 37,7%
	Com a mínim fa una activitat d'usos de sociabilitat	N %	401 73,8%	210 52,6%	36 37,1%	647 62,3%
Total		N %	543 100,0%	399 100,0%	97 100,0%	1039 100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	72,893% <sup>a</sup>	2	,000%
Raó de versemblança	73,103%	2	,000%
Associació lineal per lineal	72,200%	1	,000%
N de casos vàlids	1039		

<sup>a</sup>. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 36,60.

**5.3.1d Informació política o sindical \* Edat de l'entrevistat (3 intervals)**

			Edat de l'entrevistat (3 intervals)			Total
			De 15 a 29	De 30 a 49	50 o més	
Informació política o sindical	No fa cap activitat d'informació política o sindical	N %	510 93,9%	357 89,5%	79 81,4%	946 91,0%
	Com a mínim fa una activitat d'informació política o sindical	N %	33 6,1%	42 10,5%	18 18,6%	93 9,0%
Total		N %	543 100,0%	399 100,0%	97 100,0%	1039 100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	17,699% <sup>a</sup>	2	,000%
Raó de versemblança	15,927%	2	,000%
Associació lineal per lineal	16,973%	1	,000%
N de casos vàlids	1039		

<sup>a</sup>. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 8,68.

**5.3.1e Oci \* Edat de l'entrevistat (3 intervals)**

			Edat de l'entrevistat (3 intervals)			Total
			De 15 a 29	De 30 a 49	50 o més	
Oci	No fa cap activitat d'oci	N	68	98	37	203
		%	12,5%	24,6%	38,1%	19,5%
	Com a mínim fa una activitat d'oci	N	475	301	60	836
		%	87,5%	75,4%	61,9%	80,5%
Total	N		543	399	97	1039
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	44,763% <sup>a</sup>	2	,000%
Raó de versemblança	42,908%	2	,000%
Associació lineal per lineal	44,652%	1	,000%
N de casos vàlids	1039		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 18,95.

**5.3.1f Usos tecnològics \* Edat de l'entrevistat (3 intervals)**

			Edat de l'entrevistat (3 intervals)			Total
			De 15 a 29	De 30 a 49	50 o més	
Usos tecnològics	No fa cap activitat d'usos tecnològics	N	352	273	76	701
		%	64,8%	68,4%	78,4%	67,5%
	Com a mínim fa una activitat d'usos tecnològics	N	191	126	21	338
		%	35,2%	31,6%	21,6%	32,5%
Total	N		543	399	97	1039
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	7,127% <sup>a</sup>	2	,028%
Raó de versemblança	7,497%	2	,024%
Associació lineal per lineal	6,297%	1	,012%
N de casos vàlids	1039		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 31,56.

**5.3.1g Usos professionals \* Nivell educatiu**

			Nivell educatiu				Total
			Primària i menys	Secundària finalitzada	Estudiants	Estudis superiors finalitzats	
Usos professionals	No fa cap activitat d'usos professionals	N %	198 63,5%	134 48,7%	67 39,0%	90 32,4%	489 47,2%
	Com a mínim fa una activitat d'usos professionals	N %	114 36,5%	141 51,3%	105 61,0%	188 67,6%	548 52,8%
Total		N %	312 100,0%	275 100,0%	172 100,0%	278 100,0%	1037 100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	62,581 <sup>a</sup>	3	,000
Raó de versemblança	63,482	3	,000
Associació lineal per lineal	62,358	1	,000
N de casos vàlids	1037		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 81,11.

**5.3.1h Informació d'actualitat \* Nivell educatiu**

			Nivell educatiu				Total
			Primària i menys	Secundària finalitzada	Estudiants	Estudis superiors finalitzats	
Informació d'actualitat	No fa cap activitat d'informació d'actualitat	N %	198 63,5%	165 60,0%	101 58,7%	161 57,9%	625 60,3%
	Com a mínim fa una activitat d'informació d'actualitat	N %	114 36,5%	110 40,0%	71 41,3%	117 42,1%	412 39,7%
Total		N %	312 100,0%	275 100,0%	172 100,0%	278 100,0%	1037 100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	2,153 <sup>a</sup>	3	,541
Raó de versemblança	2,161	3	,540
Associació lineal per lineal	2,106	1	,147
N de casos vàlids	1037		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 68,34.

L'edat és una característica cultural, que condensa en les persones la seva pràctica de vida per mitjà de la sedimentació d'experiència en capes successives. I el condicionant cultural dels usos d'Internet

fa d'aquesta l'expressió comunicativa i informativa dels valors encarnats en aquests grups d'edat, individualment diferents però sociològicament agregats.

### 5.3.2. Els efectes diferencials de l'educació en la pràctica d'Internet

L'educació es considera generalment, juntament amb l'edat, la característica més important condicionant de l'ús d'Internet. Les nostres dades ho confirmen. Per a fer la nostra anàlisi, a més de diferències per nivells d'educació, hem agrupat en una categoria especial els estudiants, perquè són un grup particularment propens a l'ús d'Internet. S'ha de fer notar, pel que fa a la interpretació, que dels 185 estudiants de la nostra mostra, 26 són de secundària i formació professional; la resta universitaris.

**Ed1 Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Nivell educatiu**

			Nivell educatiu				Total
			Primària i menys	Secundària acabada	Estudiants	Estudis superiors acabats	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	312	275	172	278	1037
		%	16,7%	46,8%	93,0%	77,4%	34,6%
	Entrevistat no usuari	N	1557	313	13	81	1964
		%	83,3%	53,2%	7,0%	22,6%	65,4%
Total		N	1869	588	185	359	3001
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La taula Ed1 mostra l'alta correlació entre nivell d'educació i ús d'Internet, i també la difusió molt més gran (de fet gairebé universal) de l'ús d'Internet entre els estudiants (un 93% en són usuaris). És més, a nivell baix d'educació (primària o menys) l'ús no supera el 16,7%, en contrast amb un 77,4% dels que tenen nivell d'educació superior i un 46,8% dels que tenen la secundària completa i no són estudiants. La famosa bretxa digital és, primer de tot, una bretxa educativa. La diferència d'intensitat segons nivells d'educació és menor, tal com es pot veure a la taula Ed2.

**Ed2 Mitjana d'hores a Internet (interval) \* Nivell educatiu**

			Nivell educatiu				Total
			Primària i menys	Secundària finalitzada	Estudiants	Estudis superiors finalitzats	
Mitjana d'hores a Internet (interval)	Baixa (0,1-2h)	N	99	71	45	76	291
		%	38,7%	31,0%	28,5%	31,4%	32,9%
	Mitjana (2,1-7h)	N	82	82	57	84	305
	%	32,0%	35,8%	36,1%	34,7%	34,5%	
	Alta (7,1 o més)	N	75	76	56	82	289
	%	29,3%	33,2%	35,4%	33,9%	32,7%	
Total		N	256	229	158	242	885
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Són els estudiants els que tenen més intensitat en l'ús d'Internet, mentre que el nivell baix d'educació va associat a un ús menys intens. És a dir, l'educació actua sobretot com una alta barrera d'entrada. Una vegada superada, influeix menys en la intensitat de l'ús d'Internet, si bé es continua veient l'efecte negatiu del baix nivell d'educació superior sobre aquesta intensitat d'ús. També s'observa que la intensitat més gran d'usos correspon al grup d'estudiants, per la qual cosa es pot afirmar l'existència d'una generació d'internautes en germen, a mesura que aquests estudiants acabin els estudis i noves cohorts d'estudiants també passin a augmentar el grup d'usuaris d'Internet i d'usuaris amb més intensitat que els altres.

L'anàlisi de la periodicitat de l'ús d'Internet ofereix també una visió més complexa de l'efecte de l'educació (taula Ed 3).

**Ed3 Periodicitat d'ús d'Internet a casa, a la feina o al centre de formació \* Nivell educatiu**

			Nivell educatiu				Total
			Primària i menys	Secundària acabada	Estudiants	Estudis superiors acabats	
Periodicitat d'ús d'Internet a casa, a la feina o al centre de formació	Ús diari d'Internet	N %	119 46,1%	133 58,1%	86 53,4%	151 59,7%	489 54,3%
	Ús setmanal d'Internet	N %	110 42,6%	68 29,7%	62 38,5%	85 33,6%	325 36,1%
	Ús mensual d'Internet	N %	22 8,5%	24 10,5%	13 8,1%	13 5,1%	72 8,0%
	Ús anual d'Internet	N %	7 2,7%	4 1,7%		4 1,6%	15 1,7%
Total		N %	258 100,0%	229 100,0%	161 100,0%	253 100,0%	901 100,0%

La freqüència d'ús diari entre els usuaris és significativament menor entre els de nivell educatiu més baix, mentre que els de nivell superior tenen la freqüència més alta. Però no gaire més alta que els de nivell secundari, que superen en freqüència d'ús diari els estudiants. Això es deu probablement al fet que la majoria de la població ocupada en treballs de processament d'informació, en què s'utilitza Internet diàriament, no té estudis superiors. D'altra banda, encara que els estudiants tenen més capacitat d'ús d'Internet, probablement hi tenen menys facilitat d'accés, fora que en tinguin a casa seva (que no és el cas del 33,5% dels estudiants), perquè, com se sap, a molts centres d'estudis de Catalunya la possibilitat d'accés diari a Internet és limitada.

El nivell d'educació especifica qualitativament els usos d'Internet. El que apareix clarament és que una proporció substancial o majoritària de les persones d'educació superior han integrat Internet en una àmplia gamma d'activitats de la seva vida. Concretament, a part d'utilitzar correu electrònic en un 94,2% dels casos, el 56,8% consulta biblioteques i diccionaris, el 40,3% llegeix la premsa, el 31,3% fa operacions bancàries, el 59,4% busca informació sobre viatges i el 25,3% en fa les reserves, el 42,4% busca informació sobre espectacles, el 51,4% busca informació sobre serveis públics, el 43,9% busca

informació sobre la seva ciutat, el 40,4% busca informació sobre oferta formativa, el 41,5% busca informació sobre la seva associació professional, el 27,7% baixa programari lliure de la xarxa, el 17,3% busca feina per Internet, el 22,8% treballa parcialment des de casa i el 22,4% busca informació sobre la seva salut. A més, encara que comprar per Internet llibres, música i altres productes és molt minoritari, és significativament més alt entre els més formats que entre la població en general. És a dir, el grup d'educació superior integra ràpidament Internet com un instrument de gestió de la seva vida en gairebé totes les facetes, especialment en les que es refereixen a usos professionals i de serveis. Però no en totes: diversió, comunicació i apropiació lliure de música no són pràctiques freqüents entre els més formats. En contrast amb aquest grup, el grup de menys educació format en més de dues terceres parts per persones entre 15 i 29 anys té una pràctica d'Internet molt diferent. És a dir, el 57,6% participen en xats o grups de discussió (*newsgroups*), enfront de només un 17,6% dels d'educació superior; el 33,4% practiquen videojocs en línia (enfront d'un 6,5% dels més formats); el 65,9% naveguen sense objectiu concret (en contrast amb un 46,8% dels d'educació superior); el 46,6% baixen música lliure de la xarxa, enfront només d'un 25,3% dels més formats, i el 27,7% es posen en contacte per Internet amb amics, enfront d'un 18,7% dels més formats. Hi ha un àmbit de pràctica social en què tots dos grups es troben: el d'utilització de la xarxa per a formes de sociabilitat, mitjançant tramesa de felicitacions o fotos de família, i quedar amb els amics. També es troben en el gust pel programari lliure, l'apropriació del qual des de la xarxa té una importància semblant per als menys formats.

Analitzant l'efecte del nivell educatiu sobre la tipologia qualitativa d'usos d'Internet que definim, veiem una associació altament significativa entre el nivell d'estudis superiors i els usos professionals d'Internet (taula Ed4). Pel que fa als usos pràctics, els de menys nivell educatiu tenen una freqüència significativament més baixa que els altres grups (56,1% enfront del percentatge de la població d'usuaris del 71,1%). El nivell d'educació inferior també té una freqüència molt menor en els usos d'Internet per a comprar (tal com figura a la taula Ed5, 22,1% enfront del 36% dels d'educació superior). Però, en canvi, els usos de sociabilitat més freqüents es donen entre els de nivell educatiu inferior i entre els estudiants, en contrast marcat amb els grups mitjà i superior. L'activitat cultural i educativa és significativament més alta entre els estudiants, probablement per cerques d'informació relacionades amb els seus estudis, mentre que no diferencia clarament els de nivell educatiu més alt i més baix. La cerca d'informació política i sindical és significativament més freqüent en el grup d'usuaris d'estudis. En l'oci, són els estudiants i els de nivell educatiu més baix els qui tenen freqüències més altes (89% i 83% en contrast amb el 76,4% dels grups mitjans i el 76,3% dels superiors). Finalment, pel que fa als usos tecnològics, són els estudiants els qui presenten una freqüència d'ús molt més alta que els altres (41,3% enfront d'un 32,4% de percentatge per al total d'usuaris).

**Ed4 Usos professionals \* Nivell educatiu**

			Nivell educatiu				Total
			Primària i menys	Secundària acabada	Estudiants	Estudis superiors acabats	
Usos professionals	No fa cap activitat d'usos professionals	N %	198 63,5%	134 48,7%	67 39,0%	90 32,4%	489 47,2%
	Com a mínim fa una activitat d'usos professionals	N %	114 36,5%	141 51,3%	105 61,0%	188 67,6%	548 52,8%
Total		N %	312 100,0%	275 100,0%	172 100,0%	278 100,0%	1037 100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	62,581% <sup>a</sup>	3	,000%
Raó de versemblança	63,482%	3	,000%
Associació lineal per lineal	62,358%	1	,000%
N de casos vàlids	1037		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 81,11.

**Ed5 Compres \* Nivell educatiu**

			Nivell educatiu				Total
			Primària i menys	Secundària acabada	Estudiants	Estudis superiors acabats	
Compres	No fa cap activitat de compres	N %	243 77,9%	185 67,3%	131 76,2%	178 64,0%	737 71,1%
	Com a mínim fa una activitat de compres	N %	69 22,1%	90 32,7%	41 23,8%	100 36,0%	300 28,9%
Total		N %	312 100,0%	275 100,0%	172 100,0%	278 100,0%	1037 100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	17,849% <sup>a</sup>	3	,000%
Raó de versemblança	17,995%	3	,000%
Associació lineal per lineal	10,245%	1	,001%
N de casos vàlids	1037		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 49,76.

Atesa la significació social del grup d'estudiants, com a projecció de futur de la societat xarxa a Catalunya, detinguem-nos en els seus patrons de comportament. No participen en xats tant com els de menys nivell educatiu, però sí que ho fan molt més que no pas els de nivell d'estudis mitjà o



superior (la seva freqüència de xats és del 40,7%, en contrast amb el 57,6% dels d'estudis primaris i el 17,6% dels d'estudis superiors). També s'acosten al grup de baixa educació en l'alta freqüència de navegar per Internet sense rumb fix (el 65,7% dels estudiants i el 65,9% dels que com a molt tenen primària) i en la freqüència de videojocs a Internet (el 20,3%, en contrast amb el 6,5% dels d'estudis superiors). La seva freqüència de comprar per Internet és molt baixa en general, però varia amb els productes: és més alta en llibres i música, més baixa en alimentació, i se situa en un terme mitjà entre el nivell d'estudis superiors i el nivell d'estudis primaris. Fan menys operacions bancàries que els grups mitjans o superiors i també treballen menys que aquests grups des de casa. En canvi, la seva freqüència d'ús d'Internet per a buscar feina és significativament més elevada que la dels altres grups i la freqüència de cursos en línia també és la més alta de la mostra (un 8,2% enfront d'un 5,2% de la mostra en general). El grup estudiantil és el que baixa música de la xarxa amb més fruïció (un 50,3%, enfront del 37,5% general) i també és el que transmet fotos amb més freqüència. Els estudiants tenen, igualats amb els de nivell d'estudis mitjà, la freqüència més alta de mirar pornografia (11,6% dels estudiants i 11,7% dels qui tenen la secundària finalitzada). I, lògicament, són els qui utilitzen més Internet per a buscar ofertes formatives (un 41,3% de freqüència) i per a consultar biblioteques i enciclopèdies (64%), i estan entre els qui la utilitzen més per a informar-se sobre viatges. En canvi, els preocupa poc la informació sobre salut i, menys que als altres, la informació sobre la seva ciutat i sobre serveis públics. És interessant la diferència altament significativa de la seva alta freqüència, en relació amb els altres grups, en l'ús d'Internet per a posar-se en contacte amb amics en casos de desànim (el 30,8% enfront del 21,4% de la mostra en general).

Els estudiants es presenten, així, com una cultura específica en l'ús d'Internet, però potser una cultura en transició. Són el grup més procliu a usar Internet i el més actiu en el seu ús. Aquests usos es concentren, d'una banda, en els aspectes més instrumentals de la vida de l'estudiant, especialment en l'oferta formativa i en la cerca de feina. Però, d'altra banda, s'acosten a l'ús lúdic i d'exploració dels grups joves, i també a l'ús comunicatiu en cas de solitud. És possible que la concreció instrumental de l'ús d'Internet canviï amb el temps i que els usos lúdics es vagin diluint amb la vida adulta en una pràctica més diversificada en les persones que avui són estudiants. Tanmateix, en la mesura que la població estudiantil constitueix un grup important de la nostra societat i un grup obert a l'ús de les tecnologies de xarxa, aquesta cultura de transició, feta d'una barreja de valors, interessos i desigs característica de la vida estudiantil, es pot configurar com una de les cultures específiques de la societat xarxa.

En aquest sentit les pràctiques d'Internet del grup estudiantil no són solament una expressió de l'efecte de l'educació, sinó també la manifestació d'un model cultural lligat a una fase singular del cicle de vida.

### 5.3.3. Internet i gènere: el patriarcat en transició

Les diferències de gènere, tant socials com culturals, són un dels trets definitoris de l'estructura social i, per tant, també es manifesten en els usos d'Internet. A la majoria dels països (però no pas en aquells en què l'ús d'Internet és més difós, com Amèrica del Nord o Escandinàvia), els homes són usuaris d'Internet en una proporció més alta que les dones. També es dona aquest cas entre la població de la nostra enquesta: entre els homes hi ha un 54,4% d'usuaris, mentre que entre les dones el percentatge d'usuàries és del 45,6%.

**G1. Gènere de l'entrevistat \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet**

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat usuari	Entrevistat no usuari	
Gènere de l'entrevistat	Home	N	565	885	1450
		%	54,4%	45,0%	48,3%
	Dona	N	474	1081	1555
		%	45,6%	55,0%	51,7%
Total	N		1039	1966	3005
	%		100,0%	100,0%	100,0%

El desfasament, tanmateix, varia amb l'edat, però no varia linealment. Els homes tenen més freqüència d'ús que les dones en dos dels tres trams d'edat definits a la taula G1a i el desfasament és particularment acusat en els més grans de 50 anys (13,3% d'usuaris enfront de 4,3% d'usuàries). Però les dones utilitzen Internet amb més freqüència que els homes en un grup d'edat decisiu pel que fa a tendència social: el grup entre 15 i 29 anys, que inclou els estudiants universitaris i el sector jove de la força de treball (67% d'usuàries enfront de 62,5% d'usuaris en aquest grup d'edat). Això vol dir que la tendència canvia i que, a mesura que es difon Internet i les generacions joves ocupen el seu lloc en l'economia i la societat, la bretxa de gènere en termes quantitius s'hauria de reduir o fins i tot desaparèixer, tal com ha passat a Amèrica del Nord o a Escandinàvia.

**G1a. Edat de l'entrevistat (3 intervals) \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Gènere de l'entrevistat**

Gènere de l'entrevistat				Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
				Entrevistat usuari	Entrevistat no usuari	
Home	Edat de l'entrevistat (3 intervals)	De 15 a 29	N	263	158	421
			%	62,5%	37,5%	100,0%
		De 30 a 49	N	232	269	501
		%	46,3%	53,7%	100,0%	
	50 o més	N	70	458	528	
	%	13,3%	86,7%	100,0%		
	Total		N	565	885	1450
			%	39,0%	61,0%	100,0%
Dona	Edat de l'entrevistat (3 intervals)	De 15 a 29	N	280	138	418
			%	67,0%	33,0%	100,0%
		De 30 a 49	N	167	346	513
		%	32,6%	67,4%	100,0%	
	50 o més	N	27	597	624	
	%	4,3%	95,7%	100,0%		
	Total		N	474	1081	1555
			%	30,5%	69,5%	100,0%

Entre els usuaris d'Internet, els homes la utilitzen significativament més que les dones quant a hores setmanals (vegeu la taula G2).

**G2. Mitjana d'hores a Internet (interval) \* Gènere de l'entrevistat**

			Gènere de l'entrevistat		Total
			Home	Dona	
Mitjana d'hores a Internet (interval)	Baixa (0,1-2h)	N	139	153	292
		%	27,9%	39,3%	32,9%
	Mitjana (2,1-7h)	N	167	138	305
		%	33,5%	35,5%	34,4%
	Alta (7,1h o més)	N	192	98	290
		%	38,6%	25,2%	32,7%
Total		N	498	389	887
		%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	20,817 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	21,031	2	,000
Associació lineal per lineal	20,418	1	,000
N de casos vàlids	887		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 127,18.

Així mateix la freqüència de l'ús diari del correu electrònic i d'Internet a casa per part de les dones és inferior a la dels homes. També es produeix aquest desfasament, en una mesura semblant, en els usos des del centre d'estudis. Hem mirat de controlar aquesta diferència en intensitat d'usos per l'edat dels internautes, tenint en compte que entre els de vint anys desapareix la diferència d'accés a Internet entre homes i dones. Tanmateix, no és aquest el cas quan analitzem la intensitat d'ús per hores setmanals, segons sexe i edat. La taula G3 mostra com en tots els grups d'edat analitzats el percentatge de dones en el nivell d'ús més intens se situa molt per darrere del dels homes. La divisió digital de gènere a Catalunya es continua reproduint en la generació jove pel que fa a la intensitat d'ús d'Internet, encara que deixi d'existir en accés a la xarxa. Potser es deu a la falta d'oferta adequada als interessos i valors de les dones i a una supeditació a la prioritat dels usuaris homes amb qui comparteixen l'equipament d'accés a Internet.

G3. Edat de l'entrevistat (3 trams) \* Mitjana d'hores a Internet (intervalls) \* Gènere de la persona entrevistada

	Home								Dona							
	De 15 a 29		De 30 a 49		50 o més		Total		De 15 a 29		De 30 a 49		50 o més		Total	
	N	Percentatge	N	percentatge	N	ercentatge	N	ercentatge	N	ercentatge	N	ercentatge	N	ercentatge	N	ercentatge
Baixa (0,1-2 h)	64	28,3%	51	24,3%	24	38,7%	139	27,9%	88	37,3%	53	40,2%	12	57,1%	153	39,3%
Mitjana (2,1-7 h)	71	31,4%	77	36,7%	19	30,6%	167	33,5%	87	36,9%	46	34,8%	5	23,8%	138	35,5%
Alta (7,1h o més)	91	40,3%	82	39,0%	19	30,6%	192	38,6%	61	25,8%	33	25,0%	4	19,0%	98	25,2%
Total	226	100,0%	210	100,0%	62	100,0%	498	100,0%	236	100,0%	132	100,0%	21	100,0%	389	100,0%

Respecte als usos qualitius d'Internet, hem mirat d'estudiar si hi ha un ús específic de gènere, fins i tot dins d'una menor freqüència d'ús per part de les dones, mitjançant l'observació dels usos en què hi ha menys distància de freqüència entre els dos sexes. L'alta freqüència d'ús de correu electrònic no presenta diferències significatives, perquè el correu electrònic és la pràctica bàsica de tots els usuaris d'Internet. Les dones participen una mica més que els homes en xats (36,9% enfront de 34%, diferència sense significació estadística), compren poc, però compren encara menys llibres, música i productes informàtics que els homes, menys entrades per a espectacles i una mica més d'alimentació. No hi ha diferències significatives en altres compres o en reserves de viatges, totes

dues a nivell baix de freqüència. Fan menys operacions bancàries per Internet que els homes, potser reflectint la pràctica patriarcal del control del pressupost a la llar. Baixen programari de la xarxa amb molta menys freqüència que els homes.

És interessant assenyalar que treballen des de casa encara menys que els homes (un 10,8% enfront d'un 14,9%), cosa que desmenteix la imatge ideològica del treball de la feia dona a la llar tenint cura dels infants mentre treballa en línia. En el mateix sentit va l'observació segons la qual només un 4,2% de les dones fan cursos en línia, en contrast amb el 5,2% de la mostra en general. El que sí que fan les dones més que els homes és buscar feina per Internet (un 18,4% de les dones practiquen aquesta cerca) i informar-se sobre ofertes formatives (32,2% de les dones). També miren més que els homes informació sobre viatges i, encara més, informació sobre espectacles, probablement pel seu paper d'organitzadores d'activitats comunes. Igualment busquen informació sobre la salut més sovint que els homes, si bé les freqüències de cerca d'informació de serveis públics són semblants.

Les dones llegeixen menys la premsa per Internet que els homes (un 29,6% enfront d'un 38,3%) i s'interessin molt menys per les notícies esportives. Són clarament menys lúdiques que els homes: la seva freqüència de videojocs és gairebé la meitat que la dels homes, n'hi ha moltes menys que baixen música de la xarxa i practiquen menys que els homes la navegació sense rumb per Internet. Naturalment, només un 3% diuen que miren pornografia, en contrast amb un 13,7% dels homes. Transmeten amb més freqüència felicitacions electròniques, però en canvi tenen la mateixa freqüència en la transmissió de fotos de família. La seva falta d'interès per la cerca d'informació política i sindical encara és més acusada que entre els homes. El seu nivell de consulta de biblioteques i diccionaris és semblant al dels homes, i se situa a un nivell alt de freqüència (53,6%). No utilitzen Internet per a organitzar activitats dels infants més que els homes (amb prou feines n'hi ha cap que ho faci) ni tampoc per a organitzar trobades amb amics. Això sí, busquen receptes de cuina amb més freqüència que els homes (14,2% enfront de 8,7%). Pot tenir res a veure amb qui cuina a casa? Finalment, les dones utilitzen Internet més que els homes per a contactar amb amics o amigues quan estan desanimades.

Analitzant per gènere les pràctiques qualitativament diferents d'Internet veiem que, encara que és minoritària la pràctica de comprar, els homes la practiquen amb més freqüència que les dones, cosa que contradiu l'estereotip. Els homes utilitzen molt més que les dones Internet per a obtenir informació general i per als usos tecnològics i una mica més per a la informació política i sindical. Les altres pràctiques no són específiques, per la qual cosa no sembla que hi hagi un model específicament masculí o femení de l'ús d'Internet, llevat de la tendència més consumista dels homes, la preferència masculina pels usos tecnològics i la major utilització masculina per a obtenir informació general. L'usuari o usuària d'Internet, en ser majoritàriament jove, sembla que expressa la desgenerització de la societat en les pràctiques socials, element essencial de l'evolució social actual que també sembla que s'expressa a la xarxa.

**5.3.3a Compres \* Gènere de l'entrevistat**

				Gènere de l'entrevistat		Total
				Home	Dona	
Compres	No va cap activitat de compres	N	382	355	737	
		%	67,6%	74,9%	70,9%	
	Com a mínim fa una activitat de compres	N	183	119	302	
		%	32,4%	25,1%	29,1%	
Total		N	565	474	1039	
		%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	6,633 <sup>b</sup>	1	,010		
Correcció per continuïtat <sup>a</sup>	6,284	1	,012		
Raó de versemblança	6,675	1	,010		
Estadístic exacte de Fisher				,011	,006
Associació lineal per lineal	6,626	1	,010		
N de casos vàlids	1039				

a. Calculat només per a una taula 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 137,77.

**5.3.3b Informació d'actualitat \* Gènere de l'entrevistat**

				Gènere de l'entrevistat		Total
				Home	Dona	
Informació d'actualitat	No fa cap activitat d'informació d'actualitat	N	301	324	625	
		%	53,3%	68,4%	60,2%	
	Com a mínim fa una activitat d'informació d'actualitat	N	264	150	414	
		%	46,7%	31,6%	39,8%	
Total		N	565	474	1039	
		%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	24,455 <sup>b</sup>	1	,000		
Correcció per continuïtat <sup>a</sup>	23,830	1	,000		
Raó de versemblança	24,667	1	,000		
Estadístic exacte de Fisher				,000	,000
Associació lineal per lineal	24,432	1	,000		
N de casos vàlids	1039				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 188,87.

**5.3.3c Informació polític sindical \* Gènere de l'entrevistat**

			Gènere de l'entrevistat		Total
			Home	Dona	
Informació polític sindical	No fa cap activitat d'info. polític sindical	N %	504 89,2%	442 93,2%	946 91,0%
	Com a mínim fa una activitat d'info. polític sindical	N %	61 10,8%	32 6,8%	93 9,0%
Total			N %	565 100,0%	474 100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	5,176 <sup>b</sup>	1	,023		
Correcció per continuïtat <sup>¶</sup>	4,691	1	,030		
Raó de versemblança	5,282	1	,022		
Estadístic exacte de Fisher				,029	,015
Associació lineal per lineal	5,171	1	,023		
N de casos vàlids	1039				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 42,43.

**5.3.3d Usos tecnològics \* Gènere de l'entrevistat**

			Gènere de l'entrevistat		Total
			Home	Dona	
Usos tecnològics	No fa cap activitat d'usos tecnològics	N %	321 56,8%	380 80,2%	701 67,5%
	Com a mínim fa una activitat d'usos tecnològics	N %	244 43,2%	94 19,8%	338 32,5%
Total			N %	565 100,0%	474 100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	64,055 <sup>b</sup>	1	,000		
Correcció per continuïtat <sup>¶</sup>	62,995	1	,000		
Raó de versemblança	65,937	1	,000		
Estadístic exacte de Fisher				,000	,000
Associació lineal per lineal	63,993	1	,000		
N de casos vàlids	1039				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 154,20.

En resum, veiem, doncs, una certa especificitat de la pràctica femenina a Internet, que barreja certes pràctiques tradicionals del paper de la dona en la societat amb el seu nou rol professional. També hi ha un cert èmfasi en la sociabilitat personal. En canvi, en contrast amb els estereotips sexistes, les dones fan molta menys tertúlia que els homes i amb prou feines consumeixen a Internet. Dones en transició que utilitzen Internet en continuïtat amb la seva pràctica social quotidiana que integra la cosa personal, la professional i la instrumental.

#### 5.3.4. L'estratificació social d'Internet segons el nivell d'ingressos

Hi ha una associació molt estreta entre nivell d'ingressos i usos d'Internet. Observem la taula I1.

I1. Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Ingressos mensuals nets de tota la llar

		Ingressos mensuals nets de tota la llar					Total
		Ingressos molt alts	Ingressos alts	Ingressos mitjans	Ingressos baixos	Ingressos molt baixos	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N 60	143	414	151	42	810
		% 71,4%	61,1%	46,3%	19,7%	8,6%	32,9%
	Entrevistat no usuari	N 24	91	480	614	446	1655
		% 28,6%	38,9%	53,7%	80,3%	91,4%	67,1%
Total		N 84	234	894	765	488	2465
		% 100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

#### Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	404,392 <sup>a</sup>	4	,000
Raó de versemblança	427,536	4	,000
Associació lineal per lineal	387,684	1	,000
N de casos vàlids	2465		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 27,60.

Definint cinc nivells d'ingressos, al més alt hi ha un 71,4% d'usuaris, al segon nivell més elevat un 61,1%, però, en canvi, al nivell mitjà els no usuaris són més nombrosos que els usuaris (46,3%). En el grup d'ingressos baixos, només un 19,7% són usuaris i en el grup amb ingressos molt baixos únicament el 8,6% utilitzen Internet.

El nivell d'ingressos també va associat amb la intensitat d'usos per hores setmanals: el 75,8% del grup d'ingressos més alts la utilitza diàriament, enfront d'un 57,1% del grup d'ingressos baixos. La freqüència relativament alta observada en el grup d'ingressos més baixos no és estadísticament significativa per l'escàs nombre de casos a la mostra.



## I2. Freqüència d'ús d'Internet a la feina per motius de treball (d,s,m,a o m) \* Ingressos mensuals nets de tota la llar

			Ingressos mensuals nets de tota la llar					Total
			Ingressos molt alts	Ingressos alts	Ingressos mitjans	Ingressos baixos	Ingressos molt baixos	
Freqüència d'ús d'Internet a la feina per motius de treball (d,s,m,a o m)	Diàriament	N	25	63	118	13	4	223
		%	75,8%	75,9%	60,5%	43,3%	57,1%	64,1%
	Setmanalment	N	6	14	49	12		81
		%	18,2%	16,9%	25,1%	40,0%		23,3%
	Mensualment	N	2	2	9	4	1	18
		%	6,1%	2,4%	4,6%	13,3%	14,3%	5,2%
	Anualment o mai	N		4	19	1	2	26
		%		4,8%	9,7%	3,3%	28,6%	7,5%
Total	N	33	83	195	30	7	348	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	28,154 <sup>a</sup>	12	,005
Raó de versemblança	29,085	12	,004
Associació lineal per lineal	11,847	1	,001
N de casos vàlids	348		

a. 9 caselles (45,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada es ,36.

La taula I2 també mostra l'associació entre nivell d'ingressos i ús diari d'Internet a la feina, si bé la divisòria se situa en realitat entre els grups d'ingressos alts i molt alts enfront dels altres. L'associació es confirma en el mateix sentit en l'ús d'Internet a la feina.

Vegem els usos qualitius d'Internet segons el nivell d'ingressos. No hi ha diferències significatives en l'ús gairebé generalitzat del correu electrònic. En canvi, sí que n'hi ha en altres dimensions. Així, els de nivells més alts d'ingressos participen molt menys en xats, però compren i participen més en subhastes que els altres grups, fins i tot mantenint-se en freqüències generalment baixes. Però també hi ha freqüències de compra significativament més altes, com ara llibres i música, ja que el 23,3% del grup de més alt nivell compra per Internet, enfront d'una freqüència del 10,1% per al total de la mostra. També compren o reserven entrades per a espectacles en un 23,3%, gairebé el doble de la freqüència de la població en conjunt. I un 30% dels d'ingressos més alts utilitzen Internet per a reservar viatges, enfront d'un 9,3% dels d'ingressos baixos. Els d'ingressos alts i molt alts utilitzen, lògicament, Internet per a fer operacions bancàries amb més freqüència que els d'ingressos baixos.

És interessant assenyalar que el grup d'ingressos més alts és el que treballa des de casa amb més freqüència (un 23,3%), però que els d'ingressos més baixos se situen en la mateixa freqüència que els d'alts ingressos (entorn d'un 16%), de manera que es ratifica l'observació internacional en aquesta matèria. És a dir, que la propensió a treballar parcialment des de casa, en línia, es dona alhora entre els grups socialment més privilegiats, que poden gestionar el seu temps de feina, i entre els grups d'escassa qualificació, que fan tasques secundàries per connexió a distància. Efectivament, els grups d'ingressos més baixos són els que utilitzen més Internet per a buscar feina (un 21,4% enfront d'un 16,7% del total de la mostra). Una altra dada reveladora és que és el grup d'ingressos més alts el que

utilitza en una proporció més elevada Internet per a seguir cursos en línia (un 15%, enfront d'un 4% dels d'ingressos baixos). És a dir, com més possibilitats econòmiques, més interès a formar-se addicionalment, utilitzant l'educació virtual: sembla que en aquest camp hi ha un mercat interessant, però alhora un mercat que reforça les desigualtats socials en termes de formació, associada a les diferències en nivells d'ingressos. També és interessant assenyalar que són els grups d'ingressos més baixos els que presenten les freqüències més altes de navegació per Internet sense objectius determinats i els que s'interessen més pels videojocs. Una altra dada interessant és que les dues freqüències més altes en el fet de baixar música de la xarxa corresponen al grup d'ingressos més baixos (47,6%) i al d'ingressos més alts (41,7%), la qual cosa mostra alhora que el cost d'adquirir música és un factor estimulador de la cerca d'accés lliure, però que no és l'únic factor: també hi ha un element cultural i de coneixement tècnic. Aquesta hipòtesi es reforça en observar que els grups d'alts ingressos són els que baixen programari lliure de la xarxa més freqüentment.

Una altra observació interessant és que el grup d'ingressos més alts presenta una de les freqüències més altes de mirar pornografia per Internet (un 15% de freqüència enfront del 9,4% de mitjana entre els qui contesten d'aquesta població). Però la relació entre pornografia i nivell d'ingressos no és lineal: es concentra en el nivell més alt d'ingressos, i es trenca el vincle en el segon nivell d'ingressos. És, doncs, un grup acabat i consumista el que configura el nivell econòmic més alt de la societat: un grup que utilitza Internet per a informar-se sobre viatges (56,7%) en un grau molt més alt que per a informar-se de la seva pròpia ciutat (36,7%), que no s'interessa especialment per la informació política i sindical, però que en canvi busca, juntament amb els d'ingressos alts, informació sobre la seva associació professional amb més freqüència que els altres grups. Els grups alts també s'interessen per la informació sobre serveis públics en un grau molt més alt que els d'ingressos baixos, dada aparentment paradoxal però no sorprenent, ja que el poder econòmic més gran sol anar acompanyat d'una utilització més intensa i més intel·ligent dels serveis públics oberts a tots els ciutadans. Finalment els dos grups d'ingressos més alts tenen un ús de sociabilitat força específic, en contrast amb els altres. Utilitzen Internet més que els altres per a organitzar trobades amb els amics. I també són els qui utilitzen més Internet per a organitzar les activitats dels infants. Són un grup acabat, actiu, ocupat, que mira de gestionar la seva vida social i familiar amb l'ajuda de l'instrument Internet.

Així, doncs, el nivell d'ingressos afecta els usos d'Internet, sobretot entre els grups d'alt nivell d'ingressos. Aquests es caracteritzen per un patró de comportament més consumista que la mitjana i un ús preferentment instrumental d'Internet en la gestió de la seva vida professional, dels viatges, de l'ús de serveis públics i de les activitats socials i familiars.

### **5.3.5. Internet i classes socials: els usos d'Internet segons l'ocupació professional**

En una societat dominada per la cultura del treball i de la producció, l'ocupació professional és un dels criteris definitoris del que són les persones en la societat. Les definicions censals no són necessàriament les més apropiades en termes teòrics, però les hem utilitzat per a facilitar la

comparabilitat dels nostres resultats amb altres recerques que depenen de les dades de l'estructura social derivades de les estadístiques oficials.

### O1. Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Activitat que es realitza en el lloc de treball

		Activitat que es realitza en el lloc de treball								Total
		Personal directiu de les empreses i de les adm. públiques	Tècnics i professionals científics i intel·lectuals	Tècnics i professionals de suport	Empleats administratius	Treballadors de serveis de restauració, personals, protec	Treballadors qualificats en activitats agràries i pesquer	Treballadors qualificats de la indústria i muntadors	Treballadors no qualificats	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat N	62	188	145	191	103	5	122	40	856
	%	37,8%	77,0%	63,3%	55,5%	30,4%	7,5%	14,8%	11,6%	33,5%
no usuari d'Internet	Entrevistat N	102	56	84	153	236	62	703	304	1700
	%	62,2%	23,0%	36,7%	44,5%	69,6%	92,5%	85,2%	88,4%	66,5%
Total	N	164	244	229	344	339	67	825	344	2556
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

#### Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	600,879 <sup>a</sup>	7	,000
Raó de versemblança	614,727	7	,000
Associació lineal per lineal	431,716	1	,000
N de casos vàlids	2556		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 22,44.

La taula O1 mostra la diferència de percentatges d'usuaris d'Internet segons l'ocupació professional. S'hi veu una clara divisió social del treball entre els qui processen informació i els qui són productors de béns i serveis. La divisió entre treball manual i intel·lectual es reflecteix directament en la possibilitat d'accés a Internet. Però entre els treballadors de la informació, el personal directiu de les empreses i les administracions públiques és el que té el percentatge més baix d'usuaris d'Internet: només un 37,8%, en contrast amb els empleats administratius, per exemple, entre els quals hi ha un 55,5% d'usuaris. Aquesta dada és carregada de significació. Els professionals de direcció han accedit molt menys a Internet (i al que això representa com a mode de gestió) que els seus subordinats tècnics i administratius, amb el que això pot significar de desconeixement de la xarxa i, per tant, de retard en la seva utilització o fins i tot d'utilització poc productiva de les possibilitats que té. Lògicament, són els professionals i tècnics científics i intel·lectuals els qui tenen un nivell d'ús més alt (el 77%), seguits dels tècnics i professionals de suport (un 63,3%). En canvi, els treballadors de la indústria només són un 14,8% d'usuaris, percentatge que cau a l'11,6% en els treballadors no qualificats.

**O2. Mitjana d'hores a internet (interval) \* Activitat que es realitza en el lloc de treball**

			Activitat que es realitza en el lloc de treball								Total
			Personal directiu de les empreses i de les adm. públiques	Tècnics i professionals científics i intel·lectuals	Tècnics i professionals de suport	Empleats administratius	Treballadors de serveis de restauració, personals, protec	Treballadors qualificats en activitats agràries i pesquer	Treballadors qualificats de la indústria i muntadors	Treballadors no qualificats	
Mitjana d'hores a Internet (interval)	Baixa (0,1-2h)	N	16	59	31	49	29	2	34	11	231
		%	29,1%	34,3%	24,6%	29,9%	34,1%	40,0%	39,1%	32,4%	31,7%
	Mitjana (2,1-7h)	N	22	56	46	59	27	1	30	9	250
		%	40,0%	32,6%	36,5%	36,0%	31,8%	20,0%	34,5%	26,5%	34,3%
	Alta (7,1 o més)	N	17	57	49	56	29	2	23	14	247
		%	30,9%	33,1%	38,9%	34,1%	34,1%	40,0%	26,4%	41,2%	33,9%
Total		N	55	172	126	164	85	5	87	34	728
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

La intensitat d'usos d'Internet, mesurada per hores setmanals (taula O2), també mostra un ús menys intensiu entre el personal directiu de les empreses i administracions públiques que no pas entre els tècnics i empleats administratius, i fins i tot entre els treballadors de serveis i no qualificats. El que sembla una paradoxa no ho és tant. Hi ha molts menys treballadors de la indústria i dels serveis que utilitzen Internet, però els que la utilitzen ho fan més intensament, probablement perquè va associada a la seva feina diària. Però la cosa veritablement significativa és que el personal directiu usuari d'Internet té una intensitat d'ús menor que els seus empleats, cosa que reforça l'observació anterior. Ara bé, la freqüència d'ús diari dels directius (61,7%) és igual o superior a la periodicitat dels tècnics i professionals. És a dir, els grups directius utilitzen Internet molt menys que els seus empleats i, quan la utilitzen, ho fan diàriament amb més freqüència que els seus subordinats, però amb menys intensitat en termes d'hores setmanals. És, doncs, una utilització selectiva d'Internet, en contrast amb la utilització més intensa per part dels tècnics i l'ús inferior per part dels treballadors manuals.

En els usos d'Internet des de la llar, l'ús diari és molt més freqüent entre el personal directiu. Això vol dir que els directius que són usuaris d'Internet s'erigeixen en un grup internauta actiu que utilitza la gamma de possibilitats d'Internet en tots sentits, cosa que hem percebut en certa manera en l'anàlisi del comportament a Internet dels grups d'alt nivell d'ingressos. En canvi, els usos d'Internet des del lloc de treball sembla que són més intensos, mesurats per l'ús diari, entre el personal tècnic, sobretot entre els tècnics de suport. De manera que, malgrat el fet que hi ha un grup de dirigents internauta actiu, el món professional apareix dominat per un ús d'Internet més intens entre el personal tècnic i professional subaltern, cosa que convergeix amb la primera observació sobre el condicionament ocupacional en l'accés a l'ús d'Internet. Es configuren, doncs, tres grups socialment significatius entre els treballadors de la informació: els directius no internautes, els directius internautes, que són més actius a casa que a la feina, i els tècnics i professionals, que són els que tenen una proporció més alta d'usuaris i els que utilitzen Internet amb més intensitat, però sobretot en el context de la feina. Entre ells, són sobretot els tècnics i professionals de suport els que utilitzen Internet més activament, però sempre amb un biaix professional en la utilització.

A continuació analitzarem les diferències d'usos qualitius d'Internet segons la categoria ocupacional. Com sempre, la immensa majoria utilitza el correu electrònic, però els usuaris de menys qualificació ocupacional ho fan molt menys, mentre que són els tècnics i professionals de nivell més alt els qui l'utilitzen més. Atès que l'ús de correu electrònic és un indicador d'ús multifacètic de la comunicació per Internet, això reforça la hipòtesi dels professionals i tècnics com el principal grup d'internautes i el menor grau d'inserció en la societat xarxa dels usuaris que són treballadors industrials, de serveis i, sobretot, agraris.

El perfil ocupacional dels diferents usos d'Internet es pot obtenir mitjançant l'especificació social de les esmentades activitats. Així, és interessant observar que les categories ocupacionals més elevades (directius i professionals i tècnics superiors) són les que menys participen en xats, en contrast amb els grups de treballadors (només un 17% dels professionals i tècnics superiors enfront d'un 42,6% dels usuaris treballadors industrials). La participació en xats es presenta, així, com un indicador de baix nivell cultural i professional en l'ús d'Internet, cosa que també es pot dir de la navegació sense rumb fix, encara que en aquesta pràctica els directius se situen en un terme mitjà entre els qui ho fan molt (treballadors industrials) i els qui ho fan menys (tècnics i professionals). Encara que tothom compra poc per Internet, com sabem per les dades generals de l'enquesta, els directius són els qui hi compren més, seguits pels professionals i tècnics superiors, sobretot llibres i discs (un 14,5% i un 14,4%) i productes informàtics (una pràctica del 21% dels directius, en contrast amb un 5,7% de la mostra en general). També la compra i reserva d'entrades d'espectacles és una pràctica del 29% dels directius, freqüència que cau a mesura que baixa el nivell ocupacional dels usuaris. Una observació semblant concerneix la reserva de viatges (29,5% dels directius, 23,9% dels professionals, però només 13,1% dels treballadors de la indústria) i les operacions bancàries des de casa, practicades per un 38,7% dels directius i un 30,9% dels professionals. La feina des de casa és practicada amb una freqüència inusualment alta (26,2%) pels professionals i tècnics superiors, i en un 19,4% pels directius. En canvi els treballadors industrials i de serveis, i especialment els no qualificats, igual que els empleats administratius, utilitzen Internet molt més per a buscar feina (entre un 12,3% i un 22,5%), cosa que només fan un 1,6% dels directius: la societat de classes s'expressa directament en el tipus d'ús d'Internet. Els tècnics i professionals de diferents nivells són els qui utilitzen més activament Internet per a seguir cursos en línia. L'ús de videojocs és una pràctica escassa entre els directius i tècnics, i relativament freqüent entre els treballadors menys qualificats. Baixar música de la xarxa és molt més freqüent entre els treballadors industrials i de serveis, i sobretot entre els menys qualificats, que no pas entre els tècnics, professionals i directius: la llibertat de productes a la xarxa sembla que ja és una pràctica difosa entre els usuaris de les classes populars (el 60% dels treballadors no qualificats, el 36,9% dels treballadors qualificats de la indústria i el 49,5% dels treballadors de serveis –naturalment tot això sobre el total d'usuaris de cada categoria– baixen música de la xarxa). L'activitat de mirar pornografia també és significativament més alta en el grup de treballadors menys qualificats. La cerca d'informació ciutadana i de serveis públics i la cerca d'oferta formativa també són més freqüents en els grups directius i professionals. La cerca d'informació sobre l'associació professional

també és més freqüent entre els tècnics i professionals, de la mateixa manera que ho són baixar programari de la xarxa i consultar biblioteques i diccionaris. És interessant observar que la cerca d'informació política i sindical interessa molt més els professionals i tècnics superiors (17,6%) que els treballadors industrials (8,2%) o dels serveis (6,8%). En canvi, els treballadors menys qualificats tenen una freqüència relativament alta, més que els altres grups, en usos d'Internet per a quedar amb els amics i per a posar-s'hi en contacte quan estan desanimats.

En una perspectiva de conjunt, Internet reproduceix en gran manera les diferències de classe social presents en l'estructura ocupacional, però no d'una divisió tradicional entre dirigents i treballadors. Més aviat és el terreny privilegiat de la tecnoestructura de la societat xarxa, alhora que els treballadors manuals són molt menys usuaris, menys actius i en usos més específics. Al costat dels professionals i tècnics, hi ha un grup minoritari de directius que, una vegada accedeixen a Internet, se l'apropien en la diversitat dels usos instrumentals, culturals i de consum. Els grups ocupacionals amb menys qualificació, en canvi, se centren més en usos lúdics i de sociabilitat; però també la utilitzen més que els altres grups per a la seva pròpia instrumentalitat: buscar feina, per exemple. Internet reproduceix, i probablement amplia, la divisió en classes socials de la societat xarxa, almenys en aquest primer moment històric de la seva formació, sense que això determini necessàriament la seva transformació en pràctica social compartida una vegada que se'n difongui l'ús i es pugui elevar el nivell de formació del conjunt de la població.

## 5.4. Xarxes de sociabilitat i xarxes d'Internet

### 5.4.1. La naturalesa canviant de la sociabilitat en les societats xarxa

Els catalans són mestres de la sociabilitat pública: als cafès, a les cerveseries, als bars de tapes i als restaurants. Es reuneixen als vespres, els caps de setmana i en els llargs dinars dels dies feiners. Són loquaços, parlen contínuament cara a cara amb una animada gesticulació.

Contràriament, els nord-americans manifesten la sociabilitat mitjançant el telèfon i Internet, com a mínim, en la mateixa mesura que ho fan cara a cara (Wellman, Carrington i Hall, 1988; Quan-Haase i Wellman, 2002).<sup>1</sup> Es recullen a la intimitat de casa seva i parlen per telèfon, intercanvien missatges per Internet o visiten amics i familiars. Miren enrere cap als dies passats, els dies suposadament daurats en què els seus avantpassats, fa trenta, cent, tres-cents anys, gaudien –n'estan convençuts– de l'escalfor d'una veritable comunitat social. Es pregunten per què ha desaparegut allò que era habitual temps enrere, mentre que noves formes de comunitat s'han introduït desapercebudament per sota de les seves pantalles de radar.

Tanmateix, els investigadors han descobert comunitats socials pròsperes en tots els països que han observat. Per exemple, la comunitat s'ha anat desenvolupant més en xarxes socials que no pas en grups. Com a part d'aquesta transformació, a l'Amèrica del Nord i al nord d'Europa, s'ha produït un desplaçament de les relacions socials des dels espais públics, fàcilment observables, cap als domicilis privats, menys accessibles, és a dir, cap a la comunitat privatitzada. Si la gent es recull a casa en lloc d'anar a fer-la petar als cafès, vol dir que probablement utilitzen Internet per a intercanviar missatges privats o participar en grups de discussió: xatejant, xafardejant, malparlant, compartint coneixements o organitzant activitats públiques i privades.

Cal comprendre quins tipus de comunitats socials prosperen a la societat xarxa, sota la influència d'Internet. La xarxa de xarxes en contínua expansió pot ser la base de la creació i el manteniment de la comunitat. Tal com mostra aquest estudi, més d'un terç dels catalans adults utilitzen actualment Internet –a l'Amèrica del Nord hi tenen accés gairebé el 60% (Kew, Wellman i Chen, 2002)–. Com que Internet s'ha infiltrat en la vida contemporània, els analistes han hagut de passar d'observar aquesta xarxa com un món extern a observar com s'integra dins de la complexitat de la vida quotidiana. Es pregunten si Internet augmenta, disminueix o transforma la comunitat. Tot i que el debat entorn de la influència d'Internet sobre la comunitat ha estat continu, encara no n'ha sorgit cap model clar.

Aquest apartat descriu alguns dels camins que la Catalunya moderna ha seguit en convertir-se en una societat xarxa. Se centra en aspectes quantitius de la sociabilitat a Catalunya, dins i fora d'Internet. Descriu el gran nombre de contactes locals a Catalunya, que es combina amb contínues

---

<sup>1</sup> Les comparacions s'han establert respecte als Estats Units, el Canadà i "l'Amèrica del Nord" (aquí, a efectes operatius, el Canadà i els Estats Units) no perquè siguin societats ideals, que no ho són, sinó perquè és una comparació natural: la majoria de dades de les xarxes socials procedeixen de l'Amèrica del Nord, Internet hi va néixer i hi gaudeix actualment de la màxima penetració social.

trobades personals en públic. Això es compara amb els vincles geogràficament dispersos, connectats en espais privats mitjançant el telèfon i Internet, que es troben a l'Amèrica del Nord i, en certa mesura, al nord d'Europa.

#### 5.4.1.1. Repensar els conceptes de sociabilitat, veïnat i comunitat

Moltes de les definicions de "comunitat" restringeixen aquest concepte de manera implícita o explícita a allò que existeix en límits territorials més aviat petits, per exemple els d'un poble rural o un veïnat concret. Com que el concepte de "comunitat" s'acostuma a definir, en part, per les interaccions socials entre un conjunt de persones que es coneixen, la definició composta d'una "comunitat veïnal" és la d'una àrea geogràfica limitada, en la qual molts dels residents es coneixen. Aquest ha estat l'enfocament tradicional del passat, que va néixer de la bucòlica suposició que els feliços habitants rurals representaven el model de vida comunitària, mentre que les comunitats urbanes s'esforçaven en va per acostar-se a aquest ideal bucòlic.

Des dels anys seixanta, els científics socials han atacat enèrgicament l'antiga ortodòxia sobre la naturalesa de la sociabilitat, la comunitat i la vida domèstica. Wellman (1979), basant-se en l'obra de Manuel Castells, *The Urban Question*, 1972a, 1972b, va anomenar el debat sobre la naturalesa de la comunitat en les condicions contemporànies la "qüestió comunitària". La qüestió comunitària es pregunta:

- (a) Com han afectat la comunitat els canvis socials com la informatització, la computerització, la burocratització, la industrialització i la urbanització.
- (b) Recíprocament, com afecta la societat la naturalesa canviant de la comunitat.

La qüestió comunitària va sorgir perquè els especialistes en comunitats van modificar les seves idees sobre què constituïa una comunitat i on es podia trobar. Tenint en compte la seva importància per al gènere humà i l'accessibilitat al discurs públic, es fàcil suposar que la qüestió comunitària d'alguna manera sempre quedarà oberta. Amb tot, les anàlisis de la qüestió comunitària han experimentat importants transformacions:

1. El *zeitgeist* d'optimisme comunitari nascut amb els moviments estudiantils i els moviments pels drets civils (Fellman, 1973; Castells, 1982; Gitlin, 1987).
2. L'allunyament de l'especulació de saló i l'adopció de tècniques etnogràfiques i d'enquesta, que han demostrat la persistència de les comunitats sempre que els científics socials s'han pres la molèstia de buscar-les (Wellman i Leighton, 1979; Wellman, 1988).
3. El descobriment per part dels científics socials que els conflictes polítics violents sorgeixen més com a conseqüència de l'enfrontament entre comunitats connectades amb interessos



compartits que no pas del *cri de coeur* de les comunitats desconnectades i alienades (Feagin, 1973; Feagin i Hahn, 1973; Tilly, 1979; Castells, 1983).

4. Una visió del passat que emfasitza la força de la comunitat en la transició del món premodern al món modern (Wrightson i Levine, 1979; Kertzer i Hogan, 1989; Sabeen, 1990).
5. Un èmfasi renovat en la importància de les relacions familiars, de parentiu i comunitàries al llarg de la història (Hareven, 1977, 2000; Laslett, 1965, 1988).
6. Un interès per les comunitats definides més per subcultures compartides que no pas per localitats compartides (Fischer, 1975).

Tant el treball de camp com la recerca en tècniques d'enquesta mostren que les relacions comunitàries socials continuen essent fortes i abundants. Les grans institucions no han destruït ni debilitat les relacions comunitàries. Ben al contrari: com més grans i inflexibles són les institucions, més sembla dependre la gent dels vincles informals per a enfrontar-s'hi. La recerca ha mostrat que, tot i que les comunitats poden haver canviat com a resposta a les pressions, oportunitats i restriccions provinents de forces de gran envergadura, no s'han extingit. Protegeixen les famílies d'aquestes forces, proporcionen ajuda mútua i funcionen com a bases segures per a entrar en l'engranatge del món exterior (vegeu anàlisis de Choldin, 1985; Fischer, 1976; Gordon, 1978; Keller, 1968; Warren, 1978).

A l'Amèrica del Nord, els vincles veïnals continuen essent importants, però generalment només com a relacions minoritàries de les xarxes personals. Per exemple, encara que els vincles amb els veïns i els companys de feina només constitueixen una part minoritària dels vincles estrets i actius dels habitants de Toronto, la fàcil accessibilitat d'aquest tipus de relacions locals fa que representin gairebé la meitat de totes les trobades amb membres de la comunitat: cara a cara, per telèfon i per Internet (Wellman, 1996). Als carrers centrals de Chicago (Sampson, Morenoff i Earls, 1999) i als ordenats canals dels Països Baixos (Zamir, Volker i Flap, 2001), la companyonia, el suport i el control social veïnal continuen essent importants.

Una manera de prendre part en una comunitat d'aquest tipus és interaccionar en espais semipúblics, en llocs com pubs o cafès (Scorsese, 1973; Oldenberg, 1989). Això és una comunitat entesa com a activitat pública, de la qual és òbviament un bon exemple la que viu i es desenvolupa amb força als carrers de Catalunya.

A l'Amèrica del Nord, la major part de la comunitat social és activitat privada, basada en les interaccions a les llars. Aquesta és una situació més factible a l'Amèrica del Nord contemporània perquè les grans dimensions de les cases faciliten el fet de convidar els membres de la comunitat (Warren, 1978; Michelson, 1976). Per això, al Levittown suburbà, Nova Jersey (Gans, 1967), i al sud d'Ontario, fora dels límits de les ciutats (Clark, 1966), els analistes van documentar poca interacció

comunitària en espais públics, però un bon nombre de visites entre veïns. "Abunden els indicadors d'un increment de l'activitat privada a expenses de l'activitat pública, especialment als Estats Units" (Lofland, 1989, pàg. 92). Al mateix temps, com a conseqüència de l'emancipació de la dona, la comunitat de dones, que tradicionalment havia estat privada en el passat, s'ha fet més pública.

El cas recent de "Netville" (prop de Toronto, Canadà) és especialment interessant perquè l'accés dels seus habitants a un servei d'Internet d'alta velocitat va ajudar a reunir els membres del veïnat en trobades cara a cara, des de visites a domicilis privats fins a barbacoes semipúbliques (Hampton, 2001; Hampton i Wellman, 2002a). Els que no estaven integrats en el servei d'alta velocitat es reunien només una tercera part del que ho feien molts veïns. En aquest cas, Internet es va mostrar especialment apropiada per a afavorir els vincles entre coneguts, que són més dèbils; els vincles d'amistat, més forts, depenien més de trobades inicials cara a cara.

A l'Amèrica del Nord, i encara més a Catalunya, la localitat encara té importància, malgrat els canvis que la modernització i la informatització han comportat. La gent encara fa de bon veí, visita els familiars, s'ajuda mútuament i es molesta per les festes sorolloses del veí del costat. La proximitat física continua afectant la freqüència en què la gent es veu i proporciona ajuda material (Wellman, 1996; Wellman i Potter, 1999; Wellman i Frank, 2001). Els veïnats romanen refugis davant les pressions externes, medis on és fàcil ser sociable amb altres persones que es troben sovint, fonts d'ajut interpersonal per a enfrontar-se a la gran burocràcia, i uns mitjans útils per a garantir la seguretat dels carrers (Wellman, 1988; Lofland, 1989; Sampson, Morenoff i Earls, 1999). Tot i que els veïnats forts continuen existint en les societats xarxa, el concepte de "veïnat" ja ha deixat de ser sinònim del de "comunitat".

Encara que molts veïnats s'han mantingut molt vius, la proliferació d'extenses xarxes de transports i comunicacions barates i eficients ha permès augmentar la facilitat dels contactes i la distància a què es mantenen: pel que fa al transport, des dels ferrocarrils fins a les autopistes i els avions; quant a la comunicació, des del correu nocturn fins a les trucades directes a llarga distància i el correu electrònic a Internet (Meier, 1962; Wellman, 2001). Això ha portat a observar la comunitat més com un conjunt de xarxes de relacions socials, des d'un punt de vista funcional, que no pas com un conjunt de localitats, des d'una perspectiva espacial (p. ex., Tilly, 1974; Craven i Wellman, 1973; Wellman i Leighton, 1979). La comunitat es va "alliberar" (Wellman, 1979) del seu constrenyiment en veïnats.

Quan les comunitats han començat a definir-se més des d'una perspectiva social que no pas espacial, s'ha fet evident que no solament s'han mantingut, i fins i tot han prosperat, sinó que s'han transformat. Els individus que participen en les societats xarxa, més que ser membres plens d'un grup de parentiu o d'un teixit local dens, ara combinen diversos papers com a membres limitats de comunitats de xarxes múltiples, especialitzades, extenses i basades en interessos definits. Si s'adopta una definició social de comunitat i no una definició espacial, rarament es troben les comunitats contemporànies només als veïnats (Wellman i Leighton, 1979; Wellman, 1999a; Wellman, 1999b). Aquest fenomen

tampoc no és estrictament nord-americà. Per exemple, Nozawa (1997) i Otani (1999) mostren que aquest no localisme també predomina al Japó, malgrat que les seves nombroses institucions locals promouen la comunitat i el control social local. A l'Iran, Bastani (2001a) mostra que els habitants de classe mitjana de Teheran formen part de xarxes comunitàries constituïdes per una mescla de vincles locals i no locals. No obstant això, com també mostren les anàlisis de Nashville, de Lee i Campbell (1999), l'estudi de Santiago de Xile, d'Espinoza (1999), i l'anàlisi de la densament connectada "Netville", prop de Toronto, de Wellman (Hampton, 2001; Hampton i Wellman, 2002b), moltes relacions socials romanen als veïnats.

A l'Amèrica del Nord, les interaccions comunitàries s'han desplaçat cap als domicilis privats –on es produeixen la major part de visites, trucades telefòniques i intercanvi de correus electrònics–, tot allunyant-se dels models de conversa en espais públics com, per exemple, bars, cantonades i cafeteries. Per exemple, el nombre de nord-americans que es relacionen habitualment amb els veïns ha disminuït contínuament, com a mínim, durant els últims 25 anys. L'any 1999, només el 20% passava una vetllada social amb veïns diversos cops a la setmana, enfront del 30% que ho feia l'any 1974. D'una manera semblant, les sortides habituals als pubs han disminuït de l'11% al 8% (Smith, 1999).

L'augment de la velocitat de les transaccions ha afavorit la densitat interactiva. La gran metròpolis és accessible i es poden mantenir enllaços a diverses xarxes socials amb més facilitat. Fins a la proliferació quasi simultània dels ferrocarrils i els telègrafs a mitjan segle XIX, la velocitat de comunicació era gairebé la mateixa que la velocitat de transport de porta a porta. El telègraf va incrementar en gran manera aquesta velocitat de comunicació. Des d'aleshores, la velocitat de transport efectiva ha passat dels 50 km/h dels primers ferrocarrils a multiplicar-se per dos fins a arribar als 100 km/h dels automòbils, per cinc fins als 250 km/h dels trens d'alta velocitat i per cinquanta fins als 750 km/h dels avions de passatgers.

Tot i que el telègraf només s'acostumava a utilitzar per a missatges curts i d'alta prioritat, va ser el presagi del divorci entre la comunicació i el transport. L'augment de la velocitat de la comunicació rutinària ha estat més espectacular que l'augment de la velocitat de transport. La comunicació es va alliberar de la necessitat de ser transmesa per algú a algun lloc. Quan els sistemes de telefonia a llarga distància van proliferar i es van fer accessibles per a la vida quotidiana, la velocitat de 50 km/h del correu transportat pels primers trens es va multiplicar per més de 50.000. Aquest augment de velocitat va convertir en residuals les comunicacions de porta a porta i va permetre establir més comunicacions de lloc a lloc o de persona a persona. La longitud del missatge es va convertir en un factor limitador més important que la distància a la qual el missatge s'havia de transmetre. Més que no pas en cap altre moment de la història, la gent només es comunica amb els veïns perquè ho vol fer, no perquè ho hagi de fer.

Els analistes van descobrir que sovint la comunitat s'havia desplaçat fora de la seva base veïnal tradicional en afeblir-se les restriccions d'espai. Tret de situacions de segregació ètnica o racial (p. ex., Lee i Campbell, 1999; Boal, 1972), les comunitats nord-americanes contemporànies rares vegades són grups de vincles de base àmplia, de teixit dens i amb lligams forts. Acostumen a ser xarxes ramificades de vincles especialitzats, de teixit dispers i amb lligams febles. Per tant, els analistes haurien de ser capaços de trobar una comunitat a qualsevol lloc on sigui: als veïnats, en les solidaritats familiars o en xarxes més extenses que inclouen molts amics i coneguts.

Els individus no viuen aïllats, sinó que funcionen mitjançant l'"**individualisme en xarxa**" (Wellman, 2000) o, per dir-ho potser més acuradament, la **connexió en xarxa personalitzada**. Més que integrar-se en el mateix grup a què pertanyen els qui l'envolten, cada persona té la seva pròpia xarxa comunitària. Els membres de la família tenen horaris diferents, les reunions familiars disminueixen, i fins i tot els àpats comuns disminueixen. En lloc de pertànyer a dos grups de parentiu estables, els individus sovint tenen relacions familiars complexes, amb fillastres, excònjuges (i la seva descendència) i múltiples grups de parents polítics. Les comunitats són extenses, amb lligams dèbils, de teixit dispers i fragmentàries. La major part dels individus funcionen en múltiples comunitats parcials, ja que es relacionen amb xarxes movedisses i amorfes de parents, veïns, amics, companys de treball i vincles organitzatius. Les activitats i relacions no tenen una estructura organitzativa; més aviat són de tipus informal. Si van a jugar a bitlles, gairebé mai no s'incorporen a lligues oficials (Putnam, 2000). Només una part minoritària dels membres de la xarxa estan connectats els uns amb els altres. La majoria d'amics i familiars viuen en veïnats diferents; molts viuen en àrees metropolitanes diferents. A la feina, la gent acostuma a treballar *amb* persones que són lluny i no pas amb les que seuen al costat (Wellman, Carrington i Hall, 1988).

Les relacions personals nord-americanes estan formades per una mitja dotzena de vincles estrets i potser per una dotzena d'actius, si no són molt estrets, del total de 1.000 a 1.500 relacions interpersonals informals que molta gent manté (Boissevain, 1974; Pool i Kochen, 1978; Kochen, 1989). Moltes xarxes socials a l'Amèrica del Nord estan formades per una meitat de parents i l'altra meitat d'amics, veïns i companys de feina. Poca gent manté vincles comunitaris actius amb tots o amb la majoria dels parents. Pel que fa als veïns o companys de treball, sovint inclouen només una o dues relacions estretes, però 6 o 10 vincles més dèbils. Per exemple, a Toronto, el vincle actiu d'una xarxa abraça de mitjana uns 14,5 km entre residències (Wellman, Carrington i Hall, 1988). La gent només coneix sis o set veïns prou bé per a parlar-hi (Gates, Stevens i Wellman, 1973).

Com que els vincles gairebé mai no són de lligams forts a l'interior d'una única xarxa, actuen com a "ponts locals" que connecten indirectament membres d'una comunitat amb una altra (Granovetter, 1973, 1982). Els individus tenen una habilitat creixent per a connectar amb un gran nombre de medis socials i una menor implicació concomitant en cada medi. Els vincles creuats uneixen i integren medis socials, en comptes de grups aïllats i amb lligams forts. La natura complexa i especialitzada de les comunitats de persones implica que són xarxes fragmentades, que permeten arribar a moltes

persones mitjançant cadenes curtes d'"amics d'amics" (Boissevain, 1974). Aquests enllaços múltiples augmenten les oportunitats en els medis en què els individus poden participar i amb els quals es poden identificar. En xarxes d'aquest tipus, però, els individus no poden dependre de la voluntat o del control social d'una comunitat cohesionada. En canvi, per a gestionar els seus assumptes sovint han de buscar, mantenir i mobilitzar activament, un per un, els seus vincles ramificats, més que no pas confiar en comunitats de teixit dens que facin la seva tasca de manteniment.

#### 5.4.1.2. Xarxa de capital social

Els vincles socials sovint subministren "*capital en xarxa*", la forma de "capital social" que proporciona recursos mitjançant vincles interpersonals. S'hi pot accedir fàcilment, normalment és de caràcter especialitzat i està distribuït de manera irregular entre els individus, els vincles i les xarxes. Els membres de la xarxa proporcionen ajuda emocional, ajuda material, informació, companyonia i un sentit de pertinença. El seu suport social és una de les maneres bàsiques en què les famílies obtenen recursos per a la vida quotidiana, aprofiten oportunitats i redueixen incerteses (Wellman, 1979; Willmott, 1986, 1987; Pahl, 1984). El suport que proporcionen les comunitats de persones és eficaç, barat, flexible, individualitzat i més controlable que l'ajuda provinent de les burocràcies. A gran escala, la transformació de les societats nacionals i globals en "societats xarxa" (Wellman, 1988, 1996, 2001; Castells, 1996, 2000) suggereix la utilitat de considerar el capital social com un producte de les xarxes comunitàries de persones i dels grups oficialment institucionalitzats.

Disposem de tot un seguit de mostres de diferents societats. A França, parents i veïns s'ajuden mútuament, però amics i veïns són els confidents (Ferrand, Mounier i Degenne, 1999). A Califòrnia hi ha diferències entre els parents conciliadors i els amics que ofereixen bona companyonia (Fischer, 1982; Schweizer, Schnegg i Berzborn, 1998). A Toronto, els membres actius de la comunitat acostumen a proporcionar només un o dos dels cinc tipus de suport social, per exemple petits serveis i ajuda emocional, però no grans serveis, companyonia o ajuda financera (Hall i Wellman, 1985; Wellman i Wortley, 1989, 1990). En canvi, els cònjuges de Toronto s'ofereixen un a l'altre tot tipus de suport social (Wellman i Wellman, 1992).

Els membres de la xarxa que proporcionen petits serveis o ajuda emocional gairebé mai no ofereixen grans serveis, companyonia o ajuda financera (Wellman, Carrington i Hall, 1988; Wellman i Wortley, 1989, 1990). Els pares i els fills adults proporcionen el ventall més ampli de suport, tot i que gairebé mai no ofereixen companyonia social. Els vincles accessibles –els individus que viuen o treballen a prop, o que tenen freqüents contactes personals o per mitjà de telecomunicacions– proporcionen béns i serveis importants (Wellman i Wortley, 1990). La força dels vincles és important; els màxims nivells de suport els ofereixen els vincles socialment propers, voluntaris i de rol múltiple. Per exemple, els col·laboradors que són amics s'intercanvien més missatges electrònics (Haythornthwaite i Wellman, 1998).

L'eventual suport d'aquestes comunitats fragmentades té efectes més amplis per a la societat. El suport que proporcionen enforteix els lligams comunitaris i socials, alhora que proporciona els recursos necessaris (Fischer, 1982; Wellman, 1999a; Schweizer *et al.*, 1998). Per a la societat, aquestes comunitats desenvolupen capital en xarxa, que transporta recursos, confirma identitats, influencia comportaments i reforça els vincles integradors entre individus, famílies i grups (Durkheim, 1893; Espinoza, 1999; Ferrand, Mounier i Degenne, 1999; Castells, 2000; Popielarz, 1999).

#### 5.4.1.3. La "glocalització" de la sociabilitat

L'allunyament del contacte propi del poble i la implantació del contacte de lloc a lloc han representat un allunyament doble de la implicació en un únic lloc i en un únic grup. És important, des d'un punt de vista conceptual i pràctic, no barrejar aquests dos allunyaments. El canvi al contacte de lloc a lloc permet als individus trobar una comunitat sense estar estretament vinculats ni amb el seu veïnat físic (lloc) ni amb la seva comunitat veïnal (grup). El contacte de lloc a lloc significa que les localitats encara poden ser importants, però que aquestes localitats poden ésser lluny d'on es viu. És la intersecció del que Manuel Castells (1996, 2000) ha anomenat l'"espai de llocs" tradicional i l'"espai de fluxos" en desenvolupament.

La transició del grup a la connectivitat en xarxa ha comportat un canvi en la consideració de la llar i el lloc de treball com a unitats principals d'activitat. Si la definició de "comunitat" es fa més des d'un punt de vista social que no pas espacial, és evident que les comunitats contemporànies gairebé mai no es limiten als veïnats. Sovint són comunitats que comparteixen més aviat interessos que no pas parentiu o localitat.

Els vincles locals s'han fet distants a causa de l'elevat índex de mobilitat residencial a la major part del món desenvolupat i del ràpid creixement de la mobilitat a llarga distància al Tercer Món (Cadwallader, 1992). Moltes relacions s'estenen més enllà de l'àrea metropolitana i n'hi ha un nombre apreciable que travessen el continent o l'oceà. Per exemple, els immigrants arribats a un suburbi ben connectat prop de Toronto han pogut mantenir millor els seus vincles que no pas els que no tenen accés a Internet (Hampton i Wellman, 2001, 2002a).

Las comunitats de persones s'han "**glocalitzat**", és a dir, s'han fet globals i locals (vegeu també Robertson, 1992). Aquesta glocalització, però, es produeix entre les parets d'una casa i no dintre dels límits d'un veïnat. El lloc —en forma de llars i unitats de treball— continua essent important, fins i tot si el veïnat o el poble no ho són. Les comunitats de persones tenen lligams domèstics, però amb vincles molt menys forçats per la distància que en les generacions anteriors. Les llars i les unitats de treball són bases d'interacció importants. I també proporcionen llocs a partir dels quals funcionen els automòbils, els telèfons (amb fils) i les connexions d'Internet.

Les xarxes glocalitzades funcionen amb molta més independència del seu entorn que no pas els grups. No es tracta de desintegració social. Els individus i els llocs estan connectats. Hi ha, però, poca intersecció social o física amb els espais intermedis entre les llars. Hi ha connectivitat de lloc a lloc i no de porta a porta. Sovint, la gent entra en una autopista prop de casa seva i surt a prop de casa del seu amic o col·lega, amb una percepció molt limitada del que hi ha pel mig. Els viatges amb avió i el correu electrònic s'han divorciat físicament encara més del territori i de les societats que recorren.

Les xarxes socials glocalitzades de lloc a lloc uneixen llars i individus (Wellman i Leighton, 1979; Wellman, 1979, 1999a). La gent va d'algun lloc a algun lloc per conèixer una o més persones, normalment a l'interior de les cases. O bé la gent truca d'algun lloc a una casa per parlar amb la família: algú en particular o qualsevol persona que contesti. La llar es allò que es visita, on es telefona o on s'envien missatges electrònics. Les relacions amb la llar continuen essent en certa manera comunitàries, de suport i control. Són les bases domèstiques a partir de les quals els individus es comuniquen personalment i etèriament per integrar-se a les seves xarxes. De vegades, unes xarxes de base domèstica d'aquest tipus funcionen en espais privats que no afecten àrees locals circumdants. A més, els vincles socials (entre parelles casades) al món occidental impliquen sovint tant els marits com les mullers. Veuen els amics comuns, interactuen amb els familiars de cadascú i reben suport dels seus parents polítics tan fàcilment com en reben de la seva pròpia família. Això crea un sistema fluid d'accés als recursos, siguin materials, cognitius o d'influències. Canviant i maniobrant entre xarxes, els individus poden utilitzar vincles d'una xarxa per a portar recursos a una altra. Saber-se connectar (en línia i fora de línia) es converteix en un recurs de capital humà i tenir una xarxa de suport esdevé un recurs de capital social, que crea la possibilitat d'enllaçar, comerciar i cooperar (Lin, 2001; Wellman i Frank, 2001).

En unes xarxes de lloc a lloc d'aquest tipus, el control de recursos és una mescla de control de la propietat i control de la connexió en xarxa. Saber-se connectar (en línia i fora de línia) es converteix en un recurs de capital humà i tenir una xarxa de suport esdevé un recurs de capital social (Wellman i Wortley, 1990). El cost pot ser la pèrdua d'una comunitat local visible i clarament present, que pot proporcionar un fort sentit d'identitat i pertinença. El guany és l'augment de la diversitat d'oportunitats, un horitzó més ampli per a l'acció individual i l'alliberament del control restrictiu d'un únic grup.

## 5.4.2. Sociabilitat i comunitat a Catalunya<sup>2</sup>

Fins a quin punt la sociabilitat a Catalunya reflecteix les tendències socials generals que s'acaben de descriure? Fins a quin punt han forjat els catalans les pròpies formes de sociabilitat en la seva societat en xarxa, dintre i fora d'Internet? Aquest apartat utilitza resultats de l'enquesta "Projecte Internet Catalunya" per a tractar aquestes qüestions. L'anàlisi comença amb les relacions domèstiques i després s'obre a l'exterior per a observar les relacions amb els progenitors, altres familiars, amics i veïns. Un apartat subsegüent tracta de la manera en què Internet afecta la sociabilitat a Catalunya.

### 5.4.2.1. Relacions domèstiques

**Continuen sopant juntes les famílies?** Històricament, els sopars han estat l'hora punta en què les famílies es reuneixen. Pagesos, estudiants i obrers van a sopar a casa d'una manera rutinària si no treballen per torns. És el moment d'intercanviar les novetats del dia, de conversar i de discutir. Totes aquestes activitats, combinades amb el menjar, generalment promouen un sentit de cohesió i unitat familiar.

Robert Putnam (2000) ha suggerit una disminució important dels sopars familiars als Estats Units. Mentre que l'any 1978 el 50% dels americans deien que sopaven junts habitualment, el 1998 només ho afirmaven el 34%: un terç menys aproximadament. Putnam veu aquest fet com un indicador de la disminució de la solidaritat del grup domèstic. Per dir-ho més neutralment, és un indicador de la transformació de les xarxes de grup en xarxes personalitzades. A la llar, els membres de la família encara estan connectats, però tenen horaris diferents a causa de les exigències del treball i l'escola i els al·licients de les activitats d'oci.

Com a element indicador de la interacció a les llars, es va preguntar als enquestats quantes vegades sopaven junts els membres de la família, o bé si sopaven sols. Contràriament als americans, els catalans acostumen a sopar junts a casa. Tot i que no hi ha dades de tendències a Catalunya similars a les de Putnam, en aquesta enquesta es preguntava als participants quantes vegades sopaven a casa amb altres membres de la família. Quasi dos terços (61,1%) dels catalans sopen junts amb tots els membres de la família cada vespre, set vespres la setmana. Un altre 17,7% sopen junts de quatre a sis vespres a la setmana. Per tant, gairebé tots els catalans (78,8%) fan la majoria dels sopars amb tots els membres de la família.

---

<sup>2</sup> En l'anàlisi estadística presentada a l'apartat 5.4.2 i següents, cada taula s'ha calculat sobre el conjunt d'individus que proporcionen la informació sobre les seves conductes de sociabilitat segons la variable definida a cada taula. Com que el nivell de resposta varia, els totals de cada taula poden ser diferents. Aquest fet no disminueix la significació estadística de les relacions entre variables obtingudes, que han estat mesurades mitjançant tests de significació. Tenint en compte la grandària de la submostra analitzada, tampoc no s'altera significativament el nivell de representativitat estadística.



**S1. Durant els últims set dies, quantes vegades van sopar tots els membres de la llar reunits? \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet**

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat usuari	Entrevistat no usuari	
Durant els últims set dies, quantes vegades van sopar tots els membres de la llar reunits?	Cap	N	104	161	265
		%	10,5%	9,1%	9,6%
	1	N	29	28	57
		%	2,9%	1,6%	2,1%
	2	N	61	98	159
		%	6,2%	5,5%	5,8%
	3	N	48	59	107
		%	4,9%	3,3%	3,9%
	4	N	74	69	143
		%	7,5%	3,9%	5,2%
	5	N	117	109	226
		%	11,9%	6,1%	8,2%
	6	N	50	68	118
		%	5,1%	3,8%	4,3%
7	N	504	1185	1689	
	%	51,1%	66,7%	61,1%	
Total	N	987	1777	2764	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

Els usuaris d'Internet tenen significativament<sup>3</sup> menys possibilitats que la resta de catalans de fer junts tots els sopars o la majoria. Com més temps fa que els individus utilitzen Internet, menys probable és que sopin amb els altres membres de la llar set dies a la setmana. Per exemple, el 66,7% dels catalans que no utilitzen Internet sopen junts cada dia. En canvi, ho fan el 60,5% dels que han estat connectats en línia durant un any o menys, el 59,4% dels que hi han estat connectats entre un any i dos i el 55,5% dels usuaris veterans que han estat en línia més de dos anys.

La diferència entre els usuaris i els no usuaris d'Internet només es fa evident per als que sopen junts tots set vespres. No hi ha diferències entre els usuaris i els no usuaris d'Internet pel que fa al nombre de vegades que sopen junts més de quatre vespres a la setmana. És important no exagerar les diferències petites o moderades. La realitat més important és que els usuaris catalans d'Internet (i també els no usuaris) sopen junts amb la família cada vespre.

**Han augmentat o han disminuït les activitats domèstiques?** La gran majoria d'enquestats declara que el nivell de les seves activitats domèstiques s'ha mantingut gairebé igual durant l'any passat. El percentatge de catalans que ho declara és alt i constant amb relació a diferents tipus d'activitats: converses amb membres de la família, 84,9%; discussions amb membres de la família, 81,6%; activitats amb els fills, 79,1%.

<sup>3</sup> En aquest apartat, s'utilitza la paraula *significatiu* per a indicar que la relació compleix la convenció estadística comuna que estableix que la relació és probablement certa per a la població adulta catalana, almenys en 95 casos de cada 100. El test khi quadrat s'utilitza per a taules quadrades. Els nivells significatius s'utilitzen amb prudència perquè, en una mostra àmplia com aquesta, és possible que resultats substancialment trivials siguin estadísticament significatius.

**Taula S2: Percentatge d'entrevistats que afirmen que les converses, les baralles o les activitats amb els membres de la llar han augmentat, disminuït o s'han mantingut igual**

	Usuaris		No Usuaris		Total	
	N	Percentatge	N	Percentatge	N	Percentatge
<b>Converses</b>						
Han augmentat	116	11,7%	155	8,6%	271	9,7%
S'han mantingut igual	810	81,5%	1557	86,7%	2367	84,9%
Han disminuït	68	6,8%	83	4,6%	151	5,4%
Total	994	100%	1795	100%	2789	100%
<b>Baralles</b>						
Han augmentat	80	18,6%	150	11,0%	230	12,8%
S'han mantingut igual	312	72,4%	1112	81,2%	1424	79,1%
Han disminuït	39	9,0%	107	7,8%	146	8,1%
Total	431	100%	1369	100%	1800	100%
<b>Activitats amb nens</b>						
Han augmentat	77	7,9%	102	5,7%	179	6,5%
S'han mantingut igual	774	79,2%	1477	82,9%	2251	81,6%
Han disminuït	126	12,9%	203	11,4%	329	11,9%
Total	977	100%	1782	100%	2759	100%

En quina mesura està associat l'ús d'**Internet** amb qualsevol augment o disminució d'aquestes activitats domèstiques? En les tres activitats domèstiques estudiades, la majoria d'usuaris i de no usuaris d'Internet declaraven que les seves activitats domèstiques s'havien mantingut gairebé igual durant l'any passat.

Entre la minoria de catalans que declaren que s'han produït canvis en les seves activitats domèstiques, els usuaris d'Internet tenen una tendència significativament superior a la dels no usuaris a esmentar augments i disminucions de les seves **converses amb membres de la família**. Així, l'11,7% d'usuaris d'Internet declaren que s'ha produït un augment de les converses i el 6,8%, una disminució. En canvi, el 8,6% de no usuaris declaren que hi ha hagut un augment i el 4,6%, una disminució. El percentatge d'usuaris d'Internet que declaren que les converses han augmentat o disminuït no varia de manera apreciable segons el temps que fa que hi estan connectats. Potser els usuaris d'Internet són més sensibles als canvis (siguin augments o disminucions) en les converses socials que no pas els no usuaris.

Quatre cinquenes parts (81,6%) dels catalans declaren que no hi ha hagut canvis pel que fa a les **discussions familiars**. Els usuaris d'Internet tenen més tendència que els no usuaris a esmentar augments i disminucions de les seves discussions familiars durant l'any passat. El contrast més important es dona amb els nous usuaris a Internet: el 82,9% dels no usuaris declaren que no hi ha hagut cap canvi en les discussions familiars durant l'any passat, en comparació del 74,1% de nous usuaris. El percentatge dels nous usuaris (12,6%) que havien tingut més discussions familiars durant l'any passat és més del doble que el dels no usuaris (5,7%). D'una altra banda, un percentatge

lleugerament superior de nous usuaris (13,3%) respecte a no usuaris (11,4%) havia tingut menys discussions familiars l'any passat que durant l'any anterior.

Els fills acostumen a estar més familiaritzats amb Internet que no pas els seus pares. Això pot explicar per què la probabilitat que els usuaris d'Internet hagin incrementat les **activitats amb els fills** durant l'any passat és superior a la dels no usuaris: el 18,6% dels usuaris d'Internet han augmentat les seves activitats, en comparació de l'11,0% dels no usuaris. Entre els catalans, l'augment de l'activitat amb els fills es produeix amb una probabilitat més de dues vegades superior a la de la disminució de l'activitat, tant pel que fa als usuaris d'Internet (9,0%) com als no usuaris (7,8%). Els que ja tenen força experiència amb Internet tenen una probabilitat superior d'haver augmentat l'activitat amb els fills: el 12,7% dels que hi han estat connectats més de dos anys, enfront del 9,7% dels que hi han estat entre un i dos anys.

#### 5.4.2.2. Progenitors (pares i mares)

**Nombre:** La major part dels progenitors dels catalans són vius i formen part de les seves xarxes personals. Com a mostra de la longevitat superior de les dones, el percentatge de mares que viuen és superior al dels pares: el 63,0% enfront del 51,8%. Els enquestats declaren 1,1 progenitors per terme mitjà a les seves xarxes.<sup>4</sup> En aquest apartat es consideren membres de les xarxes personals tots els progenitors, familiars, amics i veïns amb qui els enquestats declaren mantenir un contacte significatiu al llarg de l'any.

**Taules S3a. Percentatge de progenitors vius dels entrevistats**

##### El seu pare viu?

	N	%	% acumulat
NP (viu amb el seu pare)	661	22,0	22,0
Sí	895	29,8	51,8
No	1416	47,1	98,9
NS/NC	33	1,1	100,0
Total	3005	100,0	

##### La seva mare viu?

	N	%	% acumulat
NP (viu amb la seva mare)	764	25,4	25,4
Sí	1129	37,6	63,0
No	1091	36,3	99,3
NS/NC	21	,7	100,0
Total	3005	100,0	

**Localització:** La majoria de progenitors catalans viuen a prop dels seus fills adults, la qual cosa facilita la sociabilitat cara a cara. Tres quartes parts (74,6%) dels pares dels enquestats viuen al

mateix municipi: a la mateixa casa (42,9%) o a qualsevol altre lloc del municipi (31,7%). Més de la meitat dels pares que no viuen a la mateixa llar, viuen a prop, al mateix municipi (55,5%). La major part de la resta viuen en un altre lloc de Catalunya (14,7%). Alguns viuen en un altre lloc d'Espanya (7,1%) i uns quants viuen a l'estranger (3,6%).<sup>5</sup>

Les mares tenen un patró de residència semblant. Tres quartes parts (74,3%) de les mares enquestades viuen al mateix municipi, sigui a la mateixa casa (40,6%) o a qualsevol altre lloc del municipi (33,7%). De manera semblant als pares, més de la meitat de les mares que no viuen a la mateixa llar, viuen a prop, al mateix municipi (56,7%). La major part de la resta viuen en un altre lloc de Catalunya (14,8%). Algunes viuen en un altre lloc d'Espanya (7,3%) i unes quantes viuen en altres països (3,6%).

**Contacte:** Amb tanta proximitat geogràfica, no és sorprenent que la majoria de catalans vegin els seus progenitors cada dia. Molts perquè viuen a la mateixa llar. Però, fins i tot quan els progenitors viuen en un altre lloc, el contacte és freqüent. Per exemple, un terç (33,3%) de les persones que no comparteixen la llar amb els pares els veuen cada dia i el 35,3% veuen les mares cada dia. Si no cada dia, almenys una vegada a la setmana: el 34,1% visiten setmanalment els pares i el 35,1%, les mares. Només el 21,6% dels catalans que no viuen amb els pares els veuen una vegada a l'any o menys, i només el 18,9%, pel que fa a les mares. Tenint en compte la gran quantitat de catalans que viuen amb els seus progenitors, el percentatge dels que rares vegades els veuen és baix. Aproximadament el 10% veuen els seus progenitors una vegada a l'any o menys.

### Taules S3b Contacte amb els progenitors

Amb quina freqüència es troba personalment amb el seu pare? \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat usuari	Entrevistat no usuari	
Amb quina freqüència es troba personalment amb el seu pare?	Cada dia	N	131	162	293
		%	33,6%	33,1%	33,3%
	Almenys un cop per setmana	N	149	151	300
		%	38,2%	30,9%	34,1%
	Almenys un cop al mes	N	53	48	101
		%	13,6%	9,8%	11,5%
	Almenys un cop l'any	N	44	93	137
		%	11,3%	19,0%	15,6%
	Mai	N	13	35	48
		%	3,3%	7,2%	5,5%
Total	N	390	489	879	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

<sup>4</sup> En aquest apartat relatiu a la sociabilitat amb els progenitors, les medianes i les mitjanes són iguals.

<sup>5</sup> L'anàlisi de les dades per a trobar diferències entre homes i dones no va mostrar diferències significatives. En canvi, les dades de les xarxes personals canadenques reflecteixen que les dones tenen xarxes més àmplies, pel fet de relacionar-se amb un nombre més gran de familiars i veïns (Wellman, 1992).

**Amb quina freqüència parla per telèfon amb el seu pare? \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet**

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat usuari	Entrevistat no usuari	
Amb quina freqüència parla per telèfon amb el seu pare?	Cada dia	N	94	96	190
		%	24,2%	19,6%	21,6%
	Almenys un cop per setmana	N	193	220	413
		%	49,6%	44,9%	47,0%
	Almenys un cop al mes	N	38	83	121
		%	9,8%	16,9%	13,8%
	Almenys un cop l'any	N	4	12	16
		%	1,0%	2,4%	1,8%
	Mai	N	60	79	139
		%	15,4%	16,1%	15,8%
Total		N	389	490	879
		%	100,0%	100,0%	100,0%

**Amb quina freqüència es comunica per Internet amb el seu pare? \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet**

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat usuari	Entrevistat no usuari	
Amb quina freqüència es comunica per Internet amb el seu pare?	Cada dia	N	2		2
		%	,5%		,2%
	Almenys un cop per setmana	N	6		6
		%	1,5%		,7%
	Almenys un cop al mes	N	3		3
		%	,8%		,3%
	Almenys un cop l'any	N	5		5
		%	1,3%		,6%
	Mai	N	374	510	884
		%	95,9%	100,0%	98,2%
Total		N	390	510	900
		%	100,0%	100,0%	100,0%

**Amb quina freqüència es troba personalment amb la seva mare? \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet**

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat usuari	Entrevistat no usuari	
Amb quina freqüència es troba personalment amb la seva mare?	Cada dia	N	156	236	392
		%	34,7%	35,6%	35,3%
	Almenys un cop per setmana	N	178	212	390
		%	39,6%	32,0%	35,1%
	Almenys un cop al mes	N	55	65	120
		%	12,2%	9,8%	10,8%
	Almenys un cop l'any	N	52	123	175
		%	11,6%	18,6%	15,8%
	Mai	N	8	26	34
		%	1,8%	3,9%	3,1%
Total		N	449	662	1111
		%	100,0%	100,0%	100,0%

**Amb quina freqüència parla per telèfon amb la seva mare? \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet**

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat usuari	Entrevistat no usuari	
Amb quina freqüència parla per telèfon amb la seva mare?	Cada dia	N	126	140	266
		%	28,1%	21,1%	23,9%
	Almenys un cop per setmana	N	225	297	522
		%	50,2%	44,7%	46,9%
	Almenys un cop al mes	N	33	102	135
		%	7,4%	15,4%	12,1%
	Almenys un cop l'any	N	2	17	19
		%	,4%	2,6%	1,7%
	Mai	N	62	108	170
		%	13,8%	16,3%	15,3%
Total		N	448	664	1112
		%	100,0%	100,0%	100,0%

**Amb quina freqüència es comunica per Internet amb la seva mare? \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet**

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat usuari	Entrevistat no usuari	
Amb quina freqüència es comunica per Internet amb la seva mare?	Cada dia	N	2		2
		%	,4%		,2%
	Almenys un cop per setmana	N	7		7
		%	1,6%		,6%
	Almenys un cop al mes	N	3		3
		%	,7%		,3%
	Almenys un cop l'any	N	3		3
		%	,7%		,3%
	Mai	N	434	680	1114
		%	96,7%	100,0%	98,7%
Total		N	449	680	1129
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Per a aquesta població predominantment local, la freqüència del contacte telefònic és apreciable, però inferior a la de les visites personals. El contacte telefònic tant amb els pares com amb les mares és, per terme mitjà<sup>6</sup>, d'una vegada a la setmana. Dues tercers parts dels enquestats que viuen separats dels seus progenitors mantenen contacte telefònic amb els pares (68,6%) i les mares (70,8%) almenys una vegada a la setmana. Només una petita minoria dels enquestats amb qui no viuen els progenitors hi parlen una vegada a l'any o menys: el 17,6% rares vegades parlen amb els pares i el 17% rares vegades ho fan amb les mares.

La situació és molt diferent pel que fa al contacte per Internet. Independentment d'on viuen els progenitors, només una minúscula part dels enquestats ( $16/3.005 = 0,53\%$ ) han utilitzat Internet per a

<sup>6</sup> En aquest apartat, els termes mitjans que s'esmenten són medianes, i no pas mitjanes, a causa de la presència de dades amb dispersió ascendent.

comunicar-s'hi amb el seu pare i ( $15/3.005 = 0,49\%$ ) amb la seva mare. A més, menys de l'1% ( $5/900 = 0,55\%$ ) dels entrevistats que han respost a la pregunta "Amb quina freqüència es comunica per Internet amb el seu pare?" l'han utilitzat per a comunicar-s'hi amb ell, almenys un cop a l'any i ( $3/1.129 = 0,27\%$ ) respecte a la mare que han respost a la pregunta "Amb quina freqüència es comunica per Internet amb la seva mare?", indicant una freqüència d'almenys un cop a l'any.

La comunicació entre els progenitors i els fills per Internet requereix que tant els uns com els altres tinguin accés a la xarxa. Molts progenitors, però, pertanyen a una generació de catalans que difícilment han utilitzat Internet. Mentre que gairebé tots els catalans tenen accés al telèfon, la majoria no disposen d'un accés adequat a Internet o al correu electrònic a la feina, a casa o a l'escola. Per descomptat, si se sap fer servir un ordinador, es pot anar a un cibercafé o a una biblioteca. Anar a un lloc concret per a intercanviar missatges electrònics no és, però, un procés que encoratgi la comunicació espontània entre progenitors o, de fet, entre familiars i amics (Boase, Chen, Wellman i Prijatelj, 2002).

#### 5.4.2.3. Familiars

**Nombre i localització de familiars:** En aquest apartat es consideren només els familiars adults amb qui els enquestats han tingut algun contacte durant l'any passat. Això comprèn gairebé tots els seus familiars, però no pas tots.

La gran majoria de catalans (80,9%) tenen almenys un familiar (diferent dels progenitors) que viu al mateix municipi. Una mediana de 4,5 familiars viuen al mateix municipi, més un o dos progenitors, la qual cosa fa un total de sis o set familiars que viuen a prop. Més d'una quarta part dels catalans (27,9%) tenen més de 10 familiars (a més dels progenitors) que viuen al mateix municipi.

#### Taula 4 aproximadament aquí: Grandària mediana i mitjana de les xarxes de relació i localització

Mediana i composició de les xarxes personals

	Progenitors <sup>7</sup>	Familiars	Amics	Veïns	Totals per fila	Percentatges per fila
Al mateix municipi	0,8	4,5	5,5	2,7	13,5	63,7%
A la resta de Catalunya	0,2	4,4	1,0		5,6	26,4%
A la resta d'Espanya	0,1	1,0	0,7		1,8	8,5%
A l'estranger	0,04	0,2	0,1		0,3	1,4%
Totals per	1,14	10,1	7,3	2,7	21,2	

<sup>7</sup> En les taules tant de medianes com de mitjanes s'utilitza la distribució mitjana dels progenitors, perquè en aquest context la mediana no té sentit.

columna						
Percentatges per columna	5,2%	47,6%	34,4%	12,7%		100%

## Mitjana i composició de les xarxes personals

	Progenitors	Familiars	Amics	Veïns	Totals per fila	Percentatges per fila
Al mateix municipi	0,8	8,4	9,8	3,7	22,7	50,7%
A la resta de Catalunya	0,2	6,7	4,4		11,3	25,2%
A la resta d'Espanya	0,1	5,9	2,7		8,7	19,4%
A l'estranger	0,04	1,2	0,9		2,1	4,7%
Totals per columna	1,14	22,2	17,8	3,7	44,8	
Percentatges per columna	2,5%	50,0%	39,7%	8,3%		100%

La dimensió de Barcelona fa que compregui una quarta part (24,7%) dels catalans enquestats. Per tant, és probable que els enquestats barcelonins tinguin un percentatge extraordinàriament alt de familiars que viuen al mateix municipi (Barcelona) que ells. Les dades mostren que és veritat. Dues tercers parts dels enquestats barcelonins (67,1%) tenen sis o més familiars (a més dels progenitors) que també viuen al mateix municipi: Barcelona. Prop de dues cinques parts (38,2%) de barcelonins tenen 11 familiars o més que també viuen a Barcelona. En canvi, un percentatge significativament inferior (45,3%) de catalans que no viuen a Barcelona tenen sis o més familiars que viuen al seu municipi i només una quarta part (24,5%) tenen més de 10 familiars a la resta de Catalunya.

**TAULA S4a: Lloc de residència i nombre de familiars que viuen al mateix municipi**

N de familiars que viuen al mateix municipi	Lloc de residència					
	Fora de Barcelona		Barcelona		Total	
	N	Percentatge	N	Percentatge	N	Percentatge
No tinc familiars	494	21,8%	82	11,1%	576	19,2%
D'1 a 5	745	32,9%	162	21,9%	907	30,2%
De 6 a 10	470	20,8%	214	28,9%	684	22,8%
11 o més	555	24,5%	283	38,2%	838	27,9%
Total	2264	100%	741	100%	3005	100%

**TAULA S4b: Lloc de residència i nombre de familiars que viuen a la resta de Catalunya**

N de familiars que viuen a la resta de Catalunya	Lloc de residència					
	Fora de Barcelona		Barcelona		Total	
	N	Percentatge	N	Percentatge	N	Percentatge
No tinc familiars	574	25,4%	376	50,7%	950	31,6%



D'1 a 5	617	27,3%	153	20,6%	770	25,6%
De 6 a 10	451	19,9%	111	15,0%	562	18,7%
11 o més	622	27,5%	101	13,6%	723	24,1%
Total	2264	100%	741	100%	3005	100%

**TAULA S4c: Lloc de residència i nombre de familiars que viuen a la resta d'Espanya**

	<i>Lloc de residència</i>					
	<i>Fora de Barcelona</i>		<i>Barcelona</i>		<i>Total</i>	
N de familiars que viuen a la resta d'Espanya	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>
No tinc familiars	970	42,8%	352	47,5%	1322	44%
D'1 a 5	407	18%	104	14%	511	17%
De 6 a 10	311	13,7%	121	16,3%	432	14,4%
11 o més	576	25,4%	164	22,1%	740	24,6%
Total	2264	100%	741	100%	3005	100%

**TAULA S4d: Lloc de residència i nombre de familiars que viuen a l'estranger**

	<i>Lloc de residència</i>					
	<i>Fora de Barcelona</i>		<i>Barcelona</i>		<i>Total</i>	
N de familiars que viuen a l'estranger	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>
No tinc familiars	1818	80,3%	571	77,1%	2389	79,5%
D'1 a 5	292	12,9%	89	12%	381	12,7%
De 6 a 10	75	3,3%	33	4,5%	108	3,6%
11 o més	79	3,5%	48	6,5%	127	4,2%
Total	2264	100%	741	100%	3005	100%

Dues tercers parts dels catalans (68,4%) també tenen almenys un familiar que viu fora del seu municipi, però en un altre lloc de Catalunya. Els catalans tenen una mediana de 4,4 familiars que viuen a la resta de Catalunya. Una quarta part (24,1%) en tenen més de 10.

La situació es fa més complexa quan es comparen els catalans que viuen a Barcelona i els que viuen fora de Barcelona. D'una banda, només el 28,6% de barcelonins tenen sis familiars o més que viuen a la resta de Catalunya, i la meitat (50,7%), de fet, no tenen cap familiar que hi visqui. D'altra banda, més de dues cinques parts de catalans que no viuen a Barcelona, tenen sis o més familiars que viuen a la resta de Catalunya, però no al mateix municipi.

Els catalans tenen pocs familiars que visquin fora de Catalunya. Una mica menys de la meitat dels enquestats (44%) no tenen familiars que visquin a la resta d'Espanya. Per tant, la mediana és d'un únic familiar (1,0) que viu a la resta d'Espanya. D'altra banda, una quarta part (24,6%) dels catalans tenen més de 10 familiars que viuen a la resta d'Espanya. Els barcelonins tenen tendència a tenir un nombre lleugerament superior de familiars que viuen a la resta d'Espanya. Pot ser perfectament que molts dels enquestats hagin emigrat a Catalunya des d'altres regions d'Espanya, dels quals un percentatge lleugerament superior viuen a Barcelona. Aquests emigrants probablement mantenen

algun contacte amb els familiars que han deixat enrere. Alguns dels familiars dels enquestats també poden haver emigrat a altres llocs d'Espanya.

Només una cinquena part dels catalans (20,5%) tenen algun familiar que viu fora d'Espanya, una mediana de 0,2. Com passa en el cas dels contactes socials amb persones que viuen a la resta de Catalunya, els residents a Barcelona tenen una probabilitat lleugerament superior de tenir familiars que visquin fora d'Espanya.

La suma de medianes mostra que la dimensió mitjana aproximada de la xarxa familiar catalana és:

$$1,1 \text{ progenitors} + 4,5 \text{ familiars al mateix municipi} + 4,4 \text{ a la resta de Catalunya} \\ + 1,0 \text{ a la resta d'Espanya} + 0,2 \text{ a l'estranger} = 11,2$$

Aquesta és una estimació conservadora de la dimensió mitjana de les xarxes familiars, ja que aquesta anàlisi només té en compte els familiars amb qui s'ha estat en contacte durant l'any passat i utilitza la mediana per a calcular la dimensió mitjana. La mitjana és el lloc en el qual el 50% de les xarxes són més grans o més petites. S'utilitza en lloc de la mitjana estadística més tradicional. La raó és que en cada situació (familiar al mateix municipi, etc.) el nombre de membres de la xarxa no formen una distribució normal, sinó que es produeix una dispersió ascendent. Per exemple, 45 enquestats declaren que la seva xarxa familiar és formada per cinquanta familiars o més. Si s'utilitzen mitjanes en lloc de medianes per a calcular la dimensió mitjana de les xarxes familiars a Catalunya, s'obté una grandària estimada de 23,9, el doble de l'estimació obtinguda utilitzant medianes:

$$1,1 \text{ progenitors} + 8,4 \text{ al mateix municipi} + 6,7 \text{ a la resta de Catalunya} \\ + 5,9 \text{ a la resta d'Espanya} + 1,2 \text{ a l'estranger} = 23,3 \text{ familiars}$$

La veritat probablement es troba en un punt mitjà. Aparentment, moltes persones han sobreestimat en gran mesura la dimensió de les seves xarxes, i moltes estimacions s'agrupen de manera improbable al voltant de nombres rodons: 10, 20, ... 100. La mediana no és sensible a les estimacions altes ni a les dispersions ascendents, per la qual cosa és preferible adoptar un criteri conservador en aquestes anàlisis. A més, la mediana d'11,2 vincles actius amb familiars és una mica més gran que la dimensió de les xarxes familiars trobades per Fischer al nord de Califòrnia (1982) i Wellman, Carrington i Hall (1988) al Canadà anglòfon<sup>8</sup>, amb procediments de càlcul molt més precisos. És molt inferior a l'estimació de Raymond Firth (1969) de més de 50 familiars al Regne Unit als anys seixanta. Aquesta estimació es va fer més d'una generació abans que es desenvolupessin les societats en xarxa a Europa, i Firth també va insistir als seus enquestats que comptessin tots els familiars, mentre que

<sup>8</sup> Mentre que els projectes de Fischer i Wellman demanaven als enquestats una llista de tots els membres actius de les seves xarxes, el Projecte Internet Catalunya (PIC) els demanava de fer una estimació del nombre de familiars, amics i veïns. L'examen de les dades del PIC mostra que molts enquestats van donar xifres rodones, com 5, 10 o 20. És probable que les detallades enumeracions de noms demanades per Fischer i

altres estudis de què s'ha parlat aquí només han considerat els familiars que han tingut algun contacte amb els enquestats.

La gran diferència entre aquest estudi català i els estudis nord-americans de Fischer i Wellman és el localisme més gran dels familiars catalans. El noranta per cent (90,1%) dels familiars (incloent-hi els progenitors) viuen a Catalunya. De fet, una majoria (63,7%) viuen al mateix municipi que els enquestats. Només el 8,5% viuen a la resta d'Espanya i molt pocs (1,4%) viuen a l'estranger. Barcelona ocupa un lloc especial com a imant relacional: dues terceres parts de tots els vincles familiars dels barcelonins romanen a Barcelona. Encara que es tracti d'una inferència, les dades suggereixen que molts dels vincles familiars de persones que viuen en altres llocs de Catalunya són amb familiars que viuen a Barcelona.

Aquest patró residencial de la xarxa familiar, centrat a Catalunya i als municipis, contrasta amb les localitzacions residencials més disperses dels familiars nord-americans. La dispersió nord-americana reflecteix l'espai físic més gran dels Estats Units i el Canadà, una tendència més gran en aquests països a traslladar-se a altres regions i l'existència de més immigració procedent d'altres països. Per exemple, les xarxes dels habitants de Toronto són extenses i reflecteixen el paper de la ciutat com a punt de reunió per als immigrants acabats d'arribar d'Europa, Amèrica, l'Àfrica, l'Àsia, l'Amèrica Llatina, els països del Carib i la resta del Canadà. En gairebé tots els casos, els immigrants que arriben a Toronto han deixat familiars enrere i utilitzen sovint tarifes aèries econòmiques, correu electrònic i trucades per Internet per a mantenir el contacte amb els seus.

#### 5.4.2.4. Freqüència de contacte amb els familiars

**Familiars que viuen al mateix municipi:** Els familiars que viuen al mateix municipi es veuen sovint. La majoria dels enquestats declaren que veuen aquests familiars cada setmana (34,0%) o cada dia (19,6%). Només el 7,1% els veuen només una vegada a l'any o menys.

El contacte telefònic amb aquests familiars és una mica menys freqüent. Això suggereix que el telèfon és un suplement de la vida familiar al mateix municipi i no pas un substitut. Només el 8,6% dels enquestats parlen per telèfon diàriament amb familiars que viuen al mateix municipi. La majoria parla per telèfon amb aquests familiars setmanalment (31,3%) o mensualment (23,9%).

Només un petit nombre de catalans (2,8%) tenen contacte per Internet amb familiars que viuen al mateix municipi. Els que es comuniquen així, generalment ho fan setmanalment o mensualment.

**Familiars que viuen a la resta de Catalunya:** Per regla general, els catalans veuen els familiars que viuen a la resta de Catalunya aproximadament una vegada al mes. Només veuen setmanalment el 15,2% d'aquests familiars i diàriament el 2,0%. En canvi, el 6,5% els veuen menys d'una vegada a l'any.

De manera similar, els enquestats acostumen a parlar per telèfon amb aquests familiars aproximadament una vegada al mes. La majoria parlen amb aquests familiars entre una vegada a la setmana i una vegada a l'any. Pocs ho fan diàriament (4,0%) i uns quants més mai no hi parlen per telèfon (13,1%).

Gairebé cap dels enquestats no utilitza Internet per a comunicar-se amb familiars que viuen a la resta de Catalunya. Només el 2,2% han utilitzat Internet alguna vegada per a comunicar-se amb familiars que viuen a la resta de Catalunya. De fet, només el 3,2% dels enquestats que utilitzen Internet l'han feta servir amb aquest propòsit. Menys de l'1% utilitzen Internet setmanalment o diàriament amb aquesta finalitat.

**Familiars que viuen a la resta d'Espanya:** Prop de la meitat dels catalans (48,7%) no tenen cap familiar que visqui a la resta d'Espanya. Fins i tot els que hi tenen familiars, gairebé no els veuen. Els familiars que viuen a Espanya els veuen generalment cosa d'una vegada a l'any. Una quarta part (25,5%) d'aquests familiars gairebé no els veuen o no els veuen mai. Dues terceres parts (68,9%) els veuen només una vegada a l'any o menys, mentre que la resta els veuen mensualment (4,2%), setmanalment (0,6%) o diàriament (0,8%).

Encara que el telèfon compensa en certa mesura la falta de visites cara a cara, la poca freqüència de contacte telefònic amb els familiars que viuen a la resta d'Espanya segueix el model de les visites. Hi ha una mediana de només una trucada telefònica a l'any a familiars que viuen a la resta d'Espanya. A prop d'una quarta part (23%) no els truquen mai o molt poques vegades. A dues cinques parts els truquen una vegada a l'any i, a la resta, mensualment (26,0%), setmanalment (7,9%) o diàriament (1,5%).

Com gairebé sempre en el cas d'aquestes xarxes, l'ús d'Internet és molt limitat, fins i tot en el cas dels familiars que viuen lluny, a la resta d'Espanya. Només l'1,7% dels enquestats han utilitzat Internet per a comunicar-se amb familiars que viuen a la resta d'Espanya. De fet, només el 3,0% dels enquestats que utilitzen Internet, l'han feta servir amb aquest propòsit. Menys de l'1% dels catalans que utilitzen

Internet, la fan servir per a posar-se en contacte setmanalment o diàriament amb familiars que viuen a altres punts d'Espanya.

**Familiars que viuen fora d'Espanya:** Els catalans gairebé no tenen cap contacte amb els familiars que viuen fora d'Espanya. Per una raó: només una cinquena part (20,5%) dels enquestats tenen algun familiar que viu fora d'Espanya. Gairebé tots (97,0%) els veuen una vegada a l'any (44,4%) o menys (52,6%). Un enquestat, probablement algú que viu a la frontera, declara que veu un familiar d'aquest tipus cada dia.

En certa mesura, el telèfon augmenta la connectivitat. Tanmateix, a la gran majoria de familiars (76,3%) que viuen fora d'Espanya els truquen només una vegada a l'any (32,2%) o menys (44,1%). A una quarta part els truquen amb més sovint: mensualment (17,1%), setmanalment (5,3%) i, fins i tot, a uns quants diàriament (1,3%).

Tot i que els catalans utilitzen Internet per a posar-se en contacte amb familiars que viuen fora d'Espanya més que no fan amb els que viuen a Espanya, el percentatge d'enquestats que utilitzen Internet per a aquest propòsit encara és molt petit, només un 2%. De fet, només el 10% dels catalans que utilitzen Internet, la fan servir per a estar en contacte amb familiars que viuen fora d'Espanya. És més, el petit percentatge de catalans que utilitzen Internet per a posar-se en contacte amb familiars, ho fan esporàdicament: una vegada cada mes o menys.

#### **Resum de les xarxes familiars:**

1. La majoria dels catalans tenen entre 11 i 24 familiars (incloent-hi els progenitors) en les seves xarxes actives.
2. Les xarxes familiars catalanes són predominantment locals, ja que aproximadament la meitat dels familiars viuen al mateix municipi, i la gran majoria, a Catalunya.
3. Els familiars que viuen a Catalunya interactuen principalment per mitjà de reunions personals, cara a cara.
4. Les trucades telefòniques són una mica menys freqüents amb la majoria de familiars que viuen al mateix municipi o a la resta de Catalunya. De fet, els catalans truquen molt poques vegades als familiars que viuen lluny: en algun altre lloc d'Espanya o a l'estranger.
5. Només un petit percentatge de catalans utilitza Internet per a estar en contacte amb un familiar. La causa pot ser, en part, el percentatge inferior de catalans que estan connectats a Internet (si es comparen amb els americans), ja que ambdues parts han de tenir-hi accés per a poder establir una comunicació.

6. En comparació de les xarxes familiars nord-americanes (Fischer, 1982; Wellman, 1979; Wellman i Wortley, 1989, 1990), les xarxes familiars catalanes són una mica més grans, més locals i es basen més en les trobades cara a cara. Mentre que més de la meitat de les interaccions nord-americanes en l'època anterior a Internet es feien per telèfon, aquest percentatge és inferior a Catalunya. A més, encara que un terç dels catalans utilitzen Internet, rares vegades la fan servir per a comunicar-se amb els familiars.

#### 5.4.2.5. Amics i veïns

Una immensa majoria de catalans tenen almenys un amic al mateix municipi: el 88,9% enfront del 80,9% dels que tenen almenys un familiar. Gairebé tots els catalans tenen almenys un veí a la seva xarxa que consideren un membre actiu de la xarxa, però no un familiar o un amic. Per regla general, els catalans tenen més vincles d'amistat que no pas de parentiu al mateix municipi: 5,5 contra 4,5. (La mitjana d'amistats al mateix municipi és 9,8.) A més, una quarta part (26,9%) tenen més de 10 amics al mateix municipi. A diferència del que passa amb els familiars, el nombre d'amics locals dels barcelonins és semblant al de la gent que viu a la resta de Catalunya.

**TAULA S5a: Lloc de residència i nombre d'amics que viuen al mateix municipi**

	<i>Lloc de residència</i>				<i>Total</i>	
	<i>Fora de Barcelona</i>		<i>Barcelona</i>		<i>N</i>	<i>Percentatge</i>
<i>N d'amics que viuen al mateix municipi</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>
No tinc amics	277	12,2%	76	10,3%	353	11,7%
D'1 a 5	793	35%	252	34%	1045	34,8%
De 6 a 10	584	25,8%	215	29%	799	26,6%
11 o més	610	27%	198	26,7%	808	26,9%
Total	2264	100%	741	100%	3005	100%

**TAULA 5b: Lloc de residència i nombre d'amics que viuen a la resta de Catalunya**

	<i>Lloc de residència</i>				<i>Total</i>	
	<i>Fora de Barcelona</i>		<i>Barcelona</i>		<i>N</i>	<i>Percentatge</i>
<i>N d'amics que viuen a la resta de Catalunya</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>
No tinc amics	1076	47,5%	507	68,4%	1583	52,7%
D'1 a 5	597	26,4%	136	18,4%	733	24,4%
De 6 a 10	340	15%	61	8,2%	401	13,3%
11 o més	251	11,1%	37	5%	288	9,6%
Total	2264	100%	741	100%	3005	100%

**TAULA 5c: Lloc de residència i nombre d'amics que viuen a la resta d'Espanya**

	<i>Lloc de residència</i>				<i>Total</i>	
	<i>Fora de Barcelona</i>		<i>Barcelona</i>		<i>N</i>	<i>Percentatge</i>
<i>N d'amics que viuen a la resta d'Espanya</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>
No tinc amics	1605	70,9%	533	71,9%	2138	71,1%
D'1 a 5	324	14,3%	111	15%	435	14,5%

De 6 a 10	194	8,6%	54	7,3%	248	8,3%
11 o més	141	6,2%	43	5,8%	184	6,1%
Total	2264	100%	741	100%	3005	100%

**TAULA 5d: Lloc de residència i nombre d'amics que viuen a l'estranger**

N d'amics que viuen a l'estranger	Lloc de residència				Total	
	Fora de Barcelona		Barcelona		N	Percentatge
No tinc amics	2034	89,8%	629	84,9%	2663	88,6%
D'1 a 5	156	6,9%	72	9,7%	228	7,6%
De 6 a 10	25	1,1%	16	2,2%	41	1,4%
11 o més	49	2,2%	24	3,2%	73	2,4%
Total	2264	100%	741	100%	3005	100%

Una mica menys de la meitat (47,3%) dels catalans tenen almenys un amic que viu fora del seu municipi, però en un altre lloc de Catalunya. La mediana d'aquestes amistats és d'1,0 (mitjana = 4,4). Aquesta dada és molt inferior a la dels 4,4 familiars que viuen a la resta de Catalunya. A més, només una petita minoria de catalans (9,6%) tenen més de 10 amics que viuen a la resta de Catalunya. Els barcelonins són diferents: dues terceres parts (68,4%) no tenen amics que visquin a la resta de Catalunya. En canvi, la meitat (52,5%) dels que viuen a la resta de Catalunya tenen amics que també viuen a Catalunya, però en un municipi diferent. Molt possiblement, aquests amics que viuen a la resta de Catalunya, viuen a Barcelona, tenint en compte l'alt percentatge de catalans que hi viuen.

Una minoria de catalans (28,9%) tenen algun amic en altres regions d'Espanya. La majoria de xarxes inclouen menys d'un amic que viu a la resta d'Espanya (mediana = 0,7; mitjana = 2,7). Una minoria molt petita (6,1%) tenen més de 10 amics d'aquest tipus. En aquest cas, no hi ha diferències entre els barcelonins i els enquestats que viuen a la resta de Catalunya.

Només una dècima part (11,4%) dels enquestats tenen algun amic que visqui fora d'Espanya (mediana = 0,1; mitjana = 0,9). Només el 2,4% tenen més de 10 amics que viuen fora d'Espanya, entre els quals els barcelonins tenen una tendència lleugerament superior, tot i que estadísticament significativa, a tenir amistats a l'estranger.

Tant si es fan servir medianes com mitjanes, les dades mostren que els catalans declaren que tenen menys amics que no pas familiars a les seves xarxes. La xarxa mediana d'amics amb els quals es va establir contacte l'any passat consta de 7,3 membres:

$$5,5 \text{ al mateix municipi} + 1,0 \text{ a la resta de Catalunya} + 0,7 \text{ a la resta d'Espanya} + 0,1 \text{ en un altre país} = 7,3 \text{ amics}$$

Com en el cas dels familiars, les mitjanes donen una estimació d'amics molt més gran: 17,8:

$$9,8 \text{ al mateix municipi} + 4,4 \text{ a la resta de Catalunya} + 2,7 \text{ a la resta d'Espanya} + 0,9 \text{ en un altre país} = 17,8 \text{ amics}$$

Les xarxes d'amistat dels catalans són força locals, fins i tot més locals que les xarxes de parentiu. Els vincles existents al mateix municipi comprenen el 75,3% de tots els vincles d'amistat. Els vincles a l'interior de Catalunya comprenen el 89,0% de totes les amistats. A diferència d'aquestes amistats locals, únicament prop d'una quarta part dels enquestats tenen algun amic que visqui a la resta d'Espanya i aproximadament una dècima part en tenen algun que visqui en un altre país. Per regla general, els catalans només tenen un amic que viu fora del seu municipi i a la resta de Catalunya i possiblement un altre que viu a la resta d'Espanya o a l'estranger.

Diferentment de la situació amb els familiars, no hi ha una diferència important entre el localisme de la sociabilitat dels barcelonins i la dels altres catalans. Tanmateix, com que Barcelona és un municipi molt més gran que la resta de municipis catalans, tenir un amic a Barcelona pot significar que l'amic sigui prou lluny perquè s'hagi de fer un viatge de trenta minuts per a anar-lo a veure.

**Contacte amb amics:** Amb tants amics que viuen a prop, no és sorprenent que hi hagi molt de contacte amb amics **que viuen al mateix municipi**. Més de tres quartes parts d'aquests amics es veuen almenys una vegada a la setmana: el 32,3% diàriament i el 45,0% setmanalment. Hi ha menys contacte telefònic amb aquests amics locals, tot i que la meitat (52,5%) parlen per telèfon setmanalment. La norma és que els amics que viuen al mateix municipi parlin més setmanalment (43,1%) que no pas diàriament (9,4%). Una minoria apreciable, el 21,0%, parlen per telèfon una vegada a l'any o menys. Tot i que la comunicació per Internet és baixa entre els amics que viuen al mateix municipi, és substancialment superior a la que hi ha entre familiars. Una dècima part (10,8%) dels enquestats i una vuitena part (12,3%) dels que utilitzen Internet, l'han feta servir per a parlar amb amics del mateix municipi. Es comuniquen en una proporció moderada: la meitat (49,7%) dels que es comuniquen per Internet ho fan aproximadament una vegada a la setmana.

La meitat dels enquestats que tenen amics **que viuen a la resta de Catalunya** tenen menys contacte amb ells que amb els amics que viuen al mateix municipi. Quant a aquests amics, tenen una mediana d'una trobada personal i d'una trucada telefònica mensual. Només una quarta part es veuen (25,8%) o es truquen (24,0%) una vegada a la setmana o amb més freqüència. Només el 6,7% han tingut algun contacte per Internet, predominantment cada mes o cada setmana, i només el 14,1% dels que utilitzen Internet, ho fan per a comunicar-se amb amics que viuen a la resta de Catalunya.



La minoria de catalans que tenen amics *que viuen a la resta d'Espanya* hi tenen poc contacte. Tres quartes parts (74,6%) tenen una trobada personal aproximadament una vegada a l'any, mentre que el 19,0% tenen trobades fins i tot menys freqüents. Les trucades telefòniques omplen alguns d'aquests buits. Una quarta part (25,0%) dels enquestats parlen per telèfon amb els amics d'Espanya una vegada al mes i el 3,3% hi parlen amb més freqüència. La meitat dels enquestats (51,3%), però, només truca una vegada a l'any i el 20,4% encara menys. Tampoc no es fa servir Internet amb gaire més freqüència del que es fa per a mantenir contacte amb amics que viuen a Catalunya. Només el 4,4% han tingut contacte alguna vegada amb aquests amics per mitjà d'Internet i la meitat (51,3%) només una vegada a l'any. De fet, només el 15,2% dels que utilitzen Internet ho fan per a comunicar-se amb amics que viuen a la resta d'Espanya. Tot i la capacitat d'Internet per a connectar grans distàncies a baix preu, el percentatge de catalans que utilitzen aquest mitjà per a comunicar-se amb amics que viuen a la resta d'Espanya no difereix gaire del percentatge dels que l'utilitzen per a comunicar-se amb amics que viuen a Catalunya.

El petit percentatge de catalans amb amics *que viuen en altres països* els veuen molt poques vegades. El 40% els veuen menys d'una vegada a l'any, mentre que més de la meitat (52,9%) només els veuen una vegada a l'any. Com en el cas dels amics que viuen a la resta de Catalunya i d'Espanya, el contacte telefònic resol alguns buits, però no pas tots. A una cinquena part (19,7%) dels amics que viuen a l'estranger, els truquen una vegada al mes o més. Amb tot, les trucades a la majoria d'aquests amics són poc freqüents i, per exemple, a quatre cinques parts (80,3%) els truquen una vegada a l'any com a màxim.

La comunicació per Internet és més gran entre la petita minoria de catalans que utilitzen la xarxa i que tenen amics a l'estranger. Prop d'una tercera part dels catalans que utilitzen Internet (30,5%) ho fan per a comunicar-se amb amics que viuen a l'estranger. Tanmateix, aquest petit grup constitueix només el 3,4% de la mostra total. La proporció mediana de contactes dels que tenen amics a l'estranger és d'una vegada al mes. Només l'11,9% d'aquests enquestats tenen contacte diari o setmanal per Internet amb amics que viuen a l'estranger. Malgrat tot, aquest petit percentatge dels que contacten freqüentment amb amics a l'estranger representa la proporció més alta d'utilització d'Internet a Catalunya per a contactar amb amics o familiars.

La utilització relativament alta d'Internet per a contactar amb amics d'altres països es fa evident d'una altra manera. Quan es considera el nombre d'hores setmanals de connexió de l'usuari, l'única relació significativa pel que fa a la sociabilitat és la que s'estableix entre la utilització d'Internet i el nombre d'amics que es tenen a l'estranger. Com més hores estan connectats els catalans a Internet, més amics tenen. Tanmateix, encara que estadísticament significativa, la relació no és gaire gran. Només una quarta part (26,2%) dels catalans que utilitzen Internet sovint (més de 7 hores cada setmana) tenen almenys un amic a l'estranger. En canvi, els usuaris que utilitzen poc Internet tenen menys

contacte amb amics: el 16,1% dels que la utilitzen menys de dues hores setmanals tenen almenys un amic a l'estranger.

**Veïns:** A més dels familiars i amics, els catalans identifiquen una mediana de 2,7 persones com a veïns. És un nombre una mica inferior als quatre del Canadà (Wellman, Carrington i Hall, 1988; Wellman, 1996) i als nou que s'han determinat recentment en un suburbi canadenc (Hampton i Wellman, 2002a). Cal remarcar que els catalans també identifiquen uns altres 5,5 membres de les seves xarxes com a amics que viuen al mateix municipi. En aquest cas, la causa pot ser més una diferència de nomenclatura que no pas una diferència substantiva, encara que al Canadà, com també a Catalunya, s'acostuma a considerar el veïnatge com una relació més feble que no pas l'amistat.

Prop de tres quartes parts (70,6%) dels que es consideren "veïns" tenen trobades personals almenys una vegada a la setmana, sigui setmanalment (30,6%) o diàriament (40,0%). Aquestes freqüències són aproximadament les mateixes amb què es veuen els amics que viuen al mateix municipi. Tanmateix, una minoria significativa de veïns (16,5%) tenen vincles bastant febles i, tot i que viuen molt a prop, es veuen menys d'una vegada a l'any. En canvi, menys de l'1% d'amics del mateix municipi es veuen menys d'una vegada a l'any.

### Taula S6 Contacte amb veïns

Amb quina freqüència rep o visita els veïns? \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat no usuari	Entrevistat usuari	
Amb quina freqüència rep o visita els veïns?	Cada dia	N	639	236	875
		%	44,1%	32,0%	40,0%
	Almenys un cop per setmana	N	411	257	668
		%	28,4%	34,9%	30,6%
	Almenys un cop al mes	N	99	76	175
		%	6,8%	10,3%	8,0%
Almenys un cop l'any	N	65	41	106	
	%	4,5%	5,6%	4,9%	
Mai	N	234	127	361	
	%	16,2%	17,2%	16,5%	
Total	N	1448	737	2185	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Amb quina freqüència parla per telèfon amb els veïns? \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet**

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat no usuari	Entrevistat usuari	
Amb quina freqüència parla per telèfon amb els veïns?	Cada dia	N	34	7	41
		%	2,3%	,9%	1,9%
	Almenys un cop per setmana	N	59	42	101
		%	4,1%	5,7%	4,6%
	Almenys un cop al mes	N	102	48	150
		%	7,0%	6,5%	6,9%
	Almenys un cop l'any	N	76	32	108
		%	5,2%	4,3%	4,9%
	Mai	N	1178	608	1786
		%	81,3%	82,5%	81,7%
Total		N	1449	737	2186
		%	100,0%	100,0%	100,0%

**Amb quina freqüència es comunica per Internet amb els veïns? \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet**

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat no usuari	Entrevistat usuari	
Amb quina freqüència es comunica per Internet amb els veïns?	Cada dia	N		3	3
		%		,4%	,1%
	Almenys un cop per setmana	N		7	7
		%		,9%	,3%
	Almenys un cop al mes	N		9	9
	%		1,2%	,4%	
	Mai	N	1459	718	2177
		%	100,0%	97,4%	99,1%
Total		N	1459	737	2196
		%	100,0%	100,0%	100,0%

Només una cinquena part dels veïns (18,3%) parlen per telèfon. Només molt pocs es comuniquen per Internet: el 0,6% de tots els enquestats i el 0,9% dels que utilitzen la xarxa. Els que fan servir el telèfon o Internet no ho fan sovint: és un mitjà per a comunicar-se de tant en tant i no una cosa en què es confiï per al contacte habitual. Aquí, altra vegada, els amics que viuen al mateix municipi es comuniquen més per telèfon i per Internet que no pas els veïns. En definitiva, la dada és coherent amb les conclusions nord-americanes que els enquestats tenen vincles més febles amb els que consideren "veïns" que no pas amb altres membres esmentats de la xarxa (Wellman, 1979; Wellman, Carrington i Hall, 1988; Wellman i Wortley, 1999).

**Similitud de sexe:** Els enquestats van declarar que hi havia un equilibri de sexe pel que fa a la gent amb qui parlaven per telèfon o s'intercanviaven correus electrònics. El principi d'homofília (similitud) estableix que els individus tendeixen a associar-se amb altres que tenen unes característiques socials semblants. Alguns analistes han defensat que la reduïda presència social del correu electrònic fa que el sexe dels que es comuniquen per aquest mitjà sigui menys important. Del que no es pot veure o sentir la gent n'és menys conscient. Això implicaria que és més fàcil intercanviar correus electrònics entre homes i dones que no pas fer servir el telèfon. D'altra banda, si tenim en compte que els homes

utilitzen el correu electrònic a Catalunya més que les dones, és possible que les dones catalanes intercanviïn molts dels seus missatges electrònics amb homes.

Les dades suggereixen que aquesta afirmació és certa. Dues tercers parts (66,7%) dels enquestats que utilitzen Internet declaren que la majoria del seus missatges electrònics procedeixen de persones de l'altre sexe: d'homes a dones i de dones a homes. En canvi, la similitud de sexe és superior pel que fa al contacte telefònic, atès que la meitat dels enquestats (51,9%) declaren que les trucades que reben procedeixen, per regla general, de persones de l'altre sexe.

**Resum de les xarxes d'amistat/veïnat:** Si es comparen amb les xarxes d'amistat nord-americanes (Fischer, 1982; Wellman, 1979; Wellman i Wortley, 1989, 1990), les catalanes tenen les característiques següents:

1. Són més grans.
2. Són locals.
3. Es basen en trobades personals. Mentre que més de la meitat de les interaccions nord-americanes en l'època anterior a Internet es produïen per telèfon, el percentatge a Catalunya és molt més baix. Tot i que un terç dels catalans tenen accés a Internet, molt poques vegades la utilitzen per a comunicar-se amb els amics i gairebé mai per a comunicar-se amb els veïns.
4. Les persones que utilitzen Internet amb freqüència tenen una probabilitat una mica més alta de tenir amics en altres països.
5. Els catalans tenen relacions amb més amics que no pas veïns. Els veïns no sembla que tinguin vincles tan forts com els amics; el contacte entre ells no és tan freqüent com el dels amics que viuen al mateix municipi.
6. Els catalans es comuniquen amb l'altre sexe més per Internet que no pas per telèfon, la qual cosa encaixa amb el fet que a Internet hi ha menys consciència de les diferències sexuals.

**Canvi en la manera de comunicar-se a distància:** En quina mesura els catalans utilitzen el telèfon i Internet en comparació de les trobades personals amb progenitors, familiars, amics i veïns? Aquesta qüestió es va tractar adoptant el criteri de considerar interaccions freqüents "una o més vegades cada setmana". Les anàlisis van calcular després el percentatge de catalans que utilitzen les trobades personals, el telèfon o Internet per a comunicar-se almenys setmanalment. Això es va fer per a cada tipus de relació –familiars, amics– i cada tipus de distància –el mateix municipi, la resta de Catalunya.

Per exemple, dues terceres parts (66,6%) dels catalans tenen trobades personals almenys cada setmana amb familiars que viuen al mateix municipi, una meitat (49,6%) hi parlen per telèfon i l'1,4% s'hi comuniquen per Internet. A continuació, el percentatge dels que tenien trobades personals (66,6%) es va dividir pels que tenien contacte telefònic (49,6%), amb la qual cosa es va obtenir una ràtio del 0,76 (en aquest exemple). Aquesta dada es reveladora del que ja s'ha esmentat: és més probable que els familiars que viuen al mateix municipi tinguin trobades personals que no pas que parlin per telèfon.

**Taula S7a: Proporció de trobades personals, contacte telefònic i per Internet (una vegada a la setmana o més)**

	<i>Familiars</i>	<i>Amics</i>
Mateix municipi		
Trobada	66,6	77,4
Telèfon	49,6	52,5
Internet	1,4	8,4
Catalunya		
Trobada	17,2	25,8
Telèfon	23,8	24
Internet	0,9	9,1
Espanya		
Trobada	1,4	1,3
Telèfon	9,4	3,3
Internet	1	6
Estranger		
Trobada	0,5	0,6
Telèfon	6,6	3,1
Internet	2,6	11,8

**Taula S7b: Proporció de trobades personals, contacte telefònic i per Internet (una vegada a la setmana o més)**

	<i>Trobada</i>	<i>Telèfon</i>	<i>Internet</i>
Pare	67,5	68,6	0,9
Mare	70,4	70,9	0,8
Veïns	70,6	6,5	0,5

La comparació de les ràtios els punts següents:

1. Els catalans utilitzen amb més probabilitat el telèfon que no pas les trobades personals per a relacionar-se amb els familiars que no viuen al mateix municipi.
2. Els catalans utilitzen gairebé amb la mateixa probabilitat el telèfon que les trobades personals per a relacionar-se amb els amics que viuen a la resta de Catalunya.

3. La tendència a utilitzar preferentment el telèfon en comptes de les trobades personals augmenta moderadament en les relacions amb els familiars i amics que viuen a la resta de Catalunya.
4. La tendència a utilitzar preferentment el telèfon en comptes de les trobades personals augmenta en gran mesura en les relacions amb els familiars que viuen a la resta d'Espanya o a l'estranger. Els catalans truquen als familiars que viuen a l'estranger 13,2 vegades més de les que hi tenen trobades personals.
5. Encara que les ràtios de trucades / trobades personals amb amics també augmenten amb la distància, l'increment més gran d'aquestes ràtios es produeix en el cas dels familiars.
6. Els catalans utilitzen amb més probabilitat Internet per a comunicar-se amb els pocs amics que viuen a la resta d'Espanya o a l'estranger. De fet, és més probable que utilitzin Internet que no pas el telèfon per a fer-ho.
7. Les relacions de veïnatge es mantenen gairebé exclusivament cara a cara. Aquest fet contrasta amb el veïnatge electrònic que Hampton i Wellman (2002a) van trobar a Netville, on hi havia una connectivitat per Internet especialment bona.

### 5.4.3. Xarxes informàtiques i xarxes socials

#### 5.4.3.1. Internet, augmenta, disminueix o transforma la comunitat social?

Aquest apartat descriu amb més detall fins a quin punt afecta Internet la sociabilitat a Catalunya. Tenint en compte el localisme més gran de la societat catalana en comparació amb la nord-americana, és probable que Internet no tingui un paper tan important en la sociabilitat catalana. Amb tot, una tercera part dels catalans utilitzen Internet per a comunicar-se, informar-se i fer gestions. Fins a quin punt afecta aquesta relació amb Internet la sociabilitat a Catalunya? A més d'analitzar el conjunt dels catalans, aquest apartat se centrarà especialment en la tercera part dels catalans que són usuaris d'Internet.

Les xarxes informàtiques i les xarxes socials sovint funcionen conjuntament. Les xarxes informàtiques uneixen els individus en xarxes socials, i els individus fan servir l'experiència adquirida en les situacions fora de línia quan utilitzen les xarxes informàtiques per a comunicar-se. Els vincles socials recolzats en Internet han transformat el ciberespai en ciberlocs: la gent connecta amb persones afins per mitjà de la xarxa, hi manté relacions socials i de suport i omple la seva activitat en línia de significat, sentiment de pertinença i identitat. De la mateixa manera que la flexibilitat de les xarxes socials geogràficament disperses i menys lligades crea una demanda d'Internet –tant de pàgines web

com de correu electrònic–, el desenvolupament de les xarxes informàtiques ha fomentat la transició de les xarxes de grups a les xarxes socials.

Durant més d'una dècada, els analistes s'han preguntat si els individus poden trobar una veritable sociabilitat en línia a Internet. Poden proporcionar suport, companyonia i identitat social les relacions entre persones que mai no es veuen, se senten o se senten l'olor? Mentre el debat continua (Kraut *et al.*, 2001; Wellman i Haythornthwaite, 2002), la major part dels nord-americans ja utilitza Internet (Fong *et al.*, 2001; Quan-Haase i Wellman, 2002). El nombre d'usuaris continua augmentant, a l'Amèrica del Nord i a l'estranger, tot i que l'alentiment de la taxa de creixement pot indicar un efecte d'estancament, amb una estabilització del percentatge d'usuaris d'Internet nord-americans del 60% o més de les llars (Reddick, Boucher i Groseillers, 2000).

**Augmenta la sociabilitat, Internet?** Els utopistes defensen que Internet proporciona noves i millors formes de comunicació, mentre que els realistes afirmen que Internet allunya la gent del seu nucli familiar a la llar, dels altres familiars i dels amics. La celebració de grups de comunitats i treball amb relacions típiques d'un poble i de teixit dens és una constant que impregna les reflexions sobre l'impacte d'Internet. Molts veuen Internet com un avantatge per als indiferents i aïllats, que deixaran d'arraconar-se davant de les pantalles del televisor. Altres encara van més enllà i, a més de veure Internet com un element potenciador de la sociabilitat, consideren que la transforma, creant noves formes d'interacció en línia i fomentant les relacions fora de línia. En aquest marc, les pantalles d'ordinador s'han convertit en comunicadors màgics, que posen a l'abast de la gent grups de discussió, sistemes de taulers d'anuncis, sales de xat virtuals i altres elements semblants, que permeten mantenir un contacte significatiu arreu del món amb gent que s'acaba de conèixer (Rheingold, 1993, 2000; Wellman i Gulia, 1999).

Encara que els primers informes se centraven en la formació de comunitats "virtuals" en línia, s'ha fet evident que la majoria de relacions establertes en el ciberespai tenen continuïtat en l'espai físic, la qual cosa comporta noves formes de comunitat caracteritzades per una combinació d'interaccions en línia i fora de línia. A més, les interaccions en línia omplen els buits de comunicació que es produeixen entre les trobades personals cara a cara. Internet, per tant, permet millorar les característiques de no localitat de molts vincles socials, que fins ara es connectaven per mitjà de l'automòbil, l'avió, el telèfon, i ara també de xarxes informàtiques.

Els qui consideren que Internet té un paper cada vegada més important en la vida quotidiana afirmen que augmenta la comunicació, fora de línia i en línia. Des d'aquest punt de vista, Internet no solament ofereix l'oportunitat d'establir contacte amb amics i familiars de manera econòmica, sinó que també ajuda a arranjar i augmentar les trobades personals i la comunicació telefònica. Internet també augmenta la implicació cívica en organitzacions de voluntariat en facilitar el flux d'informació entre les

trobades cara a cara i arranjar aquestes trobades. La gran quantitat d'informació disponible a la xarxa i la facilitat d'utilització dels motors de cerca i els hipervincles per a trobar grups propers als interessos de cadascú, permeten als nous usuaris trobar organitzacions afins, associar-s'hi i involucrar-s'hi.

**Disminueix la sociabilitat, Internet?** D'altra banda, els crítics es preocupen pel fet que la vida a Internet no pot ser mai, segons el seu parer, completa i plena de sentit, perquè aparta la gent de tot l'ampli ventall de contactes personals. O en tot cas, i cedint-los la meitat de la raó, els preocupa que la gent se submergeixi en una realitat virtual, en un simulacre, i que perdin contacte amb la "vida real". Aquesta última part del debat és un refregit de l'argument centenari segons el qual els canvis socials condueixen a la pèrdua de la comunitat. D'aquesta manera, els crítics adverteixen que el veritable contacte s'extingirà sense la comunicació més rica que proporciona el contacte personal. La percepció que Internet disminueix la sociabilitat ofereix diverses bases argumentals que s'interrelacionen:

1. Internet pot apartar la gent d'una sociabilitat plena perquè les interaccions en línia són intrínsecament inferiors a les interaccions cara a cara i, fins i tot, a les telefòniques. Alguns analistes han defensat que la presència social, comparativament inferior, de la comunicació per mitjans informàtics no pot sostenir per si mateixa vincles forts per la falta de punts de referència físics i socials, i de retroacció immediata (Stoll, 1995; Daft i Lengel, 1986; Short, Williams i Christie, 1976; Kiesler i Sproull, 1991; Hiltz i Turoff, 1993; Latané i Bourgeois, 1996).
2. Els escèptics qüestionen la qualitat i l'estretor de la sociabilitat en línia (Nissenbaum, 1999). Per exemple, Eric Uslaner (2000b) argumenta que Internet afavoreix les identitats i les comunitats fragmentades, que afebleixen la comprensió compartida i la confiança exigible.
3. Internet pot competir en horari amb altres activitats en un dia que només té 24 hores i, per tant, pot desviar l'atenció de la gent del seu entorn físic immediat. Pot desdibuixar els límits casa-feina i introduir tensions en la vida familiar (Nie, 2001; Anderson i Tracy, 2001).
4. Internet pot ser un element generador d'estrès, que deprimeixi i allunyi la gent de la interacció (Kraut *et al.*, 1998).
5. L'ús d'Internet manté la gent tancada a casa, immòbil davant les pantalles i rebutjant interaccions locals a casa i amb el veïnat.
6. Els vincles en línia poden presentar característiques més homogènies. Sovint sorgeixen a partir d'un interès específic, com les telenovel·les o tocar el violí en un grup de jazz. Això pot reduir les perspectives i l'accés a nova informació.

**Transforma la sociabilitat, Internet?** Més que augmentar o destruir la sociabilitat, potser Internet es va integrant en el ritme de la vida quotidiana, de manera que les seves activitats representen una extensió de les activitats fora de línia. Així, doncs, Internet proporciona un mitjà de comunicació



addicional al telèfon i les trobades personals, que pot ser apropiat i aprofitable. Això suggereix que els efectes d'Internet sobre la societat seran evolutius, com ho van ser els del telèfon (Fischer, 1992), continuant i intensificant la transformació interpersonal de les xarxes socials de grups en xarxes socials individualitzades "de lloc a lloc" i "de persona a persona". Encara que les trobades personals i el contacte telefònic continuen, són complementats per la facilitat d'Internet per a posar en contacte gent geogràficament dispersa i organitzacions que comparteixen interessos comuns.

A molts llocs del món, el correu electrònic continua essent el mitjà més important amb què compta Internet per a mantenir la sociabilitat (Chen, Boase i Wellman, 2002). Hi ha múltiples raons interpersonals per a utilitzar el correu electrònic amb familiars i amics:

1. És gairebé tan fàcil enviar un missatge a deu amics com a un de sol.
2. Els àlies de grup permeten a la gent de posar-se en contacte amb cent amics o més escrivint una sola paraula.
3. Els grups de discussió, els grups de notícies Usenet i els grups de xat en temps real ofereixen fòrums especialitzats, que poden incloure centenars o milers de persones.
4. Els vincles en línia poden ser relacions tangibles de suport. Internet és útil tant per a mantenir vincles forts d'intimitat com vincles més febles entre coneguts.
5. Molts vincles socials, en comptes de basar-se exclusivament en la comunicació personal o en línia, es recolzen més aviat en un ball complex de trobades cara a cara, reunions programades, trucades a tres, missatges electrònics a una persona o més i debats en línia més amplis entre els que comparteixen interessos concrets.

Pot ser que Internet sigui més útil per a mantenir vincles existents que no pas per a crear-ne de nous. Tampoc no sembla que Internet porti a la participació política o a organitzacions diverses, si els usuaris no tenen un interès previ en aquestes qüestions (Cohill i Kavanaugh, 2000; Kavanaugh i Patterson, 2001). Per tant, si Internet transforma la sociabilitat, el seu ús s'afegiria a la interacció personal fora de línia, no afectaria la participació en organitzacions i augmentaria la satisfacció de les relacions. Finalment, el nivell d'utilització d'Internet no estaria associat amb l'augment o la disminució de l'activitat fora de línia.

#### **5.4.3.2. Internet i les xarxes socials a Catalunya**

Encara que una tercera part dels catalans es connecta a Internet en certa mesura, pocs la utilitzen per a comunicar-se amb familiars o amics. De fet, només una minoria de catalans que utilitzen

Internet i tenen familiars o amics que viuen a una distància considerable –en un altre país– la fan servir per a comunicar-s'hi.

Encara que molt poques vegades es comuniquen en línia, molts catalans són usuaris actius d'Internet. L'ús d'Internet té el potencial d'estendre la informació i la consciència entre els individus. També té el potencial de robar hores de son, de mirar televisió i possiblement de reunir-se amb els amics. Per tant, la implicació dels catalans amb Internet pot afectar el seu coneixement del món i la manera de relacionar-se amb familiars i amics. Fins i tot sense utilitzar el correu electrònic, els catalans són membres de la societat xarxa: les xarxes informàtiques s'entrellacen amb les xarxes socials. Això és vàlid fins i tot per als catalans que no utilitzen Internet, si els seus familiars i amics que sí ho fan tenen més informació i consciència però menys temps disponible.

**Nombre de familiars i amics.** Malgrat els temors que l'ús d'Internet afecti negativament la sociabilitat a Catalunya, els usuaris d'Internet tenen sistemàticament xarxes socials més grans que no pas els no usuaris. Això es així per a cada tipus de xarxa estudiat: els amics i familiars que viuen al mateix municipi, a la resta de Catalunya, a la resta d'Espanya o a l'estranger. Per exemple, el 70,9% dels usuaris d'Internet tenen més d'11 familiars a les seves xarxes, en comparació del 62,9% dels no usuaris. Anàlogament, el 58,3% dels usuaris d'Internet tenen més d'11 amics a les seves xarxes, en comparació amb el 43,0% dels no usuaris.

**Taula S7c: Grandària de les xarxes dels usuaris i dels no usuaris d'Internet**

	Usuari		No usuari		Total	
	N	Percentatge	N	Percentatge	N	Percentatge
<b>N de familiars que viuen al mateix municipi</b>						
No en tinc	198	19,1%	378	19,3%	576	19,2%
D'1 a 5	261	25,1%	646	32,9%	907	30,2%
De 6 a 10	274	26,4%	410	20,9%	684	22,8%
11 o més	305	29,4%	527	26,9%	832	27,7%
Total	1038	100%	1961	100%	2999	100%
<b>N de familiars al mateix municipi amb qui es relaciona almenys un cop l'any</b>						
No en tinc	206	19,8%	397	20,3%	603	20,1%
D'1 a 5	294	28,3%	702	35,8%	996	33,2%
De 6 a 10	283	27,3%	401	20,5%	684	22,8%
11 o més	255	24,6%	459	23,4%	714	23,8%
Total	1038	100%	1959	100%	2997	100%
<b>N de familiars a la resta de Catalunya</b>						
No en tinc	315	30,4%	635	32,4%	950	31,7%
D'1 a 5	226	21,8%	544	27,7%	770	25,7%
De 6 a 10	201	19,4%	361	18,4%	562	18,7%
11 o més	295	28,4%	421	21,5%	716	23,9%
Total	1037	100%	1961	100%	2998	100%

N de familiars a la resta de Catalunya amb qui es relaciona almenys un cop l'any

No en tinc	337	32,5%	692	35,3%	1029	34,4%
D'1 a 5	282	27,2%	616	31,5%	898	30%
De 6 a 10	191	18,4%	319	16,3%	510	17%
11 o més	226	21,8%	331	16,9%	557	18,6%
Total	1036	100%	1958	100%	2994	100%

N de familiars a la resta d'Espanya

No en tinc	474	45,8%	848	43,3%	1322	44,2%
D'1 a 5	157	15,2%	354	18,1%	511	17,1%
De 6 a 10	141	13,6%	291	14,9%	432	14,4%
11 o més	262	25,3%	465	23,7%	727	24,3%
Total	1034	100%	1958	100%	2992	100%

N de familiars a la resta d'Espanya amb qui es relaciona almenys un cop l'any

No en tinc	540	52,5%	1003	51,4%	1543	51,7%
D'1 a 5	178	17,3%	387	19,8%	565	18,9%
De 6 a 10	134	13%	247	12,6%	381	12,8%
11 o més	177	17,2%	316	16,2%	493	16,5%
Total	1029	100%	1953	100%	2982	100%

N de familiars a l'estranger

No en tinc	809	78%	1580	80,5%	2389	79,6%
D'1 a 5	135	13%	246	12,5%	381	12,7%
De 6 a 10	46	4,4%	62	3,2%	108	3,6%
11 o més	47	4,5%	75	3,8%	122	4,1%
Total	1037	100%	1963	100%	3000	100%

N de familiars a l'estranger amb qui es relaciona un cop l'any

No en tinc	851	82,1%	1686	85,9%	2537	84,6%
D'1 a 5	119	11,5%	188	9,6%	307	10,2%
De 6 a 10	37	3,6%	37	1,9%	74	2,5%
11 o més	29	2,8%	52	2,6%	81	2,7%
Total	1036	100%	1963	100%	2999	100%

N total de familiars

No en tinc	8	0,8%	12	0,6%	20	0,7%
D'1 a 5	69	6,7%	220	11,2%	289	9,6%
De 6 a 10	128	12,3%	313	16%	441	14,7%
11 o més	832	80,2%	1414	72,2%	2246	75%
Total	1037	100%	1959	100%	2996	100%

N total de familiars amb qui té contacte

No en tinc	13	1,3%	31	1,6%	44	1,5%
D'1 a 5	105	10,1%	316	16,1%	421	14,1%
De 6 a 10	184	17,8%	378	19,3%	562	18,8%
11 o més	734	70,8%	1232	63%	1966	65,7%
Total	1036	100%	1957	100%	2993	100%

N d'amics al mateix municipi

No en tinc	62	6%	291	14,9%	353	11,8%
D'1 a 5	346	33,3%	699	35,8%	1045	34,9%
De 6 a 10	314	30,3%	485	24,8%	799	26,7%
11 o més	316	30,4%	480	24,6%	796	26,6%
Total	1038	100%	1955	100%	2993	100%

N d'amics a la resta de Catalunya

No en tinc	402	38,7%	1181	60,3%	1583	52,8%
D'1 a 5	309	29,8%	424	21,7%	733	24,5%
De 6 a 10	183	17,6%	218	11,1%	401	13,4%
11 o més	144	13,9%	135	6,9%	279	9,3%
Total	1038	100%	1958	100%	2996	100%

N d'amics a la resta d'Espanya

No en tinc	666	64,2%	1472	75,1%	2138	71,3%
D'1 a 5	208	20%	227	11,6%	435	14,5%
De 6 a 10	98	9,4%	150	7,7%	248	8,3%
11 o més	66	6,4%	110	5,6%	176	5,9%
Total	1038	100%	1959	100%	2997	100%
N d'amics a l'estranger						
No en tinc	830	80%	1833	93,6%	2663	88,9%
D'1 a 5	158	15,2%	70	3,6%	228	7,6%
De 6 a 10	20	1,9%	21	1,1%	41	1,4%
11 o més	30	2,9%	35	1,8%	65	2,2%
Total	1038	100%	1959	100%	2997	100%
Total N d'amics						
No en tinc	9	0,9%	182	9,3%	191	6,4%
D'1 a 5	189	18,2%	522	26,7%	711	23,7%
De 6 a 10	235	23,6%	411	21%	646	21,6%
11 o més	605	58,3%	841	43%	1446	48,3%
Total	1038	100%	1956	100%	2994	100%
N de veïns amb qui es relaciona						
No en tinc	297	28,7%	507	25,9%	804	26,9%
D'1 a 5	598	57,8%	1060	54,1%	1658	55,4%
De 6 a 10	100	9,7%	253	12,9%	353	11,8%
11 o més	40	3,9%	138	7%	178	5,9%
Total	1035	100%	1958	100%	2993	100%

Sovint es pensa en Internet com un mitjà per a mantenir contacte amb gent que viu dispersa arreu del món, "el veïnatge universal". Disminueix els contactes locals com anar a prendre un cafè o visitar algú, aquesta immersió? Pot ser que sí fins a un cert punt a escala local, ja que només el 13,6% dels usuaris d'Internet tenen més de cinc veïns, en comparació amb el 19,9% dels no usuaris.

Tanmateix, les xarxes socials evolucionen i passen d'un localisme pronunciat a una dispersió geogràfica molt més gran. I quan l'abast de la xarxa s'estén del veïnat al municipi i més enllà, les xarxes d'usuaris d'Internet es fan més grans. La grandària superior de les xarxes dels usuaris d'Internet i dels no usuaris es dona pel que fa tant als vincles de l'interior de Catalunya com als de l'exterior. Ho podem il·lustrar amb un exemple comparatiu del percentatge d'enquestats amb més de cinc persones a les seves xarxes. Mentre que dues cinques parts (40,2%) dels usuaris d'Internet tenen xarxes familiars a l'interior de Catalunya (tot i que no al mateix municipi) amb més de cinc persones, només un terç (33,1%) dels no usuaris tenen xarxes d'aquesta grandària. Així, doncs, les xarxes dels usuaris d'Internet són el 21,5% més grans que les dels no usuaris. Pel que fa als amics a l'interior de Catalunya, el resultat de la comparació encara crida més l'atenció: el 31,5% de les xarxes familiars dels usuaris tenen sis o més membres, enfront de només el 17,0% de les xarxes dels no usuaris, una diferència del 46,0%.

Tampoc no sembla que Internet consumeixi tant de temps que dificulti la sociabilitat dels catalans. Aquí no hi ha diferències significatives en la grandària de les xarxes entre els usuaris que utilitzen Internet amb freqüència i els que ho fan més esporàdicament.

**Taula S8: Freqüència d'utilització d'Internet segons la grandària de la xarxa social**

	<i>Hores a Internet</i>							
	<i>1-2 hores</i>		<i>2,1-7 hores</i>		<i>Més de 7 hores</i>		<i>Total</i>	
	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>	<i>N</i>	<i>Percentatge</i>
<b>N de familiars que viuen al mateix municipi</b>								
No en tinc	51	17,5%	56	18,4%	69	23,8%	176	19,8%
D'1 a 5	67	22,9%	69	22,6%	81	27,9%	217	24,5%
De 6 a 10	85	29,1%	84	27,5%	61	21%	230	25,9%
11 o més	89	30,5%	96	31,5%	79	27,2%	264	29,8%
Total	292	100%	305	100%	290	100%	887	100%
<b>N de familiars que viuen a la resta de Catalunya</b>								
No en tinc	101	34,6%	85	27,9%	81	27,9%	267	30,1%
D'1 a 5	64	21,9%	75	24,6%	49	16,9%	188	21,2%
De 6 a 10	51	17,5%	56	18,4%	62	21,4%	169	19,1%
11 o més	76	26%	89	29,2%	98	33,8%	263	29,7%
Total	292	100%	305	100%	290	100%	887	100%
<b>N de familiars que viuen a la resta d'Espanya</b>								
No en tinc	147	50,3%	141	46,2%	118	40,7%	406	45,8%
D'1 a 5	41	14%	38	12,5%	54	18,6%	133	15%
De 6 a 10	31	10,6%	48	15,7%	40	13,8%	119	13,4%
11 o més	73	25%	78	25,6%	78	26,9%	229	25,8%
Total	292	100%	305	100%	290	100%	887	100%
<b>N de familiars que viuen a l'estranger</b>								
No en tinc	231	79,1%	244	80%	209	72,1%	684	77,1%
D'1 a 5	39	13,4%	37	12,1%	44	15,2%	120	13,5%
De 6 a 10	9	3,1%	17	5,6%	16	5,5%	42	4,7%
11 o més	13	4,5%	7	2,3%	21	7,2%	41	4,6%
Total	292	100%	305	100%	290	100%	887	100%
<b>N d'amics que viuen al mateix municipi</b>								
No en tinc	18	6,2%	13	4,3%	20	6,9%	51	5,7%
D'1 a 5	94	32,2%	100	32,8%	103	35,5%	297	33,5%
De 6 a 10	85	29,1%	109	35,7%	85	29,3%	279	31,5%
11 o més	95	32,5%	83	27,2%	82	28,3%	260	29,3%
Total	292	100%	305	100%	290	100%	887	100%
<b>N d'amics que viuen a la resta de Catalunya</b>								
No en tinc	131	44,9%	109	35,7%	100	34,5%	340	38,3%
D'1 a 5	69	23,6%	105	34,4%	90	31%	264	29,8%
De 6 a 10	51	17,5%	51	16,7%	57	19,7%	159	17,9%
11 o més	41	14%	40	13,1%	43	14,8%	124	14%
Total	292	100%	305	100%	290	100%	887	100%
<b>N d'amics que viuen a la resta d'Espanya</b>								
No en tinc	197	67,5%	195	63,9%	167	57,6%	559	63%
D'1 a 5	53	18,2%	62	20,3%	65	22,4%	180	20,3%
De 6 a 10	28	9,6%	23	7,5%	36	12,4%	87	9,8%
11 o més	14	4,8%	25	8,2%	22	7,6%	61	6,9%
Total	292	100%	205	100%	290	100%	887	100%
<b>N d'amics a l'estranger</b>								
No en tinc	245	83,9%	245	80,3%	211	72,8%	701	79%
D'1 a 5	36	12,3%	48	15,7%	56	19,3%	140	15,8%
De 6 a 10	3	1%	5	1,6%	11	3,8%	19	2,1%
11 o més	8	2,7%	7	2,3%	12	4,1%	27	3%
Total	292	100%	305	100%	290	100%	887	100%

En resum:

1. Tot i que els usuaris d'Internet rarament utilitzen la red per a comunicar-se amb amics o familiars, les seves xarxes socials són més grans.

2. Quant als usuaris d'Internet, hi ha més diferència en la grandària de les xarxes d'amics que en les de familiars.
3. Els usuaris d'Internet tenen menys veïns. Les seves xarxes són menys locals i geogràficament més disperses.
4. Com a mínim, no sembla que Internet dificulti les relacions amb amics o familiars. Aquestes dades no aporten cap fonament per als temors que la utilització d'Internet s'associï amb menys relacions o amb solitud.
5. Internet pot ajudar a mantenir algunes relacions com a suplement de les trobades personals i de les trucades telefòniques.
6. Encara que Internet no s'utilitzi en moltes relacions, sí que es fa servir amb altres. Internet podria molt ben ser la clau del manteniment d'aquestes altres. Podria ser especialment útil en el cas dels amics que, a diferència dels familiars, és poc probable que formin part d'un sistema de suport social. Així, doncs, Internet pot proporcionar els mitjans per a mantenir uns vincles familiars i d'amistat, que altrament no serien actius.

#### 5.4.3.3. Satisfacció de les interaccions

***Està associat amb l'estrès o la depressió, l'ús d'Internet?*** Un primer estudi (Kraut, *et al.*, 1998) va concloure que quan una persona es connectava a Internet per primera vegada, augmentava la seva fatiga psicològica. Amb el temps, a mesura que ella i els membres de la seva xarxa s'acostumaven a utilitzar Internet, aquestes experiències psicològiques socials nocives tendien a desaparèixer (Kraut *et al.*, 2002). Això suggereix que és més probable que aparegui estrès i depressió entre els nous usuaris ("ciberaprenents") que no pas entre els veterans. I, si Internet incrementa la possibilitat de comunicació sense apartar la gent de les seves trobades personals, els usuaris d'Internet haurien de ser menys solitaris que no pas els no usuaris.

**Taula S9: Estrès, depressió i solitud**

	Usuaris		No usuaris		Total	
	N	Percentatge	N	Percentatge	N	Percentatge
<b>Estrès</b>						
Ha augmentat	327	31,5%	400	20,3%	727	24,2%
S'ha mantingut igual	643	61,9%	1410	71,7%	2053	68,3%
Ha disminuït	60	5,8%	120	6,1%	180	6%
Total	1039	100%	1966	100%	3005	100%
<b>Depressió</b>						
Ha augmentat	107	10,3%	314	16%	421	14,2%
S'ha mantingut igual	856	82,4%	1516	77,1%	2372	78,9%
Ha disminuït	68	6,5%	98	5%	166	5,5%
Total	1039	100%	1966	100%	3005	100%
<b>Solitud</b>						
Ha augmentat	69	6,6%	180	9,2%	249	8,4%
S'ha mantingut igual	892	85,9%	1660	84,4%	2552	84,9%
Ha disminuït	62	6%	88	4,5%	150	5,1%
Total	1039	100%	1966	100%	3005	100%

Com que els catalans tenen grans xarxes locals de persones amb les quals contacten sovint, no és sorprenent que només una minoria declari que va tenir un augment de malestar psicològic durant l'any passat: el 24,4% informen d'un augment de l'estrès, el 14,2% d'un augment de la depressió i el 8,4% d'un augment de l'aïllament.<sup>9</sup> Hi va haver més augments d'aquests estats psicològics que no pas disminucions. Només el 6,1% va informar de menys estrès, el 5,0% de menys depressió i el 5,1% de menys aïllament.

Tot i que l'estrès, la depressió i l'aïllament van augmentar entre més catalans que no van disminuir en altres, l'estat psicològic bàsic dels catalans és l'estabilitat. La gran majoria dels enquestats no van informar de cap canvi en el sentiment d'estrès (69,5%), de depressió (80,2%) o d'aïllament (87,1%). Que els catalans sentin amb més probabilitat el sentiment personal d'estrès i depressió que la condició social d'aïllament indica també el paper positiu que les xarxes socials personals desenvolupen en la seva vida.

On hi ha canvis, els usuaris d'Internet informen amb una probabilitat molt superior a la dels no usuaris d'un augment de l'estrès, durant l'any passat. Mentre que només una cinquena part (20,7%) dels no usuaris d'Internet informen d'un augment de l'estrès, prop d'un terç (31,4%) dels nous usuaris (durant els últims dotze mesos) ho fan, així com el 34,8% dels que han estat connectats entre un i dos anys i el 30,5% dels usuaris veterans que han estat connectats més temps. A diferència de les conclusions de Kraut *et al.* (2002) als Estats Units, els catalans que han estat connectats a Internet només per poc temps no tenen més probabilitats de patir estrès que els que hi han estat durant un període més llarg.

<sup>9</sup> Cal remarcar que l'enquesta demanava autoinformes d'estats d'estrès, depressió i sentiment de solitud, i no pas l'ús d'eines exteriors com

En contrast amb el 24,4% de catalans que han declarat que van patir més estrès al llarg de l'any passat, el 6,1% han declarat que en van patir menys. Hi ha poques diferències entre els usuaris d'Internet i els no usuaris.

Encara que l'estrès ha augmentat més entre més usuaris d'Internet, la depressió ha augmentat més entre els no usuaris. En contrast amb el 10,4% d'usuaris d'Internet que han declarat que van patir més depressió, el 16,3% de no usuaris, percentatge significativament superior, ho han declarat. El percentatge d'usuaris i de no usuaris que informen d'una disminució de la depressió és molt inferior: el 6,6% d'usuaris d'Internet i el 5,1% de no usuaris. Els no usuaris tenen una probabilitat 56,7% inferior a la dels usuaris d'informar d'un augment de la depressió durant l'any passat. En comparació, els usuaris veterans (+ 24 mesos) són els que tenen menys probabilitat d'informar d'un increment de la depressió: només ho fan el 9,4%.

***Augmenta o disminueix l'aïllament social, Internet?*** Com s'ha comentat anteriorment, s'ha debatut molt si Internet augmenta o disminueix les interaccions socials. Els defensors afirmen que el correu electrònic proporciona un canal de comunicació addicional, útil per si mateix i útil també per a afavorir i arranjat les trobades personals. Els detractors afirmen que Internet reclama l'atenció dels seus usuaris d'una manera tal que no tenen temps per a trobades personals (vegeu les proposicions de Wellman i Haythornthwaite, 2002; Kraut *et. al.*, 2002). En aquest apartat ja s'ha comentat la manera com Internet afecta les activitats domèstiques. Com afecta les interaccions socials amb amics i familiars?

Per a la gran majoria de catalans, l'ús d'Internet no va associat a un augment o una disminució de la sensació d'aïllament social: el 87,2% d'usuaris d'Internet i el 86,1% de no usuaris no informen de cap canvi en la sensació d'estar connectat o aïllat.

Entre els catalans que han experimentat canvis en la sensació d'aïllament social, Internet va significativament associada amb la disminució de l'aïllament social. Un elevat percentatge d'usuaris d'Internet (6,1%) declaren que ha disminuït l'aïllament social, en comparació dels no usuaris (4,6%). La disminució de l'aïllament és especialment evident en el cas dels usuaris que han estat connectats a Internet entre un i dos anys (7,1%) i més de dos anys (6,8%). En canvi, l'aïllament social ha disminuït només per al 0,7% de nous usuaris. A més, els nous usuaris són els que han augmentat amb més probabilitat el seu aïllament social: el 10,9% enfront del 9,3% de no usuaris, el 5,6% dels que han estat connectats a Internet entre un i dos anys i el 6,1% d'usuaris veterans.



En definitiva, les dades indiquen que la gran majoria de catalans es consideren psicològicament estables. Durant l'any passat, no informen de cap augment o disminució dels seus nivells d'estrès, depressió o aïllament. Quan hi ha diferències entre usuaris i no usuaris d'Internet, els contrastos no són excessius. Per exemple, els usuaris d'Internet presenten augments més alts d'estrès, però més baixos de depressió. I, a més, informen amb una probabilitat superior de disminucions en el nivell d'aïllament social. En poques paraules, Internet pot ser un element generador d'estrès per a alguns, però rarament és un element depressiu o aïllant. Els nous usuaris, malgrat les conclusions americanes de Kraut i els seus col·legues (1998, 2002), tampoc no tenen experiències psicològiques substancialment diferents dels usuaris amb més experiència. L'excepció és una minoria de nous usuaris que tenen una certa tendència a sentir-se aïllats. Tanmateix, les dades indiquen que al cap d'un any la majoria es troben millor una vegada connectats de com estaven abans de connectar-se.

**Qui se sent satisfet/insatisfet?** No solament la majoria de catalans es consideren psicològicament estables, les tres quartes parts (75,6%) també pensen que els membres que integren les seves xarxes personals estan satisfets de les relacions que hi mantenen. Tot i que la majoria dels usuaris d'Internet coincideixen en aquesta apreciació, els no usuaris informen que els seus familiars i amics estan satisfets, amb una probabilitat significativament superior (80,7%). Com més temps fa que els catalans utilitzen Internet, més baix és el percentatge dels que parlen de satisfacció: el 71,9% dels nous usuaris que fa un any o menys que hi estan connectats, el 66,3% dels que fa un o dos anys i el 64,5% dels que fa més de dos anys. D'altra banda, la majoria d'usuaris d'Internet afirmen que els membres de les seves xarxes estan satisfets, en la mateixa mesura que ho fan la majoria dels altres catalans.

#### **Taula S10: Satisfacció i insatisfacció de les interaccions que manifesten els membres de les xarxes**

	<i>Freqüència</i>	<i>Percentatge</i>
Les persones de casa seva	108	3,6%
La família	345	11,5%
Els amics	190	6,3%
La seva parella	57	1,9%
No es queixa ningú	2156	71,7%
Total	2856	95%

Es podria esperar que Internet afectés negativament les relacions amb els fills i la parella, a causa del temps i l'atenció que l'ús d'Internet pot comportar (vegeu també Nie, 2000). Tanmateix, només pocs catalans declaren que la resta dels membres de la llar consideren que no dediquen prou temps a les seves relacions: en total, s'afirma que només l'1,9% de les parelles es queixen per aquest motiu, com també ho fa només el 3,8% d'altres membres de la llar, generalment els fills. De ben segur, els no usuaris es queixen menys que els usuaris, però les diferències es limiten a uns quants punts

percentuals. Entre els nous usuaris (un any o menys en línia), el 5,5% informa de més queixes de la parella i el 6,3% d'altres membres de la llar. Els usuaris amb més experiència informen d'un percentatge inferior de queixes per part de la parella o dels altres membres de la llar que els nous usuaris o no usuaris.

S'observa que els amics i els familiars estan una mica més descontents. Tot i que els resultats són estadísticament significatius, les diferències entre els usuaris d'Internet i els no usuaris són substancialment petites. Els catalans declaren que aproximadament una quarta part (12,1%) dels familiars i el 6,6% dels amics estan insatisfets. Aquí, altra vegada, els no usuaris informen d'una lleugera, però significativa, menor insatisfacció que els usuaris: el 10,4% de familiars i el 5,4% d'amics. En canvi, la insatisfacció declarada augmenta com més temps fa que els catalans utilitzen Internet. Per exemple, els que fa més de dos anys que la utilitzen informen que el 17,0% dels familiars i el 8,3% dels amics estan insatisfets de les seves relacions.

Un percentatge lleugerament superior d'usuaris d'Internet que de no usuaris informa de tensions en les relacions amb la parella, els altres membres de la llar, els altres familiars i els amics. Ens podem preguntar: l'ús d'Internet per si mateix és una font substancial d'aquest descontentament o procedeix d'altres fonts? Les respostes d'aquesta pregunta són diverses. La majoria d'usuaris d'Internet catalans declaren que els altres membres de la llar, els altres familiars i els amics estan satisfets de les seves relacions. No obstant això, un percentatge d'usuaris d'Internet catalans significativament més alt (34,3%) que no pas de no usuaris (19,3%) informa d'alguna insatisfacció. Això no significa, però, que Internet en sigui la font. També pot ser que la gent que té relacions menys satisfactòries busqui una compensació a Internet.

En cada tipus de relació estudiada, els usuaris d'Internet informen de més insatisfacció que els no usuaris. De fet, tot i que els usuaris d'Internet representen només el 34,6% dels catalans, inclouen sistemàticament la majoria de catalans amb relacions insatisfactòries. Alguns tipus de membres de les xarxes tendeixen a estar més insatisfets. Els familiars són la font més important d'insatisfacció: el 15,2% d'usuaris d'Internet i el 10,4% de no usuaris declaren que els familiars estan insatisfets de les seves relacions. Els amics són els segons en grau d'insatisfacció: el 9,0% d'usuaris d'Internet enfront del 5,4% de no usuaris.

Un estudi americà (Nie, 2001) ha informat d'una certa insatisfacció a les llars perquè els usuaris d'Internet estan més immersos en les activitats davant la pantalla i el teclat que en les relacions domèstiques. A Catalunya, però, la probabilitat d'insatisfacció dels membres de la llar és inferior a la dels altres familiars o amics. Encara que només el 6,7% dels membres de la llar dels usuaris d'Internet estan insatisfets, aquest percentatge és superior al 2,3% que es troba a les llars dels no

usuaris. A diferència de l'estudi americà de Nie, les parelles catalanes són les menys insatisfetes: el 3,4% de les parelles dels usuaris d'Internet i l'1,2% de les parelles dels no usuaris.

En definitiva, la gran majoria tant d'usuaris d'Internet com de no usuaris informen de relacions satisfactòries. Quan hi ha insatisfacció, però, és en certa manera més alta entre els usuaris d'Internet, encara que això pot estar més vinculat a les característiques socials d'aquest col·lectiu que no pas a l'ús d'Internet per si mateix.

#### 5.4.3.4. "Generats per Internet" o "La generació Internet"?

**Utilització de la regressió múltiple per a controlar els efectes de la "generació Internet".** Hi ha relació entre les diferències en la sociabilitat, com és el cas de la grandària de les xarxes o els àpats familiars, i la utilització d'Internet, pel temps i l'atenció que exigeix? O bé aquesta relació entre la grandària de les xarxes, els sopars familiars, etc. és una falsa relació, atès que el tipus de persones que utilitzen Internet són els que amb menys probabilitat mengen a casa amb la resta de la família? Per exemple, sembla que els estudiants i els treballadors a jornada completa tendeixen a deixar de banda alguns membres de la llar i utilitzar Internet. Però, en realitat, què hi ha realment associat amb el fet de sopar junts tots els membres de la família, que siguin estudiants o treballadors, o que siguin usuaris d'Internet? En poques paraules, les diferències entre usuaris d'Internet i no usuaris són generades per la utilització d'Internet, o més aviat és que el tipus de persona que probablement utilitza Internet ("la generació Internet") també difereix més probablement dels altres catalans pel que fa a la sociabilitat?

Per a tractar aquestes qüestions, s'acostuma a utilitzar la tècnica estadística de la regressió múltiple. La regressió múltiple és una tècnica que intenta posar de manifest l'associació única de cada "variable independent" amb una "variable dependent, com la grandària de les xarxes i el nombre de dies que els enquestats sopen amb tots els membres de la llar. En incloure en la llista de variables independents els anys d'utilització d'Internet i el temps d'utilització actual, la regressió múltiple ajuda a comprovar si la utilització d'Internet va associada realment a la grandària de les xarxes i al nombre de dies que sopen junts els membres de la llar o si les associacions es deuen al fet que els usuaris tendeixen a presentar determinades característiques pel que fa a edat, estat civil, estatus d'estudiant, nivell de formació, estat laboral i ingressos. Si la utilització d'Internet prediu significativament el factor de sociabilitat quan se la inclou en una regressió múltiple juntament amb totes aquestes variables (anomenades "variables de control"), hi haurà motius per a pensar que la utilització d'Internet afecta directament la sociabilitat a Catalunya: "generada per Internet". En canvi, si la utilització d'Internet no és estadísticament significativa, això voldrà dir que és més probable que l'associació real no s'estableixi amb la utilització d'Internet per si mateixa sinó amb les característiques socials de la "generació Internet".

**Els efectes d'Internet i la generació Internet.** La regressió múltiple mostra que tant utilitzar Internet com formar part de la generació Internet afecten la sociabilitat dels catalans. D'una banda, la utilització d'Internet s'associa positivament amb el fet de tenir més amics que viuen a la resta de Catalunya, a la resta d'Espanya i a l'estranger. Les regressions mostren que aquesta associació és superior a la dels efectes de les característiques socials dels usuaris d'Internet.

**Taula S11a: Regressions que mostren l'associació de les característiques socials i la utilització d'Internet amb la grandària de les xarxes (familiars)**

	<i>Família al mateix municipi<sup>a</sup></i>		<i>Família a la resta de Catalunya<sup>a</sup></i>		<i>Família a la resta d'Espanya<sup>a</sup></i>		<i>Família a l'estranger<sup>a</sup></i>	
	Betes no estandaritzades	Betes estandaritzades	Betes no estandaritzades	Betes estandaritzades	Betes no estandaritzades	Betes estandaritzades	Betes no estandaritzades	Betes estandaritzades
Edat	-,002*	-,067	-,001	-,027	-,011*	-,214	-,002*	-,067
Sexe	,020	,012	-,026	-,014	-,000	,000	-,001	-,001
Ingressos	,003	,010	,011	,029	-,006	-,015	-,007	-,026
Educació	,002	,010	,019*	,066	-,011	-,036	-,002	,013
Usuari	,066	,038	-,102*	-,051	,148*	,068	-,053	-,036
Estat civil	-,027	-,016	,085*	,045	,136*	,065	,069*	,049
Residència	,346*	,18	-,525*	-,239	-,000	,000	,097*	,061
Nivell d'educació	,044	,017	-,012	-,004	-,054	-,017	-,144*	-,068
Situació laboral	,007	,004	,004	,002	-,043	-,021	-,010	-,007
R <sup>2</sup>	,036	,033	,068	,065	,028	,025	,012	,009

\*Indica significació si  $p < 0,05$ .

<sup>a</sup> Càlcul dels coeficients beta estandaritzats mitjançant mínims quadrats ordinaris. La primera R és no estandaritzada i la segona està corregida.

**Taula S11b: Regressions que mostren l'associació de les característiques socials i la utilització d'Internet amb la grandària de les xarxes (amics)**

	<i>Amics al mateix municipi<sup>a</sup></i>		<i>Amics a la resta de Catalunya<sup>a</sup></i>		<i>Amics a la resta d'Espanya<sup>a</sup></i>		<i>Amics a l'estranger<sup>a</sup></i>	
	Betes no estandaritzades	Betes estandaritzades	Betes no estandaritzades	Betes estandaritzades	Betes no estandaritzades	Betes estandaritzades	Betes no estandaritzades	Betes estandaritzades
Edat	-,004*	-,127	-,002*	-,059	-,002*	-,056	-,000	-,027
Sexe	-,070*	-,050	,027	,015	-,020	-,013	,026	,025
Ingressos	,007	,024	,003	,008	-,008	-,025	-,002	-,009
Educació	,002	,009	,023*	,082	,006	,023	,010*	,064
Usuari	-,039	-,026	-,289*	-,148	-,130*	-,075	-,159*	-,142
Estat civil	-,035	-,025	,066	,035	,111*	,066	,020	,019
Residència	,050	,030	-,412*	-,192	-,032	-,017	,061*	,050
Nivell d'educació	,105*	,048	,109	,039	,048	,019	-,031	-,020
Situació laboral	,028	,020	,148*	,080	,044	,027	,038	,036
R <sup>2</sup>	,044	,041	,104	,102	,018	,015	,040	,037

\* Indica significació si  $p < 0,05$ .

<sup>a</sup> Càlcul dels coeficients beta estandaritzats mitjançant mínims quadrats ordinaris. La primera R és no estandaritzada i la segona està corregida.

D'altra banda, les característiques socials dels catalans també estan relacionades amb la grandària de les xarxes. La característica sistemàticament més destacada és l'edat. Els adults més joves tenen una probabilitat superior de tenir xarxes més grans de familiars i amics. Com que els adults més joves tendeixen a utilitzar més Internet, l'acció conjunta de l'edat i la utilització d'Internet fa que s'incrementi la grandària de les xarxes dels joves adults catalans que són usuaris d'Internet. L'altra característica sistemàticament destacada és l'estat civil. Els casats (o que viuen en parella) tenen xarxes més grans, probablement perquè les parelles incorporen molts dels familiars i amics mutus a les seves pròpies xarxes socials (Wellman, 1985).

#### **5.4.3.5. Consideració de les xarxes en conjunt**

1. Les xarxes personals dels catalans inclouen més amics i veïns que familiars. En canvi, les xarxes nord-americanes acostumen a mantenir un equilibri entre familiars i no familiars. Amb una mediana de 21,8, aquestes xarxes personals són lleugerament més grans que les que s'observen habitualment a l'Amèrica del Nord. El nombre de familiars, amics i veïns és molt més alt a Catalunya.

2. Les xarxes catalanes són més locals que les nord-americanes. Prop de dues terceres parts (63,7%) dels membres de les xarxes catalanes viuen al mateix municipi. Aquests 13,5 membres de les xarxes locals inclouen els progenitors, incloent-hi els que viuen a la mateixa casa (0,8), altres familiars (4,5), amics (5,5) i veïns (2,7).

3. El percentatge d'amics que viuen al mateix municipi és més alt que el de familiars, malgrat la tendència de molts catalans adults a viure amb els seus pares. Al mateix temps, els familiars tenen una probabilitat superior a la dels amics de viure a la resta d'Espanya o a l'estranger. El localisme més gran de les amistats catalanes en comparació del dels familiars suggereix una capacitat millor del sistema familiar per a superar la tensió de viure en localitats diferents. Quan els membres de la xarxa s'allunyen, els vincles d'amistat actius tendeixen a mantenir-se menys que no pas els familiars.

4. Les trobades personals són la forma de comunicació predominant, especialment entre la gran majoria de membres de les xarxes que viuen al mateix municipi o a la resta de Catalunya. Les trucades telefòniques tenen una importància secundària; Internet gairebé no s'utilitza mai, excepte per a comunicar-se amb els pocs amics que viuen a l'estranger.

5. Com més a prop viuen els catalans, més es comuniquen en persona. Les petites distàncies a l'interior de Catalunya fan que es pugui visitar la majoria dels membres de les xarxes fent un viatge curt. El contacte amb les xarxes personals de la resta d'Espanya és menys intens, mentre que el contacte amb la resta del món és mínim.

6. Els catalans valoren molt les possibilitats que ofereixen les trobades personals "cara a cara". Quan això no és factible, recorren al contacte telefònic, que és un mitjà menys ric. Els catalans que són usuaris d'Internet, la fan servir molt poques vegades per a comunicar-se amb amics i familiars, ni tan sols quan aquests membres de les xarxes viuen a l'estranger.

7. La interacció de la proximitat física i el contacte cara a cara fa de Catalunya un lloc diferent de l'Amèrica del Nord, on la gent es queda a casa al vespre i condueix, truca per telèfon o utilitza Internet per a comunicar-se. Els catalans estan satisfets de les seves vides interpersonals i, en tot cas, alguns amics i molts familiars reclamen més trobades personals. Com altres capítols mostren amb més detall, Internet s'utilitza més per a adquirir i generar informació que per a comunicar-se amb familiars i amics.

8. Tot i que alguns usuaris d'Internet mostren insatisfacció i trastorns psicològics en les seves relacions, cal no exagerar-ne la importància. La majoria indica satisfacció i cap trastorn.

9. En general, els usuaris d'Internet s'assemblen als altres catalans pel que fa a la sociabilitat. Els usuaris d'Internet, però, tenen xarxes més grans fora de Catalunya que els no usuaris. A més, l'arribada de la "generació Internet" a la majoria d'edat suggereix que la sociabilitat dels usuaris d'Internet es pot estendre més en el si de la societat catalana.

Els catalans han agafat un camí diferent del dels nord-americans per a crear capital social en una societat moderna. Com aconsegueixen, els catalans, tenir tantes trobades personals en un lloc on no hi ha costum de visitar o rebre visites d'amics o familiars? Mireu els carrers: no és estrany que els bars i cafès de Catalunya siguin tan plens de vida.

#### 5.4.4. Referències

ANDERSON, BEN; KARINA TRACEY. 2001. "Digital Living: The Impact (or Otherwise) of the Internet on Everyday Life". *American Behavioral Scientist* 45 (3): 457-476.

BASTANI, SUSAN. 2001a. "Middle Class Community in Tehran: Social Networks, Social Support and Marital Relationships". Tesi doctoral, Departament de Sociologia, Universitat de Toronto.

BOAL, FRED W. 1972. "Close Together and Far Apart: Religious and Class Divisions in Belfast". *Community Forum* 3 (2): 3-11.

BOASE, JEFFREY; WENHONG CHEN; BARRY WELLMAN; MONICA PRIJATELJ. 2002. "Is There a Place @ Cyberspace? The Users and Uses of the Internet in Public and Private Places". *Géographie et Culture*: En preparació.

- BOISSEVAIN, JEREMY. 1974. *Friends of Friends: Networks, Manipulators, and Coalitions*. Oxford: Blackwell.
- CADWALLER, MARTIN. 1992. *Migration and Residential Mobility: Macro and Micro Approaches*. Madison: University of Wisconsin Press.
- CAMPBELL, KAREN; BARRETT LEE. 1991. "Name Generators in Surveys of Personal Networks". *Social Networks* 13: 203-221.
- CASTELLS, MANUEL. 1972a. *La Question Urbaine*. París: F. Maspero.
- CASTELLS, MANUEL. 1972b. *The Urban Question*. Londres: Edward Arnold.
- CASTELLS, MANUEL. 1983. *The City and the Grassroots*. Berkeley: University of California Press.
- CASTELLS, MANUEL. 1996. *The Rise of the Network Society*. Malden, MA: Blackwell.
- CASTELLS, MANUEL. 2000. *The Rise of the Networked Society* (2a. ed.) Oxford: Blackwell.
- CHEN, WENHONG; JEFFREY BOASE; BARRY WELLMAN. 2002. "The Global Villagers: The Users and Uses of the Internet Around the World". Pàg. 74-113 a *The Internet in Everyday Life*, editat per Barry Wellman and Caroline Haythornthwaite. Oxford: Blackwell.
- CHOLDIN, HARVEY. 1985. *Cities and Suburbs*. Nova York: McGraw-Hill.
- CLARK, SAMUEL D. 1966. *The Suburban Society*. Toronto: University of Toronto Press.
- COHILL, ANDREW MICHAEL; ANDREA LEE KAVANAUGH (ed.). 2000. *Community Networks: Lessons from Blacksburg, Virginia* (2a. ed.). Boston: Artech.
- CRAVEN, PAUL; BARRY WELLMAN. 1973. "The Network City". *Sociological Inquiry* 43 (1): 57-88.
- DAFT, RICHARD L.; ROBERT H. LENGEL. 1986. "Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design". *Management Science* 32 (5): 554-571.
- DURKHEIM, ÉMILE. 1893 [1993]. *The Division of Labor in Society*. Nova York: Macmillan.
- ESPINOZA, VICENTE. 1999. "Social Networks among the Urban Poor: Inequality and Integration in a Latin American City". Pàg. 147-184 in *Networks in the Global Village*, edited by Barry Wellman. Boulder, CO: Westview Press.
- FEAGIN, JOE; HARLAN HAHN. 1973. *Ghetto Revolt: The Politics of Violence in American Cities*. Nova York: Macmillan.
- FEAGIN, JOE. 1973. "Community Disorganization". *Sociological Inquiry* 43: 123-46.
- FELLMAN, GORDON. 1973. *The Deceived Majority: Politics and Protest in Middle America*. Nova York: Dutton.
- FERRAND, ALEXIS; LISE MOUNIER; ALAIN DEGENNE. 1999. "The Diversity of Personal Networks in France: Social Stratification and Relational Structures". Pàg. 185-224 a *Networks in the Global Village*, editat per Barry Wellman. Boulder, CO: Westview Press.
- FIRTH, RAYMOND; JANE HUBERT; ANTHONY FORGE. 1969. *Families and Their Relatives*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- FISCHER, CLAUDE. 1975. "Toward a Subcultural Theory of Urbanism". *American Journal of Sociology* 80: 1319-41.
- FISCHER, CLAUDE. 1976. *The Urban Experience*. Nova York: Harcourt Brace Jovanovich.
- FISCHER, CLAUDE. 1982. *To Dwell Among Friends*. Berkeley: University of California Press.

- FISCHER, CLAUDE. 1992. *America Calling: A Social History of the Telephone to 1940*. Berkeley: University of California Press.
- FONG, ERIC; BARRY WELLMAN; RIMA WILKES; MELISSA KEW. 2001. "Is There a Double Digital Divide? Neighbourhood and Individual Effects in Access to the Internet". Urban and Regional Development Conference, International Sociological Association Conference, Amsterdam.
- GANS, HERBERT. 1967. *The Levittowners*. Nova York: Pantheon.
- GATES, ALBERT; HARVEY STEVENS; BARRY WELLMAN. 1973. "What Makes a Good Neighbor?" A American Sociological Association New York.
- GITLIN, TODD. 1987. *The Sixties: Years of Hope, Days of Rage*. Nova York: Bantam.
- GORDON, MICHAEL. 1978. *The American Family*. Nova York: Random House.
- GRANOVETTER, MARK. 1973. "The Strength of Weak Ties". *American Journal of Sociology* 78: 1360-80.
- GRANOVETTER, MARK. 1982. "The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited". Pàg. 105-130 a *Social Structure and Network Analysis*, editat per Peter Marsden i Nan Lin. Beverly Hills, CA: Sage.
- HALL, ALAN; BARRY WELLMAN. 1985. "Social Networks and Social Support". Pàg. 23-41 a *Social Support and Health*, editat per Sheldon Cohen i S Leonard Syme. Nova York: Academic Press.
- HAMPTON, KEITH. 2001. "Living the Wired Life in the Wired Suburb: Netville, Glocalization and Civic Society". Tesi doctoral, Departament de Sociologia, Universitat de Toronto.
- HAMPTON, KEITH; BARRY WELLMAN. 1999. "Netville On-Line and Off-Line: Observing and Surveying a Wired Suburb". *American Behavioral Scientist* 43 (3): 478-492.
- HAMPTON, KEITH; BARRY WELLMAN. 2001. "Long Distance Community in the Network Society". *American Behavioral Scientist* 45 (3): 477-496.
- HAMPTON, KEITH; BARRY WELLMAN. 2002a. "Neighboring On and Offline in Netville, the Wired Suburb". *City and Community* 1: En preparació.
- HAMPTON, KEITH; BARRY WELLMAN. 2002b. "The Not So Global Village of a Cyber Society: Contact and Support Beyond Netville". En preparació a *The Internet in Everyday Life*, editat per Caroline i Barry Wellman Haythornthwaite. Oxford: Blackwell.
- HAREVEN, TAMARA, ed. 1977. *Family and Kin in Urban Communities, 1700-1930*. Nova York: New Viewpoints.
- HAREVEN, TAMARA. 2000. "Cross-Cultural Comparisons in the Historical Study of the Family and the Life Course". Pàg. 20-21 a *Proceedings of: Uppsala Seminar*. Uppsala, Sweden.
- HAYTHORNTHWAITE, CAROLINE; BARRY WELLMAN. 1998. "Work, Friendship and Media Use for Information Exchange in a Networked Organization". *Journal of the American Society for Information Science* 49 (12): 1101-1114.
- HILTZ, S. ROXANNE; MURRAY TUROFF. 1993. *The Network Nation*. Cambridge, MA: MIT Press.
- KAVANAUGH, ANDREA L.; SCOTT J. PATTERSON. 2001. "The Impact of Community Computer Networks on Social Capital and Community Involvement". *American Behavioral Scientist* 45 (3): 497-510.
- KELLER, SUZANNE. 1968. *The Urban Neighborhood*. Nova York: Random House.



- KERTZER, DAVID I.; DENNIS P. HOGAN. 1989. *Family, Political Economy, and Demographic Change: The Transformation of Life in Casalecchio, Italy, 1861-1921*. Madison: University of Wisconsin Press.
- KEW, MELISSA; BARRY WELLMAN; WENHONG CHEN. 2002. "Where is the Digital Divide - In North America and Around the World?". *Current Sociology*. En preparació.
- KIESLER, SARA; LEE SPROULL. 1991. *Connections*. Cambridge, MA: MIT Press.
- KOCHEN, MANFRED (ed.). 1989. *The Small World*. Norwood, NJ: Ablex.
- KRAUT, ROBERT; SARA KIESLER; BONKA BONEVA; JONATHON CUMMINGS; VICKI HELGESON; ANNE CRAWFORD. 2001. "Internet Paradox Revisited". *Journal of Social Issues*: 1-28.
- KRAUT, ROBERT; SARA KIESLER; TRIDAS MUKHOPADHYAY; WILLIAM SCHERLIS; MICHAEL PATTERSON. 1998. "Social Impact of the Internet: What Does it Mean?". *Communications of the ACM* 41 (12): 21-22.
- LASLETT, PETER. 1965, *The World We Have Lost*. Londres: Methuen.
- LASLETT, PETER. 1988. "Family, Kinship and Collectivity as Systems of Support in Pre-Industrial Europe: A Consideration of the 'Nuclear-Hardship' Hypothesis". *Continuity and Change* 3 (2): 153-75.
- LATANÉ, BIBB; M. J. BOURGEOIS. 1996. "Experimental Evidence for Dynamic Social Impact: The Emergence of Subcultures in Electronic Groups". *Journal of Communication* 46: 35-47.
- LEE, BARRETT A.; KAREN E. CAMPBELL. 1999. "Neighbor Networks of Black and White Americans". Pàg. 119-146 a *Networks in the Global Village*, editat per Barry Wellman. Boulder, CO: Westview Press.
- LIN, NAN. 1997. "Guanxi: A Conceptual Analysis". Conferència sobre el triangle xinès de Xina continental-Taiwan-Hong Kong. Toronto.
- LIN, NAN. 2001. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- LOFLAND, LYN. "Private Lifestyles, Changing Neighborhoods, and Public Life: A Problem in Organized Complexity". *Tidjschrift Voor Economische en Social Geografie* 80 (2): 89-97.
- MEIER, RICHARD. 1962. *A Communications Theory of Urban Growth*. Cambridge, MA: MIT Press.
- MICHELSON, WILLIAM. 1976. *Man and His Urban Environment*. Boston: Addison-Wesley.
- NIE, NORMAN. 2001. "Sociability, Interpersonal Relations, and the Internet: Reconciling Conflicting Findings". *American Behavioral Scientist* 45 (3).
- NISSENBAUM, HELEN. 1999. "Can Trust be Secured Online? A Theoretical Perspective". Data de connexió: 5 de maig de 2001. [http://www.univ.trieste.it/~dipfilo/etica\\_e\\_politica/1999\\_2?nissenbaum.html](http://www.univ.trieste.it/~dipfilo/etica_e_politica/1999_2?nissenbaum.html).
- NOZAWA, SHINJI. 1997. "Marital Relations and Personal Networks in Urban Japan". Document de treball. Departament de Sociologia, Universitat de Shizouka.
- OLDENBURG, RAY. 1989. *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangout, and How They Get You Through the Day*. Nova York: Paragon House.
- OTANI, SHINSUKE. 1999. "Personal Community Networks in Contemporary Japan". Pàg. 279-297 a *Networks in the Global Village*, editat per Barry Wellman. Boulder, Colorado: Westview Press.

- PAHL, RAY E. 1984. *Divisions of Labour*. Oxford: Basil Blackwell.
- POOL, ITHIEL DE SOLA; MANFRED KOCHEN. 1978. "Contacts and Influence". *Social Networks* 1: 5-51.
- POPIELARZ, PAMELA. 1999. "Group Embeddedness and Geographic Mobility: Voluntary Associations and the Timing of Geographic Moves". Document de treball. Departament de Sociologia, Universitat d'Illinois - Chicago.
- PUTNAM, ROBERT. 2000. *Bowling Alone*. Nova York: Simon & Schuster.
- QUAN HAASE, ANABEL; BARRY WELLMAN; KEITH HAMPTON; JAMES WITTE. 2002. "Internet, Social Capital, and Information Seeking". A *The Internet in Everyday Life*, editat per Barry Wellman i Caroline Haythornthwaite. Oxford: Blackwell.
- RHEINGOLD, HOWARD. 1993. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- RHEINGOLD, HOWARD. 2000. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Ed. revisada, Cambridge, MA: MIT Press.
- ROBERTSON, ROWLAND. 1992. *Globalization: Social Theory and Global Culture*. Londres: Sage.
- SABEAN, DAVID WARREN. 1990. *Property, Production, and Family in Neckarhausen, 1700-1870*. Cambridge: Cambridge University Press.
- SALAFF, JANET; ERIC FONG; SIU-LUN WONG. 1999. "Using Social Networks to Exit Hong Kong". Pàg. 299-329 a *Networks in the Global Village*, editat per Barry Wellman. Boulder, CO: Westview Press.
- SAMPSON, ROBERT; JEFFREY MORENOFF; FELTON EARLS. 1999. "Beyond Social Capital: Spatial Dynamics of Collective Efficacy for Children". *American Sociological Review* 64: 633-660.
- SCHWEIZER, THOMAS; MICHAEL SCHNEGG; SUSANNE BERZBORN. 1998. "Personal Networks and Social Support in a Multiethnic Community of Southern California". *Social Networks* 20: 1-21.
- SCORSESE, MARTIN; MARDIK MARTIN. 1973. *Mean Streets* [pel·lícula]. Burbank, CA: Warner Bros.
- SHORT, JOHN; EDERYN WILLIAMS; BRUCE CHRISTIE. 1976. *The Social Psychology of Telecommunications*. Londres: Wiley.
- SMITH, TOM W. 1999. "The Emerging 21st Century American Family". Informe al National Opinion Research Center, Universitat de Chicago.
- STOLL, CLIFFORD. 1995. *Silicon Snake Oil: Second Thoughts on the Information Highway*. Nova York: Doubleday.
- TILLY, CHARLES. 1974. "Introduction". Pàg. 1-35 a *An Urban World*, editat per Charles Tilly. Boston: Little, Brown.
- TILLY, CHARLES. 1979. "Collective Violence in European Perspective, revised version". Pàg. 83-118 a *Violence in America: Historical and Comparative Perspective*, editat per Hugh Davis Graham i Ted Robert Gurr. Beverly Hills, CA: Sage.
- USLANER, ERIC M. 2000b. "Trust, Civic Engagement, and the Internet". Presentat a l'Organization Workshop on Electronic Democracy: Mobilization, and Participation via New ICTs, Grenoble.
- WARREN, ROLAND. 1978. *The Community in America*. Chicago: Rand McNally.
- WELLMAN, BARRY. 1979. "The Community Question". *American Journal of Sociology* 84: 1201-31.

- WELLMAN, BARRY. 1982. "Studying Personal Communities". Pàg. 61-80 a *Social Structure and Network Analysis*, editat per Peter Marsden i Nan Lin. Beverly Hills, CA: Sage.
- WELLMAN, BARRY. 1985. "Domestic Work, Paid Work and Net Work". Pàg. 159-91 a *Understanding Personal Relationships*, editat per Steve Duck i Daniel Perlman. Londres: Sage.
- WELLMAN, BARRY. 1988. "The Community Question Re-evaluated". *Comparative Urban and Community Research* 1: 81-107.
- WELLMAN, BARRY. 1992. "Men in Networks: Private Communities, Domestic Friendships". Pàg. 74-114 a *Men's Friendships*, editat per Peter Nardi. Newbury Park, CA: Sage.
- WELLMAN, BARRY. 1996. "Are Personal Communities Local? A Dumptarian Reconsideration". *Social Networks* 18: 347-354.
- WELLMAN, BARRY. 1999a. "The Network Community". Pàg. 1-48 a *Networks in the Global Village*, editat per Barry Wellman. Boulder, CO: Westview.
- WELLMAN, BARRY. 2001. "Physical Place and Cyber Place: The Rise of Networked Individualism". *International Journal of Urban and Regional Research* 25 (2): 227-52.
- WELLMAN, BARRY; PETER CARRINGTON; ALAN HALL. 1988. "Networks as Personal Communities". Pàg. 130-84 a *Social Structures: A Network Approach*, editat per Barry Wellman i S.D. Berkowitz. Cambridge: Cambridge University Press.
- WELLMAN, BARRY; KENNETH FRANK. 2001. "Network Capital in a Multilevel World: Getting Support from Personal Communities". Pàg. 233-73 a *Social Capital*, editat per Nan Lin, Ronald S. Burt i Karen Cook. Hawthorne, NY: Aldine De Gruyter.
- WELLMAN, BARRY; MILENA GULIA. 1999. "Net Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities". Pàg. 331-366 a *Networks in the Global Village*, editat per Barry Wellman. Boulder, CO: Westview.
- WELLMAN, BARRY; CAROLINE HAYTHORNTHWAITE, ed. 2002. *The Internet in Everyday Life*. Oxford: Blackwell.
- WELLMAN, BARRY; BARRY LEIGHTON. 1979. "Networks, Neighborhoods and Communities". *Urban Affairs Quarterly* 14: 363-90.
- WELLMAN, BARRY; STEPHANIE POTTER. 1999. "The Elements of Personal Communities". Pàg. 49-81 a *Networks in the Global Village*, editat per Barry Wellman. Boulder, CO: Westview Press.
- WELLMAN, BARRY; SCOT WORTLEY. 1989. "Brothers' Keepers: Situating Kinship Relations in Broader Networks of Social Support". *Sociological Perspectives* 32: 273-306.
- WELLMAN, BARRY; SCOT WORTLEY. 1990. "Different Strokes From Different Folks: Community Ties and Social Support". *American Journal of Sociology* 96: 558-88.
- WELLMAN, BEVERLY; BARRY WELLMAN. 1992. "Domestic Affairs and Network Relations". *Journal of Social and Personal Relationships* 9: 385-409.
- WILLMOTT, PETER. 1986. *Social Networks, Informal Care and Public Policy*. Londres: Policy Studies Institute.
- WILLMOTT, PETER. 1987. *Friendship Networks and Social Support*. Londres: Policy Studies Institute.
- WRIGHTSON, KEITH; DAVID LEVINE. 1979. *Poverty and Piety in an English Village: Terling, 1525-1700*. Nova York: Academic Press.

ZAMIR, IRIS; BEATE VOLKER; HENK FLAP. 2001. "When are Neighborhoods Communities? Solidarity Among Neighbors". Presentat a l'American Sociological Association, Anaheim, CA.

## 5.5. Internet com a projecte d'autonomia

La maleabilitat d'Internet com a mitjà de comunicació sembla que l'erigeix en instrument adequat per a l'expressió de projectes personals d'autonomia i acció sobre l'entorn d'acord amb els valors i objectius de cada actor social, individual o col·lectiu. Segons aquesta hipòtesi general hem analitzat les variables de projecte d'autonomia que, en diferents àmbits de la pràctica social, poden construir una relació específica amb els usos d'Internet.

En aquesta anàlisi hem procedit en dues etapes. D'una banda, hem fet un estudi dels efectes de diferents variables indicatives d'aquest projecte d'autonomia personal en la intensitat i usos d'Internet i el procés recíproc: en quina mesura l'ús d'Internet reforça i expressa els continguts d'aquests projectes d'autonomia en les diferents dimensions.

D'altra banda, hem mirat de fer una sistematització empírica de les diferents variables expressives dels projectes d'autonomia, mitjançant una anàlisi factorial d'un grup de variables seleccionades a la nostra base de dades. A partir dels resultats d'aquesta anàlisi factorial hem fet un estudi de l'expressió d'aquests projectes d'autonomia en els usos d'Internet.

### 5.5.1. Activitat de capacitació professional, ús d'Internet i nivell de desenvolupament professional

En termes generals, l'existència d'un projecte de capacitació professional condueix a més ús d'Internet, a més intensitat en aquest ús i a un ús d'Internet enfocat al desenvolupament professional i a l'obtenció d'informació útil per a la gestió de la vida.

Vegem una mica detalladament les relacions estadísticament significatives que hem trobat mitjançant una distinció entre els qui mostren indicis d'un projecte de desenvolupament formatiu personal i els qui no en mostren prou. En endavant i per simplificar parlarem d'activitat de capacitació i d'absència de l'esmentada activitat.

Entre els qui tenen aquesta activitat, el percentatge d'usuaris d'Internet és del 65,7%, en contrast amb només un 26,4% entre els qui no la tenen. Entre els qui estan en un procés de capacitació i són usuaris d'Internet, un 35,8% se situen al nivell alt d'intensitat d'ús d'Internet per hores setmanals, en contrast amb un 30,6% dels usuaris que no mostren l'esmentada activitat. Les relacions són menys clares pel que fa a la intensitat dels usos d'Internet i de correu electrònic a casa, en què el nivell mitjà d'intensitat (ús setmanal) és més freqüent entre els qui tenen activitat de capacitació, mentre que l'ús diari és més freqüent entre els qui no tenen projecte formatiu. Com que aquesta observació també es confirma entre els qui es connecten des de la feina per motius de feina, sembla que es perfila la idea que l'ús diari d'Internet és més freqüent entre aquells per als quals és un instrument divers, que agafa tant els aspectes professionals com els lúdics, de sociabilitat i de gestió de la vida quotidiana. En efecte, l'activitat de capacitació especifica els usos qualitius d'Internet. La freqüència d'ús entre els

qui tenen aquesta activitat és significativament més alta en la cerca de feina, en la participació en cursos en línia, en la cerca d'informació sobre oferta formativa, en la informació sobre la seva associació professional, en la cerca d'informació sobre la seva ciutat, en la cerca d'informació sobre viatges, en la recerca d'informació sobre la salut i en la cerca d'informació política i sindical. També tenen una certa tendència a treballar des de casa més que no pas el grup sense projecte formatiu. En canvi, tenen una freqüència menor en la participació en xats i no presenten diferències significatives pel que fa a sociabilitat i usos lúdics. És a dir, l'existència d'una activitat de capacitació, indicador de projecte de desenvolupament formatiu, incrementa significativament, en termes generals, la propensió a utilitzar Internet, però alhora la redueix a un instrument especialitzat en el segment més utilitari de les activitats de les persones.

D'altra banda, hem analitzat també la interacció entre l'ús d'Internet i el desenvolupament professional de les persones. Per a això, hem diferenciat l'experiència d'ús d'Internet en tres nivells –usuaris veterans, usuaris recents (de menys de dos anys) i no usuaris– i hem estudiat la seva relació estadística amb un índex de desenvolupament professional que hem construït a partir de diverses variables. La taula IDP mostra una associació estadísticament significativa entre experiència d'ús d'Internet i desenvolupament professional. Com que l'índex es refereix al desenvolupament professional en els dos últims anys i el temps d'experiència d'Internet considerat per als “veterans” és de més de dos anys, podem postular una anterioritat temporal en l'ús d'Internet sobre el desenvolupament professional i, per tant, inferir una influència positiva del temps d'ús d'Internet sobre el desenvolupament professional. Naturalment que hi ha altres factors en joc en aquest procés de desenvolupament professional, però l'experiència d'ús d'Internet és possiblement un factor rellevant.

**Taula IDP. Nivell de desenvolupament professional \* Experiència en Internet**

			Experiència en Internet			Total
			Usuaris de més de 2 anys	Usuaris recents (menys de 2 anys)	No usuaris	
Nivell de desenvolupament professional	Alt	N	45	13	28	86
		%	9,1%	6,2%	3,2%	5,5%
	Mitjà	N	78	31	54	163
		%	15,8%	14,8%	6,2%	10,4%
	Baix	N	216	88	268	572
		%	43,8%	41,9%	30,8%	36,4%
	Nul	N	154	78	520	752
		%	31,2%	37,1%	59,8%	47,8%
Total	N	493	210	870	1573	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

### Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	128,975 <sup>a</sup>	6	,000
Raó de versemblança	130,668	6	,000
Associació lineal per lineal	112,948	1	,000
N de casos vàlids	1573		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 11,48.

Així, doncs, l'activitat de capacitació professional indueix a l'ús d'Internet i l'especifica com a instrument de treball. I, al seu torn, el fet que els usuaris utilitzin Internet des de fa un quant temps repercuteix en una millora del seu nivell professional, mesurat en termes de promoció, augment de sou i increment de coneixements tècnics. Internet sembla que és un instrument de desenvolupament professional.

#### 5.5.2. Participació sociopolítica

En un context general de feble participació sociopolítica, el grup minoritari que té un nivell de participació més elevat manifesta una forta propensió a utilitzar Internet i a utilitzar-la més intensament que els menys participatius. Així, als nivells alts de participació el percentatge d'usuaris és del 53,5%, en contrast amb el nivell nul de participació, en què només un 29,9% són usuaris d'Internet, i amb la població en general, entre la qual hi ha un 34,6% d'usuaris. També la intensitat d'ús d'Internet va positivament associada amb l'índex de participació sociopolítica: un 44,1% dels qui tenen un nivell alt de participació se situen al nivell alt d'intensitat d'ús d'Internet, en contrast amb el 32,7% de la població en general i amb el 30,9% del nivell nul de participació. L'associació assenyalada es manté pel que fa a la freqüència d'ús diari de correu electrònic a casa. Tanmateix, no és tan clara quan analitzem la freqüència d'ús diari d'Internet a casa, en què són els nivells mitjans de participació sociopolítica els que tenen més freqüència d'ús diari, observació que interpretarem en el conjunt de la nostra anàlisi. Ja que l'esmentada observació es repeteix quan estudiem la freqüència d'ús d'Internet al lloc de treball, on no apareix associació entre nivell de participació sociopolítica i ús d'Internet, es pot dir que els usos d'Internet a la feina estan condicionats pel context molt més que no pas a la llar.

Analitzant els usos qualitius d'Internet segons el nivell de participació, emergeix clarament el perfil dels usuaris de la xarxa que tenen una implicació relativament elevada en la societat. En primer lloc, la seva utilització del correu electrònic encara és més freqüent que la ja molt elevada del conjunt de la mostra (94,9% i 88,7%, respectivament), cosa que indica un alt nivell d'ús comunicatiu i interactiu. La seva freqüència de participació en els xats és molt inferior a la mitjana, cosa que assenyala altra vegada el caràcter poc polític i institucional de la majoria dels xats. Tertúlies i participació semblen

correspondre a models de comportament diferents. També són molt menys nombrosos en la navegació per Internet sense motius concrets. En canvi, les persones amb un nivell de participació més elevat tenen freqüències significativament superiors d'ús d'Internet per a buscar informació política i sindical, per a buscar informació sobre la seva ciutat, per a buscar informació sobre serveis públics, per a consultar biblioteques i per a llegir la premsa general per Internet (un 45,5%, en contrast amb un 34,3% dels usuaris en general). Tenen menys interès en els usos de sociabilitat d'Internet, però significativament més en els instrumentals, tant en la part professional (cursos en línia, cerca d'informació sobre la seva associació professional i sobre oferta formativa, treball des de casa) com en la gestió de la vida quotidiana (operacions bancàries per Internet, viatges, compra d'entrades d'espectacles des de casa, cerca d'informació sobre la salut). Tenen poca tirada als usos lúdics, amb una excepció, encara que referent a una minoria dels membres d'aquest grup: buscar receptes de cuina (un 16,2% enfront de l'11,2% de la població en general). Hi ha una certa tendència més alta a mirar pornografia (un 11,2% enfront d'un 8,8% de la població en general), però no supera el nivell de significació estadística assignada.

En resum, hi ha un grup de persones, minoritari però significatiu, que sembla que són actives en la societat, amb un alt nivell d'informació i opinions formades i que utilitzen Internet per a mantenir aquell nivell de consciència de la seva inserció en la societat. També són els qui utilitzen més Internet per a usos instrumentals de la vida professional i quotidiana. És a dir, aquí s'ajunta l'ús professional i formatiu d'Internet amb l'ús informatiu i comunicatiu sobre la societat. Però no s'estén en la mateixa mesura als usos lúdics i a la sociabilitat, encara que una minoria sembla que busca en l'exploració gastronòmica el costat agradable dels usos d'Internet.

El tret socialment més rellevant és, per tant, la forta associació entre els usos d'Internet i el nivell més actiu de participació sociopolítica dels ciutadans.

### **5.5.3. Mobilització sociopolítica**

En un nivell d'implicació més avançat se situen els ciutadans que no solament participen en els seus valors i objectius sinó que també es mobilitzen. Encara que són una fracció minoritària de la població, els qui tenen un cert nivell de mobilització sociopolítica (en contrast amb els qui no es mobilitzen per causes polítiques, en el sentit ampli del terme) tenen més propensió a utilitzar Internet. Tanmateix, el nivell de mobilització no té relació amb la intensitat d'ús entre els usuaris; però sí que especifica el tipus d'usos d'Internet. Els mobilitzats sociopolíticament tendeixen, naturalment, a utilitzar Internet més sovint que els altres per a buscar informació política i sindical, buscar informació sobre la seva ciutat i informació sobre serveis públics. També solen llegir més la premsa per Internet i consultar més sovint biblioteques i enciclopèdies. També utilitzen més Internet en relació amb l'organització de viatges. Però la utilitzen menys en termes lúdics i d'organització de la sociabilitat. Per als més polititzats Internet tendeix a ser predominantment un instrument d'informació més que no pas de comunicació, de joc o de sociabilitat.



Així, doncs, l'anàlisi de les pràctiques a Internet dels ciutadans mobilitzats prolonga i especifica els resultats observats entorn de la participació sociopolítica. Tant la participació com la mobilització van associades positivament amb l'ús d'Internet, especialment en les dimensions informativa, formativa i instrumental. La principal diferència és que els nivells de mobilització no sembla que es tradueixin en nivells d'intensitat d'ús d'Internet, mentre que els nivells de participació sí que tenen correlació en un grau més alt amb la intensitat de l'ús. Es pot proposar la hipòtesi que, en la mesura que la participació és més formalitzada, hi ha una oferta a Internet que correspon a usos participatius. En canvi, en els processos de mobilització és necessari produir continguts nous i xarxes de comunicació estructurades entorn dels objectius de la mobilització. I les nostres dades mostren que, almenys en el 2002, pel que fa als usos associatius, polítics i sindicals, fins i tot els ciutadans més mobilitzats rarament passen de l'ús informatiu: poques vegades transformen Internet en un mitjà organitzatiu per a la mobilització. La pràctica observada, per exemple, entre els militants del moviment per una globalització alternativa, de constituir xarxes mobilitzadores a partir d'Internet no sembla que es reflecteixi en les dades de la nostra enquesta, enquesta que només pot detectar les pràctiques prou difoses en el conjunt de la societat catalana per a reflectir-se en una mostra representativa de la població. De la participació i la mobilització informativa a la constitució d'un moviment social actiu entorn d'Internet hi ha una bona distància que no sembla que encara s'hagi recorregut a Catalunya.

#### 5.5.4. Activitat ciutadana

L'índex d'activitat ciutadana mira de mesurar el grau d'implicació en la gestió pública i d'informació sobre la conducció de la política. Les nostres dades mostren que va associat positivament tant amb l'ús d'Internet com amb la intensitat d'ús. Així, el 64,7% dels entrevistats que tenen un alt nivell d'activitat ciutadana són usuaris d'Internet, en contrast amb el 37,7% del conjunt d'entrevistats a la població de referència per a aquesta anàlisi. La taula AC1 mostra, així mateix, una associació significativa entre intensitat d'ús mesurada per hores setmanals i nivell d'activitat ciutadana. En canvi, la comparació de freqüència diària d'ús d'Internet tant des de la llar com des de la feina no mostra una relació significativa, per les diferents dimensions determinants de l'ús d'Internet, algunes de les quals no tenen correlació amb l'activitat ciutadana (les que es refereixen a grups que busquen valors lúdics i de sociabilitat a Internet).

AC1. Mitjana d'hores a Internet (intervalls) \* Índex d'activitat ciutadana

			Índex d'activitat ciutadana			Total
			Baix	Mitjà	Alt	
Mitjana d'hores a Internet (intervalls)	Baixa (0,1-2h)	N	100	104	5	209
		%	32,9%	33,5%	16,7%	32,5%
	Mitjana (2,1-7h)	N	111	106	13	230
		%	36,5%	34,2%	43,3%	35,7%
	Alta (7,1 o més)	N	93	100	12	205
		%	30,6%	32,3%	40,0%	31,8%
Total	N	304	310	30	644	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

L'observació dels tipus d'usos d'Internet per als usuaris amb un alt índex d'activitat ciutadana té resultats interessants. És el grup que sembla més atret per l'ús d'Internet per a obtenir informació política i sindical: un 36,4% dels qui tenen un nivell alt d'activitat ciutadana busquen aquesta informació a Internet, en contrast amb només un 11,1% per al conjunt dels entrevistats. També són significativament més nombrosos a l'hora de buscar informació sobre la seva ciutat i sobre els serveis públics, de llegir premsa, de consultar biblioteques, de buscar informació sobre la salut, d'organitzar viatges mitjançant Internet i de comprar llibres i música. En canvi, són molt menys propensos a participar en xats (un 15,2% enfront d'un 31,6% de la població en conjunt), a practicar videojocs, a baixar música o programari, a llegir notícies esportives, a transmetre fotos de família. És a dir, es tracta d'una minoria activa informada força rigorosa en la pràctica d'Internet, que manté patrons de sociabilitat i de lleure fora d'Internet i que la utilitza sobretot en termes professionals i com a instrument d'informació general i política. Hi ha, tanmateix, una dada significativa: els qui tenen un nivell alt d'activitat ciutadana declaren que miren pornografia en un percentatge que és gairebé el doble del general (el 15,2% enfront del 8,3%). Es tracta d'un grup amb prou seguretat en si mateix per a no tenir vergonya o és un indicador del costat ocult del rigor i la consciència ciutadana?

### 5.5.5. Mentalitat emprenedora

Com a indicador de mentalitat emprenedora hem pres la preferència que en el futur els fills tinguin la seva pròpia empresa com a alternativa de ser funcionaris. En el context espanyol diverses enquestes d'opinió han mostrat la preferència dels pares per la seguretat dels fills mitjançant l'obtenció d'un estatut de funcionari. Entre els nostres entrevistats, en canvi, la preferència majoritària s'inclina per l'activitat empresarial enfront de la funcionarial (un 61,6% dels que responen es pronuncien en aquest sentit). A partir d'aquesta actitud mirem d'analitzar la seva relació amb els usos d'Internet. Hi ha una clara associació entre mentalitat emprenedora i ús d'Internet. Entre els qui mostren aquesta mentalitat el 26,9% són usuaris d'Internet, mentre que entre els qui s'estimen més el funcionariat només un 18,8% utilitzen Internet. També hi ha una associació significativa entre l'actitud emprenedora i la intensitat d'ús d'Internet per hores setmanals. En canvi, la mentalitat emprenedora va associada amb un ús setmanal d'Internet, més que no pas amb l'ús diari, de manera que la intensitat i l'assiduïtat no semblen respondre al mateix patró de comportament, d'acord amb observacions semblants per a altres variables analitzades. D'altra banda, tanmateix, els emprenedors tenen una freqüència més alta d'ús diari d'Internet i de correu electrònic a la feina.

Una anàlisi dels usos qualitius d'Internet mostra un perfil força definit en relació amb els usuaris que manifesten aquest tipus de mentalitat emprenedora. La seva freqüència d'ús de correu electrònic, indicador general d'activitat a Internet, és significativament més alta que la dels funcionaris. Participen menys en xats: no tenen temps per perdre. Els emprenedors utilitzen Internet amb més freqüència que els altres per a treballar des de casa, fer operacions bancàries, buscar informació sobre la seva associació professional, buscar informació sobre oferta formativa, buscar informació sobre viatges,

buscar informació sobre la seva ciutat, buscar informació sobre serveis públics i baixar programari de la xarxa. És, doncs, un grup actiu, mobilitzat sobre activitats instrumentals en l'àmbit professional i de la vida quotidiana. En canvi, són menys cercadors d'informació de biblioteques i enciclopèdies, és a dir que la informació que busquen és pràctica. En els usos de sociabilitat el que els caracteritza és que utilitzen Internet més que els altres per a arranjar trobades amb amics. La hipòtesi en aquest cas és que es tracta de persones més ocupades per la seva activitat, de manera que, quan són usuàries d'Internet, això els permet organitzar una sociabilitat que no poden deixar a l'atzar de la trobada.

És a dir, la mentalitat emprenedora va directament associada amb l'ús i intensitat de l'ús d'Internet (encara que amb una periodicitat més setmanal que no pas diària en els usos des de la llar). Però, a més, sembla indicar un perfil d'usos d'Internet que correspon a l'esmentat projecte emprenedor, molt centrat en la cara professional i la instrumental, sense que els usos lúdics o socials tinguin més especificació, excepte en l'organització de les trobades amb amics, cosa probablement instrumental per a persones ocupades amb una intensa activitat. Internet es prefigura, així, com a instrument privilegiat de la cultura emprenedora. Això és una hipòtesi d'abast considerable que requerirà més exploració empírica a partir d'una anàlisi més sistemàtica.

#### **5.5.6. Una tipologia de projectes d'autonomia**

Per a sintetitzar empíricament les tendències de projectes d'autonomia entorn de diverses dimensions, hem fet una anàlisi factorial per a un grup de variables susceptibles de ser indicatives de l'existència del projecte esmentat en diferents àmbits de la vida social.

Els resultats d'aquesta anàlisi configuren, amb un nivell acceptable de significació estadística, cinc factors diferenciats que defineixen cinc dimensions de projecte d'autonomia en la població enquestada.

Hem anomenat en termes analítics cadascun d'aquests factors, però de cadascun indiquem les variables que el constitueixen i que han estat definides estadísticament pels resultats del factorial que es poden veure en la matriu de components presentada a la taula 5.5.6.

### 5.5.6 Resultats de l'anàlisi factorial de variables indicatives de projectes d'autonomia (Variables construïdes a partir de les respostes a les preguntes que es reproduïxen a la taula)

Matriu de components<sup>a</sup>

	Component				
	1	2	3	4	5
Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que guanyés menys?	,462	,767	-,143	-,172	2,543E-02
Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que tingués menys seguretat laboral?	,520	,725	-,226	-,142	6,974E-02
Preferiria que els seus fills fossin funcionaris o que tinguessin la seva pròpia empresa?	,369	,645	-,102	5,907E-02	-,176
Triomfar a la vida (propi esforç)	-9,23E-02	9,040E-02	-,274	,419	,389
Quan vostè o alguna persona propera contrau una malaltia greu, a part de consultar un metge, s'informa sobre la malaltia?	-,226	,355	,145	,640	-9,71E-02
Quan el metge li prescriu un medicament nou, llegeix el prospecte?	-,291	,242	-4,59E-02	,708	-,202
Índex d'activitat ciutadana	-,133	,243	,736	6,925E-02	-7,52E-02
Mobilització sociopolítica	-1,53E-02	,171	,568	-6,24E-03	,162
Índex de participació sociopolítica	-,195	,221	,663	-,113	5,261E-02
Autonomia tenint en compte les respostes dels que ho responen tot	4,535E-02	,142	,417	-,130	,452
Índex sobre la capacitat d'influir el món	-7,53E-02	2,413E-02	-,172	,115	,779
Confiança en la informació que rep de la televisió	,708	-,178	,256	,152	-4,69E-02
Confiança en la informació que rep de la ràdio	,728	-,339	,143	9,596E-02	-9,42E-02
Confiança en la informació que rep dels diaris	,697	-,306	,141	,237	-7,29E-03
Confiança en la informació que rep d'Internet	-,573	,263	-6,32E-02	-,314	-,209

Mètode d'extracció: Anàlisi de components principals.

a. 5 components extrets

Definit per les respostes de les tres preguntes sobre la preferència que els fills de l'entrevistat fossin empresaris o treballessin per compte propi, en comptes de ser funcionaris o assalariats, encara que guanyessin menys o tinguessin menys seguretat.

Tipus II (component 3). Projecte sociopolític

Definit per l'índex d'activitat ciutadana, l'índex de participació sociopolítica i la variable de mobilització sociopolítica.

Tipus III (component 4). Projecte de control mèdic

Definit per les respostes de les preguntes d'informació autònoma sobre els diagnòstics i receptes del metge.

Tipus IV (component 5). Projecte d'autonomia personal

Definit per les respostes de l'escala de capacitat d'influir en el món, per l'escala d'autonomia i per la convicció que el triomf a la vida depèn de l'esforç propi.

Tipus V (component 1). Projecte d'autonomia comunicativa

Definit per les tres variables d'escepticisme davant la informació rebuda per la televisió, la ràdio i la premsa, juntament amb més confiança pel que fa a la informació rebuda per Internet.

Aquesta tipologia de projectes d'autonomia respon a una configuració definida empíricament de les actituds i comportaments de la població enquestada. Per tant, és una tipologia d'actituds subjacents en els entrevistats que es diferencia clarament entre els diferents tipus i que cobreix uns quants àmbits principals de la pràctica social: la iniciativa professional-empresarial, la pràctica sociopolítica, el control de la salut, l'autonomia personal en la relació amb el món i l'autonomia respecte als mitjans de comunicació.

Després d'aquest aclariment de les dimensions de l'autonomia, passem a analitzar la relació entre aquests projectes d'autonomia i els usos del que sembla que és, potencialment, un instrument privilegiat de construcció d'aquesta autonomia: Internet.

### **5.5.7. Projectes d'autonomia i usos d'Internet**

En aquesta anàlisi només presentem els resultats més significatius. El projecte emprenedor té un efecte clar sobre el nivell d'usuaris d'Internet, com indica la taula 5.5.7.

**5.5.7 Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Preferiria que els seus fills fossin funcionaris o que tinguessin la seva pròpia empresa?**

			Preferiria que els seus fills fossin funcionaris o que tinguessin la seva pròpia empresa?		Total
			Ser funcionaris	Tenir la seva pròpia empresa	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	129	296	425
		%	18,8%	26,9%	23,7%
	Entrevistat no usuari	N	559	806	1365
		%	81,3%	73,1%	76,3%
Total		N	688	1102	1790
		%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	15,388% <sup>b</sup>	1	,000%		
Correcció per continuïtat <sup>a</sup>	14,943%	1	,000%		
Raó de versemblança	15,742%	1	,000%		
Estadístic exacte de Fisher				,000%	,000%
Associació lineal per lineal	15,379%	1	,000%		
N de casos vàlids	1790				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 163,35.

Així mateix, els qui fan servir Internet més hores a la setmana tenen molta més tendència a estimar-se més l'empresa que no pas el funcionariat. Els efectes d'aquest projecte sobre els usos d'Internet també s'especifiquen en els diferents usos d'Internet. Els emprenedors tendeixen a ser més actius en els usos professionals (taula 5.5.8), en els usos pràctics (5.5.9), en la cerca d'informació d'actualitat (5.5.10) i en els usos tecnològics (5.5.11) mentre que no es caracteritzen per cap més preferència d'ús.

### 5.5.8 Usos professionals \* Preferiria que els seus fills fossin funcionaris o que tinguessin la seva pròpia empresa?

			Preferiria que els seus fills fossin funcionaris o que tinguessin la seva pròpia empresa?		Total
			Ser funcionaris	Tenir la seva pròpia empresa	
Usos professionals	No fa cap activitat d'usos professionals	N %	73 56,6%	140 47,3%	213 50,1%
	Com a mínim fa una activitat d'usos professionals	N %	56 43,4%	156 52,7%	212 49,9%
Total		N %	129 100,0%	296 100,0%	425 100,0%

### 5.5.9 Usos pràctics \* Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que tingués menys seguretat?

			Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que tingués menys seguretat?		Total
			No	Sí	
Usos pràctics	No fa cap activitat d'usos pràctics	N %	142 26,1%	149 31,8%	291 28,7%
	Com a mínim fa una activitat d'usos pràctics	N %	403 73,9%	319 68,2%	722 71,3%
Total		N %	545 100,0%	468 100,0%	1013 100,0%

### Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	4,112 <sup>b</sup>	1	,043		
Correcció per continuïtat <sup>a</sup>	3,835	1	,050		
Raó de versemblança	4,105	1	,043		
Estadístic exacte de Fisher				,044	,025
Associació lineal per lineal	4,108	1	,043		
N de casos vàlids	1013				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 134,44.

### 5.5.10 Informació d'actualitat \* Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que tingués menys seguretat?

			Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que tingués menys seguretat?		Total
			No	Sí	
Informació d'actualitat	No fa cap activitat d'informació d'actualitat	N	311	297	608
		%	57,1%	63,5%	60,0%
	Com a mínim fa una activitat d'informació d'actualitat	N	234	171	405
		%	42,9%	36,5%	40,0%
Total		N	545	468	1013
		%	100,0%	100,0%	100,0%

### Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	4,294 <sup>b</sup>	1	,038		
Correcció per continuïtat <sup>a</sup>	4,032	1	,045		
Raó de versemblança	4,304	1	,038		
Estadístic exacte de Fisher				,040	,022
Associació lineal per lineal	4,290	1	,038		
N de casos vàlids	1013				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 187,11.

### 5.5.11 Usos tecnològics \* Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que guanyés menys?

			Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que guanyés menys?		Total
			No	Sí	
Usos tecnològics	No fa cap activitat d'usos tecnològics	N	326	359	685
		%	71,2%	64,5%	67,5%
	Com a mínim fa una activitat d'usos tecnològics	N	132	198	330
		%	28,8%	35,5%	32,5%
Total		N	458	557	1015
		%	100,0%	100,0%	100,0%



## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	5,183 <sup>b</sup>	1	,023		
Correcció per continuïtat <sup>a</sup>	4,881	1	,027		
Raó de versemblança	5,208	1	,022		
Estadístic exacte de Fisher				,026	,013
Associació lineal per lineal	5,178	1	,023		
N de casos vàlids	1015				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 148,91.

El projecte sociopolític també afavoreix l'ús d'Internet (5.5.12) encara que la relació amb la intensitat és menys clara. Afavoreix els usos professionals d'Internet (5.5.13), els usos pràctics (5.5.14), les compres i la cerca d'informació cultural i educativa (5.5.15 a i b), la cerca d'informació d'actualitat (5.5.16) i, naturalment, la cerca d'informació sindical i política (5.5.17). En canvi, no està relacionat amb l'oci o amb els usos tecnològics.

## 5.5.12 Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Índex d'activitat ciutadana

			Índex d'activitat ciutadana			Total
			Baix	Mitjà	Alt	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	367	350	33	750
		%	29,2%	51,3%	64,7%	37,7%
	Entrevistat no usuari	N	891	332	18	1241
		%	70,8%	48,7%	35,3%	62,3%
Total		N	1258	682	51	1991
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	108,675 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	107,668	2	,000
Associació lineal per lineal	107,376	1	,000
N de casos vàlids	1991		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 19,21.

**5.5.13 Usos professionals \* Índex d'activitat ciutadana**

			Índex d'activitat ciutadana			Total
			Baix	Mitjà	Alt	
Usos professionals	No fa cap activitat d'usos professionals	N	180	135	10	325
		%	49,0%	38,6%	30,3%	43,3%
	Com a mínim fa una activitat d'usos professionals	N	187	215	23	425
		%	51,0%	61,4%	69,7%	56,7%
Total		N	367	350	33	750
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	10,392 <sup>a</sup>	2	,006
Raó de versemblança	10,471	2	,005
Associació lineal per lineal	10,333	1	,001
N de casos vàlids	750		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 14,30.

**5.5.14 Usos pràctics \* Índex d'activitat ciutadana**

			Índex d'activitat ciutadana			Total
			Baix	Mitjà	Alt	
Usos pràctics	No fa cap activitat d'usos pràctics	N	110	69	5	184
		%	30,0%	19,7%	15,2%	24,5%
	Com a mínim fa una activitat d'usos pràctics	N	257	281	28	566
		%	70,0%	80,3%	84,8%	75,5%
Total		N	367	350	33	750
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	11,824 <sup>a</sup>	2	,003
Raó de versemblança	11,957	2	,003
Associació lineal per lineal	11,414	1	,001
N de casos vàlids	750		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 8,10.

**5.5.15a Compres \* Índex d'activitat ciutadana**

			Índex d'activitat ciutadana			Total
			Baix	Mitjà	Alt	
Compres	No fa cap activitat de compres	N	268	221	17	506
		%	73,0%	63,1%	51,5%	67,5%
	Com a mínim fa una activitat de compres	N	99	129	16	244
		%	27,0%	36,9%	48,5%	32,5%
Total		N	367	350	33	750
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	11,972 <sup>a</sup>	2	,003
Raó de versemblança	11,853	2	,003
Associació lineal per lineal	11,924	1	,001
N de casos vàlids	750		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 10,74.

**5.5.15b Informació cultural i educativa \* Índex d'activitat ciutadana**

			Índex d'activitat ciutadana			Total
			Baix	Mitjà	Alt	
Informació cultural i educativa	No fa cap activitat d'informació cultural i educativa	N	183	152	7	342
		%	49,9%	43,4%	21,2%	45,6%
	Com a mínim fa una activitat d'informació cultural i educativa	N	184	198	26	408
		%	50,1%	56,6%	78,8%	54,4%
Total		N	367	350	33	750
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	11,267 <sup>a</sup>	2	,004
Raó de versemblança	11,892	2	,003
Associació lineal per lineal	8,997	1	,003
N de casos vàlids	750		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 15,05.

**5.5.16 Informació d'actualitat \* Índex de participació sociopolítica**

			Índex de participació sociopolítica				Total
			Nul	Baix	Mitjà	Alt	
Informació d'actualitat	No fa cap activitat d'informació d'actualitat	N	383	46	145	51	625
		%	62,6%	63,0%	56,9%	51,5%	60,2%
	Com a mínim fa una activitat d'informació d'actualitat	N	229	27	110	48	414
		%	37,4%	37,0%	43,1%	48,5%	39,8%
Total		N	612	73	255	99	1039
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	5,989 <sup>a</sup>	3	,112
Raó de versemblança	5,935	3	,115
Associació lineal per lineal	5,480	1	,019
N de casos vàlids	1039		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 29,09.

**5.5.17 Informació política o sindical \* Índex d'activitat ciutadana**

			Índex d'activitat ciutadana			Total
			Baix	Mitjà	Alt	
Informació política o sindical	No fa cap activitat d'informació política o sindical	N	342	304	21	667
		%	93,2%	86,9%	63,6%	88,9%
	Com a mínim fa una activitat d'informació política o sindical	N	25	46	12	83
		%	6,8%	13,1%	36,4%	11,1%
Total		N	367	350	33	750
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	29,740 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	23,652	2	,000
Associació lineal per lineal	23,189	1	,000
N de casos vàlids	750		

a. 1 caselles (16,7%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 3,65.

Las variables indicatives d'autonomia personal afavoreixen l'ús i intensitat d'usos d'Internet (5.5.18). Pel que fa al tipus d'usos, en canvi, no sembla que estigui relacionat amb cap tipus d'ús específic. En realitat, la distribució de freqüències a les taules de contingència és força normalitzada respecte als diferents nivells d'autonomia, per la qual cosa es podria deduir que l'autonomia s'expressa, en termes generals, seguint les tendències de cada grup social segons les seves pròpies orientacions. O sigui, el projecte d'autonomia personal predisposa a l'ús d'Internet, però els continguts d'aquest ús depenen de les característiques socials de les persones. Només hi ha una associació significativa que ens sembla molt rellevant: els qui són més inclinats als usos d'oci són els qui tenen un nivell més baix d'autonomia personal, definida per l'escala de capacitat d'"influir en el món" (5.5.19). L'autonomia personal sembla que s'orienta a usos d'Internet més amplis que no pas els que representa la seva utilització com a mitjà d'entreteniment.

#### 5.5.18 Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Autonomia tenint en compte les respostes dels que ho responen tot

			Autonomia tenint en compte les respostes dels que ho responen tot					Total
			Baixa	Mitjana-Baixa	Mitjana	Mitjana-Alta	Alta	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	34	341	311	232	104	1022
		%	12,8%	30,5%	40,9%	45,1%	49,3%	35,6%
	Entrevistat no usuari	N	231	778	449	282	107	1847
		%	87,2%	69,5%	59,1%	54,9%	50,7%	64,4%
Total		N	265	1119	760	514	211	2869
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

#### Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	119,741 <sup>a</sup>	4	,000
Raó de versemblança	129,082	4	,000
Associació lineal per lineal	105,372	1	,000
N de casos vàlids	2869		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 75,16.

#### 5.5.19 Oci \* Índex sobre la capacitat d'influir el món

			Índex sobre la capacitat d'influir el món			Total
			Baix	Mitjà	Alt	
Oci	No fa cap activitat d'oci	N	26	137	40	203
		%	13,6%	20,1%	23,8%	19,5%
	Com a mínim fa una activitat d'oci	N	165	543	128	836
		%	86,4%	79,9%	76,2%	80,5%
Total		N	191	680	168	1039
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	6,376 <sup>a</sup>	2	,041
Raó de versemblança	6,670	2	,036
Associació lineal per lineal	6,063	1	,014
N de casos vàlids	1039		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 32,82.

El que hem anomenat projecte d'autonomia mèdica també va associat positivament a l'ús i la intensitat d'ús d'Internet (5.5.20). Pel que fa a usos, sobretot va lligat, com és lògic, a l'interès per la informació cultural i educativa, com és lògic (5.5.21). Respecte a la resta d'usos, no es diferencia en la influència sobre l'ús d'Internet respecte als qui tenen altres projectes.

## 5.5.20 Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Quan el metge li prescriu un medicament nou, llegeix el prospecte?

			Quan el metge li prescriu un medicament nou, llegeix el prospecte?		Total
			No	Sí	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	154	879	1033
		%	30,0%	35,6%	34,7%
	Entrevistat no usuari	N	359	1589	1948
		%	70,0%	64,4%	65,3%
Total		N	513	2468	2981
		%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	5,874 <sup>b</sup>	1	,015		
Correcció per continuïtat <sup>c</sup>	5,630	1	,018		
Raó de versemblança	5,983	1	,014		
Estadístic exacte de Fisher				,017	,008
Associació lineal per lineal	5,872	1	,015		
N de casos vàlids	2981				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 177,77.

**5.5.21 Informació cultural i educativa \* Quan vostè o alguna persona propera contrau una malaltia greu, a part de consultar un metge, s'informa sobre la malaltia?**

			Quan vostè o alguna persona propera contrau una malaltia greu, a part de consultar un metge, s'informa sobre la malaltia?		Total
			No	Sí	
Informació cultural i educativa	No fa cap activitat d'informació cultural i educativa	N	117	323	440
		%	60,0%	44,1%	47,5%
	Com a mínim fa una activitat d'informació cultural i educativa	N	78	409	487
		%	40,0%	55,9%	52,5%
Total		N	195	732	927
		%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	15,561 <sup>b</sup>	1	,000		
Correcció per continuïtat <sup>a</sup>	14,931	1	,000		
Raó de versemblança	15,596	1	,000		
Estadístic exacte de Fisher				,000	,000
Associació lineal per lineal	15,544	1	,000		
N de casos vàlids	927				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 92,56.

Finalment hi ha una associació positiva entre fiar-se poc de la televisió i l'ús d'Internet. La confiança en la ràdio no afecta l'ús d'Internet. En canvi, la confiança en la informació de la premsa i la informació per Internet estan directament relacionades amb l'ús d'Internet (vegeu les taules 5.5.22, 5.5.23, 5.5.24 i 5.5.25).

**5.5.22 Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Confiança en la informació que rep de la televisió**

			Confiança en la informació que rep de la televisió			Total
			Molta	Regular	Poca	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	189	676	161	1026
		%	30,5%	34,9%	38,3%	34,5%
	Entrevistat no usuari	N	430	1259	259	1948
		%	69,5%	65,1%	61,7%	65,5%
Total		N	619	1935	420	2974
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	7,204 <sup>a</sup>	2	,027
Raó de versemblança	7,246	2	,027
Associació lineal per lineal	7,041	1	,008
N de casos vàlids	2974		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 144,90.

**5.5.23 Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Confiança en la informació que rep de la ràdio**

			Confiança en la informació que rep de la ràdio			Total
			Molta	Regular	Poca	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	273	598	83	954
		%	34,9%	37,0%	33,7%	36,1%
	Entrevistat no usuari	N	510	1019	163	1692
		%	65,1%	63,0%	66,3%	63,9%
Total		N	783	1617	246	2646
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**5.5.24 Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Confiança en la informació que rep dels diaris**

			Confiança en la informació que rep dels diaris			Total
			Molta	Regular	Poca	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	285	632	81	998
		%	43,1%	39,1%	28,7%	39,0%
	Entrevistat no usuari	N	376	983	201	1560
		%	56,9%	60,9%	71,3%	61,0%
Total		N	661	1615	282	2558
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	17,236 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	17,708	2	,000
Associació lineal per lineal	11,631	1	,001
N de casos vàlids	2558		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 110,02.

**5.5.25 Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Confiança en la informació que rep d'Internet**

			Confiança en la informació que rep d'Internet			Total
			Poca	Regular	Molta	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	150	461	159	770
		%	67,0%	79,5%	89,3%	78,4%
	Entrevistat no usuari	N	74	119	19	212
		%	33,0%	20,5%	10,7%	21,6%
Total		N	224	580	178	982
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	30,259 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	30,695	2	,000
Associació lineal per lineal	26,734	1	,000
N de casos vàlids	982		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 38,43.

Així es configura un món del text (escrit i per Internet) que apareix com a fiable enfront d'un món no fiable de la televisió i un de neutre de la ràdio. Cal assenyalar que aquesta desconfiança de la televisió contradiu les dades internacionals que asseveren la fiabilitat del mitjà televisiu. Pel que fa al tipus d'usos, no sembla que hi hagi una relació específica entre l'actitud autònoma o heterònoma enfront dels mitjans i els usos d'Internet. Sembla que el gran contrast és entre els qui entren al món d'Internet com a refugi d'una televisió que apareix com a poc fiable i els altres. Una vegada a Internet, la pràctica es relaciona amb els projectes i valors propis de cada individu.

Així, doncs, la nostra hipòtesi sobre la relació entre Internet i la construcció de l'autonomia del subjecte en les diferents dimensions de la pràctica social apareix confirmada a grans trets. Però el

contingut d'aquesta autonomia, per a la qual s'utilitza la llibertat de comunicació que Internet representa, no és determinat per la tecnologia sinó per les condicions socials, valors i actituds de cada persona. D'aquí ve que els emprenedors afavoreixin els usos professionals i pràctics, els mobilitzats sociopolíticament se centrin en els usos de cerca d'informació sobre la societat, els qui construeixen l'autonomia del seu cos busquin fonts d'informació pròpies i els qui afirmen una autonomia personal i la construeixen enfront del món de la televisió l'emplenin de contingut a partir de la pràctica social que els interessa. El projecte d'autonomia utilitza Internet per a definir autònomament els continguts d'aquest projecte

### **5.5.8. Internet com a instrument d'autonomia**

En resum, els usos i intensitat d'usos d'Internet semblen estar directament associats amb l'existència en les persones de valors i comportaments d'autonomia, de generació de projectes propis, d'implicació en la seva professió, en la seva ciutat, en la seva societat. Són els que busquen més capacitació professional, que presenten més nivells d'activitat ciutadana, que tenen una participació sociopolítica més alta, que són més mobilitzats sociopolíticament i que tenen una mentalitat emprenedora els qui utilitzen Internet en un grau més alt que no pas els individus menys autònoms i menys dotats de projectes propis. Internet es presenta, així, com a mitjà d'expressió d'autonomia en l'entorn social. Però aquest projecte d'autonomia és divers: no és el mateix un projecte professional que un projecte emprenedor, que un projecte ciutadà o que un projecte sociopolític. Cada un d'aquests projectes especifica els usos d'Internet, entorn de les activitats pròpies del contingut d'aquests projectes, la qual cosa mostra clarament la correspondència entre la motivació de l'ús d'Internet i les dimensions de construcció d'autonomia en la societat.

En conjunt, els projectes d'autonomia a Internet, amb continguts diversos i tot, contrasten clarament amb usos preferentment encaminats a la part lúdica i a la sociable, que no se situen en l'horitzó de comportament a Internet dels qui es defineixen preferentment entorn de la dinàmica dels seus projectes. Així es prefigura una pràctica social a Internet que, com a mínim, presenta tres eixos clarament diferents:

- Internet com a instrument d'autonomia personal
- Internet com a forma de sociabilitat
- Internet com a mitjà lúdic

Cada una d'aquestes dimensions és practicada amb intensitat diferent pels usuaris d'Internet segons la seva situació en l'estructura social i els valors i interessos que els motiven. En una perspectiva analítica, Internet apareix, doncs, com una tecnologia de comunicació que inclou el conjunt de la pràctica social en la seva diversitat, que s'articula en cada una de les pràctiques socials i que les especifica en la comunicació virtual entorn d'aquesta diversitat d'usos. Projectes d'autonomia, xarxes

de sociabilitat i mitjans de consum mediàtic es combinen en la pràctica d'Internet, reforçant i articulant els diversos models de comportament que es manifesten en la societat.



## 5.6. Internet en l'univers de les pràctiques comunicatives

### 5.6.1. Pràctiques comunicatives

A la introducció dèiem que la societat xarxa no és el resultat de l'impacte de les tecnologies de la informació en les estructures socials, sinó una forma social nova que té la comunicació com un dels factors centrals que la defineixen. Per això, per a comprendre les transformacions socials, econòmiques i culturals associades al desenvolupament de la societat de la informació, hem de concedir un paper central als mitjans de comunicació, convertits en xarxes cada cop més globals, que organitzen i transporten fluxos d'informació, és a dir, continguts.

El concepte comunicació té una multitud de sentits, i la proliferació de les tecnologies i la intensitat de les pràctiques n'han fet la figura emblemàtica de la societat actual.

L'estudi de l'ús dels mitjans de comunicació és essencial per a entendre la transformació de la vida social i la creació de noves maneres d'exercir el poder dissociades del fet de compartir un lloc comú, però l'estudi de les pràctiques que inclouen l'ús d'Internet i com aquest ús les ha modificat, si ho ha fet, ens dona elements d'anàlisi empírica que ens ajuden a situar els nivells d'interacció i connectivitat de la societat catalana.

D'altra banda, qüestions com les pràctiques comunicatives amb relació a l'ús de la llengua o a la construcció del significat i, per tant, de la identitat, també són una part important d'aquest apartat.

### 5.6.2. Justificació de les variables de pràctica comunicativa

Entenem la pràctica comunicativa com un concepte ampli en què s'inclouen aspectes com comunicar-se amb la gent, jugar amb els nens o escoltar música, extrets de la pregunta 59 del qüestionari, on es planteja la realització diària o setmanal d'una llista de 22 activitats. Finalment, però, ens concentrem en els mitjans de comunicació, entesos com un sistema de transmissió de missatges i de símbols i que tenen com a funció entretenir, formar i informar i transmetre als individus valors, creences i codis de conducta que els ajudaran a integrar-se a la societat on viuen.

Per a poder respondre a la problemàtica plantejada, d'una banda, hem utilitzat les freqüències que fan referència a les pràctiques de comunicació i, d'altra banda, hem construït una sèrie de variables referents a:

Una definició de pràctiques relacionades amb la comunicació i la seva freqüència de realització, a partir d'una escala de freqüència d'activitat diària, setmanal i nul·la, amb l'objectiu de construir un rànquing de freqüències de realització. Aquestes pràctiques comunicatives també les tenim definides per trams d'edat.

L'equipament audiovisual avançat, diferenciant la TV, que pràcticament tota la població té (99,7%), dels elements que signifiquen pagament per visió, com el cable, la televisió de pagament o les plataformes digitals.

La pràctica referida concretament a l'ús de la premsa i de la televisió. Per a aquesta variable i la següent hem utilitzat els programes informatius com a punt de referència perquè hem considerat que són els que representen de manera més aproximada la fidelització a la cadena.

La confiança, referida també als mitjans de comunicació.

Una sèrie de variables construïdes en què encreuem pràctica d'identitat catalana –que definirem a l'apartat següent- i pràctiques de comunicació.

Totes aquestes variables es miren amb relació a l'ús d'Internet i al paper que té com a element substitutiu, indiferent o estimulants de la pràctica, i a la llengua.

### 5.6.3. Anàlisi de les pràctiques comunicatives

Tot i entendre el concepte de pràctica comunicativa de manera molt àmplia, les freqüències ens mostren que la pràctica més realitzada diàriament és la de mirar TV (90,8%), seguida de la de xerrar amb gent de casa, jugar amb els nens o similar (80,8%). Al Q1 s'observa que l'ús diari de la TV augmenta amb l'edat i que, en canvi, el setmanal disminueix. Tot i que no ho tenim especificat, aquestes dades fan pensar que l'ús setmanal és un ús de cap de setmana.

**Q1. Realitza aquesta activitat: mirar TV \* Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)**

			Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)						Total	
			De 15 a 24 anys	De 25 a 34 anys	De 35 a 44 anys	De 45 a 54 anys	De 55 a 64 anys	De 65 a 74 anys		75 anys o més
Realitza aquesta activitat: mirar TV	Mai	N	16	12	22	12	6	10	7	85
		%	2,8%	2,3%	4,1%	2,9%	1,5%	2,8%	3,4%	2,8%
	Setmanalment	N	56	49	43	16	12	11	4	191
		%	9,9%	9,4%	8,0%	3,9%	3,0%	3,0%	1,9%	6,4%
	Diàriament	N	492	459	473	379	376	340	195	2714
		%	87,2%	88,3%	87,9%	93,1%	95,4%	94,2%	94,7%	90,8%
Total	N	564	520	538	407	394	361	206	2990	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

#### Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	53,896 <sup>a</sup>	12	,000
Raó de versemblança	57,538	12	,000
Associació lineal per lineal	9,699	1	,002
N de casos vàlids	2990		

a. 0 caselles (0,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 5,86.



## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	46,289 <sup>a</sup>	12	,000
Raó de versemblança	45,355	12	,000
Associació lineal per lineal	25,660	1	,000
N de casos vàlids	2983		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 24,60.

Escollar música també forma part de les pràctiques comunicatives diàries, amb un 57,6% de gent que la fa. Els joves escolten significativament més música diàriament que no pas els grans (82,4% i 32% en els grups extrems), i els usuaris més que no pas els no usuaris (70,8% i 50,6%).

## Q4. Realitza aquesta activitat: escoltar música \* Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)

			Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)							Total
			De 15 a 24 anys	De 25 a 34 anys	De 35 a 44 anys	De 45 a 54 anys	De 55 a 64 anys	De 65 a 74 anys	75 anys o més	
Realitza aquesta activitat: escoltar música	Mai	N	33	57	101	125	161	190	122	789
		%	5,9%	11,0%	18,9%	30,7%	41,0%	52,6%	59,2%	26,4%
	Setmanalment	N	66	96	119	71	61	44	18	475
		%	11,7%	18,5%	22,2%	17,4%	15,5%	12,2%	8,7%	15,9%
	Diàriament	N	464	365	315	211	171	127	66	1719
		%	82,4%	70,5%	58,9%	51,8%	43,5%	35,2%	32,0%	57,6%
Total	N	563	518	535	407	393	361	206	2983	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	538,122 <sup>a</sup>	12	,000
Raó de versemblança	550,609	12	,000
Associació lineal per lineal	496,129	1	,000
N de casos vàlids	2983		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 32,80.

La premsa i les revistes ocupen el sisè lloc en el rànquing de pràctiques comunicatives a Catalunya (45,7%), seguides molt de prop per la de trobar-se amb familiars i amics (40,4%). El grup d'edat que llegeix més premsa escrita és el comprès entre 25 i 54 anys amb uns percentatges al voltant del 50%. Del grup de 15 a 24 anys un 27,7% no en llegeix mai i del grup més gran de 75 anys el qui no en llegeix mai és el 46,6%.



**Q5. Realitza aquesta activitat: llegir premsa o revistes \* Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)**

			Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)							Total
			De 15 a 24 anys	De 25 a 34 anys	De 35 a 44 anys	De 45 a 54 anys	De 55 a 64 anys	De 65 a 74 anys	75 anys o més	
Realitza aquesta activitat: llegir premsa o revistes	Mai	N	156	96	122	89	120	139	96	818
		%	27,7%	18,6%	22,7%	21,9%	30,5%	38,4%	46,6%	27,4%
	Setmanalment	N	177	146	146	114	112	73	34	802
		%	31,4%	28,2%	27,2%	28,0%	28,5%	20,2%	16,5%	26,9%
	Diàriament	N	231	275	269	204	161	150	76	1366
		%	41,0%	53,2%	50,1%	50,1%	41,0%	41,4%	36,9%	45,7%
Total	N	564	517	537	407	393	362	206	2986	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	108,212 <sup>a</sup>	12	,000
Raó de versemblança	105,706	12	,000
Associació lineal per lineal	36,131	1	,000
N de casos vàlids	2986		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 55,33.

Llegir llibres (24,5%), mirar vídeos o DVD (6,6%) o jugar amb jocs d'ordinador o consola (5,2%) segueixen a molta distància. Llegir llibres és una activitat que, com hem vist, fa diàriament un 24,5% de la població, però percentatges semblants la fan esporàdicament i una mica menys la fan diàriament. La dada rellevant és que un 41,8% de la població no llegeix mai llibres. Mirar vídeos o DVD és una activitat que es fa majoritàriament el cap de setmana (28%), i principalment la fan els joves, atès que un 46,9% del grup de 15 a 24 anys, la fan setmanalment. El mateix passa amb els jocs d'ordinador o consola. Els percentatges més alts són setmanals i els joves són majoritaris.

El cinema, que com és natural té percentatges molt baixos com a activitat diària, l'hem de veure com una activitat setmanal (20%) o esporàdica (30,7%). Aquí també la dada significativa és que un 49,3% de la població no va mai al cine.

Una dada curiosa que fem servir aquí com a element de comparació és que el 21,4% de la població practica el no fer res, com una forma d'oci, cada dia.

**5.6.3.1. Impacte d'Internet en les pràctiques comunicatives clàssiques**

La pràctica comunicativa que ha patit més l'ús d'Internet ha estat la TV. Un 16,6% de gent la mira menys des que es connecta, i d'aquest 16,6%, el 61,7% són joves de menys de 30 anys.

Al Q6 veiem que la majoria dels qui miren la televisió cada dia són no usuaris i que, en canvi, la majoria dels qui la miren setmanalment són usuaris i un 40% dels qui no la miren mai també ho són.

**Q6. Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Realitza aquesta activitat: mirar TV**

			Realitza aquesta activitat: mirar TV			Total
			Mai	Setmanal ment	Diàriament	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	34	99	905	1038
		%	40,0%	51,8%	33,3%	34,7%
	Entrevistat no usuari	N	51	92	1809	1952
		%	60,0%	48,2%	66,7%	65,3%
Total		N	85	191	2714	2990
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	27,986 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	26,702	2	,000
Associació lineal per lineal	10,570	1	,001
N de casos vàlids	2990		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 29,51.

La següent pràctica que ha disminuït molt lleugerament és mirar vídeos i DVD, seguida de llegir llibres i escoltar la ràdio. Sempre és el grup més jove el que té tendència a migrar cap a Internet.

En canvi, la pràctica comunicativa que ha augmentat més és escoltar música (5%), possiblement a causa del fenomen Napster, seguida de jugar a jocs d'ordinador o consola.

La població de Catalunya té dues pràctiques comunicatives principals, mirar la TV i parlar amb la gent del seu entorn proper, concretament dins de l'entorn familiar, que es correspon, com veurem a l'apartat següent, amb el sentiment d'identificació dominant àmpliament majoritari, que és la família.

**5.6.4. Pràctica referida concretament a l'ús de la premsa i de la televisió**

No hem fet preguntes referides a programes concrets perquè la nostra intenció era estudiar els comportaments socials, no pas les audiències, però de tota manera vàrem introduir algunes preguntes que ens permetessin verificar si les grans tendències que marquen els estudis d'audiència són certes. Per exemple, segons aquests estudis i en l'entorn català, l'audiència demana programes de gran consum i hi reacciona. Segons les nostres dades, en canvi, hi ha un espai important per a continguts alternatius i, per tant, hi podria haver demanda de nous productes que no es té en compte. Un 43,3% de la població en la darrera setmana havia mirat programes com *Planeta Terra*, *Grans documentals*, *Segle XX*, *Horitzons*, *National Geographic* o *Aleph*.

L'anàlisi de les taules de freqüències ens mostra que el percentatge de gent que té una actitud activa amb relació a la TV, és a dir, que paga per veure i que no es limita a rebre el que li arriba en obert, és del 19,6%. Aquesta xifra comprèn subscriptors al cable i a TV de pagament. S'ha parlat molt de la

crisi de l'espai públic amb relació als mitjans de comunicació. Quina és la situació a Catalunya? Com veurem més endavant, la gent es fia poc de la TV, però encara és el mitjà de comunicació de referència per a informar-se, tant de grans esdeveniments internacionals com d'esdeveniments locals. La diferència de comportament davant d'ambdós tipus d'esdeveniments és que, així com per als internacionals la TV és el mitjà escollit pel 75,1% de la gent, seguit de la premsa escrita a molta distància (13,6%) i de la ràdio (8,7%), quan es tracta d'esdeveniments locals, el mitjà de preferència continua essent la TV (35,8%), però la següent manera d'informar-se és el boca-orella (26,1%); la premsa ocupa el tercer lloc amb un 24,8% i la ràdio representa només un 9,1%.

Internet, tot i les possibilitats de contrast que té o la possibilitat de rebre informació a temps real, només és utilitzada com a font d'informació regular per l'1% de la població i només pel que fa a esdeveniments internacionals. En l'àmbit local és pràcticament inexistent (0,6%). No hi ha cap diferència de comportament entre els més grans i els més joves.

Finalment, tot i que a Catalunya hi ha més canals de televisió públics que privats, cosa que justifica una preferència majoritària per la televisió pública, ens sembla important assenyalar que aquesta preferència té una traducció empírica que la situa en el 68,5%.

#### 5.6.4.1. Pràctiques comunicatives i confiança

La televisió és, doncs, encara el mitjà de comunicació de referència, però en canvi la gent confia més en la ràdio. Des del punt de vista de la confiança, la ràdio ocupa el primer lloc. El 29,6% hi té molta confiança, enfront del 25,8%, que té molta confiança en la premsa escrita, i el 20,8%, que en té molta en la televisió. El mitjà en què la gent confia menys és Internet (18,1%). Analitzant el Q6.1, podem veure que, comparant els nivells de confiança d'Internet i la televisió, el resultat és estadísticament comparable. El gros per a tots els mitjans el trobem en una confiança regular.

**Q6.1. Nivell de confiança pels mitjans de comunicació**

	Nivell de confiança pels 4 mitjans de comunicació		
	Molta	Regular	Poca
Televisió	20,8%	65,1%	14,1%
Ràdio	29,6%	61,1%	9,3%
Diaris	25,8%	63,1%	11,0%
Internet	18,1%	59,1%	22,8%

En canvi, analitzant només els usuaris, al Q6.2, veiem que el nivell de confiança en Internet puja a un 20,6% i que en tot cas són els entrevistats no usuaris que responen aquesta pregunta els qui fan baixar el nivell de confiança. A més ús, doncs, més confiança.

**Q6.2. Confiança en la informació que rep d'Internet \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet**

			Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
			Entrevistat usuari	Entrevistat no usuari	
Confiança en la informació que rep d'Internet	Poca	N	150	74	224
		%	19,5%	34,9%	22,8%
	Regular	N	461	119	580
		%	59,9%	56,1%	59,1%
	Molta	N	159	19	178
		%	20,6%	9,0%	18,1%
Total	N	770	212	982	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	30,259 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	30,695	2	,000
Associació lineal per lineal	26,734	1	,000
N de casos vàlids	982		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 38,43.

En general, les opinions de la majoria se situen en valors mitjans corresponents a una confiança regular: 65,1% per a la TV, 63,1% per a la premsa, 61,1% per a la ràdio i 59,1% per a Internet.

El mitjà de comunicació en què confien més els usuaris d'Internet és la premsa; el 43,1% dels qui hi confien molt estan connectats, seguits pels de la ràdio, en què aquest percentatge és del 34,9%, i dels de la televisió (30,5%).

Quan analitzem els nivells de confiança en Internet veiem que els qui n'hi tenen molta són majoritàriament els usuaris (89,3%), però dels qui diuen que n'hi tenen poca també un 67% en són usuaris.

### 5.6.5. Pràctiques comunicatives i ús de la llengua

La majoria de la població de Catalunya llegeix premsa catalana en castellà (el 51,9% dels lectors de diaris). El 38,1% llegeix premsa catalana en català i el 9,7% llegeix premsa espanyola. El grup més jove té una lleugera tendència a llegir premsa catalana en català, i el més gran, premsa catalana en castellà. En canvi, els entrevistats usuaris tenen més tendència a la premsa catalana en castellà.

Pel que fa la premsa llegida a Internet, s'observa un lleuger augment dels diaris estrangers, però la que s'hi llegeix més és la premsa catalana en castellà.

Així com en el comportament lingüístic amb relació a la premsa escrita el castellà és predominant a molta distància del català, en la televisió està molt igualat. El 47,6% de població mira televisió en català, cosa que vol dir fonamentalment TV3, però també Canal 33, BTV, City TV, algunes cadenes municipals i alguns espais de La 2. Els nascuts abans del 1973 miren més la TV en català que no pas els més joves, i els usuaris que no pas els no usuaris.

Així, doncs, el telespectador que mira TV en català és predominantment nascut abans del 73 i usuari d'Internet.

El 81,9% dels catalanoparlants miren la televisió en català. El 83,4% dels castellanoparlants la miren en castellà i els bilingües segueixen un comportament bilingüe en l'ús de la TV, atès que un 48,2% la miren en català i un 51,8% ho fan en castellà.

Pel que fa la premsa, hi ha un 24,8% de castellanoparlants que llegeixen premsa catalana en català i un 6,8% de catalanoparlants que llegeixen premsa espanyola. En aquest cas els bilingües opten per la premsa catalana en castellà en un 60%. En un futur haurem d'analitzar si la lleugera tendència dels joves a llegir premsa catalana en català o la del 24,8% de castellanoparlants que llegeixen també la premsa en català es tradueixen en un ascens de la premsa comarcal o responen al fenomen de la premsa gratuïta.

Sobre l'ús de la llengua amb relació a Internet, la llengua més utilitzada en les planes visitades i en els xats és el castellà (66,6% i 67,8% respectivament), seguit del català (24,1% i 24,6% respectivament) i de l'anglès (6,8% i 1,6% respectivament). En els missatges electrònics puja el nivell d'ús del català (38,8%) i baixa el de l'anglès a un 1,5%.

Un 57,1% d'usuaris tenen la plana d'inici en castellà, un 22,8% en català i un 4,2% en anglès. Així, doncs, la llengua més utilitzada a Internet és el castellà.

Intentant mesurar els usos lingüístics a Internet, hem fet un recompte (vegeu les taules 6.3, 6.4 i 6.5) a partir de la llengua de les planes més visitades, de la llengua utilitzada més freqüentment en els missatges electrònics i en els xats i de la llengua de les planes d'inici. Com podem veure, els qui no acostumen a utilitzar mai l'anglès a Internet són el 89% dels usuaris, els qui no acostumen a fer mai res en català són el 53,7% i els qui no acostumen a fer mai res en castellà són el 20,5%.

**Q6.3. Ús del català a Internet**

	N	%	% acumulat
No fa res en català	557	53,7%	53,7%
Fa 1 de les 4 coses en català	190	18,3%	72,0%
Fa 2 de les 4 coses en català	142	13,7%	85,6%
Fa 3 de les 4 coses en català	91	8,8%	94,4%
Fa les 4 coses en català	58	5,6%	100,0%
Total	1038	100,0%	

**Q6.4. Ús del castellà a Internet**

	N	%	% acumulat
No fa res en castellà	213	20,5%	20,5%
Fa 1 de les 4 coses en castellà	171	16,5%	37,0%
Fa 2 de les 4 coses en castellà	206	19,8%	56,8%
Fa 3 de les 4 coses en castellà	227	21,9%	78,7%
Fa les 4 coses en castellà	221	21,3%	100,0%
Total	1038	100,0%	

**Q6.5. Ús de l'anglès a Internet**

	N	%	% acumulat
No fa res en anglès	924	89,0%	89,0%
Fa 1 de les 4 coses en anglès	94	9,1%	98,1%
Fa 2 de les 4 coses en anglès	18	1,7%	99,8%
Fa 3 de les 4 coses en anglès	2	,2%	100,0%
Total	1038	100,0%	

Observant els Q7, 8, 9 i 10, veiem que dels qui tenen una pràctica d'identitat catalana forta, definida a l'apartat següent, un 78,5% escriuen els missatges electrònics en català, un 66,3% fan xats també en català i aquests percentatges baixen una mica als voltants del 50% per a les planes més visitades i la plana inicial, en el primer cas sobretot probablement a causa d'una qüestió d'oferta més que no pas de voluntat.

**Q7. Quin idioma utilitza o tria més freqüentment a les pàgines d'Internet que visita? \* Pràctica d'identitat catalana**

		Pràctica d'identitat catalana		Total	
		Identitat catalana	No identitat catalana		
Quin idioma utilitza o tria més freqüentment a les pàgines d'Internet que visita?	Català	N	138	110	248
		%	52,1%	14,9%	24,8%
	Castellà	N	112	572	684
		%	42,3%	77,6%	68,3%
	Anglès	N	15	55	70
		%	5,7%	7,5%	7,0%
Total		N	265	737	1002
		%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	145,271 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	134,412	2	,000
Associació lineal per lineal	103,373	1	,000
N de casos vàlids	1002		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 18,51.

**Q8. Quin idioma utilitza o tria més freqüentment als missatges electrònics que intercanvia? \* Pràctica d'identitat catalana**

		Pràctica d'identitat catalana		Total	
		Identitat catalana	No identitat catalana		
Quin idioma utilitza o tria més freqüentment als missatges electrònics que intercanvia?	Català	N	193	183	376
		%	78,5%	26,5%	40,1%
	Castellà	N	51	495	546
		%	20,7%	71,6%	58,3%
	Anglès	N	2	13	15
		%	,8%	1,9%	1,6%
Total	N	246	691	937	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	204,078 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	207,194	2	,000
Associació lineal per lineal	189,628	1	,000
N de casos vàlids	937		

a. 1 caselles (16,7%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 3,94.

**Q9. Quin idioma utilitza o tria més freqüentment als xats o newsgroups en què participa? \* Pràctica d'identitat catalana**

			Pràctica d'identitat catalana		Total
			Identitat catalana	No identitat catalana	
Quin idioma utilitza o tria més freqüentment als xats o newsgroups en què participa?	Català	N	63	57	120
		%	66,3%	15,7%	26,2%
	Castellà	N	31	299	330
		%	32,6%	82,4%	72,1%
	Anglès	N	1	7	8
		%	1,1%	1,9%	1,7%
Total	N	95	363	458	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	99,799 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	89,927	2	,000
Associació lineal per lineal	90,670	1	,000
N de casos vàlids	458		

a. 1 caselles (16,7%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 1,66.

**Q10. Quin idioma utilitza o tria més freqüentment a la seva pàgina d'inici a Internet? \* Pràctica d'identitat catalana**

			Pràctica d'identitat catalana		Total
			Identitat catalana	No identitat catalana	
Quin idioma utilitza o tria més freqüentment a la seva pàgina d'inici a Internet?	Català	N	117	118	235
		%	50,9%	18,6%	27,1%
	Castellà	N	102	486	588
		%	44,3%	76,4%	67,9%
	Anglès	N	11	32	43
		%	4,8%	5,0%	5,0%
Total	N	230	636	866	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	



**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	90,609 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	85,301	2	,000
Associació lineal per lineal	65,814	1	,000
N de casos vàlids	866		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 11,42.

**5.6.6. Conclusió. La construcció de significat, o pràctiques comunicatives i identitat**

L'ús de la llengua en el consum dels mitjans de comunicació és important perquè demostra la salut lingüística d'un país. Seria estrany que la majoria de francesos consumissin mitjans de comunicació en alemany o que la majoria de nord-americans ho fessin en castellà. Però tan importants com la llengua són els continguts, que són els creadors de l'imaginari, els constructors de significat. Perquè identitat i comunicació són llengua, però també són emocions, sentiments i representació individual i col·lectiva. En aquest sentit, Catalunya, malgrat el gran pas que ha representat TV3, té un gran dèficit de control de la seva representació, del seu significat, que d'alguna manera veurem com afecta la identitat creant un tipus de país que es defineix evitant definir-se, situant-se sempre en valors intermedis, no acabant de prendre partit; no expressant clarament què vol ser ni quin és el seu projecte.

En el procés de construcció de significat, o d'una certa fabricació de consens col·lectiu, ens hem de preguntar quin ha de ser el paper dels mitjans de comunicació, i concretament d'Internet, com a eina de cohesió social i col·lectiva, perquè la identitat és font de sentit però també és sentit compartit, i els mitjans de comunicació són creadors de sentit.

Més important que la història, o almenys igual important, per posar un exemple, és la història que la comunitat s'explica a si mateixa, la història dels mites i creences que s'ha fabricat com a element de cohesió i com es comporten els mitjans de comunicació que ha creat per construir el discurs comú sobre qüestions col·lectives o, dit d'una altra manera, quina és la seva política de representació.



## 5.7. La construcció de la identitat en la societat xarxa de Catalunya

### 5.7.1. Problemàtica de la identitat i usos d'Internet

A Catalunya el concepte identitat, juntament amb el de democràcia, són eixos vertebradors del debat social i impulsors de la innovació del pensament. Des d'una òptica internacional aquest debat enllaça amb el de la globalització i amb el de la crisi i necessària redefinició de les estructures de poder que aquesta provoca. Estructures de poder centralitzades que tenen enormes dificultats a adaptar-se a les noves formes socials de la societat xarxa, definida per la seva capacitat de flexibilitat i adaptabilitat.

Dins aquesta recerca sobre Catalunya, societat xarxa, preveiem principalment dos tipus d'identitat: la identitat individual i la identitat col·lectiva. Tant una com l'altra les entenem com un procés en constant evolució. En general aquesta evolució serà difícil de demostrar, perquè no tindrem elements de comparació amb recerques semblants anteriors, però trobarem tendències interessants analitzant, per exemple, comportaments de diferents grups d'edat.

Entenem la identitat individual com una estructura subjectiva caracteritzada per la representació d'un mateix que es desprèn de la interacció, entre l'individu, els altres i l'entorn. És a dir, reconèixer-se com a un i ser reconegut com a tal pels altres.

En el mateix sentit, podríem definir la identitat col·lectiva com l'acte d'una comunitat que es reconeix a si mateixa i vol ser o és reconeguda com a tal pels altres.

Weber pensa que la identitat col·lectiva o nacional no implica necessàriament un origen comú. N'hi ha prou que una comunitat tingui consciència de ser-ho, és a dir, que es cregui que ho és i que aquesta creença l'ajudi a desenvolupar-se com a tal. Weber tracta àmpliament del paper que juguen les creences en el desenvolupament de la vida social i els atribueix un gran protagonisme com a constructores de realitat: "Allò que socialment compta no és si som o no som diferents sinó si creiem ser-ho i si volem continuar-ho essent".<sup>10</sup>

L'objectiu d'aquesta part de la recerca és l'estudi del procés de construcció de la identitat a Catalunya, entendre quins elements estan implicats en aquest procés i analitzar com Internet contribueix a aquesta construcció, l'obstaculitza o s'hi mostra neutra.

---

<sup>10</sup> WEBER, M. (1924). *Sociology of Community*. Moriyuki Abukama. En línia: <[www.pscw.nl/sociosite/topics/weber/html](http://www.pscw.nl/sociosite/topics/weber/html)>.

Partim de la hipòtesi que la identitat no és una llista de característiques, tal com bona part de la teoria clàssica defensa, sinó una xarxa d'interaccions, i tenint en compte aquesta hipòtesi observarem la construcció de la identitat en la societat catalana.

Pensem que la identitat no és solament ser, sinó també, i sobretot en el tipus de context social en el qual estem immersos, la identitat és esdevenir, en el sentit ja definit per Heràclit (un no es pot banyar dues vegades en un mateix riu) i per Plató (res és permanent, tot esdevé). Així, doncs, una part d'aquest capítol està dedicada a fer un perfil de la població des del punt de vista de la identitat per a veure què és i cap on va.

Un altre element fonamental per a nosaltres des del punt de vista de la construcció de la identitat és la voluntat. És útil recordar la clàssica definició de Renan encara que ell la va utilitzar per a construir una idea de nació francesa que negava justament la diversitat en favor de reforçar el centralisme: "L'existència de la nació és un plebiscit de cada dia".<sup>11</sup> Segons Renan, el que compta és el desig i la voluntat de viure junts, que conjuntament formen un consens col·lectiu que es renova quotidianament. Trobem interessant aquesta definició perquè recorda no solament la importància de la voluntat, sinó també la necessitat de connexió i negociació constant entre els membres d'una comunitat. A més, serà la voluntat la que determinarà si Catalunya ha passat de l'estadi d'identitat de resistència<sup>12</sup> que l'ha ajudat a sobreviure amb èxit durant etapes difícils, i de la qual ha estat model, a l'estadi d'identitat de projecte, per a situar-se a la societat xarxa com un node amb personalitat pròpia i al mateix temps amb capacitat d'interacció amb els altres nodes.

La identitat col·lectiva, per definició, requereix que la gent que la comparteix tingui alguna cosa en comú, el que els anglosaxons, per a fugir de conceptes referents a la raça o a l'ètnia, anomenen caràcter nacional. Els japonesos han desenvolupat molta producció teòrica sobre el *nihonhinron*, el que va esdevenint japonès (enfront del *kokukat*, que és un concepte molt més ètnic i fix). És el que a Cuba, per posar un exemple, sobre el qual es poden trobar referents teòrics, s'anomena la "cubanía", un sentiment que produeix identificació i cohesió més enllà d'aspectes territorials, socials, històrics, polítics o demogràfics, o també el que teòrics d'altres cultures, com l'africana, descriuen com una manera de viure i comportar-se. Nosaltres parlarem de cultura pública comuna, diferent d'altres cultures públiques. Intentarem definir les característiques d'aquesta cultura pública catalana i els seus elements diferencials.

Si partim de la base que totes les identitats són construïdes, quins són els elements de construcció de la identitat a Catalunya i quins són els motors d'aquests elements? Quines creences comparteix la societat catalana i, en darrer terme, com s'imagina a ella mateixa? D'altra banda, si les creences són

<sup>11</sup> RENAN, E. (1882). "Qu'est-ce qu'une nation?". A: SENTMARTI, R. (ed.). *Clàssics del nacionalisme*. Barcelona: Pòrtic-Biblioteca Oberta, 2001.

<sup>12</sup> Ens referim aquí a la tipologia d'identitats proposada per Manuel Castells al volum II de la seva trilogia, *La sociedad red: El poder de la*

un element de cohesió de la comunitat i base de la cultura pública comuna i considerem la televisió com un factor important en la representació d'aquestes creences i d'aquesta cultura, quin ha estat el paper de la Televisió de Catalunya com a eina de cohesió nacional?

Finalment, una pregunta clau per a la nostra recerca és quin paper juga l'ús o el no ús d'Internet en la construcció de la identitat a Catalunya.

Perquè si identitat és una xarxa d'interaccions on el que és important no és ser sinó esdevenir, és representació i construcció de significat, és diferència i no és negació, i si la identitat col·lectiva és a més capaç de connectar; quin paper juga Internet en la transformació d'aquesta identitat? És simplement una eina de transmissió on l'únic factor significatiu és el nivell d'ús o d'alguna manera conforma un model diferencial? Quina relació hi ha, si n'hi ha cap, entre perfils de població, pràctiques identitàries i usos Internet? Quins valors compartits hi ha entre els elements d'identificació dominant, característics de la identitat, i els valors de la nova estructura social fonamentada en la xarxa, com podrien ser la llibertat individual o la comunicació oberta?

### 5.7.2. Pràctiques identitàries. Una tipologia analítica

Per a poder fer aquesta anàlisi hem construït variables que hem agrupat en quatre grups:

- a) un conjunt de variables d'identificació (sentiment d'identificació principal, identificació històrica i identificació territorial)
- b) una variable clàssica que ens permet moltes anàlisis comparatives tant a escala nacional com internacional, que mesura el sentiment de pertinença
- c) un conjunt de variables de pràctiques lingüístiques
- d) una variable de pràctica identitària catalana

#### a) Sentiments d'identificació

Els sentiments d'identificació són sentiments d'autodefinició, és el que la gent se sent i en part és el que la cohesionen com a col·lectiu. Una vegada analitzats els sentiments d'identificació veurem com aquests es tradueixen en pràctiques concretes.

Hem mesurat tres tipus de sentiments d'identificació per a intentar observar si la identitat catalana s'acosta més a una llista de característiques d'identificació o si en canvi aquestes característiques no tenen el pes que ens pensem.

### Sentiment d'identificació principal

En aquesta variable, per a fer aflorar un sentiment d'identificació fort, hem ofert una llista de dotze aspectes que formen part de la vida de les persones i que van des de la feina a la família, la religió, la llengua, el país, un mateix, la natura, el gènere, el grup d'edat, la humanitat en el seu conjunt o la cultura, amb la possibilitat d'escollir-ne només un.

Segurament, tal com veurem després en la identificació territorial, si haguéssim permès identificacions múltiples, els resultats haurien estat diferents, però la fragmentació no ens hauria permès establir la veritable identificació principal.

### Sentiment d'identificació històrica

La història, juntament amb la llengua i el territori, és un dels elements clàssics de construcció de la identitat. Fins a quin punt és important per a la societat catalana d'avui? Quin és el seu grau d'identificació amb la història, i amb quina història? Per a respondre a aquestes preguntes hem utilitzat una variable on no s'expressa cap sentiment d'identificació, la identificació és amb la història de Catalunya, d'Espanya, mundial, religiosa o personal.

### Sentiment d'identificació territorial

Aquesta variable, composta de valors com ara el poble o ciutat de naixement, el poble o ciutat de residència, Catalunya, Espanya, Europa, món o cap sentiment d'identificació territorial, és una altra variable d'identificació clàssica, on no vam permetre una identificació múltiple per a identificar clarament quin és el punt de referència principal. Fins i tot, per a simplificar la variable, en un primer moment vam pensar de sumar lloc de residència actual i Catalunya considerant que estàvem parlant del mateix i que en el qüestionari ho havíem volgut detallar massa. Però, finalment, i tenint en compte el volum de les respostes, hem pensat que si era possible escollir Catalunya, s'ha optat per subratllar el lloc de residència o viceversa, les respostes eren indicadors clars d'una identitat d'identificació local o nacional massa clars per a obviar-los.

### b) Sentiment de pertinença

Per a mesurar el sentiment de pertinença, hem optat per una variable consolidada com a punt de referència dels estudis que mesuren i segueixen l'evolució de la identitat nacional. El darrer gran estudi internacional sobre la identitat nacional és de l'any 1995 i va ser fet per l'International Social Survey Programme (ISSP), un programa anual de col·laboració transnacional que aplega instituts d'estudis sociològics de trenta-vuit estats. El membre de l'Estat Espanyol és el CIS. El darrer ISSP Survey és sobre l'orgull nacional (*National Pride*).<sup>13</sup>

Aquesta variable té sis categories diferenciades, que en el cas de Catalunya són:

- a) sentiment de pertinença només català
- b) més català que espanyol
- c) tant català com espanyol
- a) més espanyol que català
- b) només espanyol
- c) ni espanyol ni català

Per a simplificar l'anàlisi multivariable hem reduït les sis categories a quatre:

- a) català
- b) tant català com espanyol
- c) espanyol
- d) ni català ni espanyol

A Catalunya hi ha estudis que mesuren aquest sentiment de pertinença des de finals dels anys vuitanta i que en una fase més avançada de la recerca seran molt útils per a establir comparacions i seguir l'evolució.

### c) Pràctiques lingüístiques com a indicadors d'identitat

Dins aquest capítol sobre la construcció de la identitat, hem utilitzat variables de pràctiques lingüístiques sobre l'ús i sobre el coneixement de la llengua, que ens ajudaran a entendre fins a quin punt la identitat a Catalunya es fonamenta en la llengua i possibles contradiccions entre el paper central que té com a constructora de la identitat i el seu ús real.

---

<sup>13</sup> www.issp.org

Pràctica lingüística catalana, construïda a partir dels qui consideren el català llengua pròpia, i el parlen a casa i amb els amics.

Pràctica lingüística castellana, construïda a partir dels qui consideren el castellà llengua pròpia, i el parlen a casa i amb els amics.

Índex de monolingüisme / bilingüisme, atorga uns valors a les diferents combinacions d'ús del català, el castellà o d'ambdues llengües a casa i amb els amics, que ens indiquen una pràctica monolingüe catalana, bilingüe i castellana clara i un bilingüisme amb tendència cap al monolingüisme català i un bilingüisme amb tendència cap al monolingüisme castellà.

#### d) Variable de pràctica identitària catalana

La nostra hipòtesi de sortida és, com hem dit en la introducció del capítol, que la identitat no és una llista de característiques que un qüestionari pot determinar amb variables dicotòmiques, sinó una xarxa d'interaccions que, excepte en les identitats on l'element de resistència és el projecte, la majoria de vegades és inconscient. La identitat no s'adquireix, en general, de manera reflexiva i conscient, llevat d'excepcions com les dels colons americans que van deixar Europa per a anar a fundar un nou món amb uns valors diferenciats i enfrontats als del món que deixaven enrere. Per aquest motiu, parlem de pràctiques, que es tradueixen en una manera de viure i de comportar-se, tant d'una manera individual com col·lectiva, que intuïem que anava més enllà del coneixement de la llengua, i que fins i tot aquesta, essent important, no era determinant.

Ens hem centrat en l'anàlisi de la identitat catalana, perquè una vegada analitzades altres pràctiques, identificacions i sentiments de pertinença que ens donen diferents perfils que utilitzarem en anàlisis posteriors, hem considerat que l'anàlisi de la construcció i la transformació de la identitat a Catalunya i la seva relació amb l'ús d'Internet era una part central de la nostra recerca.

Hem construït aquesta variable de pràctica identitària amb la variable de pràctiques lingüístiques i la de pràctiques comunicatives que fa referència a la televisió.<sup>14</sup> Volíem anar més enllà de la llengua i de

---

<sup>14</sup> Aquesta variable de pràctica d'identitat catalana és una variable dicotòmica que en una primera fase vam construir a partir de pràctiques lingüístiques, ètnico-culturals, i pràctiques comunicatives. És a dir, qualsevol pràctica on la voluntat juga un paper important. Per exemple, no vam preveure la pràctica lingüística en el lloc de treball, perquè vam considerar que en molts casos era aliena a la voluntat. Tampoc no hem considerat només la pràctica lingüística, perquè en molts casos, encreuant-la amb el sentiment de pertinença, hem vist que, malgrat ser una pràctica catalana, no era una pràctica identitària. Amb aquesta construcció cercàvem una variable de pràctica identitària catalana molt forta i molt clara. El problema es va plantejar quan dels 3.005 enquestats només 43 complien totes les condicions. Una vegada analitzades les freqüències vam veure que les pràctiques comunicatives, concretament la condició de ser lectors de diaris en català, eren un element distorsionador del resultat, i vam decidir no considerar-los per a aquesta construcció. Això no ens va ajudar gaire, ja que el grup que ens va quedar era de 86 persones. Vam desestimar també el fet de considerar la pregunta indirecta sobre la selecció catalana i ens va quedar un grup de 398 persones.



fet l'hem hagut d'utilitzar com a element important, però no tant per a avaluar-ne el coneixement com l'ús en entorns i en pràctiques on la voluntat és determinant, on el factor clau no és un sentiment subjectiu o una identificació teòrica, sinó una pràctica clara, una opció determinada. No estem, doncs, analitzant les pràctiques lingüístiques, sinó els contextos de la voluntat.

El grup de gent que respon a la pràctica identitària catalana és de 713 persones, el 23,7% de la població.

Per a trobar respostes a les preguntes que ens hem formulat sobre la construcció de la identitat i sobre quin és el paper d'Internet en aquesta construcció, hem encreuat aquestes variables amb una sèrie de variables d'estructura social, d'autonomia personal, de sociabilitat i d'usos d'Internet.

### **5.7.3. La construcció de la identitat. Anàlisi dels factors que afavoreixen cada pràctica identitària**

#### **5.7.3.1. Sentiments d'identificació**

##### **5.7.3.1.1. Sentiment d'identificació principal**

És interessant observar que la família és l'element d'identificació dominant en tots els grups de població, independentment de l'edat.

Recordem que per a identificar quin era el sentiment d'identificació dominant vam establir una llista de dotze indicadors dels quals se n'havia de seleccionar només un, i el 56% de la població va seleccionar la família.

El quadre 1 ens mostra que aquest sentiment, malgrat ser majoritari en tots els grups d'edat, s'intensifica a partir de 35 anys. Per als més joves de 35 anys el segon element d'identificació és un sentiment d'identificació individual, un mateix, més acusat entre 15 i 24 anys que entre 25 i 34 anys.

Si observem els materials de construcció clàssics de la identitat col·lectiva com són la llengua, el país i la cultura, veurem que sumats se situen en un segon lloc, però que per separat es fragmenten molt.

---

Havent eliminat la pregunta que volia copsar la pràctica de la tradició, és a dir, el dinar de Nadal, l'univers va ampliar-se a 644 persones. Finalment, vam considerar que la llengua de realització de l'enquesta podria no ser representativa, perquè encreuant algunes variables vam poder comprovar que gent que responia a pràctiques lingüístiques i comunicatives catalanes molt clares responia el qüestionari en castellà. Com que no teníem elements per a saber fins a quin punt hi havia influït la llengua de l'enquestador, també la vam eliminar. El resultat és una variable formada amb els usos i les pràctiques lingüístiques i les pràctiques comunicatives relacionades amb els usos de la televisió, que ens sembla prou significativa per les raons esmentades referents a la voluntat i a la opció.

Hem decidit deixar-los separats perquè l'anàlisi ens demostra que no estem parlant d'un sol país, d'una sola llengua i d'una sola cultura; per tant, la fragmentació encara és més gran. D'aquesta manera, el sentiment d'identificació que té la llengua com a element principal és el més minoritari, amb un 1,7% del total. En la Q1 veurem que entre la franja de 65 a 74 anys és quan es mostra més elevat. El sentiment d'identificació amb la feina té el seu punt més elevat al final de la vida professional i el de la religió, en la gent de més edat. El sentiment d'identificació amb un mateix perd força amb l'edat, i és el segon element entre el grup més jove. Els més identificats amb l'ecologia són el sector que va de 25 a 34 anys, i amb res, el sector més jove.

L'element generacional és molt important entre els més joves, que se situa en tercer lloc després de la família i un mateix, i en les persones de 75 anys o més, que se situa en cinquè lloc després de la família, la religió i res en especial.

Q1. Amb quin d'aquests aspectes s'identifica més? \* Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)

			Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)						Total	
			De 15 a 24 anys	De 25 a 34 anys	De 35 a 44 anys	De 45 a 54 anys	De 55 a 64 anys	De 65 a 74 anys		75 anys o més
Amb quin d'aquests aspectes s'identifica més?	Amb la seva feina	N	17	30	27	27	30	17	6	154
		%	3,0%	5,7%	5,0%	6,6%	7,6%	4,7%	2,9%	5,1%
	Amb la seva religió	N	3	16	12	4	10	14	15	74
		%	,5%	3,1%	2,2%	1,0%	2,5%	3,9%	7,3%	2,5%
	Amb la seva llengua	N	10	5	10	6	6	12	2	51
		%	1,8%	1,0%	1,8%	1,5%	1,5%	3,3%	1,0%	1,7%
	Amb la seva cultura	N	27	29	27	17	23	10	9	142
		%	4,8%	5,5%	5,0%	4,1%	5,8%	2,8%	4,4%	4,7%
	Amb vostè mateix	N	103	51	34	26	25	14	8	261
		%	18,2%	9,8%	6,3%	6,3%	6,3%	3,9%	3,9%	8,7%
	Amb la seva família	N	216	260	323	272	250	231	129	1681
		%	38,2%	49,7%	59,6%	66,3%	63,1%	63,8%	62,6%	56,0%
	Amb el seu país	N	16	12	9	10	8	12	8	75
		%	2,8%	2,3%	1,7%	2,4%	2,0%	3,3%	3,9%	2,5%
	Amb la humanitat en el seu conjunt	N	12	18	25	15	10	14	2	96
		%	2,1%	3,4%	4,6%	3,7%	2,5%	3,9%	1,0%	3,2%
	Amb la gent de la seva edat	N	85	28	9	2	4	11	8	147
		%	15,0%	5,4%	1,7%	,5%	1,0%	3,0%	3,9%	4,9%
	Amb la natura	N	11	26	11	10	6	3	3	70
	%	1,9%	5,0%	2,0%	2,4%	1,5%	,8%	1,5%	2,3%	
Amb ser dona/home	N	21	26	24	8	6	3	2	90	
	%	3,7%	5,0%	4,4%	2,0%	1,5%	,8%	1,0%	3,0%	
Amb res en especial	N	44	22	31	13	18	21	14	163	
	%	7,8%	4,2%	5,7%	3,2%	4,5%	5,8%	6,8%	5,4%	
Total	N	565	523	542	410	396	362	206	3004	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	435,763 <sup>a</sup>	66	,000
Raó de versemblança	407,070	66	,000
Associació lineal per lineal	31,240	1	,000
N de casos vàlids	3004		

a. 2 caselles (2,4%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 3,50.

Continuant amb els elements d'identificació principal, observem que les dones s'identifiquen lleugerament més amb la família que els homes i que, en canvi, aquests doblen la identificació amb la feina amb relació a les dones. La identificació amb el gènere, malgrat ser reduïda, és molt més acusada en la dona que en l'home.

### 5.7.3.1.2. Identificació històrica i identificació territorial

Per al 22,3% de la població les dates històricament més significatives són les internacionals (cal tenir en compte que la memòria de l'11S era molt recent), seguides de les espanyoles i les personals. Les dates relacionades amb la història de Catalunya són recordades en quart lloc. En números absoluts per als més grans de 50 anys, el grup més nombrós és el que recorda alguna data de la història espanyola. La referència per als més joves és la història mundial (30,4%), seguida de cap referència amb aspectes històrics (17,3%). Per als més grans, com ja hem dit, el punt de referència és la història espanyola (25,6%), seguida dels esdeveniments religiosos (19,7%) –més importants per a les dones que per als homes– i també els esdeveniments personals (15%).

#### Q2. Identitat històrica \* Edat de l'entrevistat (3 intervals)

			Edat de l'entrevistat (3 intervals)			Total
			De 15 a 29	De 30 a 49	50 o més	
Identitat històrica	Cap	N	109	100	104	313
		%	17,3%	13,7%	12,1%	14,1%
	Història específica catalana	N	75	67	64	206
		%	11,9%	9,2%	7,5%	9,3%
	Història espanyola	N	49	97	220	366
		%	7,8%	13,3%	25,6%	16,5%
	Història mundial	N	192	179	123	494
		%	30,4%	24,5%	14,3%	22,3%
	Commemoració construcció europea	N	3	2	6	11
		%	,5%	,3%	,7%	,5%
	Esdeveniments locals catalans	N	30	19	20	69
		%	4,8%	2,6%	2,3%	3,1%
Festes religioses	N	73	105	169	347	
	%	11,6%	14,4%	19,7%	15,6%	
Esdeveniments científics	N	1	10	11	22	
	%	,2%	1,4%	1,3%	1,0%	
Esdeveniments personals	N	86	136	129	351	
	%	13,6%	18,6%	15,0%	15,8%	
Altres	N	13	15	12	40	
	%	2,1%	2,1%	1,4%	1,8%	
Total	N	631	730	858	2219	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Un aspecte que cal destacar és que si mirem les freqüències veurem que hi ha un 10,4% que en el qüestionari manifesta que no s'identifica amb la història i que si hi afegíssim els que no saben o que no contesten s'elevaria al 36,6%. Per tant, podem concloure que la història no és un element important de construcció de la identitat en la societat catalana d'avui.

Des del punt de vista territorial la gent s'identifica majoritàriament amb Catalunya (31,6%) i que si hi sumem el poble on viu arribaríem a un 51,1%, però no ho fem perquè, com ja hem explicat en l'apartat de justificació de les variables construïdes, pensem que si tenint la possibilitat d'escollir Catalunya un 19,5% ha optat pel seu municipi de residència, ens sembla un element d'identificació local prou significatiu. D'altra banda, una altra manera de veure-ho seria sumar el 19,5% que ha escollit el poble o ciutat on viu amb el 21,9% que s'identifica amb el poble o ciutat on ha nascut (d'aquests, 486 sobre 657 han nascut a Catalunya) i això ens donaria un altre índex important d'identificació local.

En tot cas, tenim una baixa identificació amb Espanya (14,1%) i molt poca identificació amb Europa (1,9%), que decreix amb l'edat. Per als més joves arriba a un 4%, però per als més grans baixa a un 1%. I, finalment, una notable identificació amb el món (6,5%) i amb res (4,5%).

Q3. Amb quin d'aquests llocs s'identifica més? \* Edat de l'entrevistat (intervalls de 10 anys)

			Edat de l'entrevistat (intervalls de 10 anys)						Total	
			De 15 a 24 anys	De 25 a 34 anys	De 35 a 44 anys	De 45 a 54 anys	De 55 a 64 anys	De 65 a 74 anys		75 anys o més
Amb quin d'aquests llocs s'identifica més?	Poble o ciutat on ha nascut	N	122	120	116	87	80	83	49	657
		%	21,7%	23,0%	21,5%	21,2%	20,2%	23,1%	23,7%	21,9%
	Poble o ciutat on viu actualment	N	86	93	97	82	106	72	47	583
		%	15,3%	17,8%	18,0%	20,0%	26,8%	20,0%	22,7%	19,5%
	Catalunya	N	179	159	164	133	119	126	66	946
		%	31,8%	30,5%	30,4%	32,4%	30,1%	35,0%	31,9%	31,6%
	Espanya	N	96	53	72	58	59	54	30	422
		%	17,1%	10,2%	13,4%	14,1%	14,9%	15,0%	14,5%	14,1%
Europa	N	11	21	12	4	5	2	2	57	
	%	2,0%	4,0%	2,2%	1,0%	1,3%	,6%	1,0%	1,9%	
Món	N	38	39	54	32	17	10	6	196	
	%	6,7%	7,5%	10,0%	7,8%	4,3%	2,8%	2,9%	6,5%	
Res	N	31	37	24	14	10	13	7	136	
	%	5,5%	7,1%	4,5%	3,4%	2,5%	3,6%	3,4%	4,5%	
Total	N	563	522	539	410	396	360	207	2997	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	93,107 <sup>a</sup>	36	,000
Raó de versemblança	93,654	36	,000
Associació lineal per lineal	21,588	1	,000
N de casos vàlids	2997		

a. 1 caselles (2,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 3,94.

### 5.7.3.2. Sentiment de pertinença

El 37,5% de la població se sent majoritàriament catalana (només catalana o més catalana que espanyola), sentiment molt igualat amb els que se senten tant catalans com espanyols, que són un 36,2%. En tot cas, només un 19,7% se sent espanyol i un significatiu 6,6% que no se sent ni una cosa ni l'altra.

Si analitzem el quadre 4 veurem que en el grup d'edat intermedi és on hi ha més sentiment de pertinença català (38,9%) i en el que hi ha tant sentiment català com espanyol és en el grup més jove (40%). Cal tenir en compte, però, que els dos sentiments majoritaris, amb pocs punts de diferència, són el català i el tant català com espanyol. L'espanyol queda clarament enrere, però amb el percentatge més alt en el grup de més edat (24,1%).

**Q4. Sentiment de pertinença \* Edat de l'entrevistat (3 intervals)**

			Edat de l'entrevistat (3 intervals)			Total
			De 15 a 29	De 30 a 49	50 o més	
Sentiment de pertinença	Català	N	304	391	426	1121
		%	36,4%	38,9%	37,0%	37,5%
	Tant català com espanyol	N	334	339	409	1082
		%	40,0%	33,7%	35,6%	36,2%
	Espanyol	N	128	185	277	590
		%	15,3%	18,4%	24,1%	19,7%
	Ni català ni espanyol	N	69	91	38	198
		%	8,3%	9,0%	3,3%	6,6%
Total		N	835	1006	1150	2991
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Encara que no hem utilitzat el sentiment de pertinença per a construir la variable de pràctica identitària catalana per les raons que ja hem esmentat, referents al fet que volíem aïllar la pràctica dels sentiments subjectius, els encreuaments que hem fet amb les variables d'estructura social, autonomia personal etc. ens donen un perfil del sentiment de pertinença català molt similar, com veurem més endavant, al que es descriu en la pràctica d'identitat catalana, encara que, com ja hem pogut veure quan parlàvem del percentatge de la població que representa, el grup és més nombrós.

Pel que fa al perfil del grup que se sent espanyol, la majoria són majors de 50 anys, un 52,9% són dones –percentatge una mica superior que en el cas del grup català–, nascuts a fora de Catalunya (70,1%) i de pares també de fora de Catalunya (88,8%). La majoria són immigrants arribats entre 1953 i 1972. El 86,6% considera que la seva llengua és el castellà, un 6,8% considera llengua pròpia tant el català com el castellà i un 4,9% considera llengua pròpia el català. Des del punt de vista de la

pràctica lingüística el 65,9% o és monolingüe castellà o hi és molt a prop. El 30,9% és bilingüe i un 3,1% és a prop del monolingüisme català. El 81,2% només tenen estudis primaris, un 11,9% estudis secundaris i un 4,9% estudis superiors. Un 2% són estudiants. Aquestes dades ens donen, doncs, un perfil de formació molt inferior al del grup que se sent català, sobretot si comparem el percentatge dels sense estudis o amb estudis primaris entre els qui se senten catalans (52%) i els sense estudis o només amb estudis primaris entre els qui se senten espanyols (81,2%). Un 8% té formació professional, un 5% batxillerat i entre els estudis universitaris predominen les ciències socials i jurídiques (1,9%), les ciències experimentals i de la salut (1,4%), els estudis universitaris tècnics (1%) i les humanitats (0,7%).

Resumint, doncs, de les observacions sobre els sentiments de pertinença relacionats amb el nivell d'estudis la conclusió que en traiem és que el sentiment majoritari dels qui només tenen estudis primaris és tant català com espanyol (37,9%); dels qui tenen estudis secundaris, dels estudiants i dels titulats superiors, el sentiment majoritari és el català amb un 45,8%, 48,1% i un 51,4% respectivament.

El nivell d'ocupació dels qui se senten espanyols és inferior (41,7%) i les altres categories referents a l'activitat laboral, superiors: atur (5,9%), inactivitat actual havent treballat abans (35,8%) i no ha treballat mai (16,6%). La categoria professional és majoritàriament baixa (70,1%), seguida de mitjana (25,6%) i d'alta (4,3%). Hi ha més contractes indefinits i temporals que en el grup que se sent català i menys treball per compte propi (12,8%). Hi ha menys funcionaris (2,5%) i més treballadors sense contracte (4,1%). Hi ha menys activitat associativa (21,7%) i menys activitat cívica (un 87,3% no en té).

Finalment, si analitzem el perfil dels qui se senten tant catalans com espanyols, trobem que proporcionalment la majoria són nascuts després de l'any 1973; és a dir, que han crescut i s'han educat en plena vigència de la Constitució i l'Estatut d'Autonomia. Un 51,4% són dones, nascuts a Catalunya (66,5%), de pares nascuts a fora de Catalunya (66,3%), que consideren el castellà com a llengua pròpia (53,4%), enfront del català (24,9%) o d'ambdues per igual (21,5%). Pel que fa a la pràctica lingüística són monolingües castellans (11,7%) o quasi (45%). El 30,2% és bilingüe i un 7% és monolingüe català o quasi (6,1%). El seu nivell educatiu és més elevat que el dels qui se senten espanyols, però lleugerament inferior que el dels qui se senten catalans. El percentatge de gent que no ha superat els estudis primaris és del 61%. El 13,1% té estudis superiors finalitzats, el 7% són estudiants i el 18,8% té estudis secundaris finalitzats. El tipus d'estudis és igual al dels grups precedents, la majoria dels que tenen un nivell universitari són de l'àrea d'estudis socials i jurídics, seguits de les ciències experimentals i de la salut, tècnics i humanitats. El nivell d'ocupació és molt similar al dels qui se senten catalans (54%), 4,7% d'aturats, 26,8% d'inactius però que havien treballat i un 14,5% que no han treballat mai. La categoria professional és predominantment baixa (58,3%) tot i que en un percentatge menys elevat que en el del grup espanyol. Un 7,9% tenen una categoria

laboral alta i un 33,7% mitjana. Predominen els contractes indefinits (55,1%) seguits dels temporals (19,8%) i dels autònoms (15,1%).

Altres elements diferencials entre els diferents sentiments de pertinença que es tenen són, per exemple, els que fan referència al desenvolupament personal. Si observem el quadre 5 veurem que entre els qui preferirien tenir la seva pròpia empresa que no pas ser funcionaris, la majoria se senten catalans; en canvi, dels qui preferirien ser funcionaris, el grup més nombrós se senten tant catalans com espanyols.

**Q5. Sentiment de pertinença \* Preferiria que els seus fills fossin funcionaris o tinguessin la seva pròpia empresa?**

			Preferiria que els seus fills fossin funcionaris o tinguessin la seva pròpia empresa?		Total
			Tenir la seva empresa pròpia	Ser funcionaris	
Sentiment de pertinença	Català	N	427	238	665
		%	38,8%	34,8%	37,3%
	Tant català com espanyol	N	379	249	628
		%	34,4%	36,4%	35,2%
	Espanyol	N	222	167	389
		%	20,2%	24,4%	21,8%
	Ni català ni espanyol	N	73	30	103
		%	6,6%	4,4%	5,8%
Total		N	1101	684	1785
		%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	9,454 <sup>a</sup>	3	,024
Raó de versemblança	9,562	3	,023
Associació lineal per lineal	,724	1	,395
N de casos vàlids	1785		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 39,47.

Si encreuem quadres com el 6, que ens poden ajudar a mesurar la capacitat emprenedora i de risc, amb els diferents tipus de sentiments, no ens surten grans diferències però podem veure tendències. Aquest quadre ens mostra com, malgrat les similituds, els més emprenedors i els més disposats a

assumir riscos són els qui se senten catalans, seguits dels qui no se senten ni catalans ni espanyols. Els més conservadors en aquest sentit són els qui se senten espanyols.

**Q6. Sentiment de pertinença \* Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que guanyés menys?**

			Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que guanyés menys?		Total
			No	Sí	
Sentiment de pertinença	Català	N	481	605	1086
		%	35,1%	39,7%	37,5%
	Tant català com espanyol	N	513	539	1052
		%	37,4%	35,4%	36,3%
	Espanyol	N	290	278	568
		%	21,1%	18,3%	19,6%
	Ni català ni espanyol	N	88	101	189
		%	6,4%	6,6%	6,5%
Total		N	1372	1523	2895
		%	100,0%	100,0%	100,0%

### 5.7.3.3. Pràctiques lingüístiques

Tot i que hem utilitzat les variables de pràctica lingüística per a construir la variable de pràctica identitària, considerem que hem d'aturar-nos i analitzar-les a part.

Les taules de freqüències ja ens deien que el 44,3% dels enquestats assenyalaven el castellà com a llengua pròpia, seguit del 41,1% que assenyalaven el català i del 14,6% que consideraven com a llengua pròpia ambdues per igual.

Aquest resultat ens situa davant d'un país de pràctica clarament bilingüe, però volíem intentar anar més enllà i descobrir interrelacions entre les pràctiques que ens ajudessin a definir millor aquest bilingüisme.

Trobem una tendència semblant entre tots els grups d'edat a l'ús prioritari del castellà fins a 64 anys – a partir d'aquesta edat la tendència és a favor del català– i una lleugera tendència dels joves a l'ús d'ambdues llengües.



## Q7. Llengua de l'entrevistat \* Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)

		Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)							Total	
		De 15 a 24 anys	De 25 a 34 anys	De 35 a 44 anys	De 45 a 54 anys	De 55 a 64 anys	De 65 a 74 anys	75 anys o més		
Llengua de l'entrevistat	Català	N	206	190	210	158	164	176	101	1205
		%	36,8%	38,2%	40,2%	39,4%	42,5%	49,0%	49,0%	41,1%
	Castellà	N	254	212	233	190	181	146	83	1299
		%	45,4%	42,7%	44,6%	47,4%	46,9%	40,7%	40,3%	44,3%
	Ambdues igual	N	100	95	80	53	41	37	22	428
		%	17,9%	19,1%	15,3%	13,2%	10,6%	10,3%	10,7%	14,6%
Total	N	560	497	523	401	386	359	206	2932	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Analitzant l'ús de la llengua a la llar observem que hi ha una tendència a parlar castellà a casa, més acusada en la població jove que en la gran (58,6% enfront del 37,2% si analitzem els extrems). El castellà és la llengua més emprada per tots els grups d'edat fins a 64 anys, on canvia la tendència i la llengua més emprada és el català. En coherència amb el que passa en la pràctica identitària catalana, l'ús del català s'intensifica amb l'edat.

## Q8. Quina llengua emprava habitualment per parlar amb els qui viuen a casa seva? \* Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)

		Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)							Total	
		De 15 a 24 anys	De 25 a 34 anys	De 35 a 44 anys	De 45 a 54 anys	De 55 a 64 anys	De 65 a 74 anys	75 anys o més		
Quina llengua emprava habitualment per parlar amb els qui viuen a casa seva?	Català	N	187	173	215	166	156	154	86	1137
		%	33,3%	35,0%	41,3%	41,9%	42,9%	50,7%	55,1%	40,7%
	Castellà	N	329	254	244	200	186	137	58	1408
		%	58,6%	51,4%	46,8%	50,5%	51,1%	45,1%	37,2%	50,4%
	Ambdues igual	N	38	51	49	27	17	12	11	205
		%	6,8%	10,3%	9,4%	6,8%	4,7%	3,9%	7,1%	7,3%
	Altres	N	7	16	13	3	5	1	1	46
		%	1,2%	3,2%	2,5%	,8%	1,4%	,3%	,6%	1,6%
	Total	N	561	494	521	396	364	304	156	2796
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	77,984 <sup>a</sup>	18	,000
Raó de versemblança	78,515	18	,000
Associació lineal per lineal	42,889	1	,000
N de casos vàlids	2796		

a. 1 caselles (3,6%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 2,57.

L'ús del català i el castellà per igual té uns percentatges molt menors que analitzarem en més profunditat en la variable de pràctica del monolingüisme/bilingüisme.

La majoria de la gent que parla català a casa té ingressos molt alts o alts tot, encara que hi ha un percentatge considerable de gent amb ingressos molt baixos que també en parla. L'ús del castellà a casa creix al mateix temps que disminueixen els ingressos.

**Q9. Quina llengua emprava habitualment a casa seva? \* Ingressos mensuals nets de tota la llar**

			Ingressos mensuals nets de tota la llar					Total
			Ingressos molt alts	Ingressos alts	Ingressos mitjans	Ingressos baixos	Ingressos molt baixos	
Quina llengua emprava habitualment a casa seva?	Català	N	41	122	381	267	129	940
		%	51,3%	52,8%	43,4%	36,8%	35,2%	41,2%
	Castellà	N	25	87	416	395	210	1133
		%	31,3%	37,7%	47,4%	54,4%	57,4%	49,7%
	Ambdues igual	N	12	21	71	49	17	170
		%	15,0%	9,1%	8,1%	6,7%	4,6%	7,5%
	Altres	N	2	1	9	15	10	37
		%	2,5%	,4%	1,0%	2,1%	2,7%	1,6%
Total	N	80	231	877	726	366	2280	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	57,635 <sup>a</sup>	12	,000
Raó de versemblança	58,007	12	,000
Associació lineal per lineal	10,259	1	,001
N de casos vàlids	2280		

a. 2 caselles (10,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 1,30.

Finalment, com més estudis, més ús del català i com menys estudis, més ús del castellà.

**Q10. Quina llengua emprava habitualment a casa seva? \* Nivell educatiu**

			Nivell educatiu				Total
			Primària i menys	Secundària acabada	Estudiants	Estudis superiors acabats	
Quina llengua emprava habitualment a casa seva?	Català	N	614	255	83	184	1136
		%	35,4%	46,2%	46,4%	56,3%	40,7%
	Castellà	N	982	243	81	101	1407
		%	56,6%	44,0%	45,3%	30,9%	50,4%
	Ambdues igual	N	104	50	14	36	204
		%	6,0%	9,1%	7,8%	11,0%	7,3%
	Altres	N	35	4	1	6	46
		%	2,0%	,7%	,6%	1,8%	1,6%
Total	N	1735	552	179	327	2793	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	98,650 <sup>a</sup>	9	,000
Raó de versemblança	100,932	9	,000
Associació lineal per lineal	23,504	1	,000
N de casos vàlids	2793		

a. 1 caselles (6,3%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 2,95.

En l'ús de la llengua amb els amics creix, de manera natural, l'ús d'ambdues llengües per igual en tots dos grups, tot i que es manté la tendència d'increment d'ús del català amb l'edat i l'ús majoritari del castellà fins a la franja d'edat compresa entre 55 i 64 anys, amb un percentatge més elevat entre els més joves.

## Q11. Quina llengua emprava principalment amb els seus amics? \* Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)

		Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)							Total	
		De 15 a 24 anys	De 25 a 34 anys	De 35 a 44 anys	De 45 a 54 anys	De 55 a 64 anys	De 65 a 74 anys	75 anys o més		
Quina llengua emprava principalment amb els seus amics?	Català	N	166	158	185	148	160	165	91	1073
		%	29,7%	30,4%	34,3%	36,5%	40,4%	46,3%	45,7%	36,1%
	Castellà	N	253	199	223	175	163	135	78	1226
		%	45,3%	38,3%	41,3%	43,1%	41,2%	37,9%	39,2%	41,2%
	Ambdues igual	N	136	150	126	80	71	55	30	648
		%	24,3%	28,8%	23,3%	19,7%	17,9%	15,4%	15,1%	21,8%
	Altres	N	4	13	6	3	2	1		29
		%	,7%	2,5%	1,1%	,7%	,5%	,3%		1,0%
Total	N	559	520	540	406	396	356	199	2976	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	79,994 <sup>a</sup>	18	,000
Raó de versemblança	78,637	18	,000
Associació lineal per lineal	56,880	1	,000
N de casos vàlids	2976		

a. 4 caselles (14,3%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 1,94.

Els nivells d'ingressos més alts parlen més català amb els amics o català i castellà per igual i els més baixos parlen majoritàriament castellà, seguit del català, i ambdues per igual en una proporció molt menor.

**Q12. Quina llengua empra habitualment amb els amics? \* Ingressos mensuals nets de tota la llar**

			Ingressos mensuals nets de tota la llar					Total
			Ingressos molt alts	Ingressos alts	Ingressos mitjans	Ingressos baixos	Ingressos molt baixos	
Quina llengua empra habitualment amb els amics?	Català	N	34	105	343	249	157	888
		%	41,5%	45,3%	38,5%	32,6%	32,8%	36,3%
	Castellà	N	15	67	334	352	244	1012
		%	18,3%	28,9%	37,5%	46,1%	50,9%	41,4%
	Ambdues igual	N	32	60	210	154	70	526
		%	39,0%	25,9%	23,6%	20,2%	14,6%	21,5%
	Altres	N	1		4	8	8	21
		%	1,2%		,4%	1,0%	1,7%	,9%
Total	N	82	232	891	763	479	2447	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	83,317 <sup>a</sup>	12	,000
Raó de versemblança	86,505	12	,000
Associació lineal per lineal	,005	1	,944
N de casos vàlids	2447		

a. 3 caselles (15,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és ,70.

Per nivells d'estudis, només els que tenen fins a estudis primaris utilitzen majoritàriament el castellà. Els més bilingües són els estudiants, tot i que l'ús majoritari entre aquest grup és el català.

**Q13. Quina llengua empra habitualment amb els amics? \* Nivell educatiu**

			Nivell educatiu				Total
			Primària i menys	Secundària acabada	Estudiants	Estudis superiors acabats	
Quina llengua empra habitualment amb els amics?	Català	N	585	224	80	183	1072
		%	31,6%	38,4%	43,5%	51,4%	36,1%
	Castellà	N	920	199	36	70	1225
		%	49,8%	34,1%	19,6%	19,7%	41,2%
	Ambdues igual	N	322	158	67	99	646
		%	17,4%	27,1%	36,4%	27,8%	21,7%
	Altres	N	22	2	1	4	29
		%	1,2%	,3%	,5%	1,1%	1,0%
Total	N	1849	583	184	356	2972	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	189,404 <sup>a</sup>	9	,000
Raó de versemblança	197,956	9	,000
Associació lineal per lineal	1,352	1	,245
N de casos vàlids	2972		

a. 2 caselles (12,5%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 1,80.

Per a la immigració i segons l'any d'arribada a Catalunya, els qui utilitzen més el català tant amb els amics com a casa són els immigrants de la primera onada.

**Q14. Quina llengua emprava habitualment amb els amics? \* Any d'arribada a Catalunya (3 intervals)**

			Any d'arribada a Catalunya (3 intervals)				Total
			Nascut a Catalunya	1913-1952	1953-1972	1973-2002	
Quina llengua emprava habitualment amb els amics?	Català	N	989	25	40	11	1065
		%	49,6%	17,1%	8,1%	4,4%	36,9%
	Castellà	N	512	88	379	178	1157
		%	25,7%	60,3%	76,4%	71,5%	40,1%
	Ambdues igual	N	489	33	74	37	633
		%	24,5%	22,6%	14,9%	14,9%	22,0%
	Altres	N	2		3	23	28
		%	,1%		,6%	9,2%	1,0%
Total	N	1992	146	496	249	2883	
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	843,473 <sup>a</sup>	9	,000
Raó de versemblança	803,531	9	,000
Associació lineal per lineal	157,650	1	,000
N de casos vàlids	2883		

a. 3 caselles (18,8%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 1,42.

Com ja hem explicat, l'ús de la llengua a la feina no l'hem utilitzat per a la construcció de la variable de pràctica identitària perquè no hem considerat que aquest ús es correspongui sempre amb l'exercici de la voluntat, sinó que està condicionat per qüestions alienes a l'individu. De tota manera, cal remarcar que així com a casa i amb els amics s'usa més el castellà o ambdues llengües, a la feina la llengua que s'usa més és el català (39,5%).

Si tal com ens mostren les dades del coneixement de la llengua, quasi la totalitat de la població sap català, i que el 80,2% de la població en té un nivell acceptable, s'haurien d'estudiar a fons els motius del no ús, d'altra banda coherent amb l'escasíssim sentiment d'identificació amb la llengua tal com assenyalàvem en l'apartat d'identificació dominant.

**Q15. Monolingüisme/Bilingüisme \* Edat de l'entrevistat (3 intervals)**

			Edat de l'entrevistat (3 intervals)			Total
			De 15 a 29	De 30 a 49	50 o més	
Monolingüisme/Bilingüisme	Monolingüe castellà	N	77	47	127	251
		%	9,5%	4,8%	12,1%	8,9%
	A prop monolingüe castellà	N	322	314	428	1064
		%	39,8%	32,4%	40,7%	37,6%
	Bilingüe	N	246	300	377	923
		%	30,4%	30,9%	35,8%	32,6%
	A prop monolingüe català	N	67	96	29	192
		%	8,3%	9,9%	2,8%	6,8%
	Monolingüe català	N	98	213	91	402
		%	12,1%	22,0%	8,7%	14,2%
Total		N	810	970	1052	2832
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	154,597 <sup>a</sup>	8	,000
Raó de versemblança	160,364	8	,000
Associació lineal per lineal	13,944	1	,000
N de casos vàlids	2832		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 54,92.

L'índex de monolingüisme/bilingüisme del quadre 15 ens corrobora el bilingüisme amb una clara tendència cap al castellà. El 46,4% de la població és monolingüe castellana o propera al monolingüisme castellà. Aquesta tendència és lleugerament més acusada en el grup de més de 50 anys (52,8%), seguit dels més joves (49,3%). El 32,6% practica el bilingüisme i el 21% és monolingüe catalana o propera. El grup d'edat més nombrós d'aquesta darrera pràctica és el de 30 a 49 anys (31,9%), que en els joves baixa a 20,4% i en els més grans encara és inferior, situant-se en un 11,4%.

Cal assenyalar que pràcticament tots els qui parlen català són nascuts a Catalunya, excepte un 5,6% que han nascut a fora, i que dels qui parlen castellà a Catalunya, una mica més de la meitat han nascut a fora i l'altra meitat han nascut a Catalunya. Una dada més significativa encara és que els bilingües, en la seva gran majoria, són nascuts a Catalunya.

Pel que fa a la immigració, no s'adapta a la llengua d'acollida i continua parlant castellà en el 84,7% dels casos del grup arribat entre 1953 i 1972, en el 88,2% dels casos del grup arribat a partir de 1973 i en el 63,8% dels casos dels arribats abans de 1952.

Entre els nascuts a fora de Catalunya, els nascuts a l'estranger passen més ràpid al bilingüisme, i encara que molt lleugerament al català, que els nascuts a Espanya que en la seva gran majoria (81,9%) continuen utilitzant només el castellà.

Dels estrangers, dels 13 africans entrevistats<sup>15</sup>, només un té una pràctica lingüística catalana; dels procedents d'Amèrica Llatina, 45 en total, 43 continuen amb l'ús del castellà i dels altres dos 1 parla en català a casa i amb els amics i el considera la seva llengua i l'altre és considera bilingüe. En canvi, dels procedents de la resta de l'estranger, el 52,6% tenen una pràctica lingüística castellana, el 21,1% catalana i el 26,3% bilingüe. Si el nombre ens permetés una major fragmentació segurament veuríem diferència de pràctica entre els orientals i els europeus, per exemple.

Si analitzem la pràctica lingüística amb relació al sentiment de pertinença, el sentiment d'identificació territorial o la identificació amb la tradició, veurem que no sempre la pràctica castellana, per exemple, es correspon amb un sentiment espanyol. O viceversa, la pràctica catalana no vol dir necessàriament una identificació amb Catalunya. Encara que la gran majoria dels catalanoparlants se senten catalans (72,5%), un 22,4% se senten tant catalans com espanyols i un 2,4% se senten espanyols. En canvi, dels castellanoparlants, un 8,9% se senten catalans i un 44,6% tant catalans com espanyols. Dels bilingües, un 29,4% se senten catalans i un 54,6% tant catalans com espanyols.

Pel que fa a la identificació territorial, el 62,8% dels catalanoparlants se senten identificats amb Catalunya i només un 2,4 amb Espanya, i dels castellanoparlants, un 42% se senten identificats amb Catalunya i només un 25,6% amb Espanya.

Si analitzem la pràctica lingüística encruada amb el nivell de coneixement de cada llengua veurem que, dels qui utilitzen sempre el castellà, un 58,4% parlen i escriuen el català amb fluïdesa o el parlen sense problema tot i que no l'escriuen.

El nivell d'entendre el català i el castellà és pràcticament del 100%; en canvi, l'anglès és entès pel 40,1% de catalanoparlants tot i que només el 14,4% diu que el parla i l'escriu amb fluïdesa i, en canvi, pel que fa als castellanoparlants el percentatge de comprensió de l'anglès baixa a 28,1%, amb només un 8% que diu que el parla i escriu amb fluïdesa. És a dir, la població catalanoparlant té més tendència al trilingüisme que la castellanoparlant, que té una forta tendència, no al bilingüisme, sinó al monolingüisme: el 41,6% entén el català però no el parla o ni l'entén ni el parla.

**Q16. Monolingüisme/Bilingüisme \* Any d'arribada a Catalunya (3 intervals)**

			Any d'arribada a Catalunya (3 intervals)				Total
			Nascut a Catalunya	1913-1952	1953-1972	1973-2002	
Monolingüisme/Bilingüisme	Monolingüe castellà	N	185	22	29	11	247
		%	9,5%	17,6%	6,3%	5,2%	9,0%
	A prop monolingüe castellà	N	566	80	267	103	1016
		%	29,0%	64,0%	57,9%	48,6%	37,0%
	Bilingüe	N	646	22	143	88	899
		%	33,1%	17,6%	31,0%	41,5%	32,7%
	A prop monolingüe català	N	168	1	10	6	185
		%	8,6%	,8%	2,2%	2,8%	6,7%
	Monolingüe català	N	386		12	4	402
		%	19,8%		2,6%	1,9%	14,6%
Total		N	1951	125	461	212	2749
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

En el quadre 16 veiem que el fet d'haver nascut a Catalunya no canvia la tendència general al bilingüisme tirant cap al castellà, però que en el cas de la immigració en els arribats abans hi ha més reticència al català que en els més recents. Del primer grup, el 81,6% són molt a prop del castellà, en el segon grup el 64,2% té una pràctica monolingüe castellana o quasi i del grup més recent el percentatge dels qui tenen aquesta pràctica és del 50,8%.

El nivell d'estudis no fa variar la tendència, però crida l'atenció que entre els estudiants el 50,8% siguin monolingües castellans o quasi.

Des del punt de vista de nivell d'ingressos, en canvi, els nivells més baixos són més castellanoparlants i els més alts més catalanoparlants. Dels més alts, el 41,9% tendeix al castellà, el 30,9% al català i el 27,2% és bilingüe. Dels més baixos, el 67,4% tendeix al castellà, el 5,3 al català i el 27,3% practica el bilingüisme.

**5.7.3.4. Pràctica d'identitat catalana**

Com més joves, menys identitat catalana. Aquesta tendència queda molt clara en el quadre 17 construït amb intervals d'edat de 10 anys.

<sup>15</sup> Dels 39 africans entrevistats, 1 diu que la seva llengua és el català, 13 el castellà i 25 altres llengües.



**Q17. Pràctica d'identitat catalana \* Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)**

			Edat de l'entrevistat (interval de 10 anys)						Total	
			De 15 a 24 anys	De 25 a 34 anys	De 35 a 44 anys	De 45 a 54 anys	De 55 a 64 anys	De 65 a 74 anys		75 anys o més
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	99	103	131	113	108	99	60	713
		%	17,5%	19,7%	24,2%	27,6%	27,3%	27,3%	29,0%	23,7%
	No identitat catalana	N	466	420	411	297	288	263	147	2292
		%	82,5%	80,3%	75,8%	72,4%	72,7%	72,7%	71,0%	76,3%
Total		N	565	523	542	410	396	362	207	3005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	28,646 <sup>a</sup>	6	,000
Raó de versemblança	29,270	6	,000
Associació lineal per lineal	24,656	1	,000
N de casos vàlids	3005		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 49,12.

Com podem veure, del grup que comprèn la població de 15 a 24 anys, només un 17,5% té una pràctica identitària catalana intensa. El percentatge va pujant amb l'edat fins a arribar al 29% en el grup de més de 75 anys. Si analitzem el quadre construït a partir de tres intervals d'edat, veurem que es confirma la tendència de com més joves, menys identitat, donant-nos potser grups d'edat més clars. El 81,9% dels menors de 30 anys, nascuts al final de la dictadura però educats en democràcia i dins el sistema escolar autonòmic, no tenen una pràctica identitària catalana. En canvi, el grup més gran, que comprèn els majors de 50 anys, són els qui conserven una pràctica més intensa (27,3%). Més endavant veurem quins elements predominen en la pràctica de cada grup i si hi ha elements diferencials.

**Q18. Pràctica d'identitat catalana \* Edat de l'entrevistat (3 intervals)**

			Edat de l'entrevistat (3 intervals)			Total
			De 15 a 29	De 30 a 49	50 o més	
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	152	247	314	713
		%	18,1%	24,4%	27,3%	23,7%
	No identitat catalana	N	687	767	838	2292
		%	81,9%	75,6%	72,7%	76,3%
Total		N	839	1014	1152	3005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	22,747 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	23,413	2	,000
Associació lineal per lineal	21,711	1	,000
N de casos vàlids	3005		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 199,07.

Trobem una pràctica identitària catalana lleugerament més elevada entre els homes. Un 24,1% dels homes viuen en català enfront d'un 23,3% de les dones. Tot i que la diferència no és significativa, si considerem les dones com un element important de transmissió de la identitat, adquireix més importància de la que en un primer moment sembla que té.

En general, el nivell educatiu de la població catalana és baix, perquè, com ja hem vist, la majoria no ha anat més enllà dels estudis primaris, però si l'analitzem des del punt de vista dels qui tenen pràctica identitària veurem, com mostra el quadre 19, que comparant els percentatges dels diferents nivells d'estudis els qui tenen més nivell, és a dir, estudis superiors finalitzats tenen un percentatge més alt d'identitat (33,7%) que els qui tenen estudis primaris i menys (20,8%). Entre els qui tenen un nivell d'estudis superiors predominen els qui provenen de les ciències socials o jurídiques, seguits de les ciències experimentals i de la salut, ensenyaments tècnics i humanitats, respectivament.

Q19. Pràctica d'identitat catalana \* Nivell educatiu

			Nivell educatiu				Total
			Primària i menys	Secundària acabada	Estudiants	Estudis superiors acabats	
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	388	155	48	121	712
		%	20,8%	26,4%	25,9%	33,7%	23,7%
	No identitat catalana	N	1481	433	137	238	2289
		%	79,2%	73,6%	74,1%	66,3%	76,3%
Total		N	1869	588	185	359	3001
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	31,600 <sup>a</sup>	3	,000
Raó de versemblança	30,279	3	,000
Associació lineal per lineal	29,971	1	,000
N de casos vàlids	3001		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 43,89.

Una altra dada que crida l'atenció del quadre 19 és que només un 25,9% dels estudiants tenen el que hem anomenat pràctica identitària catalana, fet que, d'altra banda, és coherent amb les observacions que hem fet sobre l'edat i la llengua.

Encreuant la variable d'identitat catalana amb la variable d'origen de l'entrevistat veiem que dels nascuts a Catalunya un 33,7% tenen una pràctica identitària catalana. Dels nascuts a fora només un 3,4% la tenen i, d'aquests, un terç és dels arribats fa més temps.

La pràctica identitària catalana predomina entre la gent que té una categoria professional mitjana (30,3%) o alta (29,6%) i disminueix entre els qui tenen una categoria professional baixa (19,1%).

## Q21. Pràctica d'identitat catalana \* Nivell de la categoria professional de l'entrevistat

			Nivell de la categoria professional de l'entrevistat			Total
			Alta	Mitjana	Baixa	
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	75	275	268	618
		%	29,6%	30,3%	19,1%	24,1%
	No identitat catalana	N	178	634	1138	1950
		%	70,4%	69,7%	80,9%	75,9%
Total		N	253	909	1406	2568
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	42,622 <sup>a</sup>	2	,000
Raó de versemblança	42,486	2	,000
Associació lineal per lineal	34,201	1	,000
N de casos vàlids	2568		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 60,89.

Des del punt de vista dels ingressos, el grup que té uns ingressos alts és el que té un percentatge més alt de pràctica identitària catalana (32,1%), seguit del grup que té ingressos mitjans (27,1%) i molt alts (23,8%). És a dir, trobem més pràctica identitària entre la població amb uns ingressos alts i molt alts que entre la població amb ingressos baixos o molt baixos. La majoria està entre el grup amb ingressos alts i mitjans, és a dir, classe mitjana alta.

## Q22. Pràctica d'identitat catalana \* Ingressos mensuals nets de tota la llar

			Ingressos mensuals nets de tota la llar					Total
			Ingressos molt alts	Ingressos alts	Ingressos mitjans	Ingressos baixos	Ingressos molt baixos	
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	20	75	242	167	87	591
		%	23,8%	32,1%	27,1%	21,8%	17,8%	24,0%
	No identitat catalana	N	64	159	652	598	401	1874
		%	76,2%	67,9%	72,9%	78,2%	82,2%	76,0%
Total		N	84	234	894	765	488	2465
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	25,119 <sup>a</sup>	4	,000
Raó de versemblança	25,187	4	,000
Associació lineal per lineal	19,350	1	,000
N de casos vàlids	2465		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 20,14.

Des del punt de vista de l'àmbit territorial, veiem que en l'àmbit rural hi ha una pràctica molt superior a la de l'àmbit urbà. En realitat aquesta pràctica va decreixent al ritme que creix la grandària dels municipis fins a arribar a Barcelona, que torna a créixer i se situa, però, molt per sota de l'àmbit rural. En realitat, Barcelona té un percentatge de pràctica identitària (22,3%) molt semblant al percentatge del total de la població catalana (23,7%).

## Q23. Pràctica d'identitat catalana \* Grandària del municipi de residència de l'entrevistat

			Grandària del municipi de residència de l'entrevistat							Barcelona	Total
			Municipis de menys de 2000 habitants	Municipis de 2001 a 5000 habitants	Municipis de 5001 a 10000 habitants	Municipis de 10001 a 20000	Municipis de 20001 a 50000	Municipis de 50001 a 100000	Municipis de 100001 a 1000000		
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	98	77	71	99	78	45	80	165	713
	%		53,3%	37,2%	33,6%	27,3%	18,5%	13,7%	14,5%	22,3%	23,7%
No identitat catalana	No identitat catalana	N	86	130	140	263	344	283	470	576	2292
	%		46,7%	62,8%	66,4%	72,7%	81,5%	86,3%	85,5%	77,7%	76,3%
Total		N	184	207	211	362	422	328	550	741	3005
	%		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	174,597 <sup>a</sup>	7	,000
Raó de versemblança	162,794	7	,000
Associació lineal per lineal	104,266	1	,000
N de casos vàlids	3005		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 43,66.

Quan arribem a l'anàlisi del conjunt de cinc variables de projecte d'autonomia personal definides per l'anàlisi factorial, amb la intenció d'aprofundir en la manera com els diferents projectes d'autonomia personal incideixen sobre la identitat, ens trobem que quatre funcionen en associació positiva entre identitat catalana i nivell alt d'autonomia: el conjunt de variables que mesuren el projecte emprenedor, sociopolític, el del control del propi cos utilitzant les variables de projecte d'autonomia mèdica i la variable subjectiva d'autonomia personal. El projecte d'autonomia amb relació als mitjans de comunicació no funciona, perquè les pràctiques comunicatives són un conjunt de variables que hem utilitzat per a construir la variable de pràctica de la identitat catalana.

Els quadres 24-1, 24-2 i 24-3 ens mostren que en tots els casos els qui són més emprenedors tenen percentatges més alts d'identitat dels qui no ho són.

**Q24.1. Pràctica d'identitat catalana \* Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que guanyés menys?**

			Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que guanyés menys?		Total
			No	Sí	
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	301	396	697
		%	21,8%	25,9%	24,0%
	No identitat catalana	N	1079	1132	2211
		%	78,2%	74,1%	76,0%
Total		N	1380	1528	2908
		%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	6,704 <sup>b</sup>	1	,010	,010	,005
Correcció per continuïtat <sup>a</sup>	6,481	1	,011		
Raó de versemblança	6,724	1	,010		
Estadístic exacte de Fisher				,010	,005
Associació lineal per lineal	6,702	1	,010		
N de casos vàlids	2908				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 330,76.

**Q24.2. Pràctica d'identitat catalana \* Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que tingués menys seguretat?**

			Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que tingués menys seguretat?		Total
			No	Sí	
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	359	338	697
		%	22,2%	26,2%	24,0%
	No identitat catalana	N	1257	952	2209
		%	77,8%	73,8%	76,0%
Total		N	1616	1290	2906
		%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	6,252 <sup>b</sup>	1	,012		
Correcció per continuïtat <sup>a</sup>	6,035	1	,014		
Raó de versemblança	6,231	1	,013		
Estadístic exacte de Fisher				,013	,007
Associació lineal per lineal	6,250	1	,012		
N de casos vàlids	2906				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 309,40.

**Q24.3. Pràctica d'identitat catalana \* Preferiria que els seus fills fossin funcionaris o tinguessin la seva pròpia empresa?**

			Preferiria que els seus fills fossin funcionaris o tinguessin la seva pròpia empresa?		Total
			Ser funcionaris	Tenir la seva empresa pròpia	
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	164	307	471
		%	23,8%	27,9%	26,3%
	No identitat catalana	N	524	795	1319
		%	76,2%	72,1%	73,7%
Total		N	688	1102	1790
		%	100,0%	100,0%	100,0%

En el quadre 25 veiem que els qui tenen un índex de participació sociopolítica alt tenen més percentatge de pràctica identitària (38,4%) que els qui tenen un índex nul (19%) i que, en aquest cas, el percentatge de pràctica identitària també és significativament més alt que el percentatge d'aquesta pràctica en el conjunt de la població, que recordem que és d'un 23,7%.

**Q25. Pràctica d'identitat catalana \* Índex de participació sociopolítica**

			Índex de participació sociopolítica				Total
			Nul	Baix	Mitjà	Alt	
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	388	73	181	71	713
		%	19,0%	36,5%	31,6%	38,4%	23,7%
	No identitat catalana	N	1659	127	392	114	2292
		%	81,0%	63,5%	68,4%	61,6%	76,3%
Total		N	2047	200	573	185	3005
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	85,303 <sup>a</sup>	3	,000
Raó de versemblança	81,402	3	,000
Associació lineal per lineal	72,522	1	,000
N de casos vàlids	3005		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 43,90.

Els percentatges de pràctica identitària catalana també són més alts entre els qui tenen més autonomia mèdica, que com hem dit abans representa un control important sobre el propi cos i la pròpia vida.

**Q26. Pràctica d'identitat catalana \* Quan el metge li prescriu un medicament nou, llegeix el prospecte?**

			Quan el metge li prescriu un medicament nou, llegeix el prospecte?		Total
			Sí	No	
Pràctica d'identitat catalana	Identitat catalana	N	606	102	708
		%	24,6%	19,9%	23,8%
	No identitat catalana	N	1862	411	2273
		%	75,4%	80,1%	76,2%
Total		N	2468	513	2981
		%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	5,118 <sup>b</sup>	1	,024		
Correcció per continuïtat <sup>¶</sup>	4,863	1	,027		
Raó de versemblança	5,285	1	,022		
Estadístic exacte de Fisher				,026	,013
Associació lineal per lineal	5,116	1	,024		
N de casos vàlids	2981				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 121,84.





## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	8,505 <sup>a</sup>	4	,075
Raó de versemblança	8,512	4	,075
Associació lineal per lineal	8,288	1	,004
N de casos vàlids	2869		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 51,04.

Tal com hem dit més amunt, no hem utilitzat el sentiment de pertinença per a construir la variable de pràctica identitària catalana perquè la volíem aïllar d'apreciacions subjectives, però tal com podem comprovar una vegada analitzada aquesta variable, els encreuaments que hem fet amb les variables d'estructura social i autonomia personal, ens donen un perfil de la pràctica d'identitat catalana molt similar a la del sentiment de pertinença.

Tampoc no ens donaven grans diferències els encreuaments de les variables que mesuraven la capacitat emprenedora o de risc amb els diferents sentiments de pertinença, però recordem que s'apuntaven tendències en les quals es veia que, malgrat les similituds, els més emprenedors i els més disposats a assumir riscos són els qui se senten catalans, seguits dels qui no se senten ni catalans ni espanyols, i els més conservadors, en aquest aspecte, són els qui se senten espanyols.

Finalment, hem fet un encreuament de tres variables –les de projecte, l'edat i la pràctica identitària– i hem pogut observar que en les franges d'edat més elevades sempre hi ha una relació positiva entre tenir identitat catalana i tenir qualsevol tipus de projecte d'autonomia personal. En el cas dels joves de 15 a 29 anys hi ha tres casos on aquesta relació positiva es dona i a més de manera molt significativa: en el cas del projecte sociopolític, en el cas del projecte que mesura la capacitat emprenedora i en el cas del projecte d'autonomia personal.

Aquestes dades ens donen una pràctica d'identitat catalana en un perfil de població gran, d'origen català, amb una pràctica més intensa en àmbits rurals –i encara que menor però significativa a Barcelona–, amb un nivell d'estudis alt, una categoria professional mitjana i alta i un bon nivell salarial.

Com més joves, menys pràctica d'identitat catalana; no obstant això, si associem aquesta pràctica amb les variables de projecte d'autonomia personal i l'ús d'Internet, veurem que la conjunció d'aquestes tres variables es donen principalment en els joves, que tot i ser un grup minoritari, si compta amb elements d'identificació coherents i amb un projecte clar pot esdevenir un motor potent d'una identitat catalana de projecte construïda no partint de la diferència, sinó partint de valors compartits.

### 5.7.5. Relació entre la construcció de la identitat i Internet

El segment de població que té una pràctica identitària catalana forta utilitza Internet 4 punts més que la mitjana, és a dir, un 38,4% enfront d'un 34,6%, o 5 punts més que els qui no tenen pràctica identitària catalana (33,4%).

Tots els usuaris tenen una freqüència d'ús baixa entre 1 i 10 hores setmanals (el 77% en el cas dels que no tenen identitat catalana i el 81,1% dels que en tenen), però els que tenen identitat catalana la tenen una mica més baixa que els altres.

Comparant els usos d'ambdós grups s'observa que els que tenen identitat catalana utilitzen més Internet que els que no en tenen per a usos professionals (21,9% enfront d'un 17,2%), usos pràctics (29,6% enfront d'un 23%), per a fer compres (12,1% enfront d'un 9,4%), educació (21,3% enfront d'un 17,2%), per a activitats politicosindicals (4,8% enfront d'un 2,6%) i per a les activitats d'oci (30,3% enfront d'un 27,1%). L'ús és molt igualat pel que fa a la informació d'actualitat (14,9% enfront d'un 13,4%) i l'ús tecnològic (11,8% i 11,1%) i, en canvi, és lleugerament menor en usos de sociabilitat (20,6% enfront d'un 21,8%).

**Q28. Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Pràctica d'identitat catalana**

			Pràctica d'identitat catalana		Total
			No identitat catalana	Identitat catalana	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat no usuari	N	1527	439	1966
		%	66,6%	61,6%	65,4%
	Entrevistat usuari	N	765	274	1039
		%	33,4%	38,4%	34,6%
Total		N	2292	713	3005
		%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)	Sign. exacta (bilateral)	Sign. exacta (unilateral)
Khi quadrat de Pearson	6,136 <sup>b</sup>	1	,013		
Correcció per continuïtat <sup>a</sup>	5,915	1	,015		
Raó de versemblança	6,069	1	,014		
Estadístic exacte de Fisher				,015	,008
Associació lineal per lineal	6,134	1	,013		
N de casos vàlids	3005				

a. Calculat només per a una taula de 2x2.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 246,52.

En el quadre 29 s'observa que el grup que és usuari i té una pràctica d'identitat catalana forta és jove. Dels 713 que són el grup de població que té aquesta pràctica identitària a Catalunya, 152 són joves entre 15 i 29 anys i, d'aquests, el 77,6% és usuari.

Els usos, seguint la tendència general, són d'oci (30,3%), pràctics (29,6%), professionals (21,9%), culturals (21,3%) o socials (20,6%). Els altres tipus d'ús no arriben al 20%.

**Q29. Edat de l'entrevistat (3 intervals) \* Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Pràctica d'identitat catalana**

Pràctica d'identitat catalana				Entrevistat usuari o no usuari d'Internet		Total
				Entrevistat no usuari	Entrevistat usuari	
No identitat catalana	Edat de l'entrevistat (3 intervals)	De 15 a 29	N	262	425	687
			%	38,1%	61,9%	100,0%
		De 30 a 49	N	490	277	767
		%	63,9%	36,1%	100,0%	
	50 o més	N	775	63	838	
	%	92,5%	7,5%	100,0%		
	Total		N	1527	765	2292
			%	66,6%	33,4%	100,0%
Identitat catalana	Edat de l'entrevistat (3 intervals)	De 15 a 29	N	34	118	152
			%	22,4%	77,6%	100,0%
		De 30 a 49	N	125	122	247
		%	50,6%	49,4%	100,0%	
	50 o més	N	280	34	314	
	%	89,2%	10,8%	100,0%		
	Total		N	439	274	713
			%	61,6%	38,4%	100,0%

## Proves de khi quadrat

Pràctica d'identitat catalana		Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
No identitat catalana	Khi quadrat de Pearson	505,284 <sup>a</sup>	2	,000
	Raó de versemblança	555,261	2	,000
	Associació lineal per lineal	504,600	1	,000
	N de casos vàlids	2292		
Identitat catalana	Khi quadrat de Pearson	212,373 <sup>b</sup>	2	,000
	Raó de versemblança	230,588	2	,000
	Associació lineal per lineal	210,342	1	,000
	N de casos vàlids	713		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 229,30.

b. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 58,41.

Podem dir, doncs, que com més identitat catalana, més ús i que aquest ús es multiplica en els joves.

Quan analitzem el sentiment de pertinença amb relació als usos d'Internet i deixant de banda els qui no se senten ni catalans ni espanyols veiem que els qui se senten catalans són més usuaris que la resta, un 41,4%, i que els qui fan abaixar la mitjana general són els qui se senten espanyols, ja que representen només un 18,5% d'usuaris.

## Q30. Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Sentiment de pertinença

			Sentiment de pertinença				Total
			Català	Tant català com espanyol	Espanyol	Ni català ni espanyol	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	464	370	109	90	1033
		%	41,4%	34,2%	18,5%	45,5%	34,5%
	Entrevistat no usuari	N	657	712	481	108	1958
		%	58,6%	65,8%	81,5%	54,5%	65,5%
Total		N	1121	1082	590	198	2991
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

## Proves de khi quadrat

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	101,118 <sup>a</sup>	3	,000
Raó de versemblança	107,466	3	,000
Associació lineal per lineal	29,183	1	,000
N de casos vàlids	2991		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5.  
La freqüència mínima esperada és 68,38.

El percentatge més alt d'usuaris d'Internet amb relació als no usuaris el trobem en el sentiment universalista i en realitat molt similar entre ambdós grups amb un 51%. El sentiment ecologista i l'individual estan molt igualats entre uns i altres amb un 50% i un 49,4%, respectivament. En canvi, entre els qui se senten identificats amb la religió, amb la feina o amb la família és on hi ha menys usuaris.

## Q31. Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Amb quin d'aquests aspectes s'identifica més?

			Amb quin d'aquests aspectes s'identifica més?												
			Amb la seva feina	Amb la seva religió	Amb la seva llengua	Amb la seva cultura	Amb vostè mateix	Amb la seva família	Amb el seu país	Amb la humanitat en conjunt	Amb la gent de la seva edat	Amb la natura	Amb el fet de ser dona/home	Amb res en especial	Total
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	46	12	16	68	129	476	27	49	78	35	40	63	1039
		%	29,9%	16,2%	31,4%	47,9%	49,4%	28,3%	36,0%	51,0%	53,1%	50,0%	44,4%	38,7%	34,6%
	Entrevistat no usuari	N	108	62	35	74	132	1205	48	47	69	35	50	100	1965
		%	70,1%	83,8%	68,6%	52,1%	50,6%	71,7%	64,0%	49,0%	46,9%	50,0%	55,6%	61,3%	65,4%
Total		N	154	74	51	142	261	1681	75	96	147	70	90	163	3004
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Sobre els sentiments d'identificació històrica i territorial, entre els qui s'identifiquen amb la història mundial el 48,2% són usuaris, seguits dels qui s'identifiquen amb la història de Catalunya (47,1%), que augmentaria si hi afegíssim la història local, o els esdeveniments científics (45,5%), que com és el cas de sentiments d'identificació com l'europeu que en nombres absoluts és molt minoritari, associat a l'ús d'Internet és més significatiu, ja que un 36,4% dels qui s'identifiquen amb aquest sentiment són usuaris.

No sembla que l'ús d'Internet influeixi en aquest sentiment d'identificació dominant. Els únics sentiments que hi influeixen són el d'identificació amb la humanitat i el d'identificació generacional, únics casos on els usuaris superen els no usuaris.

**Q32. Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Identitat històrica**

		Identitat històrica										Total
		Cap	Història específica catalana	Història espanyola	Història mundial	Commemoració construcció europea	Esdeveniments locals catalans	Festes religioses	Esdeveniments científics	Esdeveniments personals	Altres	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari %	120 38,3%	97 47,1%	99 27,0%	238 48,2%	4 36,4%	27 39,1%	78 22,5%	10 45,5%	122 34,8%	13 32,5%	808 36,4%
	Entrevistat no usuari %	193 61,7%	109 52,9%	267 73,0%	256 51,8%	7 63,6%	42 60,9%	269 77,5%	12 54,5%	229 65,2%	27 67,5%	1411 63,6%
Total	N %	313 100,0%	206 100,0%	366 100,0%	494 100,0%	11 100,0%	69 100,0%	347 100,0%	22 100,0%	351 100,0%	40 100,0%	2219 100,0%

**Q32.1. Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Amb quin d'aquests llocs s'identifica més?**

		Amb quin d'aquests llocs s'identifica més?							Total
		Poble o ciutat on ha nascut	Poble o ciutat on viu actualment	Catalunya	Espanya	Europa	Món	Res	
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari %	234 35,6%	162 27,8%	350 37,0%	97 23,0%	37 64,9%	97 49,5%	59 43,4%	1036 34,6%
	Entrevistat no usuari %	423 64,4%	421 72,2%	596 63,0%	325 77,0%	20 35,1%	99 50,5%	77 56,6%	1961 65,4%
Total	N %	657 100,0%	583 100,0%	946 100,0%	422 100,0%	57 100,0%	196 100,0%	136 100,0%	2997 100,0%

Sobre el sentiment d'identificació territorial i l'ús d'Internet, els qui s'identifiquen amb Catalunya són més usuaris que els qui s'identifiquen amb Espanya.

Troblem, doncs, un perfil d'usuari amb tendència a una pràctica identitària catalana clara, amb un sentiment de pertinença català majoritari i amb una identificació territorial majoritària amb Catalunya.

Finalment, trobem un comportament lingüístic entre la població usuària d'Internet diferent del que hem observat en la població en general. S'observa una diferència de 6,4 punts a favor de l'ús del català per part dels usuaris i, en canvi, una tendència de quasi 25 punts a favor de l'ús del castellà en els no usuaris. D'aquestes dades en podríem concloure que així com l'ús del català i del castellà estan molt equilibrats en els grups d'edat amb un lleuger avantatge del castellà; en el cas dels usuaris i no usuaris, els primers són clarament més catalanoparlants que els segons, és a dir, com ja s'observava en la tendència general, els no usuaris són més castellanoparlants que els usuaris.

Dels monolingües castellans o dels qui tendeixen cap a aquest tipus de monolingüisme, el 33,5% són usuaris d'Internet. En canvi, dels monolingües catalans o que tendeixen cap al monolingüisme català, els usuaris representen un 53,2%. Per tant, al perfil anterior hi hem d'afegir una clara tendència dels usuaris a l'ús del català.

Dels entrevistats que diuen que tenen un nivell de coneixement d'anglès alt, el 85,2% són usuaris.

**Q33. Entrevistat usuari o no usuari d'Internet \* Monolingüisme/Bilingüisme**

			Monolingüisme/Bilingüisme				Total	
			Monolingüe castellà	A prop monolingüe castellà	Bilingüe	A prop monolingüe català		Monolingüe català
Entrevistat usuari o no usuari d'Internet	Entrevistat usuari	N	94	347	251	102	214	1008
		%	37,5%	32,6%	27,2%	53,1%	53,2%	35,6%
	Entrevistat no usuari	N	157	717	672	90	188	1824
		%	62,5%	67,4%	72,8%	46,9%	46,8%	64,4%
Total		N	251	1064	923	192	402	2832
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

**Proves de khi quadrat**

	Valor	gl	Sign. asimptòtica (bilateral)
Khi quadrat de Pearson	113,218 <sup>a</sup>	4	,000
Raó de versemblança	110,635	4	,000
Associació lineal per lineal	39,972	1	,000
N de casos vàlids	2832		

a. 0 caselles (,0%) tenen una freqüència esperada inferior a 5. La freqüència mínima esperada és 68,34.

**5.7.6. Conclusió: la identitat catalana en la societat xarxa**

Una primera conclusió és que, des del punt de vista de la identificació, els referents de construcció identitària clàssics com són la llengua, la cultura o el país fallen o, millor dit, canvien i que, per contra, trobem nous referents d'identificació dominant com són la família o l'individu, d'altra banda elements bàsics de la construcció de la identitat col·lectiva i aspectes clau de cohesió en una societat xarxa. Això no passa amb la identificació amb el territori, que com hem vist és important.

Un factor diferencial clau a Catalunya com a societat xarxa podria ser la recerca d'una estratègia col·lectiva i complexa d'adaptació al canvi produït pels fenòmens característics de la globalització econòmica, cultural, social, demogràfica, política i, en general, estructural. Si això té una visibilitat social pot constituir un potent element de construcció de significat i representació de la voluntat col·lectiva. És a dir, per a passar del projecte d'unitat diferenciada, propi d'una identitat de resistència que necessita l'element de domini per a construir-se un significat i aspectes com ara la llengua, el territori o la història per a recolzar-se, a node de la xarxa amb personalitat pròpia i voluntat d'existir, cal una nova definició que entengui la societat xarxa i que faci d'aquesta part la seva pròpia definició.

Identitat és diferència i només es converteix en problema quan hi ha negació. A Catalunya no hi ha negació perquè tampoc no hi ha diferència. Hem passat de tenir la resistència com a projecte a no tenir projecte o a no saber crear els elements d'identificació amb aquest projecte. Quan analitzem la pràctica identitària amb relació als grups d'edat veiem que el grup més nombrós és el de 35 a 44 anys, seguit dels de 55 a 64 anys, que són els qui van tenir un paper de resistència actiu durant la



dictadura. Ni els joves ni el més grans representen un grup nombrós, els darrers segurament perquè són els qui van patir més la postguerra i, pel que fa als primers, és urgent analitzar les raons.

Les dades ens demostren que l'etapa de la identitat de resistència s'ha superat, perquè hi ha certs aspectes bàsics del que podríem anomenar "ser català", el més significatiu dels quals és la llengua, que s'ha normalitzat. En aquest escenari és normal que la resistència tendeixi a difuminar-se. Potser aquesta és la raó de l'absència de conflicte.

En canvi, elements que generalment no es preveuen en les construccions clàssiques de la identitat com ara els projectes d'autonomia personal, a Catalunya tenen una associació positiva amb la construcció de la identitat.

Si com hem vist, un dels factors diferencials clarament observable a Catalunya, avui, és la llengua, i un segon factor diferencial és el nivell d'autonomia personal, se'ns obre la possibilitat de construcció d'una identitat de projecte que vagi més enllà dels elements clàssics de construcció de la identitat i que n'integri d'altres que estiguin molt més d'acord amb l'estructura econòmica, social i política de la societat de la informació.

Resumint, doncs, una de les idees bàsiques que es desprèn d'aquest capítol, demostrable clarament en termes empírics, és que l'edat juga en contra de la identitat catalana com hem observat en el quadre 17: com més joves, menys identitat.

Però quan hem analitzat les diferents dimensions dels projectes d'autonomia personal,<sup>16</sup> hem comprovat que, d'una banda, com més autònoma és la gent a la vida, més identitat catalana té i, d'altra banda, com més autònoma és la gent, més utilitza Internet i amb més intensitat.

Si demostrem que Internet és un agent clar de construcció d'autonomia personal i que, per raons culturals, com més jove és la població, més l'utilitza, podríem concloure que, tot i que en la pràctica d'identitat catalana l'edat juga en contra, quan hi ha un projecte d'autonomia personal i ús d'Internet, la pràctica identitària s'enforteix en general, però concretament en els joves.

Això també confirma la nostra hipòtesi del poder de la voluntat en la construcció de la identitat materialitzada en un projecte,<sup>17</sup> reflex de l'estratègia col·lectiva que esmentàvem més amunt, i que també hem anomenat identitat de projecte.

---

<sup>16</sup> Projecte emprenedor, sociopolític, control sobre el propi cos, i psicosocial o personal

<sup>17</sup> Per a una definició més aprofundida sobre el projecte com a element definitori central de la identitat vegeu: VINYAMATA, E.; TUBELLA, I. (1978). *Diccionari del nacionalisme*. Barcelona: La Magrana. Hi ha una versió revisada en castellà publicada a Barcelona, Oikos-Tau, 1999.

La identitat de projecte es pot construir no partint de la diferència sinó partint de les creences i valors compartits, o en maneres de comportar-se pròpies.

# Conclusió

---

**CANVI TECNOLÒGIC, INÈRCIA HISTÒRICA I TRANSFORMACIÓ  
SOCIAL**



La història de la tecnologia demostra que les societats i les persones adopten les noves tecnologies segons les seves necessitats i interessos, i que les fan servir a partir dels seus valors i cultura, generalment en termes no previstos pels creadors de la tecnologia (Mokyr, 1990; Kranzberg i Pursell, 1967). Internet no és una excepció a aquesta regla (Abbate, 1999). De fet, l'ús d'una tecnologia és un indicador de canvi social i cultural, més que no pas un factor determinant d'aquest canvi. D'aquí que la veritable importància d'entendre la difusió i els usos d'Internet a Catalunya rau en la possibilitat d'utilitzar-la com a punt d'entrada per a comprendre la transformació estructural, organitzativa, cultural i tecnològica de la societat catalana en tots els àmbits de la vida quotidiana. Per aquest motiu, la nostra recerca s'ha centrat en l'anàlisi de la interacció observada entre les característiques de la societat catalana i els seus processos de transformació en societat xarxa, mesurats pels usos d'Internet com a mitjà tecnològic d'aquesta transformació. Es tracta d'una perspectiva analítica equivalent al que hauria estat en el seu moment històric comprendre el desenvolupament de la societat industrial per mitjà de la difusió i els usos de l'electricitat.

Catalunya, a l'albada de la societat xarxa i l'economia del coneixement, és una societat en transició, marcada per un contrast extraordinari entre el seu passat recent i el futur que comença. A la superfície, res més allunyat d'una societat de la informació que una societat amb un escàs nivell d'educació. Segons la nostra enquesta, a la primavera del 2002, un 62,3% de la població de Catalunya de més de 15 anys tenia, com a màxim, estudis primaris. La dada equivalent per a França l'any 1999 és del 24,1%, per als Estats Units el 21,5% i per a Espanya el 64,1%. El percentatge de nivell màxim d'estudis primaris per a Catalunya es manté en el 61% quan calculem sobre els majors de 18 anys. Encara hi ha un 1,9% d'analfabets. Per contrast, segons la nostra enquesta solament un 12% de la població catalana de més de 15 anys ha acabat estudis universitaris, quan el percentatge per a França és del 18% i per als Estats Units del 28%. Fins i tot la mitjana espanyola (13,1% el 2001, segons l'EPA) està per sobre del resultat que trobem en la nostra mostra per a Catalunya. Aquesta és l'herència de l'endarreriment cultural i educatiu que Catalunya ha rebut de l'Espanya franquista.

El panorama, amb tot, canvia quan analitzem les característiques educatives, socials i culturals de les generacions joves, en particular de les que van arribar a l'ensenyament primari el 1980, el primer any de vigència de l'Estatut d'Autonomia, que marca el començament de la Catalunya democràtica. Els nivells d'educació de la població s'incrementen substancialment i el percentatge de persones amb estudis superiors augmenta a nivells internacionalment homologables. Així, a partir de les dades de la nostra mostra, en el grup de 45 a 54 anys només el 27,3% van acabar estudis secundaris, però en el de 25 a 35 anys el percentatge puja fins al 58,2%. Aquesta transformació educativa de les generacions joves acabarà reflectint-se en el nivell mitjà de la població. Així, segons les dades de la nostra mostra, quan els que avui estan estudiant a la universitat compleixin els estudis, el percentatge de titulats superiors sobre el conjunt se situaria a prop d'un 16%, per sota, però no excessivament allunyat, de la dada

equivalent per a França el 1999, un 18%. El contrast és més gran, no obstant això, amb Alemanya (22%), els Estats Units (28%) i Escandinàvia. Insistim en el fet que aquesta pujada general del nivell mitjà es deu sobretot a l'esforç educatiu del país amb relació a les generacions recents. Això vol dir que en un horitzó temporal d'un quart de segle, bona part de l'endarreriment educatiu de Catalunya pot haver-se corregit per llei de vida. Però aquesta observació també implica que en el moment decisiu de transició a la societat xarxa, la societat catalana ha de gestionar la relació diferencial amb el nou entorn tecnològic, cultural i organitzatiu de generacions procedents de contextos educatius radicalment diferents.

Aquesta gran diferència cultural segons les edats es reflecteix directament en la difusió d'Internet, que es pot considerar com un indicador de capacitat operativa de les persones en el nou context social i tecnològic característic de la societat xarxa. El percentatge d'usuaris d'Internet a Catalunya que estima la nostra enquesta (34,6% dels més grans de 15 anys) varia enormement segons l'edat. De les persones entre 15 i 29 anys, el 63,3% són usuaris d'Internet, mentre que entre els més grans de 50 anys, solament el 8,4% en són usuaris. El percentatge es redueix sobretot a partir de 60 anys: només un 5,3% fan servir Internet en el grup que es troba entre 60 i 69 anys.

Naturalment, la difusió i els usos d'Internet varien segons els nivells d'educació i d'ingressos, i també segons el gènere, el context d'hàbitat i l'ocupació professional, tal com hem presentat en la nostra recerca. Però insistim en la divisòria generacional perquè el context de ràpid canvi social que va viure Catalunya les dues darreres dècades condiona extraordinàriament el capital educatiu i cultural de les persones i, per tant, les seves pràctiques tecnològiques i d'inserció a la societat xarxa. Encara més quan el pes dels inactius no estudiants (jubilats, discapacitats o persones que treballen fent feina de la llar) és considerable i l'envelliment de la població de Catalunya és superior al de l'espanyola i europea (el 1999, el 22,3% de la població de Catalunya tenia més de 60 anys, essent les dades corresponents a Espanya el 21,1% i per a Europa el 21,7%).

Com que l'esperança de vida a Catalunya és molt alta, el pes relatiu dels grups de població amb menys educació continuarà essent considerable durant molt temps, la qual cosa vol dir que el desenvolupament de la societat xarxa a Catalunya passa per iniciatives públiques o privades que elevin el nivell educatiu i la familiaritat amb el nou entorn tecnològic dels grups d'edat madura i avançada. Això no és simplement una mesura de caràcter social per a evitar la marginació tecnològica de les persones grans. Es tracta d'un procés de requalificació de la força de treball que, a partir dels 40 anys, apareix poc familiaritzada, majoritàriament, amb els usos d'Internet i, per tant, amb les formes organitzatives i de processament d'informació d'una economia del coneixement. I això concerneix en primer lloc el personal directiu d'empreses i administracions públiques. En efecte, recordem que solament un 37,8% d'aquest personal directiu és usuari d'Internet. I encara més, aquest percentatge és la meitat del dels tècnics i

professionals superiors, i molt inferior al d'usuaris entre els tècnics i professionals de suport i entre els empleats administratius. La requalificació professional i tecnològica de la societat i l'economia catalanes hauria de fer-se al mateix temps en els sectors menys qualificats (per raons sobretot socials) i en els nuclis dirigits, que sembla que tinguin un retard considerable respecte de les organitzacions que lideren i el personal que dirigeixen.

En un món globalitzat la societat catalana es manté extraordinàriament local. El 66,9% de la població de la nostra mostra ha nascut a Catalunya, i entre els nascuts després de 1973, el percentatge puja fins al 92,6%. La població que va immigrar a Catalunya ho va fer fa molt temps: el 10% de la nostra mostra va immigrar a la dècada dels seixanta, mentre que els que han arribat a Catalunya els últims deu anys solament representen el 2,8%. I solament un 1,3% vivien en un altre país els últims cinc anys, si bé els immigrants sense papers, generalment no censats, difícilment poden aparèixer a la nostra mostra i introdueixen, per tant, una incògnita no aclarida en el nostre estudi (com en altres) amb relació al pes específic de la immigració estrangera recent.

La població de Catalunya té un extraordinari arrelament territorial. Un 88,3% de la mostra no va canviar de domicili els darrers cinc anys. Entre l'escàs 11,7% que va canviar de domicili, un 45,6% ho va fer dins del mateix municipi i el 75,6% (incloent-hi els anteriors) no van sortir de Catalunya.

En aquest món local floreix una activa sociabilitat familiar i personal que és reforçada, no disminuïda, per la comunicació electrònica.

Un 80,6% dels entrevistats de la nostra mostra té familiars que viuen en el mateix municipi i el 68,2% té familiars a la resta de Catalunya, mentre que el 44% no té familiars a la resta d'Espanya. Segons les nostres dades comparatives, les xarxes de sociabilitat a Catalunya són més àmplies que les equivalents a l'Amèrica del Nord. I els contactes són intensos. Un terç dels entrevistats que tenen els pares vius, veuen personalment tant el pare com la mare cada dia, i dues terceres parts, almenys un cop a la setmana. Aquesta freqüència de contacte físic és possible per la proximitat geogràfica de les xarxes de sociabilitat de les persones. Gairebé dos terços dels membres d'aquestes xarxes a Catalunya viuen en el mateix municipi. Per tot això, la forma predominant de comunicació amb els amics i familiars és la trobada personal i, secundàriament, el telèfon. Internet es fa servir sobretot per als amics que són a l'estranger. No obstant això, els joves, i sobretot els més joves, participen en xats (que inclouen missatgeria) i amb més freqüència que els usuaris en general, per la qual cosa es pot percebre l'emergència d'una sociabilitat en línia entre els joves que s'afegeix a la trobada personal com a forma de relació.

L'ús d'Internet no disminueix la sociabilitat, al contrari. En concordança amb les dades d'altres països, els usuaris d'Internet tenen més amics i més activitat social que els no usuaris. La gran majoria d'usuaris no experimenten cap canvi significatiu en la seva vida social després de començar a fer servir Internet. Tenint en compte la minoria de la mostra que se sent deprimida o socialment aïllada l'últim any, els usuaris d'Internet experimenten menys aquests sentiments que els no usuaris.

En suma, la societat catalana és extremadament sociable en comparació amb altres societats avançades, i els usos d'Internet contribueixen al desenvolupament d'aquesta sociabilitat en comptes d'afeblir-la. Aquesta sociabilitat s'expressa sobretot mitjançant la trobada personal, afavorida per l'abundància de llocs públics de trobada. La intensitat de les relacions socials és facilitada per la proximitat geogràfica d'amics i familiars i pel manteniment d'aquestes relacions. No és casual, ni mític, que a la pregunta sobre el principal punt d'identificació en la seva vida, el 55,9% dels entrevistats assenyalin la família com el seu punt de referència, amb una gran diferència amb qualsevol altre principi d'identificació. El 61,1% dels entrevistats declaren que la setmana anterior a l'enquesta, els membres de la família van sopar junts cada dia. La vida familiar i la pràctica de l'amistat són fonaments bàsics de la vida social a Catalunya. Aquestes pràctiques tenen un fort arrelament territorial i són reforçades per l'ús d'Internet.

Pel que fa a les pràctiques comunicatives de la societat catalana, la nostra mostra ens indica un fet ja conegut: que la pràctica més realitzada diàriament és veure la televisió (90,8%). El que potser no és tan conegut, i nosaltres hem volgut considerar pràctica comunicativa, és que en el segon lloc de l'ocupació del temps diari hi trobem xerrar amb la gent de casa, jugar amb els nens o similar (80,8%). Escoltar la ràdio ocupa el tercer lloc amb un 64,3%, seguida d'escoltar música amb un 57,6%. La premsa i les revistes ocupen el sisè lloc (45,7%).

La pràctica comunicativa que ha patit més l'ús d'Internet ha estat la televisió. Un 16,6% de gent la veu menys des que es connecta, i d'aquest 16,6%, el 61,7% són joves de menys de 30 anys.

Així, doncs, la població de Catalunya té dues pràctiques comunicatives principals: mirar la televisió i xerrar amb el seu entorn familiar.

La televisió encara és el mitjà de comunicació de referència per a informar-se (74,6%), encara que per a fer-ho sobre esdeveniments locals el següent mètode preferit és el boca-orella. En canvi, Internet solament és utilitzada com a font d'informació regular per l'1% de la població i només pel que fa a esdeveniments internacionals. Però la població, en general, confia més en la ràdio, i els usuaris d'Internet en la premsa escrita.



Pel que fa a la llengua relacionada amb les pràctiques comunicatives, el castellà domina en la premsa escrita a molta distància del català, i en la televisió, en canvi, estan molt igualats, ja que el 47,6% la mira en català.

A Internet la llengua dominant és el castellà, d'una banda per qüestió d'oferta però, de l'altra, per qüestió de voluntat.

En general, i entre la població total d'usuaris, un 89% no acostuma a utilitzar l'anglès, un 53,7% no acostuma a utilitzar el català i un 20,5% no acostuma a utilitzar el castellà.

Si comparem els usos lingüístics a Internet dels qui tenen una pràctica d'identitat clara, que més endavant definirem, veurem que, per exemple, el 76,9% escriuen els missatges en català enfront del 38,8% del total d'usuaris. Una dada encara més significativa és que el 50,7% de les pàgines visitades dels qui tenen identitat catalana són en català enfront del 24,1% del total d'usuaris.

L'ús de la llengua en el consum de mitjans de comunicació a Catalunya és, com podem comprovar, un reflex de les pràctiques lingüístiques de la seva població.

Catalunya apareix així com un territori socialment significatiu en la seva pràctica de relació social i afirma la primacia del que és local sobre el que és global, com a font de sentit. Però, com es manifesta aquest arrelament en termes d'identitat? I en quina mesura es pot observar, sense biaix ideològic, l'existència d'una identitat catalana? I de quin tipus? Vegem els resultats de la nostra recerca en aquest context.

La societat catalana és una societat en què la família és l'element d'identificació principal en tots els grups de població, a 47,2 punts de l'element d'identificació següent, que és un mateix.

La identitat definida en termes tradicionals, és a dir, llengua, cultura, història comuna, territori, encara que no és rebutjada, perquè com hem vist, malgrat tot, hi ha més identificació amb Catalunya que amb Espanya, no representa un procés d'identificació fort. Viure en català, des del punt de vista de la llengua s'ha normalitzat, ja no és un problema (el 97,6% l'entén), en tot cas el que no s'ha normalitzat és l'ús voluntari de la llengua, cosa que ens fa pensar que fallen elements d'identificació que creïn aquesta necessitat d'ús.

Això es demostra quan comprovem que el nivell de coneixement alt del català el tenen majoritàriament els joves entre 15 i 24 anys (86,4%, si fem referència a parlar i escriure amb fluïdesa i 99,4% si parlem d'entendre) enfront del 27,1% del de la gent de 65 a 74 anys, però que en canvi, quan n'analitzem l'ús, els joves són els que l'empren menys. Com hem vist en el

capítol de les pràctiques lingüístiques, contràriament amb el que passa amb el coneixement, l'ús creix amb l'edat.<sup>1</sup>

La gent amb molta facilitat i amb molta naturalitat passa a l'ús del castellà, sense deixar de tenir per això un sentiment de pertinença català<sup>2</sup> significatiu (37,5%).<sup>3</sup>

Aquesta diguem-ne normalització del que podria representar viure en català, o l'absència del sentiment de resistència el tornem a veure en el grup jove amb relació al seu sentiment de pertinença, que és tant català com espanyol.

Amb això no observem un retorn al sentiment de resistència com a projecte, sinó que constatem que l'absència o difuminació d'aquest projecte de resistència ha configurat una societat que es fa evident en les franges més joves, sense conflicte, però amb una certa manca d'elements de referència entre els menors de 30 anys, que es tradueix empíricament en una preponderància d'elements d'identificació a mig camí entre Catalunya i Espanya, com són un sentiment de pertinença tant català com espanyol (40%), o la pràctica del bilingüisme tant en la percepció de la llengua que es considera com a pròpia com en la pràctica amb els amics o a casa.

El 23,7% de la població de Catalunya té una pràctica identitària catalana intensa, però una dada significativa és que com més joves, menys identitat. El 81,9% dels menors de 30 anys no tenen aquesta pràctica; en canvi, el grup més nombrós que comprèn els majors de 50 anys, és el que conserva una pràctica més intensa (27,3%).

La pràctica d'identitat catalana la trobem, doncs, entre sectors de població gran. La majoria nascuda a Catalunya, però ni tots els nascuts a Catalunya la tenen (33,7%) ni tots els que la tenen han nascut a Catalunya. Un 3,4% han nascut a fora de Catalunya.

La pràctica d'identitat catalana predomina entre la gent amb una categoria professional mitjana o alta i disminueix entre els qui tenen una categoria professional baixa i, per tant, es dona més entre els grups d'ingressos alts i molt alts. És a dir, entre la classe mitjana alta, de Barcelona o de l'àmbit rural.

---

<sup>1</sup> És curiós constatar que tot i que ni els Estats Units ni la Gran Bretanya es puguin considerar països monolingües o sense conflictes lingüístics, la llengua és considerada com un important element constituïu de la identitat nacional. La recerca sobre la identitat nacional realitzada per l'International Social Survey Programme (ISSP) esmentat en el capítol sobre identitat ens dona uns graus d'identificació amb la llengua del 71,3% en el cas dels Estats Units, el més alt després de Noruega, que té un 71,7%, i un 65% per a la Gran Bretanya. En canvi, Irlanda, país també anglòfon i on el gaèlic està en un procés de recuperació clar però lent, només un 14,5% de la població considera la llengua com un element molt important de la identitat nacional. El percentatge de l'Estat Espanyol és del 32,4%.

<sup>2</sup> Recordem que aquest sentiment de pertinença es defineix a partir dels qui contesten que se senten només catalans o més catalans que espanyols.

<sup>3</sup> Aquest percentatge, comparat amb els percentatges sobre el sentiment de pertinença a nivell internacional, és més aviat baix. El més alt és els dels japonesos on un 47,6% considera el sentiment de pertinença al Japó com a molt important, seguit d'Irlanda (46,2%) i Espanya (44,7). Estem parlant de dades de l'ISSP del 1975 i les corresponents a aquest sentiments als Estats Units eren del 40,6%. Els percentatges més comparables al català són el britànic, amb un 35,3% o l'alemany, amb un 39,5%. No tenim dades de França perquè és dels pocs països europeus que no va participar en aquesta recerca.

Observant la població segons el seu nivell d'estudis veiem que el grup amb més identitat catalana és el grup amb estudis superiors (33,7%); en canvi, entre els estudiants, aquest sentiment és del 25,9%.

La difuminació del projecte de resistència vol dir que parlem d'una societat sense projecte? Sense l'ajut de l'anàlisi empírica podríem arribar fàcilment a aquesta conclusió, però quan arribem a l'anàlisi del conjunt de variables de projecte d'autonomia personal en totes les seves dimensions, les encreuem amb la variable de pràctiques identitàries i amb els usos d'Internet ens adonem que hi ha una associació positiva entre elles, que a més resisteix als factors negatius que hem vist que té l'edat sobre la identitat catalana i que ens demostra que, d'una banda, com més autònoma és la gent a la vida, més identitat catalana té i, de l'altra, com més autònoma és, més utilitza Internet i amb més intensitat.

És a dir, si associem pràctica identitària catalana, projecte d'autonomia personal clar i fort i ús d'Internet veurem que la conjunció d'aquestes tres condicions es dona, fonamentalment, en un subgrup dels joves. Tot i representar un grup minoritari, probablement aquí tenim un motor potent d'una identitat de projecte construïda no partint de la diferència sinó partint de creences i valors compartits que conflueixen en una pràctica en què la voluntat juga un paper central.

La societat catalana presenta un nivell considerable de cohesió social, d'arrelament territorial, de sociabilitat, de comunicació, amb una identitat en transició que es caracteritza pel bilingüisme, la comunitat de pràctica i la transformació del que va ser una identitat catalana de resistència en una identitat catalana de projecte.

Al mateix temps, en concordança amb el que s'esdevé en altres països del nostre context, la població de Catalunya té un baix nivell de participació sociopolítica i mostra un alt nivell d'escepticisme respecte de la política institucional. Més de dues terceres parts de la població de la nostra mostra (un 68,1%) no tenen una activitat habitual associativa de cap tipus, en línia amb les anàlisis de Putnam sobre la decadència de la participació cívica en societats avançades (Putnam, 2000). Però, tot i així, un 31,9% de la població sí que té aquesta pràctica i, a més, quan la té la duu a terme amb un alt nivell d'implicació. Ara bé, quan analitzem el contingut de les pràctiques associacionistes, observem una extrema diversificació. Recordem que segons les dades ja analitzades, solament un 1,1% de la mostra participa en un partit polític, i solament un 3% en un sindicat. Els percentatges de participació habitual són també molt baixos pel que fa a associacions de veïns (2,4%), associacions excursionistes (0,7%), associacions culturals (5,2%), associacions religioses (1,7%), AMPA (1,2%), associacions de dones (0,7%), associacions de joves (0,3%), associacions de gent gran (2,7%), associacions professionals (3,3%), associacions ecologistes (0,5%), associacions protectores d'animals (0,2%), associacions de consumidors (0,1%), associacions de defensa dels drets humans (1,1%) i ONG de solidaritat (2,7%). Solament la pertinença a una associació esportiva assoleix

un percentatge rellevant (11,5%). Tot junt, tanmateix, revela una societat civil més dinàmica del que sol oferir l'estereotip sobre la indiferència creixent dels ciutadans. El que s'esdevé és que aquesta societat civil està fragmentada en la seva expressió, no té grans moviments socials (com ho va ser el moviment obrer) o polítics (els partits) que en algun moment la van ajudar a articular.

La nova societat civil està feta d'una multiplicitat, de vegades contradictòria, d'associacions i moviments que no semblen atreure els mateixos individus, per la qual cosa un nivell feble de participació en cadascuna de les dimensions de la societat civil s'afegeix a un nivell moderat de participació associativa que concerneix gairebé un terç dels ciutadans. El que sí que s'esdevé és que l'interès per l'activitat política i sindical és molt limitat, fins i tot la participació organitzada en la defensa dels drets humans tampoc no obté un ressò significatiu. Però això no sembla ser el resultat d'un escepticisme generalitzat, sinó d'un escepticisme respecte del sistema polític. Així, solament un 36,2% creu que els ciutadans tenen influència en allò que decideix el govern, i el 77% està d'acord amb l'afirmació que "al món n'hi ha uns quants que manen i els ciutadans no poden fer gran cosa per a controlar-los". Però, al mateix temps, el 69,8% pensa que la gent pot influir en els esdeveniments mundials amb mobilitzacions socials i polítiques, i també el 53,3% està d'acord amb l'afirmació que "amb esforç i entre tots es podria posar fi a la corrupció política". O sigui, que no es tracta d'una població despolititzada, sinó d'una població que dissocia la seva politització de la seva confiança en la capacitat dels governs de representar els ciutadans. Això està en completa concordança amb les dades d'opinió política en tot el món, a excepció d'Escandinàvia.

Conseqüentment, a Catalunya un 22,3% dels ciutadans de la nostra mostra donen suport a campanyes com ara la defensa dels drets humans, la conservació de la natura, la lluita contra la pobresa, la igualtat de la dona, la defensa dels nens i altres de semblants (un 31,8% dels quals participa habitualment en aquestes campanyes). Això és en contrast a una participació política de l'1,1% i sindical del 3%. Però com que també observem un baix nivell de participació en les associacions de solidaritat, la dada important és que els ciutadans més actius participen en campanyes però no en organitzacions. Es mobilitzen pel contingut de les seves accions, no s'adhereixen a estructures organitzatives. És significatiu ressaltar que una quarta part dels qui participen en aquestes campanyes i són usuaris d'Internet, fan servir Internet en aquestes campanyes.

En suma, a Catalunya hi ha una societat civil activa però fragmentada per temes i interessos, i una consciència ciutadana bastant estesa però que desconfia de la seva pròpia eficàcia respecte de les institucions polítiques de govern. Hi ha un interès, minoritari però significatiu, pels problemes del món i de la gent. I hi ha l'esperança que l'estat del món es pugui canviar mitjançant la mobilització social i política. Aquesta dissociació creixent entre canvi social i

representació política no és específica de Catalunya. Es tracta d'un tret general del món en què vivim. La nostra recerca mostra que en aquest aspecte Catalunya no és diferent.

En aquest context d'una societat catalana en transició se situa el desenvolupament de l'ús d'Internet. Insistim en el fet que considerem l'ús d'Internet com un indicador de canvi cultural, mental i organitzatiu, més que no pas com un element de difusió tecnològica. És a dir, no és tan important quanta gent fa servir Internet, sinó per què i per a què la fan servir o no la fan servir. Des d'aquest punt de vista, d'una banda, els nostres resultats verifiquen el que ja estava establert per la recerca internacional, mentre que, d'altra banda, aporten una contribució relativament innovadora al coneixement d'Internet com a pràctica social.

Comencem per allò que corrobora, a partir de l'observació de Catalunya, l'anàlisi ja establerta per les dades internacionals. L'ús i la intensitat d'ús d'Internet està associat amb l'edat (com més jove és la persona, més procliu és al seu ús), amb l'educació, amb el nivell d'ingressos (com més alt és el nivell, més alt és l'ús), i amb les ocupacions tècniques i professionals i amb un context urbà i metropolità. D'altra banda, hem mostrat que l'ús d'Internet incrementa el desenvolupament professional de les persones. Així, doncs, Internet apareix com un instrument dels grups més dinàmics i educats de la societat, i el seu ús contribueix a reforçar les oportunitats per a aquests grups. La implicació és, naturalment, que la difusió d'Internet, juntament amb l'elevació del nivell educatiu, és un factor important per a la igualtat d'oportunitats. Hi ha encara una divisòria de gènere en l'ús d'Internet, però les nostres dades mostren que per a les generacions joves les dones ja fan servir Internet amb més freqüència que els homes, per la qual cosa, com en altres països, es tendeix a la desaparició d'aquest desfasament. Es manté tanmateix més intensitat en l'ús d'Internet per part dels homes.

Si comparem la nostra recerca amb els resultats de les recerques internacionals respecte de l'efecte d'Internet sobre la sociabilitat, coincidim amb la tendència generalment observada. A saber, que els usuaris d'Internet tenen més amics, són més sociables i tenen més relacions amb la seva família i amics que els no usuaris. I com hem assenyalat anteriorment, el sentiment de depressió i aïllament, en els pocs casos en què es dona en la nostra mostra, tendeix a disminuir amb l'ús d'Internet. La principal diferència amb altres poblacions enquestades, en particular a l'Amèrica del Nord, és el molt més elevat grau de sociabilitat presencial que hi ha a Catalunya. Per la qual cosa, Internet no és un obstacle per a aquesta sociabilitat, però tampoc no significa una gran ajuda, si no és per a mantenir vincles amb els pocs amics que viuen lluny. No és que la societat catalana no sigui sociable a Internet, és que no la necessita per a ser sociable.

Pel que fa als usos d'Internet, també hem mostrat, en línia amb l'observació internacional, que l'ús d'Internet per a efectuar compres és molt limitat, llevat dels llibres, la música i els productes informàtics. En canvi, la telebanca té una difusió important a Catalunya, sobretot entre els

grups de nivell social més alt. La pràctica d'apropiació lliure de música i d'altres productes des de la Xarxa sembla generalitzar-se, sobretot entre la joventut. La participació en xats és important per als joves però no per a la població en general. L'ús d'Internet per a veure pornografia, tan esbombat pels mitjans de comunicació, és molt limitat: solament declaren practicar-lo un 8,8% de la mostra (alguns controls efectuats en les nostres dades indiquen que el nivell d'ocultament d'aquesta dada no hauria de ser gaire elevat). Els usos professionals són significatius per als grups amb més educació i per als sectors empresarials. Els usos de consulta d'informació de diferents tipus (biblioteques, diccionaris, premsa, viatges, serveis de l'Administració, informació sobre la ciutat) són bastant freqüents.

En suma, el que observem, com en altres països, és que els usos d'Internet s'articulen estretament a la vida quotidiana de la gent, a allò que són. Internet no genera un món de fantasia, una realitat virtual en la qual la gent es reinventa: això és una pràctica limitada, concentrada en els grups d'usuaris més joves. Internet estén la realitat a l'univers virtual. La gent fa la seva vida a Internet com la fa en els altres mitjans de comunicació. Així, els estudiants estudien, consulten i juguen. Els joves descarreguen música, fan xats i quan estan desanimats es comuniquen amb els seus amics. Els més grans no fan això, sinó que per a ells Internet és un instrument pràctic. Els professionals treballen, consulten informació i organitzen els problemes pràctics de la vida, viatges i sortides inclosos. El que poca gent fa és utilitzar Internet per a relacionar-se amb amics i parents. Això a Catalunya es fa anant a casa d'amics i parents, sortint al carrer, trobant-se en llocs públics, mitjançant el telèfon, cada cop més mitjançant el mòbil, del qual disposen dos terços de les llars de Catalunya.

Llavors, això i prou? És Internet un mer instrument de la vida quotidiana que la prolonga sense modificar-la? En gran part, sí. Però hi ha dos elements distintius que apareixen en la nostra recerca i que mereixen una reflexió i una anàlisi posterior.

Per un costat, el ritme de difusió d'Internet s'ha alentit de manera considerable el darrer any. La penetració d'Internet de banda ampla és molt limitada (prop d'un 5% de les llars) tot i que el 95% de les llars de Catalunya podrien tenir accés de connexió de banda ampla si ho sol·licitessin. Certament hi ha problemes de cost i, encara més, problemes d'educació i resistència psicològica entre un ampli sector de la població de més edat. Però si recordem el principi, empíricament contrastat, segons el qual les persones només fan servir la tecnologia que els convé per a allò que volen en qualitat del que són, és possible que la demanda decreixent estigui lligada a una oferta insuficient. Per exemple, només un 5,2% dels usuaris segueix cursos per Internet, tot i que hem constatat una necessitat peremptòria i una demanda important de formació continuada. També hi ha un camp potencial d'actuació en oferta de serveis hospitalaris, d'informació i serveis per part de l'Administració pública que, ara per ara, es reflecteixen de forma molt limitada en la pràctica d'Internet captada en la nostra enquesta. En suma, els usos d'Internet per part de les persones estan limitats per l'oferta insuficient de

serveis per Internet per part del sector públic i per part del sistema educatiu. Mentre Internet continuï essent utilitzada a Catalunya com una tecnologia de comunicació personal, d'oci i de cerca d'informació en guies, no hi ha cap motiu per a pensar que el seu ús assoleixi els nivells que es preveïen. Els usos comercials d'Internet, tal com prova la crisi de les *puntcom* a tot el món, semblen estar limitats per l'absència d'un model de negoci adequat. En realitat, el desenvolupament d'Internet depèn, per un costat, del seu ús massiu a les empreses, administracions i centres d'estudi com a eina de treball i instrument de gestió. Aquests processos són objecte d'altres recerques del Projecte Internet Catalunya encara en curs. Ens remetem als seus resultats per a avaluar el potencial real d'Internet a la societat catalana.

Per un altre costat, l'expansió de l'ús d'Internet i la seva utilitat social depenen d'una oferta pública, encara per arribar, de continguts i serveis útils per al ciutadà en tota la gamma de la vida quotidiana. Fora dels paràmetres d'aquesta vida quotidiana, la societat virtual relacional creada a l'entorn d'Internet té una realitat molt limitada a tots els països i sembla tenir menys possibilitats encara a Catalunya, on hi ha una societat arrelada, socialment relacionada, amb xarxes socials molt denses, en les quals el sentit de les relacions socials es teixeix en la proximitat geogràfica. En aquest sentit, Catalunya articula fortament l'espai dels fluxos de comunicació a l'entorn de l'espai dels llocs de l'experiència, que continua essent definidor de sentit per a les persones.

Tanmateix, hi ha un element addicional que s'expressa fortament en l'ús d'Internet i que emergeix en la nostra recerca de forma inèdita respecte dels estudis existents en un marc comparatiu: Internet com a projecte d'autonomia. En algunes recerques internacionals s'ha mostrat el caràcter idoni d'Internet per a crear xarxes globals a l'entorn de projectes científics, institucionals, empresarials o fins i tot de protesta social, com ara en el moviment antiglobalització. Però en el nostre estudi hem procurat identificar, en les persones, de quina manera i en quina mesura els seus projectes d'autonomia, els seus projectes de vida definits segons els seus valors i els seus interessos, podien trobar o no a Internet aquest instrument de potenciació individual buscat pels seus dissenyadors originals partint de la seva ideologia llibertària. Certament, hem trobat una associació estadísticament significativa entre l'existència d'aquest projecte d'autonomia personal i l'ús d'Internet, la intensitat d'ús i els tipus d'ús. L'apartat corresponent d'aquest informe de recerca (apartat 5.5) exposa amb detall els resultats empírics i els analitza. Aquí situem la rellevància d'aquests resultats en el marc més ampli de la nostra diagnòsi sobre la societat xarxa.

El que observem és que com més fort és el projecte d'autonomia en una persona, més intens és l'ús que fa d'Internet i més importància adquireix Internet en la realització d'aquest projecte, la qual cosa es tradueix en darrer terme en el desenvolupament de les capacitats d'aquesta persona. Per projecte d'autonomia entenem la pràctica social d'un subjecte que construeix el sentit de la seva acció sobre la base d'uns objectius propis definits amb independència de les

normes i institucions de la societat. Això no vol dir un rebuig d'aquestes normes, sinó que no s'accepten com a límit infranquejable, i es busca modificar-les com a resultat de la pròpia acció.

Aquest projecte d'autonomia l'hem diferenciat empíricament en cinc dimensions diferents, atès que en realitat s'expressa de forma específica en diferents àmbits de la pràctica social. A partir d'una anàlisi factorial sobre les dades rellevants de la nostra enquesta, hem construït una tipologia de projectes d'autonomia: el projecte emprenedor, el projecte sociopolític, el projecte d'autonomia individual, el projecte d'autonomia pel que fa a la cura de la pròpia salut i el projecte d'autonomia respecte dels mitjans de comunicació de masses. Hem mostrat que cadascun d'aquests projectes troba la seva expressió en un ús més intens i específic d'Internet, que es converteix així en instrument de la seva realització. Certament, aquests projectes d'autonomia estan socialment condicionats i són afavorits per les característiques sociodemogràfiques de les persones, per la seva situació professional, pel seu nivell de formació, per la seva identitat cultural. Però el que mostren les nostres dades és que una vegada constituïts aquests projectes d'autonomia, la seva expressió es recolza fortament en l'ús d'Internet, i aquesta relació es manté quan la controlem estadísticament per les variables socioeconòmiques determinants dels usos d'Internet.

Arribem així a la configuració d'Internet com a mitjà d'expressió d'autonomia personal, social i cultural, com a instrument de llibertat. Les conseqüències d'aquesta potenciació de la llibertat de les persones per un mitjà tan poderós com Internet no són separables de l'ús que les persones acabin fent d'aquesta llibertat.



**Referències bibliogràfiques de la conclusió**

ABBATE, Janet. (1999). *Inventing the Internet*. Cambridge, MA: MIT Press.

KRANZBERG, Melvin.; PURSELL, Carroll W. Jr. (ed.). (1976). *Technology in Western Civilization*. Nova York: Oxford University Press, 2 vol.

MOKYR, Joel. (1990). *The lever of riches: technological creativity and economic progress*. Nova York: Oxford University Press.

PUTNAM, Robert. (2000). *Bowling Alone. The decline of community in America*. Nova York: Simon Schuster.



# Annex 1

---

## INFORME DEL TREBALL DE CAMP

### APARTATS

Informe del treball de camp de l'enquesta sobre la població de Catalunya en la societat de la informació 2002.....	459
Qüestionari control "la població a Catalunya en la societat de la informació 2002".....	477
Resum d'estadístiques de control telefònic .....	479
Resum d'estadístiques de treball de camp.....	481



**Informe del treball de camp de l'enquesta sobre la població de Catalunya en la societat de la informació 2002****1. Equip de treball**

L'enquesta ha estat realitzada per l'Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona.

L'equip que l'ha dut a terme ha estat el següent:

Coordinació general	Josep M. Aragay Barbany
Selecció de personal	M. Àngels Huertos Barot
Coordinació general del treball de camp	Andrea Delgado Martín Elisabet Queralt Blanch

Coordinació d'enquestadors	Meritxell Perramon Colet
----------------------------	--------------------------

Enquestadors	S'ha comptat amb un equip de 21 enquestadors en una primera fase del treball de camp als quals se'n van incorporar 25 més en una segona fase
--------------	--

Supervisió i codificació	Carme Gallego Botella M <sup>a</sup> Felisa Serrano Elvira Laura Bosch Pita Emma Barreiro Borruel Roger del Río Hernández Gema Sancho Mercader Laura Domínguez Acebron Ramon Permanyer Batlle Alba Güell Custodio Àngels Alonso Zayas Núria Solé Pinos Leticia Rodrigues Izquierdo Esther Navarro Rugall
--------------------------	--

Enregistrament de les dades	S'ha comptat amb un equip de quatre persones experimentades en l'enregistrament de dades i en el programa informàtic utilitzat per a aquesta tasca.
-----------------------------	---

Creació, disseny i depuració de la primera base de dades, tabulació de resultats, primera lectura de freqüències  
Primera explotació de les dades  
Col·laboració en la construcció de la base de dades definitiva

Elena Permanyer Barrier  
Manel Pons Sanvidal

Disseny de la mostra i elaboració del qüestionari

Lucía Baranda Areta

## **2. Característiques tècniques de l'enquesta**

### **2.1. Àmbit territorial i temporal**

L'univers estadístic de l'Enquesta sobre la població de Catalunya a la societat de la informació 2002 és format pel conjunt de la població més gran de 15 anys de Catalunya. El nombre total d'habitants de Catalunya, segons estadístiques del Padró d'habitants de 1996, era de 5.197.609.

El treball de camp d'aquesta enquesta va començar el dia 4 de febrer del 2002 i va acabar el dia 21 de maig del 2002.

### **2.2. Grandària i disseny de la mostra**

La grandària de la mostra establerta prèviament ha estat de 3.000 efectius per tal d'obtenir una submostra de població usuària d'Internet situada entre 750 i 1.050 efectius. El marge d'error d'aquesta enquesta se situarà, per tant, a) en un  $\pm 1,75\%$  per a la mostra global; b) en un  $\pm 3,2\%$  per a una submostra de 1.000 efectius usuaris d'Internet

La mostra resultant de l'estudi, un cop acabat el treball de camp, ha estat de 3.005 efectius, de la qual se n'obté una submostra de 1.039 (34,6%) de població usuària.

La mostra s'ha obtingut en un procés polietàpic aleatori. En una primera etapa es definien els estrats territorials segons província i grandària de l'hàbitat. En una segona, i dins de cada estrat, se seleccionen un nombre adequat de municipis, amb autorepresentació dels municipis dels estrats amb una grandària de més de 50.000 habitants i un procés aleatori per conglomerats per als municipis dels estrats de menys de 50.000 habitants.

A les taules següents s'observa l'ajust poblacional del nombre d'entrevistes a la població catalana segons territori, gènere i grup d'edat, i la distribució de la mostra en els diferents estrats en què el territori (les quatre províncies) s'ha dividit segons grandària poblacional dels diferents municipis.

**Taula 1: Resum de la distribució de la mostra per estrats de municipis**

Població resident a...	Total població de Catalunya > 15 anys	Total entrevistats	Nre. municipis de Catalunya	Nre. municipis seleccionats	Municipis seleccionats			
					Barcelona	Girona	Lleida	Tarragona
1. Municipis de menys de 2.000 habitants	338.247	190	660	17	5	4	5	3
2. Municipis de 2.001 a 5.000	335.280	198	126	13	4	4	2	3
3. Municipis de 5.001 a 10.000	382.963	225	68	14	8	2	2	2
4. Municipis de 10.001 a 20.000	550.496	327	47	15	8	3	1	3
5. Municipis de 20.001 a 50.000	633.462	376	24	21	15	4	-	2
6. Municipis de 50.001 a 100.000	552.798	328	10	10	8	1	-	1
7. Municipis de 100.001 a 1.000.000	1.076.060	620	8	8	6	-	1	1
8. Barcelona	1.328.303	741	1	1	1	-	-	-
<b>Total</b>	<b>5.197.609</b>	<b>3.005</b>	<b>944</b>	<b>99</b>	<b>55</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>15</b>

## Municipis seleccionats

### 1. Municipis de menys de 2.000 habitants (17 de 660):

Barcelona: Castellterçol, Fonollosa, les Masies Roda, Olèrdola, Torrelles de Foix,

Girona: Foixà, Garriguella, Pals, Sant Feliu de Pallerols,

Lleida: Artesa de Lleida, la Granadella, Organyà, Sanaüja, Tèrmens,

Tarragona: Castellvell del Camp, Corbera d'Ebre, Sant Jaume de Domenys.

### 2. Municipis de 2.001 a 5.000 (13 de 126):

Barcelona: Dosrius, el Papiol, Prats de Lluçanès, Torre de Claramunt,

Girona: Castelló d'Empúries, Llançà, Maçanet de la Selva, Sant Joan de les Abadesses,

Lleida: Alcarràs, la Pobla de Segur,

Tarragona: el Perelló, Flix, Roda de Barà.

### 3. Municipis de 5.001 a 10.000 (14 de 68):

Barcelona: Castellbisbal, Gironella, Lliçà d'Amunt, Llinars del Vallès, Súria, Tiana, Tordera, Vallirana,

Girona: Llagostera, Torroella de Montgrí,

Lleida: Mollerussa, Solsona,  
Tarragona: Constantí, Uldecona.

#### **4. Municipis de 10.001 a 20.000 (15 de 47):**

Barcelona: Caldes de Montbui, Calella, Esparreguera, Martorell, Sant Celoni, Santa Perpètua de Mogoda, Sitges, Torelló,

Girona: Banyoles, Lloret de Mar, Palafrugell,

Lleida: Tàrrega,

Tarragona: Cambrils, el Vendrell, Sant Carles de la Ràpita.

#### **5. Municipis de 20.001 a 50.000 (21 de 24):**

Barcelona: Barberà del Vallès, Castelldefels, Esplugues de Llobregat, Gavà, Igualada, Mollet del Vallès, Montcada i Reixac, Premià de Mar, Sant Adrià de Besòs, Sant Cugat del Vallès, Sant Feliu de Llobregat, Sant Joan Despí, Vic, Vilafranca del Penedès, Vilanova i la Geltrú,

Girona: Blanes, Figueres, Olot, Salt,

Tarragona: Tortosa, Valls.

#### **6. Municipis de 50.001 a 100.000 (tots):**

Barcelona: Cerdanyola del Vallès, Cornellà de Llobregat, el Prat de Llobregat, Granollers, Manresa, Rubí, Sant Boi de Llobregat, Viladecans,

Girona: Girona,

Tarragona: Reus.

#### **7. Municipis de 100.001 a 1.000.000 (tots):**

Barcelona: Badalona, l'Hospitalet, Mataró, Sabadell, Santa Coloma de Gramenet, Terrassa,

Lleida: Lleida,

Tarragona: Tarragona.

#### **8. Barcelona**



**Taula 1bis: Desglossament de la distribució de la mostra per municipis, gènere i edat**

Municipi	N total	De 15 a 19	De 20 a 29	De 30 a 39	De 40 a 49	De 50 a 59	De 60 a 69	De 70 i més	Total homes	De 15 a 19	De 20 a 29	De 30 a 39	De 40 a 49	De 50 a 59	De 60 a 69	De 70 i més	Total dones
		Home	Home	Home	Home	Home	Home	Home		Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	
Badalona	105	4	10	11	7	7	7	5	51	7	11	8	10	7	6	5	54
Barcelona	741	27	65	55	55	47	47	47	343	28	60	63	61	53	63	70	398
Caldes de Montbui	23	1	4	3	2	2	0	0	12	1	3	2	2	0	1	2	11
Calella	33	2	3	3	2	2	2	2	16	3	2	2	4	2	2	2	17
Castellbisbal	18	1	2	2	1	1	1	1	9	1	2	2	1	1	2	0	9
Castelldefels	19	1	1	2	2	2	1	1	10	1	2	2	1	1	1	1	9
Castellterçol	13	1	1	1	1	0	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	7
Cornellà	44	3	4	4	4	3	2	2	22	2	5	4	4	3	2	2	22
Dosrius	15	1	2	2	1	1	0	1	8	1	1	1	1	1	1	1	7
Esparreguera	26	1	3	2	3	2	1	1	13	1	3	3	2	2	1	1	13
Esplugues de Llobregat	24	1	2	2	2	2	1	1	11	1	2	3	2	2	1	2	13
Fonollosa	12	0	1	2	0	1	1	1	6	1	1	1	1	0	1	1	6
Gavà	21	1	2	2	1	2	1	1	10	1	2	2	2	2	1	1	11
Gironella	14	1	2	2	1	1	1	0	8	0	1	1	1	1	1	1	6
Granollers	19	1	2	2	1	1	1	1	9	1	2	2	0	2	1	2	10
l'Hospitalet	124	6	14	10	9	10	7	5	61	6	13	10	10	8	9	7	63
Igualada	14	0	2	3	0	1	0	1	7	1	2	0	1	1	1	1	7
Llinars del Vallès	19	0	1	2	2	2	1	1	9	1	2	2	2	1	1	1	10
Lliçà d'Amunt	18	1	1	2	2	1	1	1	9	1	2	2	2	1	1	0	9
Manresa	27	2	2	2	2	2	2	1	13	1	3	2	3	1	2	2	14
Martorell	26	1	2	2	2	2	2	2	13	2	2	3	2	1	2	1	13
Les Masies de Roda	14	1	2	1	1	1	1	0	7	1	1	1	1	1	1	1	7
Mataró	50	2	5	5	2	4	2	2	22	3	6	4	4	4	4	3	28
Mollet del Vallès	17	1	1	1	1	1	2	1	8	1	2	2	2	1	0	1	9
Montcada i Reixac	31	2	3	3	2	3	1	1	15	2	2	3	3	2	2	2	16
Olèrdola	11	1	1	1	1	0	1	0	5	1	1	1	1	1	0	1	6
El Papiol	15	1	1	1	1	1	1	1	7	0	3	1	1	1	1	1	8
El Prat de Llobregat	31	2	3	2	4	2	1	1	15	2	3	3	3	2	2	1	16
Municipi	N	De 15 a 19	De 20 a 29	De 30 a 39	De 40 a 49	De 50 a 59	De 60 a 69	De 70 i més	Total	De 15 a 19	De 20 a 29	De 30 a 39	De 40 a 49	De 50 a 59	De 60 a 69	De 70 i més	Total

	total	19	29	39	49	59	69	més	homes	19	29	39	49	59	69	més	dones
		Home	Home	Home	Home	Home	Home	Home		Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	
Prats de Lluçanès	11	0	1	1	1	1	0	1	5	0	1	2	1	0	1	1	6
Premià de Mar	24	1	3	2	2	2	1	1	12	1	3	3	2	1	1	1	12
Rubí	28	1	3	2	2	2	2	1	13	1	3	3	2	2	2	2	15
Sabadell	92	5	10	7	7	7	5	4	45	4	9	7	8	7	6	6	47
Sant Adrià de Besòs	12	1	1	1	1	0	1	1	6	1	1	2	0	1	1	0	6
Sant Boi de Llobregat	39	2	4	4	5	2	1	1	19	2	4	4	3	3	2	2	20
Sant Celoni	24	2	3	3	2	2	0	0	12	1	3	3	2	1	1	1	12
Sant Cugat	24	1	2	2	2	2	1	1	11	1	4	2	1	2	2	1	13
Sant Feliu de Llobregat	18	1	2	2	1	1	1	1	9	1	2	2	1	1	1	1	9
Sant Joan Despí	25	1	3	2	2	2	1	1	12	2	2	2	2	2	1	2	13
Santa Coloma de Gramenet	58	3	6	5	5	4	4	2	29	2	6	4	5	4	4	4	29
Barberà del Vallès	14	0	2	2	1	1	1	0	7	1	2	1	1	0	1	1	7
Santa Perpètua de Mogoda	39	2	4	4	4	1	2	2	19	3	2	3	3	3	3	3	20
Cerdanyola	26	2	3	2	2	2	1	1	13	1	3	3	2	1	2	1	13
Sitges	24	1	2	2	2	2	2	1	12	0	3	3	2	2	1	1	12
Súria	17	1	1	1	2	1	0	1	7	1	1	2	1	1	3	1	10
Terrassa	81	4	8	7	7	5	6	2	39	4	8	8	5	6	6	5	42
Tiana	18	1	2	2	1	1	1	1	9	1	1	2	2	1	1	1	9
Tordera	20	1	1	2	2	1	2	1	10	1	2	1	2	2	1	1	10
Torelló	21	1	2	2	2	0	2	1	10	1	2	2	2	1	1	2	11
Torre de Claramunt	22	0	3	2	2	2	2	1	12	1	2	2	2	1	1	1	10
Torrelles de Foix	23	1	2	2	2	1	2	1	11	0	2	3	1	2	2	2	12
Vallirana	19	1	2	2	1	2	0	1	9	1	2	2	1	1	1	2	10
Vic	13	1	2	1	1	1	1	0	7	1	1	1	0	1	1	1	6
Viladecans	27	1	3	3	2	2	2	1	14	1	2	3	2	2	2	1	13
Vilafranca del Penedès	16	1	2	2	1	1	1	0	8	1	1	2	2	1	1	0	8
Vilanova i la Geltrú	26	1	3	2	3	2	1	1	13	1	2	2	2	2	2	2	13
TOTAL PROVÍNCIA BARCELONA	2.285	103	222	199	177	154	132	111	1.098	107	214	205	185	154	162	160	1.187

Municipi	N total	De 15 a 19	De 20 a 29	De 30 a 39	De 40 a 49	De 50 a 59	De 60 a 69	De 70 i més	Total homes	De 15 a 19	De 20 a 29	De 30 a 39	De 40 a 49	De 50 a 59	De 60 a 69	De 70 i més	Total dones
		Home	Home	Home	Home	Home	Home	Home		Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	
Banyoles	12	0	1	2	0	1	1	1	6	0	2	1	1	1	1	0	6
Blanes	14	0	1	2	1	1	1	0	6	2	1	1	1	1	1	1	8
Castelló d'Empúries	8	0	1	1	0	1	1	0	4	0	1	1	1	0	1	0	4
Figueres	16	1	1	1	2	1	1	1	8	1	1	2	1	1	1	1	8
Foixà	10	1	1	1	1	1	1	0	6	1	1	1	0	0	1	0	4
Garriguella	12	0	1	1	1	1	1	1	6	0	1	0	1	1	1	2	6
Girona	40	2	5	4	4	2	2	2	21	2	4	4	3	2	2	2	19
Llagostera	11	0	1	1	1	0	1	1	5	1	1	2	0	1	0	1	6
Llançà	16	0	1	2	2	1	2	0	8	0	1	2	1	1	2	1	8
Lloret de Mar	21	1	2	2	2	2	1	1	11	1	2	2	1	1	2	1	10
Maçanet de la Selva	17	1	2	1	2	1	0	1	8	1	2	1	1	1	1	2	9
Olot	14	1	1	1	1	0	1	1	6	0	2	1	1	1	2	1	8
Palafrugell	15	1	2	1	1	0	1	1	7	1	2	2	1	1	0	1	8
Pals	11	1	1	1	1	1	1	0	6	0	2	1	1	0	1	0	5
Salt	8	0	0	0	0	1	0	1	2	0	1	1	1	0	1	2	6
Sant Feliu de Pallerols	10	0	2	1	1	0	1	0	5	1	0	1	2	1	0	0	5
Sant Joan de les Abadesses	13	1	1	2	0	1	1	1	7	0	1	1	2	0	2	0	6
Torroella de Montgrí	12	1	1	1	0	1	1	0	5	1	1	1	1	1	1	1	7
<b>TOTAL PROVÍNCIA GIRONA</b>	<b>260</b>	<b>11</b>	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>12</b>	<b>127</b>	<b>12</b>	<b>26</b>	<b>25</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>133</b>

Municipi	N total	De 15 a 19	De 20 a 29	De 30 a 39	De 40 a 49	De 50 a 59	De 60 a 69	De 70 i més	Total homes	De 15 a 19	De 20 a 29	De 30 a 39	De 40 a 49	De 50 a 59	De 60 a 69	De 70 i més	Total dones
		Home	Home	Home	Home	Home	Home	Home		Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	
Alcarràs	13	1	1	1	0	1	1	1	6	1	0	1	1	2	1	1	7
Artesa de Lleida	11	1	1	1	1	0	1	1	6	0	1	1	1	0	1	1	5
La Granadella	10	0	1	1	0	1	1	1	5	0	1	1	0	1	1	1	5
Lleida	56	3	5	5	5	3	3	3	27	3	5	5	5	4	4	3	29
Mollerussa	10	1	1	2	0	1	0	0	5	0	1	1	1	1	0	1	5
Organyà	10	1	0	1	0	1	1	1	5	0	0	1	1	1	1	1	5
La Pobla de Segur	17	0	1	2	1	1	1	2	8	0	2	2	1	1	1	2	9
Sanaüja	15	0	1	1	2	1	1	2	8	1	1	0	1	1	1	2	7
Solsona	10	0	0	2	1	0	1	1	5	1	1	1	0	0	1	1	5
Tàrrrega	18	1	2	2	2	0	2	1	10	1	1	3	0	1	1	1	8
Térmens	9	0	1	1	0	0	1	1	4	0	1	1	1	0	1	1	5
TOTAL PROVÍNCIA LLEIDA	179	8	14	19	12	9	13	14	89	7	14	17	12	12	13	15	90

Municipi	N total	De 15 a 19	De 20 a 29	De 30 a 39	De 40 a 49	De 50 a 59	De 60 a 69	De 70 i més	Total homes	De 15 a 19	De 20 a 29	De 30 a 39	De 40 a 49	De 50 a 59	De 60 a 69	De 70 i més	Total dones
		Home	Home	Home	Home	Home	Home	Home		Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	Dona	
Cambrils	13	1	1	1	2	0	0	1	6	1	1	2	1	1	0	1	7
Castellvell del Camp	19	1	2	2	2	0	1	2	10	1	1	2	0	1	2	2	9
Constantí	14	1	1	1	1	1	1	1	7	1	2	1	0	1	1	1	7
Corbera d'Ebre	15	1	1	1	1	2	1	1	8	1	1	1	1	2	1	0	7
Flix	14	1	1	1	1	1	0	1	6	1	1	2	1	1	1	1	8
El Perelló	10	0	1	2	1	0	1	0	5	0	1	1	1	0	1	1	5
Reus	47	2	5	5	3	3	3	2	23	2	5	5	3	3	4	2	24
Roda de Barà	11	1	1	0	1	1	1	0	5	1	1	1	1	0	1	1	6
Sant Carles de la Ràpita	20	1	1	2	1	2	2	1	10	0	2	2	2	1	1	2	10
Sant Jaume de Domenys	9	0	1	1	1	0	1	0	4	0	1	1	1	0	1	1	5
Tarragona	54	2	5	5	5	3	3	3	26	3	4	5	6	3	4	3	28
Tortosa	15	1	1	1	1	1	1	1	7	1	1	1	1	1	1	2	8
Ulldecona	17	1	1	2	1	1	1	1	8	1	1	2	1	1	1	2	9
Valls	11	0	1	1	1	0	1	1	5	0	1	1	1	1	1	1	6
El Vendrell	12	1	1	1	1	1	1	0	6	1	1	1	1	0	1	1	6
TOTAL PROVINCIA TARRAGONA	281	14	24	26	23	16	18	15	136	14	24	28	21	16	21	21	145

Com podem veure a la taula, en una tercera etapa se seleccionaven els individus que s'havien d'entrevistar, estratificant-los prèviament a cada municipi seleccionat segons gènere i set grups d'edat.

La selecció de les persones que s'havien d'entrevistar s'ha fet de manera aleatòria a partir de llistes de població procedents de registres centrals o patronals aportats per l'Idescat (Institut d'Estadística de Catalunya).

La distribució territorial de la mostra és la següent:

**Taula 2: Distribució municipal de la població de Catalunya més gran de 15 anys**

Població resident a...	Total població de Catalunya > 15 anys	Homes	Dones
1. Municipis de menys de 2.000 habitants	338.247	171.494	166.753
2. Municipis de 2.001 a 5.000	335.280	166.965	168.315
3. Municipis de 5.001 a 10.000	382.963	189.894	193.069
4. Municipis de 10.001 a 20.000	550.496	271.286	279.210
5. Municipis de 20.001 a 50.000	633.462	309.801	323.661
6. Municipis de 50.001 a 100.000	552.798	270.512	282.286
7. Municipis de 100.001 a 1.000.000	1.076.060	523.299	552.761
8. Barcelona	1.328.303	613.070	715.233
<b>Total</b>	<b>5.197.609</b>	<b>2.516.321</b>	<b>2.681.288</b>

**Taula 3: Distribució municipal de la mostra total de Catalunya**

Població resident a...	Total mostra	Homes	Dones
1. Municipis de menys de 2.000 habitants	190	97	93
2. Municipis de 2.001 a 5.000	198	96	102
3. Municipis de 5.001 a 10.000	225	109	116
4. Municipis de 10.001 a 20.000	227	163	164
5. Municipis de 20.001 a 50.000	376	181	195
6. Municipis de 50.001 a 100.000	328	162	166
7. Municipis de 100.001 a 1.000.000	620	300	320
8. Barcelona	741	343	398
<b>Total</b>	<b>3005</b>	<b>1451</b>	<b>1554</b>

**Taula 4: Percentatge poblacional i mostral segons distribució municipal i per gènere**

Població resident a...	% poblacional			% mostral		
	Total	Homes	Dones	Total	Homes	Dones
1. Municipis de menys de 2.000 habitants			6,2%			
2. Municipis de 2.001 a 5.000	6,5%	6,6%	6,3%	6,6%	6,6%	6,6%
3. Municipis de 5.001 a 10.000	7,4%	7,5%	7,2%	7,5%	7,5%	7,5%
4. Municipis de 10.001 a 20.000	10,6%	10,8%	10,4%	10,9%	11,2%	10,6%
5. Municipis de 20.001 a 50.000	12,2%	12,3%	12,1%	12,5%	12,5%	12,5%
6. Municipis de 50.001 a 100.000	10,6%	10,8%	10,5%	10,9%	11,2%	10,7%
7. Municipis de 100.001 a 1.000.000	20,7%	20,8%	20,6%	20,6%	20,7%	20,6%
8. Barcelona	25,6%	24,4%	26,7%	24,7%	23,6%	25,6%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

**Taula 5: Població de Catalunya per províncies**

Província	Total	Homes	Dones
Barcelona	3.959.777	1.905.697	2.054.080
Girona	447.609	220.386	227.223
Lleida	305.386	151.286	154.100
Tarragona	484.837	238.952	245.885
Total Catalunya	5.197.609	2.516.321	2.681.288

**Taula 6: Distribució provincial de la mostra**

Província	Total	Homes	Dones
Barcelona	2.285	1098	1187
Girona	260	127	133
Lleida	179	89	90
Tarragona	281	136	145
Total Catalunya	3.005	1.451	1.554

**Taula 7: Percentatge poblacional i mostral segons províncies**

Províncies	% poblacional			% mostral		
	Total	Homes	Dones	Total	Homes	Dones
Barcelona			76,61			
Girona	8,61	8,76	8,47	8,61	8,75	8,56
Lleida	5,88	6,01	5,75	5,88	6,13	5,79
Tarragona	9,33	9,50	9,17	9,33	9,37	9,33
<b>Total Catalunya</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

### 2.3. Tipus d'enquesta i estructura del qüestionari

El sistema de selecció dels individus que s'han d'entrevistar a partir d'una llista ha permès la tramesa d'una carta informativa a les persones seleccionades abans de la visita de l'enquestador, per tal d'informar dels objectius de l'estudi i demanar la seva col·laboració.

El tipus d'entrevista ha estat personal –mitjançant enquestadors– i feta al domicili de l'entrevistat, sempre que aquest no preferís ser entrevistat en un altre espai: centre lúdic, lloc de treball...

El **qüestionari** definitiu és dividit en diverses seccions d'acord amb la naturalesa de les preguntes i la situació de la persona entrevistada respecte a l'ús d'Internet, propi i de la llar. L'estructura resultant és la següent:

- A. Dades sociodemogràfiques i context familiar (preguntes 1 a 10)
- B. Formació i llengua (preguntes 11 a 29)
- C. Situació laboral i professional (preguntes 30 a 52)
- D. Activitats quotidianes i ocupació del temps (preguntes 53 a 62)
- E. Dotació tecnològica a la llar (preguntes 63 a 73)
- F. Utilització d'Internet (preguntes 74 a 86)
- G. Relacions personals i sociabilitat (preguntes 87 a 124)
- H. Identitat (preguntes 125 a 139)
- I. Desenvolupament personal... (preguntes 140 a 156)
- J. USUARIS: Formes d'ús d'Internet (preguntes 157 a 169, només per a usuaris d'Internet)
- K. NO USUARIS (preguntes 170 a 173, sobre el coneixement d'Internet per part dels no usuaris)
- L. Nivell d'ingressos (pregunta 174)

Full d'observació (a omplir per l'enquestador un cop acabada l'entrevista):

- Dades sobre les condicions de l'entrevista
- Dades sobre l'habitatge i l'entorn on viu la persona entrevistada



### 3. Calendari

El calendari de realització comprèn diferents fases. Durant els mesos anteriors a l'inici del treball de camp es van preparar els materials necessaris. La realització d'entrevistes va començar el dia 4 de febrer del 2002 i es va acabar el dia 21 de maig del 2002. Paral·lelament al procés de realització d'enquestes es va procedir a la revisió dels qüestionaris omplerts, el control dels enquestadors i la codificació i enregistrament de les dades obtingudes.

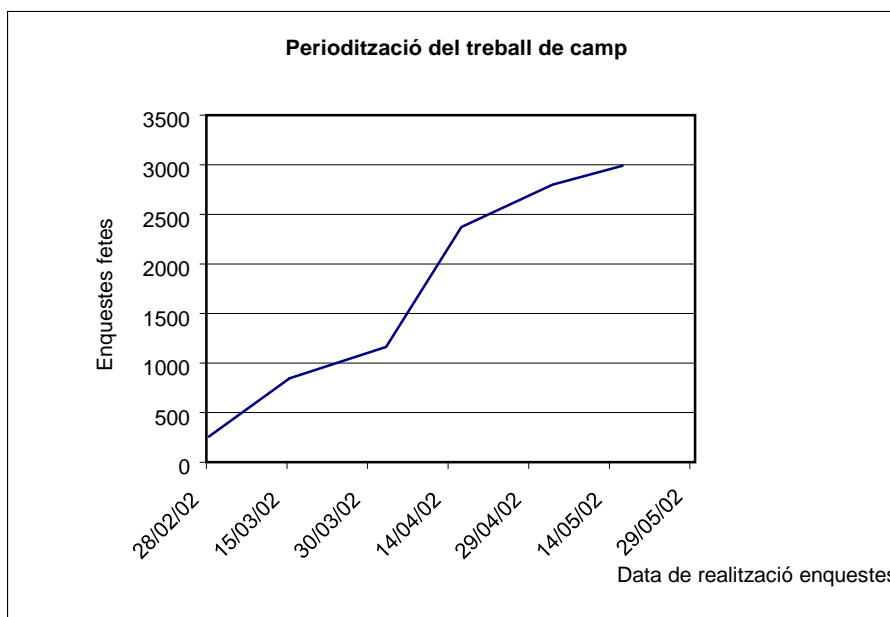
#### PERIODITZACIÓ

25/01/02 i 28/01/02	Preparació de l'enviament de les cartes (edició de les etiquetes amb les llistes de l'Idescat, publitramesa...)
31/01/02 i 01/02/02	Formació dels entrevistadors
04/02/02	Inici del treball de camp
08/02/02	Recepció dels primers qüestionaris, primeres revisions i primeres trucades
26/02/02	Inici de la codificació
10/04/02	Inici de l'enregistrament de les dades
22/04/02	Primeres llistes d'inconsistències sorgides de l'enregistrament de les primeres dades

Cal destacar algunes dates del procés de producció per a poder tenir una idea de la trajectòria seguida en el treball de camp, i l'esforç fet per part de tots a partir del 20 de març per a poder acabar la producció d'enquestes dins dels terminis fixats a partir d'aquesta data.

**Taula 8: Periodització del treball de camp**

Data realització enquesta	Enquestes fetes	Percentatge acumulat
28/02/02	257	8,55%
15/03/02	845	28,12%
02/04/02	1163	38,70%
16/04/02	2370	78,87%
03/05/02	2800	93,18%
16/05/02	2990	99,50%
Total	enquestes 3005	100,00%
29/05/02		



## 4. Desenvolupament del treball de camp

### 4.1. Organització del treball

L'equip necessari per a la realització del treball de camp va ser seleccionat entre els col·laboradors habituals de l'IERMB. Aquestes persones van rebre un curs de formació per a formar-los en els conceptes, criteris i estructura del qüestionari. Durant aquest curs es va fer lliurament del manual d'instruccions per als enquestadors i models del qüestionari per tal que practiquessin amb gent coneguda i poder, així, detectar i solucionar problemes de comprensió i criteris.

En el moment de realitzar les entrevistes a les persones seleccionades l'enquestador portava una fitxa de control de mostra per a cada entrevista que havia de fer, en la qual constava el nom, l'adreça de la persona que s'havia d'entrevistar, el sexe, el grup d'edat i el municipi de residència. En aquesta fitxa s'havien de fer constar totes les incidències fins a l'obtenció de l'entrevista, des de les hores en què s'havia visitat el domicili de l'entrevistat, el dia de cita si s'havia concertat prèviament o el motiu pel qual aquella persona no podia o no volia participar en l'estudi.

Cada enquestador tenia inicialment una zona assignada, que s'anava ampliant o modificant d'acord amb el desenvolupament del procés de treball de camp i de la productivitat del conjunt dels enquestadors.

## 4.2. Motius de substitució de les persones seleccionades

Quan l'entrevista no es podia fer a la persona designada inicialment es va establir un sistema de substitucions aleatori, en què les variables que calia controlar eren el sexe, el grup d'edat i la zona concreta de residència (municipi).

La decisió de donar un substitut era presa pels responsables de la coordinació del treball de camp considerant els motius següents:

**Il·localitzable:** quan la persona seleccionada no es localitzava després d'insistir les vegades pertinents segons instruccions rebudes per l'enquestador. El nombre de cops que calia anar a un domicili per tal de contactar amb l'enquestat es va fixar, en un principi, en cinc, considerant que cada vegada s'hi havia d'anar en dies i moments del dia diferents (matí, tarda i vespre) i, si podia ser, un d'aquests dies havia de coincidir amb cap de setmana (dissabte). Posteriorment, cap a final de març i per tal d'agilitar el treball dels enquestadors, es va reduir a tres el nombre de cops que calia visitar un domicili abans de considerar il·localitzable la persona que s'havia d'entrevistar i, per tant, procedir a substituir-la.

**Canvi de domicili:** quan la persona seleccionada ja no vivia al domicili que constava en una llista per haver-se traslladat a una altra adreça.

**Absència prolongada:** l'enquestat era temporalment fora per motius de treball, estudi, etc. i no es podia contactar amb ell durant el termini del treball de camp segons informació d'algun membre de la llar.

**Defunció** de la persona seleccionada.

**Negativa:** quan la persona que s'havia d'entrevistar es negava a rebre l'enquestador o a contestar l'entrevista.

**Estrangers sense idioma:** quan la persona que s'havia d'entrevistar no parlava cap de les llengües requerides pels enquestadors, català i castellà, i, per tant, no hi havia manera de fer l'entrevista de forma correcta.

**Adreça insuficient:** quan l'adreça de l'enquestat no existia o per falta d'alguna informació no es podia localitzar el domicili de la persona que s'havia d'entrevistar.

**Altres motius específics:** en aquesta categoria s'han inclòs motius com ara que la persona seleccionada estigués incapacitada per a contestar l'enquesta.

En aquest informe es presenten les estadístiques corresponents als motius de substitució dels titulars de la mostra.

### 4.3. Control de qualitat i supervisió d'enquestadors

Al llarg del treball de camp s'han anat realitzant diversos controls pel que fa tant a la qualitat de la informació recollida com a la correcta selecció d'entrevistats i realització d'enquestes, per a la qual cosa, i per tal de facilitar el treball de supervisió, es demanava el número de telèfon de la persona entrevistada en acabar l'enquesta.

Així, s'han revisat el 100% dels qüestionaris lliurats comprovant que s'havien fet totes les preguntes, que s'havien respectat els criteris establerts en el disseny mostral (grup d'edat, gènere i territori) i que s'havien consignat correctament les respostes.

Si es detectava alguna errada, es procedia a fer una consulta telefònica per a poder completar aquesta dada o aclarir alguna incoherència. En algunes ocasions, una explicació més detallada de l'enquestador era prou aclaridora.

Al mateix temps, s'ha procedit a fer un control sistemàtic dels enquestadors i de la realització de les entrevistes. Els aspectes que es controlaven han estat els següents:

- Identitat del subjecte entrevistat
- Realització de totes les preguntes del qüestionari
- Comprovació d'algunes dades concretes del qüestionari

Aquest control, que en principi es va començar a fer de manera sistemàtica a tres de cada deu entrevistes (tretes aleatòriament per tal d'inspeccionar tots els enquestadors), va ser substituït per un tipus de control més enfocat a corregir les incidències que en la supervisió dels qüestionaris s'anaven detectant (preguntes no contestades, inconsistències en les respostes...), al mateix temps que es va intensificar en els enquestadors que per motius diversos crèiem més necessari controlar. Tot i així es va posar un interès especial que tots els enquestadors fossin controlats segons la seva producció com a mínim en un 10% i en alguns casos el control arriba fins a un 80%, com es pot veure en el resum d'estadístiques presentat a l'annex 3.

En total les entrevistes controlades han estat 1.017, és a dir, un 34% de la mostra total.

Cal dir que l'únic fet per destacar d'aquest control telefònic ha estat la necessitat d'ajustar l'horari del personal de verificació i control per tal de poder fer les trucades a hores del migdia i tarda-vespre i poder localitzar els entrevistats que treballen tot el dia fora del seu domicili. S'ha

desestimat el control dels qüestionaris que després d'haver trucat 4 cops no havia estat possible contactar amb l'entrevistat.

#### 4.4. El procés de codificació

Per a poder fer el tractament de les dades s'han identificat les variables directament a partir de les preguntes del qüestionari. El manual d'instruccions que s'ha emprat per a la codificació del qüestionari (*Manual de codificació*) està disponible per a qualsevol persona que el vulgui consultar.

De la mateixa manera que es controlaven els processos de realització d'entrevistes, també es va controlar el procés de codificació a mesura que s'anava fent.

Per tal d'assegurar la fiabilitat de les dades i minimitzar les possibilitats d'errors al llarg de tots els processos de tractament de la informació –des de la recollida fins l'enregistrament informàtic–, s'ha procedit a la realització d'una anàlisi d'inconsistències.

#### 4.5. Mostra treballada i mostra realitzada

El total de persones amb qui s'ha contactat (mostra treballada) per a obtenir les 3.005 entrevistes (mostra realitzada) ha estat de 6.380, la qual cosa vol dir que per a fer una entrevista s'ha hagut de contactar amb 2,1 persones, proporció que es pot considerar bona per a aquest tipus d'enquesta. De fet, i com s'explica al punt 5.2, un percentatge elevat dels titulars amb qui no s'ha contactat ha estat a causa de deficiències derivades de la mobilitat de la població i dels dèficits en la informació censal a partir de la qual s'obté la mostra.

**Taula 9. Mostra treballada i mostra realitzada**

Total mostra realitzada	3.005 persones
Total mostra treballada	6.380 persones
% mostra realitzada/mostra treballada	47,1 %
Nre. de persones amb qui s'ha contactat per a entrevista realitzada	2,1 persones

A la taula següent es pot veure que el 42% de les entrevistes han estat fetes a les persones seleccionades inicialment, és a dir, als titulars de la mostra i el 31%, al primer suplent. Així, doncs, el 73% de les entrevistes ha estat fet al titular o al primer suplent.

#### **Taula 10: Distribució de les entrevistes fetes segons nombre de substitució de la persona seleccionada**

	Mostra realitzada	% s/ mostra realitzada	Mostra treballada	% s/ mostra treballada
Titular	1.265	42,1	1.265	19,8
1r. suplent	944	31,4	1.888	29,6
2n. suplent	393	13,1	1.179	18,5
3r. suplent	184	6,1	736	11,5
4t. suplent	84	2,8	420	6,6
5è. suplent	55	1,8	330	5,2
6è. suplent i més	80	2,7	560	8,8
Total	3.005	100,0	6.378	100,0

#### 4.6. Caracterització dels motius de substitució

A la taula següent es pot veure el nombre de persones seleccionades que no han pogut o no han volgut contestar l'enquesta segons els motius que manifestaven. Aquests, de fet, es troben molt concentrats (6 de cada 10) en aspectes aliens al treball de camp, com són els il·localitzables, canvi de domicili, adreça insuficient, absència prolongada i defunció de la persona que calia entrevistar. D'altra banda, tenim les persones seleccionades que s'han negat a contestar l'enquesta pròpiament i que representen el 33,1% respecte als 1.740 titulars que s'han hagut de substituir.

**Taula 11: Distribució de les enquestes no fetes a titulars segons el motiu de substitució d'aquest**

	Casos	% s/ casos
Il·localitzable	453	26,0
Canvi domicili	365	21,0
Adreça insuficient	106	6,1
Absència prolongada	2.881	4,7
Defunció	28	1,6
Negativa	576	33,1
Estrangers sense idioma	106	6,1
Altres motius específics	77	4,4
Motiu no indicat	53	3,0
Total suplències del titular	1.740	100,0



<b>110. Vostè és d'alguna associació, club, ONG, sindicat, partit o qualsevol altra entitat associativa?</b>	1. Sí    ⇒ Quina? _____ 2. No
<b>155. A quin canal de televisió mira les notícies amb més freqüència?</b>	  

SEGUIMENT			
DIA	HORA	PERSONA DE CONTACTE	SITUACIÓ

OBSERVACIONS



## Resum d'estadístiques de control telefònic

Enquestador	Qüestionaris fets		Qüestionaris trucats	
	Núm.	Percentatge	Núm.	Percentatge
1	45	1,50	13	28,89
3	160	5,32	20	12,50
4	86	2,86	8	9,30
5	10	0,33	5	50,00
6	220	7,32	36	16,36
7	170	5,66	22	12,94
8	13	0,43	2	15,38
9	43	1,43	6	13,95
10	21	0,70	5	23,81
11	67	2,23	3	4,48
12	303	10,08	30	9,90
13	2	0,07	1	50,00
14	106	3,53	18	16,98
15	2	0,07	1	50,00
16	3	0,10	2	66,67
17	10	0,33	3	30,00
18	14	0,47	4	28,57
19	228	7,59	38	16,67
20	40	1,33	7	17,50
24	36	1,20	9	25,00
27	18	0,60	3	16,67
28	9	0,30	3	33,33
29	43	1,43	9	20,93
30	58	1,93	14	24,14
31	69	2,30	19	27,54
32	76	2,53	10	13,16
33	40	1,33	15	37,50
34	57	1,90	15	26,32
35	4	0,13	1	25,00
100	80	2,66	64	80,00
101	25	0,83	18	72,00
102	22	0,73	19	86,36
103	15	0,50	7	46,67
104	35	1,16	19	54,29
105	43	1,43	35	81,40
106	46	1,53	23	50,00
107	27	0,90	19	70,37
108	26	0,87	22	84,62
109	32	1,06	24	75,00
110	33	1,10	25	75,76
111	26	0,87	18	69,23
112	18	0,60	11	61,11
113	27	0,90	14	51,85
114	31	1,03	22	70,97
115	12	0,40	6	50,00
116	38	1,26	20	52,63

Enquestador	Qüestionaris fets		Qüestionaris trucats	
	Núm.	Percentatge	Núm.	Percentatge
117	35	1,16	16	45,71
118	17	0,57	10	58,82
119	37	1,23	18	48,65
120	36	1,20	22	61,11
121	25	0,83	17	68,00
122	40	1,33	19	47,50
123	17	0,57	11	64,71
124	73	2,43	43	58,90
125	23	0,77	10	43,48
200	213	7,09	162	76,06
Total	3005	100,00	1020	33,94

## Resum d'estadístiques de treball de camp

### Taules de realització de l'enquesta a titulars o suplents per províncies

#### Total mostra

T/S	Freqüència	Percentatge
T	1265	42,10%
S1	944	31,41%
S2	393	13,08%
S3	184	6,12%
S4	84	2,80%
S5	55	1,83%
S6 i més	80	2,66%
Total	3005	100,00%

#### Província de Barcelona

T/S	Freqüència	Percentatge
T	945	41,36%
S1	731	31,99%
S2	316	13,83%
S3	142	6,21%
S4	62	2,71%
S5	38	1,66%
S6 i més	51	2,23%
Total	2285	100,00%

#### Província de Girona

T/S	Freqüència	Percentatge
T	101	38,85%
S1	75	28,85%
S2	33	12,69%
S3	13	5,00%
S4	8	3,08%
S5	13	5,00%
S6 i més	17	6,54%
Total	260	100,00%

#### Província de Lleida

T/S	Freqüència	Percentatge
T	79	44,13%
S1	51	28,49%
S2	18	10,06%
S3	13	7,26%
S4	7	3,91%
S5	3	1,68%
S6 i més	8	4,47%
Total	179	100,00%

#### Província de Tarragona

T/S	Freqüència	Percentatge
T	140	49,82%
S1	87	30,96%
S2	26	9,25%
S3	16	5,69%
S4	7	2,49%
S5	1	0,36%
S6 i més	4	1,42%
Total	281	100,00%

T: enquesta feta al titular

S1: enquesta feta al suplent 1

S2: enquesta feta al suplent 2

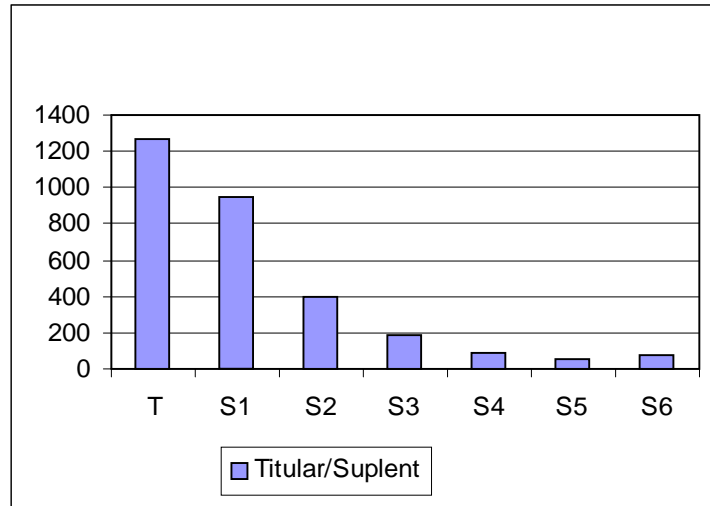
S3: enquesta feta al suplent 3

S4: enquesta feta al suplent 4

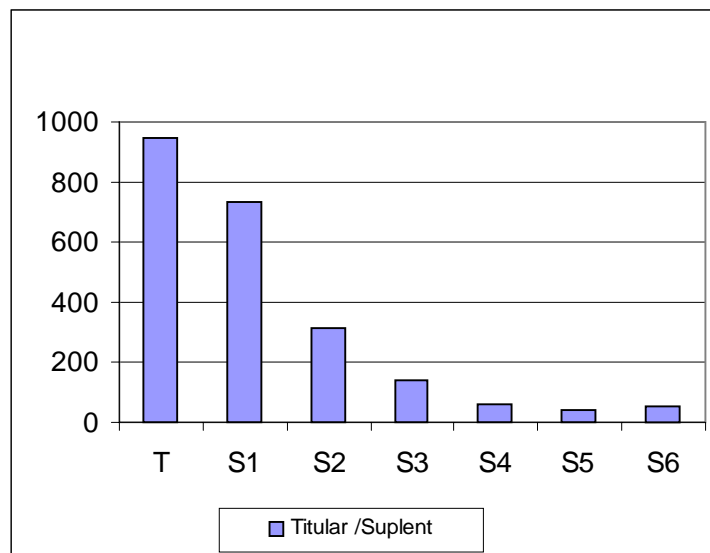
S5: enquesta feta al suplent 5

S6: enquesta feta al suplent 6 o més

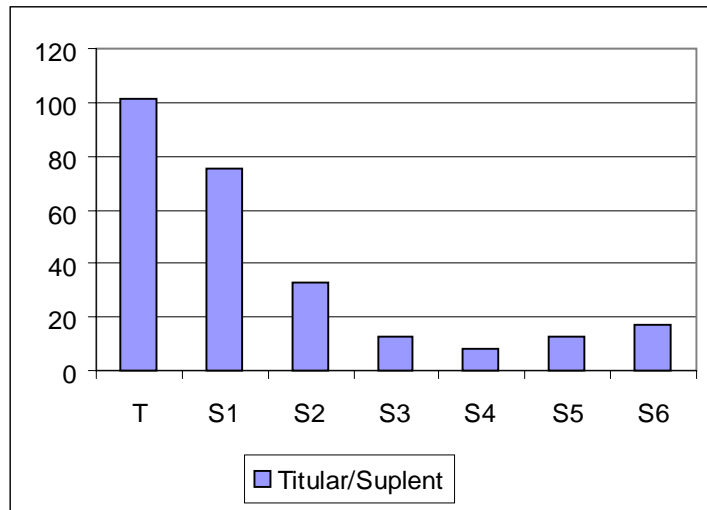
### Total Catalunya



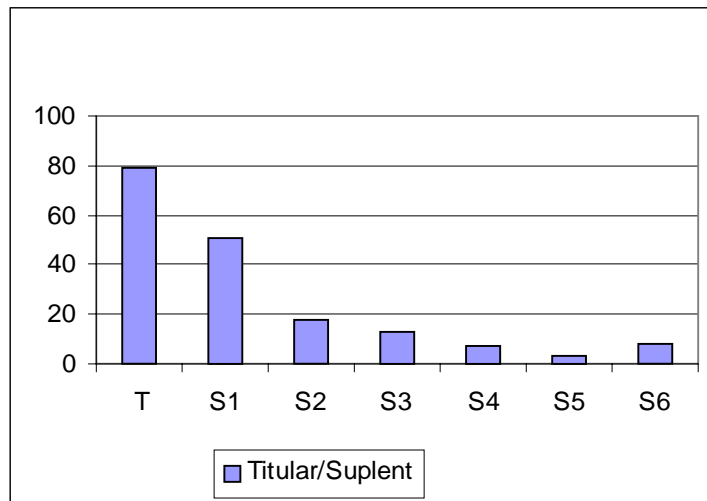
### Província de Barcelona



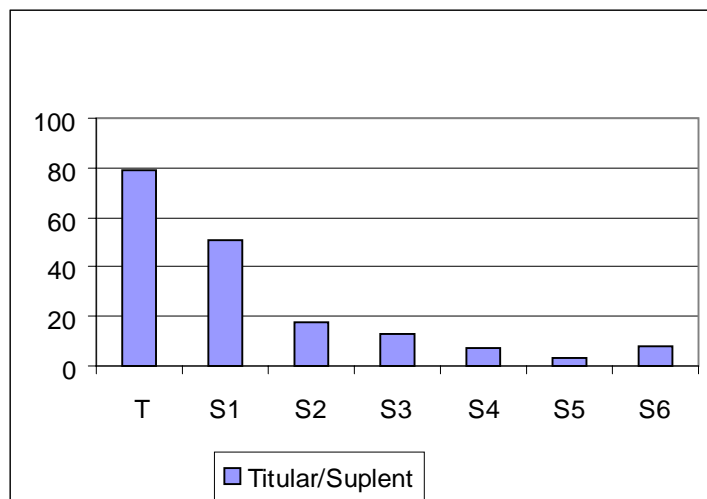
**Província de Girona**



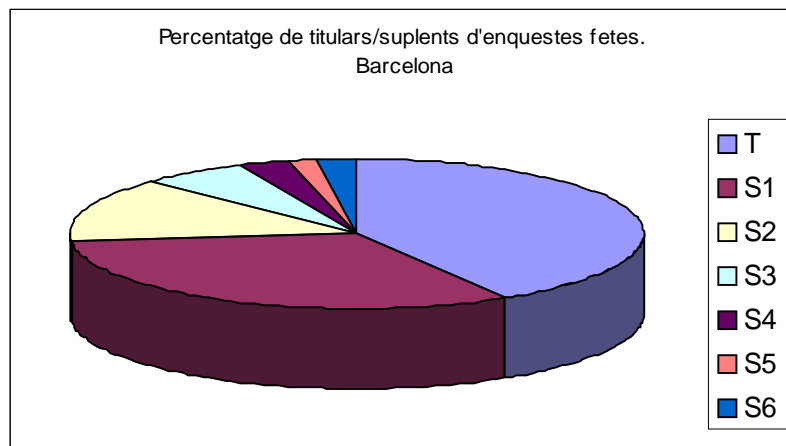
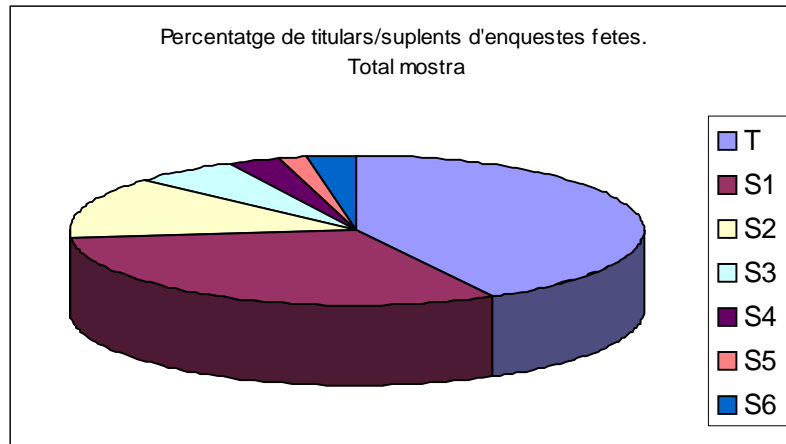
**Província de Lleida**

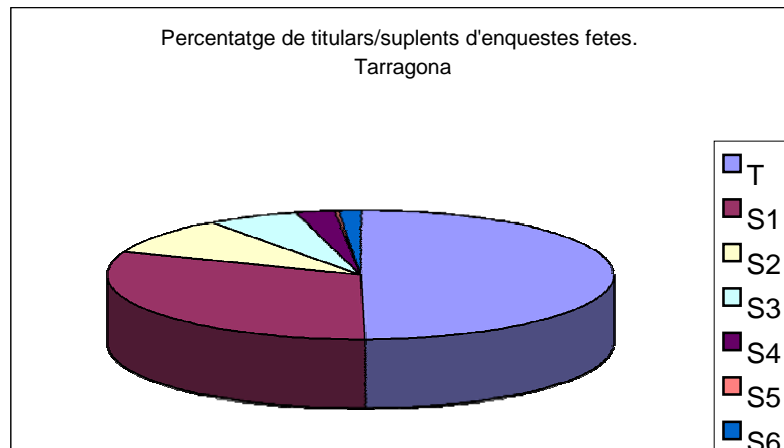
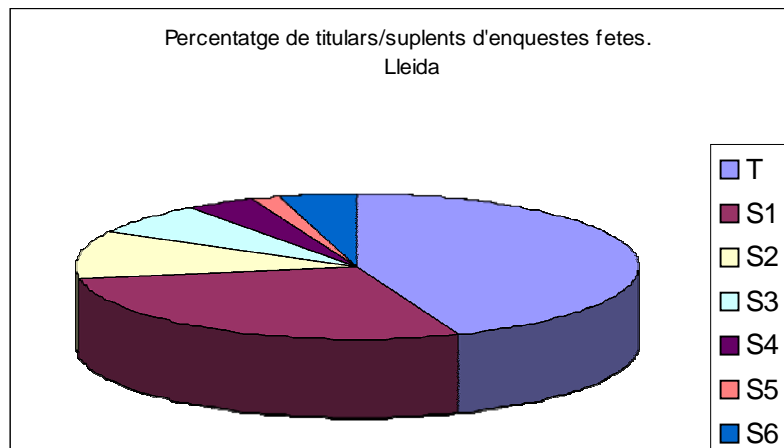
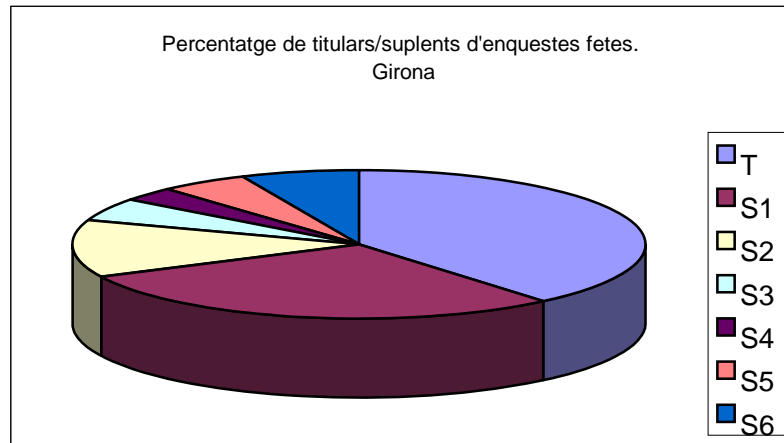


**Província de Tarragona**



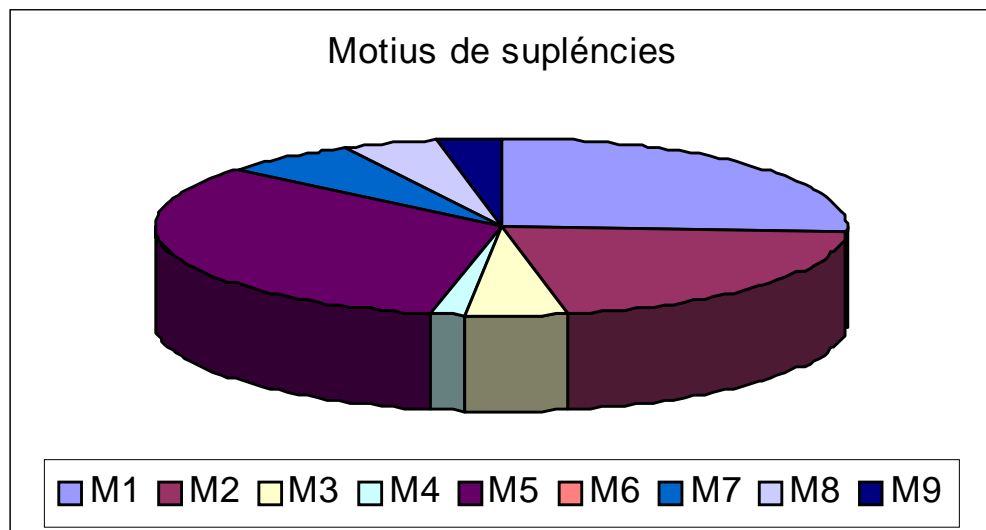
### Percentatge d'enquestes fetes a titulars o suplents per províncies





### Principals motius de suplència de la persona titular

Motius de suplència	Freqüència	Percentatge
M1.- Il· localitzable	453	26%
M2.- Canvi de domicili	365	21%
M3.- Absència prolongada	81	5%
M4.- Defunció	28	2%
M5.- Negativa	576	33%
M6.- Estrangers sense idioma	1	0%
M7.- Adreça insuficient, il· localitzable (casa, carrer...)	106	6%
M8.- Altre motiu específic	77	4%
M9.- motiu no indicat	53	3%
Total suplències de titulars	1740	100%





# Annex 2

---

**QÜESTIONARIS**



## La població de Catalunya en la societat de la informació'2002

Qüestionari número	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Província	<input type="text"/> <input type="text"/>
Municipi	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Codi postal	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Districte municipal	<input type="text"/> <input type="text"/>
Secció censal	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Data de realització	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Hora d'inici	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Hora de finalització	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Enquestador	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Titular	<input type="text"/> <input type="text"/>
Codificador	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Data de codificació	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>


## A. Dades sociodemogràfiques i context familiar

0. Amb quina llengua –català o castellà– se sent més còmode per fer l'entrevista?

1. Català    2. Castellà    3. Li és absolutament igual ⇒ *trieu alternativament català / castellà*

Per començar l'entrevista li farem un seguit de preguntes referides a vostè i a les persones que viuen en aquesta casa.

1. En primer lloc, digui'ns si us plau, quantes persones viuen en aquesta casa de manera habitual. *Enquestador: comptant-hi la persona entrevistada*

Nombre de persones a la llar: \_\_\_\_\_ 

En relació a les persones que viuen amb vostè, ens pot dir... ?

	Persona entrevistada	Cap de família	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9
<p><b>2. Quina és la relació de parentiu d'aquestes persones amb el o la cap de família de la llar?</b>  <i>Enquestador: anoteu la resposta començant sempre per la persona entrevistada</i></p> <p>1. Cap de família    6. Nét o néta            2. Espòs/a o parella    7. Germà o germana            3. Fill o filla    8. Altres familiars            4. Pare/mare Sogre/a    9. Altres no familiars            5. Avi o àvia</p>		1									
<p><b>3. Aquesta persona és home o dona?</b></p> <p>1. Home            2. Dona</p>											
<p><b>4. Quin és l'any de naixement, de cadascuna d'aquestes persones?</b>  <i>Enquestador: anoteu l'any de naixement de cada membre de la llar</i></p>											




### A omplir posteriorment

	Persona entrevistada	Cap de família	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9
<b>68. Qui va decidir instal.lar Internet</b>											
<b>75. Qui utilitza Internet o correu electrònic a casa</b>											
<b>76. Menor de 15 anys principal usuari</b>											
<b>158. A qui acudeix quan necessita ajut amb Internet</b>											

**5. Quin és el seu estat civil de fet?**

1. Solter/a
2. Emparellat/da
3. Casat/da
4. Separat/da de fet
5. Divorciat/da
6. Vidu/a







**6. On va néixer vostè?**

1. Al mateix municipi de residència actual ⇒ *passeeu a pregunta 8*
2. A un altre municipi de Catalunya *Especifiqueu municipi:* \_\_\_\_\_  ⇒ *passeeu a pregunta 8*
3. A la resta d'Espanya. *Especifiqueu província:* \_\_\_\_\_ 
4. A l'estranger. *Especifiqueu país:* \_\_\_\_\_ 

**7. Quin any va arribar a Catalunya?**

Any: \_\_\_\_\_ 


**8. On van néixer el seu pare i la seva mare?**

	Pare	Mare
1. Al mateix municipi de residència de la persona entrevistada		
2. A un altre municipi de Catalunya. <i>Especifiqueu municipi</i>	_____ 	_____ 
3. A la resta d'Espanya. <i>Especifiqueu província</i>	_____ 	_____ 
4. A l'estranger. <i>Especifiqueu país</i>	_____ 	_____ 

**9. En els darrers 5 anys, ha viscut vostè durant més de 3 mesos en un lloc diferent de l'actual?**

1. Sí
2. No ⇒ *passeeu a pregunta 11*

**10. On va viure abans?** *Enquestador: si ha viscut en diversos llocs assenyalau només l'últim (dels 5 anys)*

1. En un altre domicili del mateix barri de residència actual
2. En un altre barri del mateix municipi
3. En un altre municipi de Catalunya
4. En un altre municipi de la resta d'Espanya
5. En un altre país. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_ 

## B. Formació i llengua




### 11. Quina és la seva llengua?

1. Català
2. Castellà
3. Ambdues per igual
4. Una altra. *Especifiqueu-la:* \_\_\_\_\_ 

### 12. Quina llengua empra habitualment per parlar amb els qui viuen a casa seva? *Enquestador: anoteu la resposta (amb una creu) a la taula adjunta*

### 13. Quina llengua empra principalment a la seva feina? *Enquestador: Ídem*


### 14. I quina llengua empra principalment amb els seus amics? *Enquestador: Ídem*

	12. Casa seva	13. Feina	14. Amics
0. NP ( <i>viu sol/a, no treballa, no té amics, etc.</i> )			
1. Català			
2. Castellà			
3. Ambdues per igual			
4. Una altra. <i>Especifiqueu-la.</i>			

### 15. Quin és el seu nivell de coneixement del català? I del castellà? I de l'anglès?







	1. Català	2. Castellà	3. Anglès
1. El parla i l'escriu amb fluïdesa			
2. El parla però no l'escriu			
3. No el parla però ho entén			
4. No l'entén			

### 16. Quin és el seu nivell màxim d'estudis acabats?

01. No sap llegir ni escriure ⇒ *passeeu a pregunta 18*
02. No té estudis però sap llegir i escriure ⇒ *passeeu a pregunta 18*
03. Primària incompleta (*6è d'EGB, ingrés o similar*) ⇒ *passeeu a pregunta 18*
04. Primària completa (*batxillerat elemental, EGB, graduat, ESO*) ⇒ *passeeu a pregunta 18*
05. Secundària (*batxillerat superior, BUP, COU, PREU, batxillerat pla nou*)
06. FPI, FP grau mitjà, oficialia industrial o equivalent
07. FP II, FP grau superior, mestratge industrial o equivalent
08. Estudis universitaris de grau mitjà: *Diplomatura*
09. Estudis universitaris de grau superior: *Llicenciatura*
10. Estudis universitaris de tercer cicle: *Doctorat*
11. Una altra possibilitat. *Especifiqueu-la:* \_\_\_\_\_ 

*Normes per a les persones seleccionades que tenen un nivell d'estudis màxim de batxillerat, estudis professionals o estudis universitaris*

### 17. Ens acaba de dir que vostè ha cursat estudis reglats fins a ..... (*Batxillerat, FP o estudis universitaris*), ens podria dir quina especialitat o carrera ha fet? Si n'ha fet més d'una carrera assenyali-les totes.








<i>Batxillerat</i>	<i>Estudis professionals (FP, cicles formatius i similars)</i>	<i>Estudis universitaris</i>
1. Ciències / tecnològic	_____ 	De grau mitjà: _____ 
2. Lletres / humanitats / artístic	_____ 	De grau superior: _____ 
3. Ciències socials / de la salut	_____ 	_____ 

**18. Actualment, està realitzant algun tipus d'estudis reglats (ESO, batxillerat, cicles formatius o estudis universitaris)?**

1. Sí
2. No ⇒ *passeeu a pregunta 25*

*Només per a les persones que actualment realitzen estudis reglats*

**19. Quin tipus d'estudis reglats realitza actualment?**

1. Educació secundària obligatòria (ESO)
2. Batxillerat *Especifiqueu especialitat:* \_\_\_\_\_ 
3. Cicles formatius de grau mitjà *Especifiqueu especialitat:* \_\_\_\_\_ 
4. Cicles formatius de grau superior *Especifiqueu especialitat:* \_\_\_\_\_ 
5. Estudis universitaris de grau mitjà (*diplomatura*). *Especifiqueu carrera:* \_\_\_\_\_ 
6. Estudis universitaris de grau superior (*llicenciatura*). *Especifiqueu carrera:* \_\_\_\_\_ 
7. Estudis universitaris de 3er cicle (*doctorat*) *Especifiqueu carrera:* \_\_\_\_\_ 
8. Estudis reglats d'un altre tipus. *Especifiqueu:* \_\_\_\_\_ 

**20. Utilitza el correu electrònic o Internet al seu centre de formació?**

1. Sí
2. Hi té accés però no l'utilitza mai ⇒ *passeeu a pregunta 23*
3. No hi té accés ⇒ *passeeu a pregunta 23*

**21. Amb quina freqüència utilitza el correu electrònic al seu centre de formació?**

**Amb quina freqüència utilitza Internet?**

	Correu electrònic	Internet / web
1. Sí, més de 5 cops al dia		
2. Sí, entre 1 i 4 cops al dia		
3. Sí, almenys un cop per setmana		
4. Sí, almenys un cop al mes ⇒ <i>passeeu a pregunta 23</i>		
5. Sí, almenys un cop l'any ⇒ <i>passeeu a pregunta 23</i>		
6. Mai ⇒ <i>passeeu a pregunta 23</i>		

**22. Aproximadament, quantes hores setmanals passa de mitjana amb el correu electrònic i Internet al seu centre de formació?**

\_\_\_\_\_ hores

*Per a totes les persones que actualment fan estudis reglats*

**23. Quantes hores setmanals dedica vostè de mitjana als estudis en una setmana normal, tot comptant les hores que realitza a casa seva de manera habitual?****24. I quantes hores setmanals dedica de mitjana als desplaçaments de casa al centre de formació, tot comptant l'anada i la tornada?**

1. Nombre d'hores setmanals dedicades als estudis \_\_\_\_\_ hores
  2. Nombre d'hores setmanals de desplaçament casa-centre d'estudis \_\_\_\_\_ hores
- Enquestador: nombre total d'hores setmanals* \_\_\_\_\_ hores

**Per a totes les persones entrevistades**

**25. Ha realitzat en els darrers 2 anys alguna mena de curs no reglat o curset encaminat a millorar la seva capacitat tècnica o personal? En cas afirmatiu, ha estat presencial o per Internet?**

1. Sí, presencial
2. Sí, per Internet
3. Sí, uns presencials i uns altres per Internet
4. Una altra situació. *Especifiqueu-la:* \_\_\_\_\_
5. No ⇒ *passeeu a pregunta 27*

**26. Quin tipus de cursos o curssets ha realitzat en els darrers 2 anys?**

	1. Sí	2. No
01. Màster o curs de postgrau. <i>Especifiqueu especialitat.</i>	✍	
02. D'Internet i/o d'informàtica		
03. D'idiomes. <i>Especifiqueu quin.</i>	✍	
04. Un altre curs de reciclatge professional. <i>Especifiqueu-lo.</i>	✍	
05. Un altre tipus de curs o curset. <i>Especifiqueu-lo.</i>	✍	

**27. I durant la setmana passada, ha realitzat alguna d'aquestes activitats?**

	1. Sí	2. No
1. Ha vist algun dels següents programes de TV: Aleph, Grandes documentales, Horizontes, National Geographic, Paisatges de la terra, Planeta terra, Punt Omega, Segle XX o Universitat Oberta		
2. Ha visitat pàgines web relacionades amb la seva feina, professió o estudis		
3. Ha consultat llibres, revistes especialitzades o documentació sobre temes relacionats amb la seva professió o estudis		
4. Ha llegit llibres relacionats amb la seva professió o estudis		

**28. Al llarg de l'any 2001, ha assistit a congressos, conferències, simpòsiums, etc. relacionats amb la seva professió o els seus estudis?**

1. Sí
2. No




**29. Al llarg de l'any 2001, ha tingut vostè (o la seva família en vostè) despeses en concepte de formació no reglada? S'hi inclouen cursos, curssets i participació en congressos o similars, però s'exclouen els estudis reglats i les despeses de llibres.**

1. Sí
2. No



## C. Situació laboral i professional

### 30. Quina és la seva situació d'activitat?

1. Treballa a temps complet ⇒ *passeeu a pregunta 32*
2. Treballa a temps parcial ⇒ *passeeu a pregunta 32*
3. Aturat amb subsidi. *Especifiqueu nombre de mesos ininterromputs en atur* \_\_\_\_\_  mesos
4. Aturat sense subsidi. *Especifiqueu nombre de mesos ininterromputs en atur* \_\_\_\_\_  mesos
5. Jubilat/da
6. Dedicació exclusiva a les tasques de la llar
7. Estudiant
8. Incapacitat/da o invalidesa permanent
9. Una altra situació. *Especifiqueu-la:* \_\_\_\_\_ 

*Només per a les persones que actualment no treballen*

### 31. Malgrat que ens ha indicat que no treballa remuneradament en l'actualitat, ens pot dir si havia treballat abans?

1. Sí
2. No ⇒ *passeeu a pregunta 36*

*Només per a les persones que treballen actualment o han treballat anteriorment (última feina realitzada)*

### 32. Quina és (o era) l'activitat principal de l'empresa on treballa (o treballava) vostè?

\_\_\_\_\_ 


### 33. Quina feina concreta fa (o feia) en aquesta empresa?

\_\_\_\_\_ 

### 34. Quantes persones treballen en l'empresa o organització on vostè treballa (o treballava)?

1. Treballa sol/a
2. De 2 a 10 treballadors
3. D'11 a 20 treballadors
4. De 21 a 50 treballadors
5. Més de 50 treballadors



### 35. Quina categoria professional té (o tenia) a la seva empresa?

1. Empresari amb assalariats
2. Empresari sense assalariats
3. Autònom amb assalariats
4. Autònom sense assalariats
5. Professional liberal
6. Tècnic superior
7. Tècnic mitjà
8. Personal administratiu i comercial
9. Dependents i treballadors del comerç
10. Altres treballadors dels serveis
11. Capatassos i encarregats
12. Obrers de la indústria i de la construcció qualificats
13. Obrers de la indústria i de la construcció no qualificats
14. CSE (Cossos de Seguretat de l'Estat)
15. Una altra. *Especifiqueu-la:* \_\_\_\_\_ 

*Per a totes les persones entrevistades*

**36. Ens pot dir quina categoria professional té (o tenia) el seu pare.**

*Si la persona entrevistada o el seu pare no és el cap de família, quina és o era la categoria del cap de família de la llar?*


	Pare	Cap de família
1. Empresari amb assalariats		
2. Empresari sense assalariats		
3. Autònom amb assalariats		
4. Autònom sense assalariats		
5. Professional liberal		
6. Tècnic superior		
7. Tècnic mitjà		
8. Personal administratiu i comercial		
9. Dependents i treballadors del comerç		
10. Altres treballadors dels serveis		
11. Capatassos i encarregats		
12. Obrers de la indústria i de la construcció qualificats		
13. Obrers de la indústria i de la construcció no qualificats		
14. CSE (Cossos de Seguretat de l'Estat)		
15. Una altra. <i>Especifiqueu-la.</i>		

*Si la persona entrevistada no treballa actualment*

⇒ *passeeu a pregunta 53*

*Només per a les persones que treballen actualment*

**37. Quin tipus de contracte té vostè a la seva feina?**

1. És funcionari/a
2. Contracte indefinit
3. Contracte temporal
4. Treballa sense contracte
5. Treballa pel seu compte (autònoms, empresaris, professionals liberals)
6. Una altra relació contractual. *Especifiqueu-la:* \_\_\_\_\_ 

**38. Quant de temps porta en aquesta feina?**

\_\_\_\_\_ mesos, \_\_\_\_\_ anys  
 Si fa cinc anys o més ⇒ *passeeu a pregunta 41*

**39. A quantes empreses diferents ha treballat en els últims 5 anys?** *Enquestador: comptant-t'hi l'actual*

\_\_\_\_\_ empreses

**40. Quantes vegades s'ha trobat en atur en els últims 2 anys?**

\_\_\_\_\_ vegades en atur

**41. En els últims 2 anys, ha tingut vostè algun tipus de promoció professional a la seva feina?**

1. Sí
2. No

**42. En aquests 2 anys, li han pujat el sou més enllà del que li pertocava per conveni?**

1. Sí
2. No

**43. Si compara la feina que vostè realitzava fa 2 anys amb la que fa ara, creu que en l'actualitat utilitza més o menys coneixements tècnics?**

1. Més coneixements tècnics
2. Els mateixos
3. Menys coneixements tècnics
8. Llavors no treballava

**44. A l'empresa on vostè treballa, disposen de connexió a Internet?**

1. Sí
2. No ⇒ *passeeu a pregunta 51*
3. No ho sap ⇒ *passeeu a pregunta 51*

**45. Tenen a l'empresa connexió a Internet d'alta velocitat?**

1. Sí
2. No ⇒ *passeeu a pregunta 47*
3. No ho sap ⇒ *passeeu a pregunta 47*

**46. Sap quin tipus de connexió d'alta velocitat tenen?**

1. ADSL
2. XDSI (RDSI)
3. LAN
4. Per cable / fibra òptica
5. No ho sap

**47. Utilitza vostè el correu electrònic o Internet a la seva feina?**

1. Sí
2. Hi té accés però no l'utilitza mai ⇒ *passeeu a pregunta 51*
3. No hi té accés ⇒ *passeeu a pregunta 51*

**48. A la seva feina, amb quina freqüència utilitza el correu electrònic per motius de treball?**

*Enquestador: anoteu la resposta a la taula adjunta.*

**A part del correu electrònic, amb quina freqüència utilitza Internet per motius de treball?**

*Enquestador: Ídem*

**49. A la seva feina, amb quina freqüència utilitza el correu electrònic per motius personals?**

*Enquestador: Ídem*

**A part del correu electrònic, amb quina freqüència utilitza Internet per motius personals?**

*Enquestador: Ídem*

	48. Motius de treball		49. Motius personals	
	Correu electrònic	Internet / web	Correu electrònic	Internet / web
1. Sí, més de 5 cops al dia				
2. Sí, entre 1 i 4 cops al dia				
3. Sí, almenys un cop per setmana				
4. Sí, almenys un cop al mes				
5. Sí, almenys un cop l'any				
6. Mai				

50. Aproximadament, quantes hores setmanals en total passa de mitjana amb el correu electrònic i Internet a la seva feina?

\_\_\_\_\_ hores /setmana

88. Utilitza Internet amb freqüència no setmanal

*Per a totes les persones que actualment treballen*

51. Quantes hores setmanals dedica vostè de mitjana a la feina en una setmana normal, tot comptant les hores extra o les que realitza a casa seva de manera habitual?

52. I quantes hores setmanals dedica de mitjana als desplaçaments de casa a la feina, tot comptant l'anada i la tornada?

1. Nombre d'hores setmanals dedicades a la feina

hores

2. Nombre d'hores setmanals de desplaçament casa-feina

hores

*Enquestador: nombre total d'hores setmanals*

hores

***Per a totes les persones entrevistades***

## D. Activitats quotidianes i ocupació del temps

53. Quantes hores setmanals de mitjana dedica vostè a les tasques domèstiques durant els dies feiners d'una setmana normal? *Enquestador: anoteu la resposta a la taula següent*

54. I durant els caps de setmana? *Enquestador: anoteu la resposta a la taula següent i calculeu el total*

1. Hores setmanals dedicades a les tasques domèstiques els dies feiners

hores

2. Hores setmanals dedicades a les tasques domèstiques el cap de setmana

hores

*Enquestador: nombre total d'hores setmanals*

hores

55. Amb quina freqüència utilitza el correu electrònic i Internet, comptant quan ho fa a la feina, al centre de formació, a casa o a d'altres llocs i pel motiu que sigui?

1. Almenys un cop per setmana. **Quantes hores aproximadament?** \_\_\_\_\_ hores/setmana

2. Almenys un cop al mes

3. Almenys un cop l'any

4. No l'utilitza mai

*A partir de la resposta a aquesta pregunta s'ha d'establir si la persona entrevistada és usuària d'Internet*

f **USUARIS d'Internet:** totes les persones que utilitzen Internet en alguna ocasió (respostes 1 a 3)

f **NO USUARIS d'Internet:** totes les persones que no han utilitzat mai Internet (resposta 4)

**56. Realitza vostè habitual o ocasionalment les activitats que ara li llegirè?** *Enquestador: anoteu la resposta a la taula adjunta*

**57. En cas afirmatiu, realitza aquesta activitat cada dia o gairebé cada dia?** *Enquestador: Ídem*

**58. Si no realitza l'activitat diàriament, realitza aquesta activitat almenys un cop per setmana?** *Enquestador: Ídem.*  
*Si la persona és NO USUÀRIA d'Internet ⇒ passeu a pregunta 60*

**tomés per a USUARIS d'Internet**

**59. En relació amb les activitats que realitza DIÀRIA O SETMANALMENT, considera que des de que utilitza Internet les hi dedica més o menys temps?** *Enquestador: Ídem*

	56. Realització		57. Realització diària		58. Realització setmanal		NOMÉS USUARIS 59. Erolució dedicació		
	1. Sí	2. No	1. Sí	2. No	1. Sí	2. No	1. Menys	2. Igual	3. Més
1. Veure TV	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
2. Veure vídeos o DVD	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
3. Passejar	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
4. Escoltar la ràdio	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
5. Escoltar música	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
6. Llegir premsa o revistes	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
7. Llegir llibres	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
8. No fer res, pensar en les musaranyes	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
9. Anar a bars, restaurants, discoteques	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
10. Anar al cinema	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
11. Anar al teatre, òpera o concerts	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
12. Anar a museus, exposicions o conferències	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
13. Trobar-se amb familiars o amics	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
14. Jugar amb l'ordinador o consola	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
15. Xerrar amb la gent de casa, jugar amb els nens o similar	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
16. Activitats a casa relacionades amb el treball professional	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
17. Assistir a partits o competicions esportives	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
18. Practicar esport o alguna activitat física	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
19. Assistir a manifestacions o reunions de sindicats, partits polítics o entitats associatives	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
20. Anar a l'església o lloc de culte de la seva religió	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
21. Assistir a esdeveniments populars, festes o fires de carrer	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					
22. Practicar algun hobby. Especifiqueu-lo: _____	<input type="radio"/>			<input type="radio"/>					

60. Aproximadament, quants minuts passa al dia xerrant amb les persones de la seva llar, jugant amb els nens, etc.?

\_\_\_\_\_ minuts  
888. NP ('iu sol/a)

61. Quantes hores diàries dorm vostè de mitjana?

\_\_\_\_\_ hores  
Si la persona és NO USUÀRIA d'Internet ⇒ passeu a pregunta 63

#### tomés per a USUARIS d'Internet

62. Des de que utilitza Internet, ha variat el temps que vostè dedica a dormir?

1. Dorm més
2. No ha variat
3. Dorm menys

## E. Dotació tecnològica a la llar

63. Disposen a la seva llar dels següents aparells o serveis? *Enquestador: feu atenció a la distinció entre "no" (resposta 2) i "no ho sap" (resposta 8).*

64. En cas afirmatiu, quants en té? *Enquestador: aquesta pregunta només es fa en els casos assenyalats*

	63. Possessió a la llar				64. Número
	0. NP	1. Sí	2. No	8. NS	
01. Telèfon fix <b>Número de línies</b>					
02. Telèfon mòbil propi					
03. El seu mòbil disposa de sistema WAP o GPRS o similar, és a dir permet la connexió amb Internet?					
04. Un altre telèfon mòbil a la llar <b>Número total</b>					
05. En cas afirmatiu, quants d'aquests aparells disposen de sistema WAP o GPRS o similar?					
06. Televisió <b>Número d'aparells</b>					
07. Televisió per cable					
08. Televisió per satèl·lit de NO pagament					
09. Abonament a televisió per satèl·lit de pagament					
10. Ordinador <b>Número total d'aparells</b> (sobretaula + portàtils)					
11. Web cam					
12. Connexió a Internet					
13. Terminals AOL					
14. Agendes electròniques Palm Pilot					
15. Consoles de videojocs amb accés a Internet (PlayStation2, Dreamcast, X-Box, etc.)					

Si a la llar hi ha connexió a Internet

passeu a pregunta 67




**Només per a les persones que no tenen connexió d'Internet a casa**

**65. Ha estat connectat a Internet a casa en alguna ocasió i van decidir suspendre la connexió?**

1. Sí
2. No

**66. Per quin motiu principal no està vostè connectat a Internet o per quin motiu va suspendre la connexió?**

01. Perquè no sap com funciona
02. Perquè no li troba utilitat
03. Perquè no té ningú que l'ajudi o l'assessori
04. Perquè és molt car
05. Perquè és molt lent i/o funciona malament
06. Perquè té la sensació de què li poden 'igilar
07. Perquè és perillós per als nens
08. Perquè pot introduir 'irus perillosos
09. Perquè té la connexió de la feina
10. Per un altre motiu. *Especifiqui-lo:* \_\_\_\_\_ 

*Les persones que no tenen connexió a Internet a casa*


⇒ *passeeu a pregunta 84*

**Només per a les persones que tenen connexió a Internet**

**67. Aproximadament, quan es va instal·lar la connexió a Internet a casa seva per primera vegada?**

Mes: \_\_\_\_\_ Any: \_\_\_\_\_

**68. Qui va decidir instal·lar la connexió a Internet a casa?**

1. Vostè mateix
2. Una altra o altres persones de la llar. *Si hi viuen anoteu-les a la fitxa familiar*
3. Una altra persona. *Especifiqui-la:* \_\_\_\_\_ 

**69. Quin tipus de servidor o servei Internet té a casa?** *Enquestador: LLEGIU*

1. Un ser'ei comercial de pagament
2. Un ser'ei gratuït
3. Un ser'ei facilitat per la se'a empresa o centre de formació

**70. Disposen de tarifa plana?**

1. Sí
2. No
3. No ho sap

**71. Disposa de connexió d'alta velocitat a casa?**

1. Sí
2. No ⇒ *passeeu a pregunta 73*
3. No ho sap ⇒ *passeeu a pregunta 73*

**72. Quin sistema de connexió d'alta velocitat té?**

1. ADSL
2. XDSI (RDSI)
3. Per cable / fibra òptica
4. No ho sap

**73. Disposa vostè d'adreça electrònica exclusiva o compartida amb altres membres de la llar?**

1. Sí, exclusi'a
2. Sí, compartida amb altres membres de la llar
3. No

## F. Utilització d'Internet

Les persones que viuen soles

⇒ passeu a pregunta 82

Només per a les persones que tenen connexió a Internet a casa i NO viuen soles

**74. A part de vostè, hi ha algun membre de la llar que utilitzi Internet o el correu electrònic a casa?**

1. Sí
2. No ⇒ passeu a pregunta 82 (Si a llar hi ha nens de 6 a 15 anys ⇒ passeu a pregunta 79)

**75. En cas afirmatiu, ens pot assenyalar quina o quines de les persones que abans ens ha esmentat?**

*Enquestador: torneu a la fitxa familiar i enumereu les persones que hi consten; marqueu amb una creu la o les persones que utilitzen Internet*

Si a la llar **no hi ha** nens entre 6 i 15 anys

⇒ passeu a pregunta 80


Si a la llar **hi ha** nens entre 6 i 15 anys però no utilitzen Internet

⇒ passeu a pregunta 79

Només si a la llar hi ha nens entre 6 i 15 anys i utilitzen Internet a casa

*Si a la llar hi ha més d'un nen entre 6 i 15 anys, referiu-vos sempre al que, segons la persona entrevistada, es consideri principal usuari. Marqueu-lo a la fitxa familiar*

**76. En relació amb el menor que més utilitza Internet, amb quin objectiu principal ho fa?**

01. Per rebre o trametre missatges
02. Per participar en xats
03. Per estudiar
04. Per baixar-se o escoltar música
05. Per jugar o divertir-se
06. Per fer una mica de tot
07. Per un altre motiu. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_ 
08. No ho sap

**77. Aquest mateix nen, quantes hores per setmana utilitza Internet a casa de mitjana?**


\_\_\_\_\_ hores setmanals

**78. Quina opinió té vostè sobre el temps que aquest nen passa amb Internet?**

1. Creu que hi passa massa temps
2. Creu que hi passa el temps just
3. Creu que hauria de passar-hi més temps

Si a la llar hi ha nens entre 6 i 15 anys i no utilitzen Internet

**79. Per quin motiu principal no utilitzen Internet a casa els nens de 6 a 15 anys?**

1. Perquè no saben com funciona
2. Perquè és molt car
3. Perquè perden el temps
4. Perquè és perillós: poden accedir a pàgines poc adients
5. Perquè l'ordinador no queda lliure
6. Per un altre motiu. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_ 




*Per a totes les persones entrevistades que tenen connexió a Internet i que NO viuen soles*

**80. Pot succeir que diverses persones de la llar vulguin accedir a Internet al mateix temps?**

1. Sí, so'nt
2. Sí, ocasionalment
3. No ⇒ passeu a pregunta 82

**81. En cas afirmatiu, quin criteri preval per a que una persona de la llar tingui prioritat per accedir a Internet?**

1. Que ho necessiti per qüestions professionals o de feina
2. Que ho necessiti per fer els deures o per motius relacionats amb la se'a formació
3. Que mani a casa
4. Que arribi primer i agafi l'ordinador
5. Un altre criteri. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_ 

**82. Amb quina freqüència utilitza vostè el correu electrònic a casa? I Internet?**



	1. Correu electrònic	2. Internet / web
1. Sí, més de 5 cops al dia		
2. Sí, entre 1 i 4 cops al dia		
3. Sí, almenys un cop per setmana		
4. Sí, almenys un cop al mes <span style="margin-left: 20px;">⇒ passeu a pregunta 84</span>		
5. Sí, almenys un cop l'any <span style="margin-left: 20px;">⇒ passeu a pregunta 84</span>		
6. No ho ha utilitzat mai <span style="margin-left: 20px;">⇒ passeu a pregunta 84</span>		

**83. Quantes hores per setmana acostuma a utilitzar Internet a casa?**

\_\_\_\_\_ hores/setmana

**Per a totes les persones entrevistades**

**84. A part de casa, de la feina o del centre d'estudis es connecta a Internet en algun altre lloc? En cas afirmatiu, amb quina freqüència? Enquestador: LLEGIU**

	1. Setmanalment	2. Mensualment	3. Mai o gairebé mai
1. A un centre de formació on fa cursos no reglats			
2. A casa d'un amic o familiar			
3. A un cibercafé o similar			
4. A un centre públic com ara biblioteca, casal d'a'is, de jo'es, etc. <i>Especifiqueu-lo:</i> _____ 			
5. A un club o entitat associati'a			
6. A un altre lloc. <i>Especifiqueu-lo:</i> _____ 			

**85. Utilitza serveis WAP per accedir a Internet mitjançant el telèfon mòbil?**

1. Sí
2. No

*Les persones que no utilitzen els serveis WAP i no accedeixen setmanalment a Internet als llocs contemplats a la pregunta 84 Ö passeu a pregunta 87*

*Només per a les persones que han contestat setmanalment a la pregunta 84 i/o afirmativament la 85*

**86. Quantes hores per setmana acostuma a utilitzar Internet en un lloc diferent de la feina, centre de formació o casa seva?**

\_\_\_\_\_ hores/setmana

## G. Relacions personals i sociabilitat

Parlarem ara de les relacions que manté vostè amb els amics i els familiars que no viuen a casa seva

Les persones que viuen amb els seus pares

⇒ passeu a pregunta 92

**87. Voldríem saber si els seus PARES viuen.** Enquestador: anoteu la resposta a la taula adjunta

**88. En cas afirmatiu, on resideixen?** Enquestador: anoteu la resposta a la taula adjunta

1. Mateix municipi
2. Resta de Catalunya
3. Resta d'Espanya
4. Estranger

**89. Amb quina freqüència es troben personalment?**

1. Cada dia o gairebé cada dia
2. Almenys un cop per setmana
3. Almenys un cop al mes
4. Almenys un cop l'any
5. Mai o gairebé mai

**90. Amb quina freqüència parlen per telèfon?**

1. Cada dia o gairebé cada dia
2. Almenys un cop per setmana
3. Almenys un cop al mes
4. Almenys un cop l'any
5. Mai o gairebé mai

**91. Amb quina freqüència es comuniquen per Internet?**

PARES	87		88	89	90	91
	1. Viu	2. No viu	Localització	Freqüència visites	Freqüència telèfon	Freqüència internet
1. Pare						
2. Mare						

**92. Té vostè ALTRES FAMILIARS que visquin fora de casa seva? Quants diria que té que visquin al seu mateix municipi, a la resta de Catalunya, a la resta d'Espanya o a l'estranger?** Enquestador: anoteu les respostes a la taula adjunta.

**93. Amb quants d'ells es relaciona com a mínim un cop l'any?** Enquestador: Ídem

Només amb els que es relaciona

**94. Amb quina freqüència es troba personalment amb algú d'ells?**

**95. Amb quina freqüència parla per telèfon amb algú d'ells?**

1. Cada dia o gairebé cada dia
2. Almenys un cop per setmana
3. Almenys un cop al mes
4. Almenys un cop l'any
5. Mai o gairebé mai

**96. Amb quina freqüència es comunica per internet amb algú d'ells?**

FAMILIARS	92 Número aproximat	93 Número amb relació	94 Freqüència visites	95 Freqüència telèfon	96 Freqüència Internet
1. Mateix municipi					
2. Resta de Catalunya					
3. Resta d'Espanya					
4. Estranger					
<i>Enquestador: total</i>					

<p><b>97. Té vostè bons AMICS? Quants diria que té que visquin al seu mateix municipi, a la resta de Catalunya , a la resta d'Espanya o a l'estranger?</b> <i>Enquestador: anoteu les respostes a la taula adjunta</i></p>				
<i>Només si té amics</i>				
<p><b>98. Amb quina freqüència es troba personalment amb algú d'ells?</b></p> <p><b>99. Amb quina freqüència parla per telèfon amb algú d'ells?</b></p> <p><b>100. Amb quina freqüència es comunica per internet amb algú d'ells?</b></p>				
<p style="text-align: right;">1. Cada dia o gairebé cada dia 2. Almenys un cop per setmana 3. Almenys un cop al mes 4. Almenys un cop l'any 5. Mai o gairebé mai</p>				
AMICS	97 Número aproximat	98 Freqüència visites	99 Freqüència telèfon	100 Freqüència Internet
1. Mateix municipi				
2. Resta de Catalunya				
3. Resta d'Espanya				
4. Estranger				
<i>Enquestador: total</i>				

<p><b>101. Té vostè VEÏNS amb els que es relacioni i pugui demanar petits favors? Quants diria que té en total?</b> <i>Enquestador: anoteu les respostes a la taula adjunta</i></p>			
<p><b>102. Amb quina freqüència rep de o fa visites a algú d'ells?</b></p> <p><b>103. Amb quina freqüència parla per telèfon amb algú d'ells?</b></p> <p><b>104. Amb quina freqüència es comunica per Internet amb algú d'ells?</b></p>			
<p style="text-align: right;">1. Cada dia o gairebé cada dia 2. Almenys un cop per setmana 3. Almenys un cop al mes 4. Almenys un cop l'any 5. Mai o gairebé mai</p>			
101 Número aproximat de veïns amb els que es relaciona	102 Freqüència visites	103 Freqüència telèfon	104 Freqüència Internet

**105. De les trucades telefòniques personals que rep, la majoria són de persones del seu mateix sexe?**

*Només per a USUARIS d'Internet*

**106. I dels correus electrònics personals que rep, la majoria són de persones del seu mateix sexe?**

	105. Trucades telefòniques	NOMÉS USUARIS 106. Correus electrònics
1. Sí		
2. No		
3. No ho sap		

**107. Només per a les persones que viuen en llars de 2 membres o més. Durant els 7 últims dies, quantes vegades ha sopat sol o amb les persones de casa seva?**

	Vegades
1. Van sopar tots els membres de la llar units	
2. Només es van reunir alguns membres de la llar	
3. Va sopar sol/a	

**108. Hi ha persones del seu voltant que es queixen de què no el veuen prou? Qui principalment?**

*Enquestador: LLEGIU*


1. Les persones de la seua llar
2. La seua família
3. Els seus amics
4. La seua parella
8. No hi ha ningú que es queixi

**109. L'últim any, té vostè la impressió de que ha augmentat o disminuït..?**

	0. NP (tu sol o no té fills)	1. Ha augmentat	2. S'ha mantingut igual	3. Ha disminuït
1. ... les conèrtes amb els que viuen amb ostè				
2. <i>Només per als que tenen fills, ... les acti'itats amb els seus fills</i>				
3. ... les baralles a casa				
4. ... la sensació de trobar-se estressat				
5. ... la sensació de trobar-se aïllat de la resta de la gent				
6. ... la sensació de trobar-se deprimat o baix de moral				

**110. És vostè d'alguna associació, club, ONG, sindicat, partit o qualsevol altra entitat associativa?**

1. Sí
2. No ⇒ passeu a pregunta 115

Només per als que són d'alguna associació							
<b>111. De quin tipus d'associació o associacions es tracta?</b> <i>Enquestador: NO LLEGIU. Anoteu les respostes a la taula adjunta</i>							
<b>112. Participa de manera habitual i activa en aquesta associació o no?</b> <i>Enquestador: Ídem</i>							
	111 Participació		112 Implicació		113 Ús d'Internet		114 Motiu
	1. Sí	2. No	1. Sí	2. No	1. Sí	2. No	
1. Associació esportiva							
2. Associació excursionista							
3. Associació cultural i recreativa							
4. Associació religiosa o parroquial							
5. Associació de pares i mares d'alumnes (AMPA)							
6. Associació de dones							
7. Associació de joves							
8. Associació de gent gran							
9. Associació de veïns							
10. Associació professional							
11. Sindicat							
12. Associació de consumidors							
13. Associació ecologista							
14. Partit polític							
15. Associació protectora d'animals							
16. Associació de denúncia i reivindicació per a la defensa dels drets humans i ciutadans, antiracistes o similars (moviments antiglobalització, Amnistia Internacional, Greenpeace, SOS Racisme, etc.)							
17. Associació o ONG solidària (Intermón, Metges sense fronteres, etc.)							
18. Una altra associació. <i>Especifiqueu-la:</i> 							

NO USUARIS d'Internet

⇒ passeu a pregunta 115

Només per a **USUARIS d'Internet** que són d'alguna associació**113. Utilitza Internet per comunicar-se amb ella o alguna d'elles?** *Enquestador: Si participa en més d'una associació anoteu la resposta per a cada una d'elles a la taula anterior*

1. Sí
2. No ⇒ passeu a pregunta 115

**114. Per quin motiu principal utilitza Internet en relació amb aquestes associacions?** *Enquestador: anoteu la resposta per a cada una d'elles a la taula anterior*

1. Per rebre informació
2. Per comunicar-se amb l'entitat
3. Per comunicar-se amb altres persones interessades en els mateixos temes

**Per a totes les persones entrevistades**

**115. Independentment de la seva activitat associativa, participa o dóna suport de manera habitual o ocasional a campanyes sobre temes com ara la defensa dels drets humans, la conservació de la natura, la lluita contra la pobresa, la igualtat de la dona, la defensa dels nens, o d'altres similars?**

1. Sí, habitualment
2. Sí, esporàdicament
3. No ⇒ *passeeu a pregunta 118*

NO USUARIS d'Internet

*passeeu a pregunta 118*

**tomés per a USUARIS d'Internet que participen o donen suport a campanyes**

**116. Utilitza Internet en relació amb aquestes campanyes?**

1. Sí
2. No ⇒ *passeeu a pregunta 118*

**117. En cas afirmatiu, ho fa per algun dels motius següents?**

	1. Sí	2. No
1. Per rebre informació		
2. Per comunicar-se amb altres persones interessades en els mateixos temes		
3. Per actuar directament (individualment o en grup)		

**Per a totes les persones entrevistades**

**118. Ha escrit o ha signat en alguna ocasió una carta de protesta o de reclamació a una administració pública?**

1. Sí **USUARIS**
2. No **⊘**

**120. Ha escrit en alguna ocasió una carta al director d'una publicació per tal de manifestar la seva opinió o descontent sobre algun tema?**

1. Sí **USUARIS**
2. No **⊘**

**122. S'ha adreçat en alguna ocasió a l'ajuntament per tal d'informar-se sobre alguna cosa que afecta la seva ciutat?**

1. Sí **USUARIS**
2. No **⊘**

**tomés USUARIS d'Internet**

**119. En cas afirmatiu, ho ha fet en alguna ocasió a través del correu electrònic o d'Internet?**

1. Sí
2. No

**121. En cas afirmatiu, ho ha fet en alguna ocasió a través del correu electrònic o d'Internet?**

1. Sí
2. No

**123. En cas afirmatiu, ho ha fet en alguna ocasió a través del correu electrònic o d'Internet?**

1. Sí
2. No

**124. Ara li llegiré unes frases i m'hauria de dir si està d'acord o en desacord amb cadascuna d'elles. Si prefereix li mostro una targeta.**

**TARJETA 1**

	1. D'acord	2. En desacord
1. La gent pot influir en els esde'niments mundials amb mobilitzacions polítiques i socials		
2. Els ciutadans corrents tenen influència en allò que decideix el go'ern		
3. És difícil per a la gent controlar el que fan els membres del go'ern		
4. Al món hi ha uns quants que manen i els ciutadans no poden fer gran cosa per controlar-los		
5. Amb esforç i entre tots podríem acabar amb la corrupció política		
6. Un dels motius de que hi hagi guerres és que la gent no s'interessa prou per la política		
7. Nosaltres, els consumidors, podem fer poca cosa per a que els preus no pugin		
8. Quan ho pensa, s'adona de que és impossible influir en les decisions dels polítics		
9. Prefereix utilitzar la se'a energia en altres coses que no pas en resoldre els problemes del món		
10. Finalment, els responsables del mal go'ern, sigui aquest municipal, autonòmic o estatal, són els ciutadans que no s'otenen com caldria		

## H. Identitat

A continuació li farem unes preguntes sobre la seva actitud davant la vida i els aspectes d'aquesta amb que més s'identifica

**125. En aquesta targeta** (*Enquestador: mostreu la targeta 2*) **pot veure tot un seguit d'aspectes que formen part de la vida de les persones amb els que es pot sentir identificat. Si només pogués triar un, amb quin s'identificaria més?** (*Enquestador: només s'admet una resposta*)

01. Amb la seua feina
02. Amb la seua religió
03. Amb la seua llengua
04. Amb la seua cultura
05. Amb l'ostè mateix
06. Amb la seua família
07. Amb el seu país
08. Amb la humanitat en el seu conjunt
09. Amb la gent de la seua edat
10. Amb la natura
11. Amb ser dona  
Amb ser home
12. No se sent identificat amb res en especial

### TARGETA 2

**126. Creu vostè en Déu?**

1. Sí
2. No
3. No ho sap

**127. Sent vostè algun tipus d'espiritualitat transcendent no religiosa?**

1. Sí
2. No
3. No ho sap

Les persones que no creuen en Déu (p.126) ni en l'espiritualitat (p.127) o NO USUARIS => passeu a pregunta 130

**tomés per a USUARIS** que creuen en Déu o en l'espiritualitat

**128. Utilitza Internet en relació amb les seves creences o la seva pràctica religiosa o espiritual?**

1. Sí
2. No => passeu a pregunta 130

**129. En relació amb aquests temes, per a què utilitza PRINCIPALMENT Internet?** *Enquestador: LLEGIU*

1. Per informar-se sobre les seues creences
2. Per informar-se sobre les activitats del seu culte
3. Per comunicar-se amb altres creients com a l'ostè
4. Per expressar i explicar les seues creences a d'altres persones que no les comparteixen

**130. Quina data històrica és més significativa per a vostè? Què s'hi celebra?**

Data històrica: \_\_\_\_\_ 

**131. Durant les passades festes de Nadal, quin ha estat el plat principal del dinar del dia 25 ?**

Plat principal del propassat dia de Nadal \_\_\_\_\_ 



**132. Li mostraré una altra targeta (Enquestador: mostreu la targeta 3) amb una llista de llocs. Si només poguéu triar un, amb quin s'identificaria més?** Enquestador: només s'admet una resposta

1. Amb el poble o ciutat on ha nascut
2. Amb el poble o ciutat on 'iu actualment
3. Amb Catalunya
4. Amb Espanya
5. Amb Europa
6. Amb el món
7. No se sent identificat amb cap lloc

**TARGETA 3**

**133. Què se sent vostè? Marqui la seva opció sobre aquesta targeta.** Enquestador: mostreu la targeta 4

1. Se sent només català
2. Se sent més català que espanyol
3. Se sent tant català com espanyol
4. Se sent més espanyol que català
5. Se sent només espanyol
6. No se sent ni català ni espanyol. *Especifiqueu què se sent:* \_\_\_\_\_ 

**TARGETA 4**


**134. El canvi de la pesseta a l'euro, el fa sentir més europeu?**

1. Sí
2. No

**135. Se sent orgullós de ser europeu?**

1. Sí
2. No

**136. És vostè seguidor actiu d'algun club o equip esportiu? En cas afirmatiu, de quin club o equip?**

1. Sí. *Especifiqueu nom de l'equip i esport:* \_\_\_\_\_ 
2. No

**137. Vostè és dels que quan perd el seu rival esportiu, ho celebra?**

1. Sí
2. No

**138. Recentment, el jugador del Barça, Rivaldo, s'ha declarat contrari a que la selecció brasilera de futbol jugués un partit amistós amb la selecció de Catalunya, degut al caràcter no oficial de la selecció catalana. Està vostè al corrent d'aquest tema?**

1. Sí
2. No ⇒ *passeeu a pregunta 140*

**139. Què pensa vostè de l'actitud de Rivaldo?** Enquestador: LLEGIU

1. Ri'aldo no entén la importància de la selecció catalana per als catalans i hauria d'ha'er-se callat
2. No s'hauria de barrejar el futbol amb la catalanitat
3. Ri'aldo té raó

## I. Desenvolupament personal

A continuació li farem unes preguntes sobre la seva actitud davant la vida

**140. En primer lloc li llegiré unes frases sobre la seva capacitat de resoldre problemes i vostè m'haurà de dir fins quin punt hi està d'acord o no. Si ho prefereix li mostro una targeta.** *Enquestador: LLEGIU*

### TARGETA 5

	1. Totalment d'acord	2. Més a'iat d'acord	3. Més a'iat en desacord	4. Totalment en desacord
1. Pot trobar la manera d'obtenir allò que 'ol encara que algú estigui en contra				
2. Pot resoldre problemes difícils si s'esforça prou				
3. Li resulta fàcil persistir en allò que s'ha proposat fins assolir les se'es metes				
4. Té confiança en que pot resoldre amb eficàcia esde'eniments inesperats				
5. Gràcies a les se'es qualitats i recursos pot superar situacions impre'istes				
6. Quan es troba en dificultats pot romandre tranquil perquè compta amb l'habilitat necessària per resoldre-les				
7. Passi el que passi, generalment és capaç de solucionar un problema				
8. Pot resoldre la majoria dels problemes si s'esforça prou				
9. Si es troba en una situació difícil, generalment arriba a saber què ha de fer				
10. Quan ha d'afrontar un problema, generalment troba di'eres maneres de resoldre-ho				

**141. Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que guanyés menys?**

1. Sí
2. No

**142. Preferiria (o hauria preferit) treballar pel seu compte i ser el seu propi cap encara que tingués menys seguretat laboral?**

1. Sí
2. No

**143. (Només si la persona entrevistada té fills) Si els seus fills només poguessin escollir entre ser funcionaris o tenir la seva pròpia empresa, quina possibilitat preferiria?** *Enquestador: LLEGIU*

1. Ser funcionaris
2. Tenir la se'a pròpia empresa

**144. Al seu parer, què considera més important per triomfar a la vida? Només pot triar una resposta de les que ara li llegiré.** *Enquestador: LLEGIU*

1. La intel·ligència
2. El propi esforç
3. Els contactes i els "enchufes"
4. La sort

**145. Quan vostè o alguna persona propera contrau una malaltia seria, a part de consultar un metge, procura informar-se vostè mateix sobre la malaltia?**

1. Sí
2. No ⇒ *passeeu a pregunta 147*
8. NP (no li ha passat mai) ⇒ *passeeu a pregunta 147*

**146. En cas afirmatiu, com s'informa PRINCIPALMENT ?** *Enquestador: LLEGIU*

1. Parlant amb coneguts, amics o familiars
2. Llegint llibres o revistes especialitzades
3. A través d'Internet
4. A través d'un altre canal. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_ 

**147. Quan el metge li prescriu un medicament nou, acostuma a llegir el prospecte?**

1. Sí
2. No

**tomés per a USUARIS d'Internet**

**148. Acostuma a utilitzar Internet per informar-se sobre un nou medicament que li prescriu el metge?**



1. Sí
2. No

**149. Com s'informa PRINCIPALMENT quan té lloc un gran esdeveniment internacional?**

*Enquestador: NO LLEGIU. Només s'admet una resposta*

**150. I quan hi ha un esdeveniment local, com s'informa PRINCIPALMENT?** *Enquestador: NO LLEGIU.*


*Només s'admet una resposta*

	149. Esde'niment internacional	150. Esde'niment local
1. Tele'isió		
2. Ràdio		
3. Premsa diària		
4. Re'istes		
5. Internet		
6. Xerrant amb familiars, amics i coneguts		
7. Per un altre mitjà. <i>Especifiqueu-lo.</i>	_____ 	_____ 

**151. Abans de votar, s'informa sobre els diversos programes dels partits polítics que es presenten a les eleccions?**

0. NP (no té o no tenia l'edat reglamentària)
1. Sí
2. No ⇒ *passeeu a pregunta 153*

**152. Quin mitjà utilitza PRINCIPALMENT per informar-se sobre els programes dels partits polítics que es presenten a les eleccions?** *Enquestador: NO LLEGIU*

01. Tele'isió
02. Ràdio
03. Premsa diària
04. Re'istes
05. Internet
06. Propaganda electoral
07. Assistir a mitjans o actes polítics
08. Xerrant amb familiars, amics i coneguts
09. Per un altre mitjà. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_ 

**153. Ha llegit diaris durant l'ÚLTIMA SETMANA? Quin PRINCIPALMENT?** *Enquestador: si llegeix més d'un, anoteu el que la persona consideri més important o habitual a la taula següent*

**tomés per a USUARIS d'internet**

**154. Llegeix algun diari per Internet? Quin PRINCIPALMENT?** *Enquestador: anoteu el que la persona consideri més important o habitual a la taula següent)*

	NOMÉS USUARIS	
	153. Lectura	154. Lectura Internet
00. No en llegeix cap		
01. La Vanguardia		
02. El Periódico edició catalana		
03. El Periódico, edició castellana		
04. El País		
05. A'ui		
06. El Mundo		
07. ABC		
08. La Razón		
09. El Punt		
10. Regió 7		
11. El 9 nou		
12. Premsa diària gratuïta (Barcelona i més, Metro, etc.)		
13. Diaris d'informació esportiva		
14. Un altre diari nacional o local. <i>Especifiqueu-lo:</i>		
15. Un altre diari estranger. <i>Especifiqueu-lo:</i>		
88. Té problemes funcionals o no sap llegir		

**155. A quin canal de televisió mira vostè les notícies amb més freqüència?** *Enquestador: si en mira diversos, anoteu el que més ha connectat durant la darrera setmana*

00. No mira les notícies de la tele

01. TVE (canal 1)

02. TVE (canal 2)

03. TV3

04. Canal 33 / K33

05. Tele 5

06. Antena 3

07. Canal Plus

08. Barcelona TV

09. City TV

10. Tele'isió per satèl·lit

11. Un canal de tele'isió del seu municipi. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_

12. Un altre canal de tele'isió. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_

**156. Ens pot dir fins quin punt té vostè confiança en la informació que rep dels següents mitjans de comunicació?**

	0. NP (no utilitza)	1. Molta	2. Regular	3. Poca
1. De la tele'isió				
2. De la ràdio				
3. Dels diaris				
4. D'Internet				

**TO USUARIS d'Internet**

⇒ Passeu a pregunta 170

## J. USUARIS: Formes d'ús d'Internet


### *tomés per a USUARIS d'Internet*

Finalitzarem aquesta entrevista amb unes preguntes sobre la manera com vostè utilitza Internet

**157. Podria dir-nos aproximadament quin mes i quin any va entrar en Internet per primer cop?**

Mes \_\_\_\_\_ Any \_\_\_\_\_

**158. A qui acudeix principalment quan no sap fer alguna cosa o necessita ajut amb Internet?**

0. No necessita ajut
1. Una o di'ereses persones de la llar (*Enquestador: anoteu-les sobre la fitxa familiar*)
2. Un altre familiar
3. Un amic
4. Un company de feina o d'estudis
5. Un professor al centre de formació
6. Un tècnic de l'empresa que li 'a instal.lar
7. Una altra persona. *Especifiqueu-la:* \_\_\_\_\_ 

**159. De les següents operacions que es poden fer a Internet, digui'ns si us plau quines sap fer i quines no**

	1. Sí	3. No
1. És capaç de rebre i transmetre missatges electrònics		
2. És capaç de rebre i transmetre missatges de correu electrònic amb arxius adjunts ( <i>attachments</i> )		
3. És capaç d'utilitzar un buscador o de trobar una informació a la web		
4. És capaç de descarregar fitxers de la web al seu ordinador		

<b>160. Utilitza Internet o el correu electrònic per fer alguna de les coses següents?</b>					
<b>161. En cas afirmatiu, des d'on ho fa?</b> <i>Enquestador: s'admet més d'una resposta</i>					
	160		161		
	1. Sí	2. No	Lloc de connexió		
			Casa	Feina	Altres
01. Transmetre i rebre missatges de correu electrònic					
02. Participar en xats o "news groups"					
03. Participar o comprar en una subhasta					
04. Comprar productes d'alimentació i de neteja					
05. Comprar llibres o música					
06. Comprar productes informàtics					
07. Comprar o reservar entrades per a espectacles					
08. Comprar altres coses					
09. Reservar viatges o allotjament o llogar un cotxe					
10. Realitzar operacions amb el seu banc					
11. Treballar des de casa					
12. Buscar feina					
13. Buscar pis					
14. Participar en cursos "on line"					
15. Assabentar-se de les notícies per la premsa general					
16. Assabentar-se de les notícies esportives					
17. Navegar per Internet sense un objectiu concret					
18. Jugar a videojocs per Internet					
19. Trametre targetes de felicitació electròniques					
20. Trametre fotos de costè o de la família					
21. Baixar-se música de la xarxa					
22. Mirar porno					
23. Buscar informació sobre viatges					
24. Buscar informació sobre la seva ciutat					
25. Buscar informació sobre espectacles programats					
26. Buscar informació sobre oferta formativa					
27. Buscar informació política o sindical					
28. Buscar informació sobre la seva associació professional					
29. Buscar informació sobre la seva salut o la de persones properes					
30. Buscar informació sobre serveis públics					
31. Buscar informació sobre gays i lesbianes					
32. Baixar-se software de la xarxa					
33. Consultar biblioteques, enciclopèdies, diccionaris, atles					
34. Trucar per telèfon a través d'Internet					
35. Arreglar o confirmar trobades amb els amics					
36. Organitzar les activitats dels nens					
37. Buscar receptes de cuina					
38. Contactar amb amics quan està desanimat					






**162. Hi ha estudis i enquestes que diuen que molta gent utilitza Internet per mirar pornografia. Segons el que vostè sap o ha sentit, creu que això és cert?** *Enquestador: LLEGIU*

1. És cert
2. És cert però no tant com diuen
3. No és cert






**163. Amb quina de les següents afirmacions està vostè més d'acord?** *Enquestador: LLEGIU*

1. S'hauria de prohibir el porno en Internet per a tothom
2. S'hauria de prohibir el porno en Internet únicament als menors de 18 anys
3. Cadascú ha de ser lliure de mirar el que 'ulgui en Internet

**164. Ens pot dir quines són les 5 últimes pàgines d'Internet que ha visitat?**

1. \_\_\_\_\_ 
2. \_\_\_\_\_ 
3. \_\_\_\_\_ 
4. \_\_\_\_\_ 
5. \_\_\_\_\_ 

**165. Em podria citar 5 noms dels favorits que vostè té al seu ordinador?**

1. \_\_\_\_\_ 
2. \_\_\_\_\_ 
3. \_\_\_\_\_ 
4. \_\_\_\_\_ 
5. \_\_\_\_\_ 

**166. En general, quin idioma utilitza o tria més freqüentment a...?**


	0. NP	1. Català	2. Castellà	3. Anglès	4. Un altre
1. ... les pàgines d'Internet que visita					
2. ... els correus electrònics que intercanvia					
3. ... els xats o newsgroups en els que participa					
4. ... la seua pàgina d'inici en Internet					

**167. Visita habitualment o ha visitat en alguna ocasió les pàgines web de les administracions següents?** *Enquestador: marqueu la resposta, amb una creu, a la taula adjunta*

**168. En els casos afirmatius, per quin motiu principal l'ha visitada?** *Enquestador: LLEGIU i anoteu el codi corresponent a la taula adjunta*

1. Per buscar informació
2. Per fer algun tràmit o gestió
3. Per opinar i participar en decisions de l'administració

**169. Ho ha trobat útil?** *Enquestador: marqueu la resposta, amb una creu, a la taula adjunta*

	167			168. Motiu	169. Utilitat	
	1. So'int	2. En alguna ocasió	3. Mai		1. Sí	2. No
	1. Ajuntament					
2. Diputació						
3. Generalitat de Catalunya						
4. Hisenda						
5. Seguretat social						
6. Unió Europea						
7. Una altra administració. <i>Especifiqueu-la:</i> _____ 						

**Passeu a pregunta 174**




## K. NO USUARIS

Finalitzem aquesta entrevista amb unes poques preguntes sobre Internet

**170. Sap vostè què és Internet?**

1. Sí
2. No en sap molt, però n'ha sentit parlar
3. No ⇒ *passeeu a pregunta 174*

**171. Per quin motiu no utilitza vostè Internet?**

01. Perquè no sap com funciona
02. Perquè no sap per a què ser'eix
03. Perquè és molt car
04. Perquè no ha tingut temps per posar-s'hi
04. Perquè és molt lent
05. Perquè no té l'equip informàtic necessari
06. Perquè té la sensació de què li poden "igilar"
07. Perquè pot introduir "irus perillosos"
08. Per un altre motiu. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_ 

**172. Vostè creu que un dia o altre acabarà coneixent i utilitzant Internet?**

1. Sí, segur
2. Podria ser
3. No

**173. En alguna ocasió ha demanat o ha rebut d'algun familiar, amic o company alguna informació o documentació obtinguda a Internet?**

1. Sí, so'int
2. Sí, en alguna ocasió
3. No

*Per a totes les persones entrevistades*

## L. Nivell d'ingressos

**174. Per últim, ens pot indicar en aquesta targeta (Enquestador: mostreu la targeta 6) els ingressos mensuals nets de tots els membres de la llar? Només cal que indiqui el grup d'ingressos al que més s'apropa el seu**

- |  |                            |
|--|----------------------------|
| 1. Menys de 75.000 pessetes              | (Menys de 451 euros)       |
| 2. Entre 75.000 i 125.000 pessetes       | (De 451 a 751 euros)       |
| 3. Entre 125.001 i 210.000 pessetes      | (De 751,1 a 1.262 euros)   |
| 4. Entre 210.001 i 420.000 pessetes      | (De 1.262,1 a 2.525 euros) |
| 5. Entre 420.001 i 675.000 pessetes      | (De 2.525,1 a 4.057 euros) |
| 6. Entre 675.001 a 1.000.000 de pessetes | (De 4.057,1 a 6.010 euros) |
| 7. Més d'1.000.000 de pessetes           | (Més de 6.010 euros)       |

**TARGETA 6**


## Full d'observació (a omplir per l'enquestador/a)

### Dades sobre les condicions de l'entrevista


**A. Hora de finalització de l'entrevista** \_\_\_\_\_ h. \_\_\_\_\_ mn.

**B. Durada total (en minuts) de l'entrevista** \_\_\_\_\_ mn.

**C. En quina llengua s'ha desenvolupat l'entrevista**

1. Català
2. Castellà
3. Ambdues, predominant català
4. Ambdues, predominant castellà
5. Una altra situació. *Especifiqueu-la:* \_\_\_\_\_ 

**D. Lloc on s'ha realitzat l'entrevista**

1. Domicili (porta d'entrada)
2. Domicili (interior)
3. Carrer o exterior
4. Lloc de treball
5. Bar o similar
6. En un altre lloc. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_ 

**E. Presència de terceres persones durant l'entrevista**


1. No hi ha hagut
2. Parella
3. Altres familiars (fills, etc.)
4. Amics o 'eïns
5. Altres persones o no especificables

**F. Com valoraries l'actitud de la persona entrevistada durant l'entrevista de 0 (gens o molt dolent) a 10 (molt o molt bé)**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99. NS
1. Interès en el tema											
2. Facilitat per contestar											
3. Sinceritat en les respostes											
4. Condicions de l'entrevista (comoditat, interrupcions molestes, etc.)											

### Dades sobre l'habitatge i l'entorn on viu la persona entrevistada

**G. A quin tipus d'habitatge viu aquesta persona?**

1. Pis
2. Casa unifamiliar entremetgeres (tipologia de poble tradicional)
3. Casa unifamiliar adossada
4. Casa unifamiliar aïllada
5. Un altre tipus d'habitatge. *Especifiqueu-lo:* \_\_\_\_\_ 

**H. Equipaments observables de la casa o edifici**

	1. Sí	2. No	9. No ho sap
1. Jardí comunitari			
2. Jardí particular			
3. Piscina comunitària			
4. Piscina particular			
5. Porter			

**I. Aspecte de l'habitatge**

1. Standing alt: casa, pis o torre modern o antic però de grans dimensions i/o acabats de luxe
2. Standing mitjà: casa o pis sense atributs de luxe, de dimensió mitjana i acabats mitjans
3. Standing popular-urbà: casa o pis de dimensions reduïdes i acabats i decoració senzills
4. Standing modest: casa o pis de dimensions molt reduïdes, amb condicions d'habitabilitat deteriorades
9. No ho sap

**J. Tipus d'hàbitat on viu la persona entrevistada**

1. Nucli urbà
2. Urbanització
3. Disseminat
4. Una altra possibilitat. *Especifiqueu-la:* \_\_\_\_\_ 

**K. Saps si és possible accedir a casa d'aquesta persona utilitzant transport públic?**

1. Sí, fàcilment
2. Sí, però amb dificultat
3. No

<i>Només si la persona entrevistada viu en un bloc de pisos</i>											
<b>L1. Quants pisos hi ha en aquest edifici?</b>											
_____pisos											
<b>L2. En quin pis viu la persona entrevistada?</b>											
_____pis											
<b>L3. Té ascensor?</b>											
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sí</li> <li>2. No</li> </ol>											
<b>L4. Nivell de neteja i conservació de les zones comunes de l'edifici. De 0 (molt dolent) a 10 (molt correcte)</b>											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	99. NS
1. Neteja i conservació d'escaleres i portal											
2. Neteja i conservació de l'ascensor (si n'hi ha)											



# Annex 3

---

## DEFINICIÓ I DESCRIPCIÓ DE VARIABLES CONSTRUÏDES

### APARTATS

Bloc A: Dades sociodemogràfiques i context familiar .....	527
Bloc B: Formació i llengua .....	531
Bloc C: Situació laboral i professional .....	537
Bloc D: Activitats quotidianes i ocupació del temps .....	543
Bloc E: Dotació tecnològica a la llar .....	547
Bloc F: Utilització d'Internet .....	549
Bloc G: Relacions personals i sociabilitat .....	553
Bloc H: Identitat .....	559
Bloc I: Desenvolupament personal .....	561
Bloc J: Usuaris: formes d'ús d'Internet .....	565
Bloc K: No usuaris .....	571
Bloc L: Nivell d'ingressos .....	573



L'anàlisi quantitativa de les dades obtingudes a través del qüestionari requereix la definició de variables analítiques. Per aquest motiu, un cop codificat el qüestionari i verificada la consistència de les dades, s'han definit un miler de variables: les obtingudes directament a partir del qüestionari, i la resta. La seva construcció ha consistit, bàsicament, en l'agrupació dels valors de les variables directes del qüestionari en intervals significatius o en la combinació d'algunes d'elles. Amb la finalitat d'evitar ambigüitats en la lectura de les taules hem descrit les variables construïdes. A continuació s'especifica el nom, la definició i les categories de cadascuna d'elles.





**Bloc A: Dades sociodemogràfiques i context familiar**

<b>v0d</b>	Llengua –català o castellà– amb què se sent més còmode per a fer l'entrevista Variable definida directament a partir de la pregunta 0 del qüestionari.
<b>v1_r1d</b>	Nombre de membres de la llar Variable definida a partir de la pregunta 1 del qüestionari. Valors de la variable: 1 persona; 2 persones; 3 persones; 4 persones; més de 4 persones.
<b>v2_r1</b>	Posició a la llar de la persona entrevistada Variable definida a partir de la pregunta 2 del qüestionari. Valors de la variable: Cap de família; Espòs/a o parella; Fill/a; Altres familiars / no familiars.
<b>v3d</b>	Gènere de l'entrevistat Variable definida directament a partir de la pregunta 3 del qüestionari.
<b>v4d</b>	Edat de l'entrevistat Variable definida a partir de la pregunta 4 del qüestionari Diferència entre 2001 i l'any de naixement de l'entrevistat.
<b>v4_r1</b>	Edat de l'entrevistat (intervalls de 5 anys) Variable definida a partir de la pregunta 4 del qüestionari. Agrupació de les edats en intervals de 5 anys. Valors de la variable: De 15 a 19; De 20 a 24; ... ; 85 o més.
<b>v4_r2</b>	Edat de l'entrevistat (intervalls de 10 anys) Variable definida a partir de la pregunta 4 del qüestionari. Agrupació de les edats en intervals de 10 anys. Valors de la variable: De 15 a 24; De 25 a 34; ... ; 75 o més.
<b>v4_r2d</b>	Edat de l'entrevistat (3 intervals) Variable definida a partir de la pregunta 4 del qüestionari. Agrupació de les edats en 3 trams. Valors de la variable: De 15 a 29; De 30 a 49; 50 o més.
<b>v4_r3d</b>	Entrevistats nascuts fins al 1973 i després Variable definida a partir de la pregunta 4 del qüestionari. Valors de la variable: Entrevistats nascuts fins al 1973; Entrevistats nascuts després del 1973.
<b>v5d</b>	Estat civil de l'entrevistat Variable definida directament a partir de la pregunta 5 del qüestionari.
<b>v6_2r2</b>	Origen geogràfic de l'entrevistat Variable definida a partir de la pregunta 6 del qüestionari. Valors de la variable: Barcelona; Resta Regió Metropolitana; Resta de Catalunya; Andalusia; Resta d'Espanya; Àfrica del Nord; Àfrica subsahariana; Continent Indi; Llatinoamèrica; Resta; NS/NC.

- v6\_2r1d1** Origen geogràfic de l'entrevistat  
Variable definida a partir de la pregunta 6 del qüestionari.  
Valors de la variable: Barcelona; Resta Regió Metropolitana; Resta de Catalunya; Andalusia; Resta d'Espanya; Àfrica del Nord i subsahariana; Llatinoamèrica; Resta.
- v6\_2r1d2** Origen geogràfic de l'entrevistat (Nascut a Catalunya o fora de Catalunya)  
Variable definida a partir de la pregunta 6 del qüestionari.  
Valors de la variable: Nascut a Catalunya; Nascut fora de Catalunya.
- v6\_2r1d3** Origen geogràfic de l'entrevistat (Resta d'Espanya i resta del món)  
Variable definida a partir de la pregunta 6 del qüestionari.  
Valors de la variable: Resta d'Espanya; Resta del món.
- v6\_2r1d4** Origen geogràfic de l'entrevistat (Àfrica, Llatinoamèrica, resta de l'estranger)  
Variable definida a partir de la pregunta 6 del qüestionari.  
Valors de la variable: Àfrica; Llatinoamèrica; Resta de l'estranger.
- v7\_r1** Any d'arribada a Catalunya (10 intervals)  
Variable definida a partir de la pregunta 7 del qüestionari. Agrupació dels anys en intervals de 10.  
Valors de la variable: Nascuts a Catalunya; Del 1913 al 1922; Del 1923 al 1932; Del 1933 al 1942; Del 1943 al 1952; Del 1953 al 1962; Del 1963 al 1972; Del 1973 al 1982; Del 1983 al 1992; Del 1993 al 2002; NS/NC.
- v7\_r1d** Any d'arribada a Catalunya (3 intervals)  
Variable definida a partir de la pregunta 7 del qüestionari. Agrupació dels anys en 3 intervals.  
Valors de la variable: Nascuts a Catalunya; Del 1913 al 1952; Del 1953 al 1972; Del 1973 al 2002.
- v8\_1br1d** Origen geogràfic del pare de l'entrevistat
- v8\_2br1d** Origen geogràfic de la mare de l'entrevistat  
Variables definides a partir de la pregunta 8 del qüestionari.  
Valors de les variables: Barcelona i Regió Metropolitana; Resta de Catalunya; Andalusia; Resta d'Espanya; Àfrica de Nord i subsahariana; Llatinoamèrica; Resta; NS/NC.
- v8\_1br2d** Origen geogràfic del pare de l'entrevistat (Nascut a Catalunya o fora de Catalunya)
- v8\_2br2d** Origen geogràfic de la mare de l'entrevistat (Nascuda a Catalunya o fora de Catalunya)  
Variables definides a partir de la pregunta 8 del qüestionari.  
Valors de les variables: Nascut a Catalunya; Nascut fora de Catalunya.
- v9\_r1d** Mobilitat residencial  
Variable definida a partir de la pregunta 9 del qüestionari. Si respon que sí, li assignem mobilitat alta i si respon que no, li assignem mobilitat baixa.

Valors de la variable: Alta; Baixa.



**Bloc B: Formació i llengua**

- v11d** Llengua de l'entrevistat  
Variable definida directament a partir de la pregunta 11 del qüestionari.
- v11\_g** Pràctica d'identitat catalana  
Variable definida a partir de les preguntes 11, 12, 14 i 155 del qüestionari. Assignem el valor Identitat catalana a la persona per a qui el català és la seva llengua, l'empra habitualment per a parlar a casa seva i amb els amics i veu les notícies més freqüentment pels canals de televisió TV3, Canal 33/K33 o City TV.  
Valors de la variable: Identitat catalana; No identitat catalana.
- v11\_g2** Pràctica d'identitat lingüística catalana  
Variable definida a partir de les preguntes 11, 12 i 14 del qüestionari. Assignem el valor Identitat lingüística catalana a la persona per a qui el català és la seva llengua i l'empra habitualment per a parlar a casa seva i amb els amics.  
Valors de la variable: Identitat lingüística catalana; No identitat lingüística catalana.
- v11\_g3** Pràctica d'identitat catalana a Internet  
Variable definida a partir de la pregunta 166 del qüestionari. Assignem el valor Identitat catalana a Internet a la persona per a qui el català és la llengua que utilitza o tria més freqüentment a les pàgines d'Internet que visita, als correus electrònics que intercanvia, als xats o *newsgroups* en què participa i a la seva pàgina d'inici a Internet.  
Valors de la variable: Identitat catalana a Internet; No identitat catalana a Internet.
- v11\_g4** Pràctica d'identitat lingüística espanyola  
Variable definida a partir de les preguntes 11, 12 i 14 del qüestionari. Assignem el valor Identitat lingüística espanyola a la persona per a qui el castellà és la seva llengua i l'empra habitualment per a parlar a casa seva i amb els amics.  
Valors de la variable: Identitat espanyola; No identitat espanyola.
- v12d** Monolingüisme/bilingüisme  
Variable definida a partir de les preguntes 12, 13 i 14 del qüestionari. Per a la definició d'aquesta variable cal assignar valors a les diferents respostes: valor 3 a les persones que utilitzen el català, valor 1 a les que utilitzen el castellà i valor 2 a les que utilitzen ambdues llengües per igual. Assignem Monolingüe castellà a les que tenen valor 3, A prop monolingüe castellà a les que tenen valor 4 o 5, Bilingüe a les que tenen valor 6, A prop monolingüe català a les que tenen valor 7 o 8 i Monolingüe català a les que tenen valor 9.

- Valors de la variable: Monolingüe castellà; A prop monolingüe castellà; Bilingüe; A prop monolingüe català; Monolingüe català.
- v16d** Nivell màxim d'estudis acabats  
Variable definida directament a partir de la pregunta 16 del qüestionari.
- v16\_r** Nivell educatiu  
Variable definida a partir de les preguntes 16, 18 i 19 del qüestionari. S'han agrupat les persones que, com a molt, tenen la primària completa i actualment no estudien, les que tenen la secundària finalitzada i actualment no estudien, les que fan actualment estudis secundaris o universitaris i, finalment, les que tenen estudis superiors finalitzats.  
Valors de la variable: Primària i menys; Secundària finalitzada; Estudiants; Estudis superiors finalitzats.
- v17\_r1** Quina carrera o especialitat ha fet  
Variable definida a partir de la pregunta 17 del qüestionari.  
Valors de la variable: Batxillerat; Formació professional o mòdul professional o de grau superior; Estudis universitaris d'humanitats; Estudis universitaris de ciències experimentals i de la salut; Estudis universitaris de ciències socials i jurídiques; Estudis universitaris d'ensenyaments tècnics; NS/NC.  
Nota: queden excloses les persones sense estudis o amb estudis primaris.
- v17\_r1d** Carrera o especialitat per àmbits temàtics  
Variable definida a partir de la pregunta 17 del qüestionari.  
Valors de la variable: Estudis universitaris d'humanitats; Estudis universitaris de ciències experimentals i de la salut; Estudis universitaris de ciències socials i jurídiques; Estudis universitaris d'ensenyaments tècnics.  
Nota: només inclou les persones que actualment cursen estudis universitaris.
- v19\_2r1** Carrera o especialitat en curs  
Variable definida a partir de la pregunta 19 del qüestionari.  
Valors de la variable: Batxillerat; Formació professional o mòdul professional o de grau superior; Accés universitat majors de 25 anys; Estudis universitaris d'humanitats; Estudis universitaris de ciències experimentals i de la salut; Estudis universitaris de ciències socials i jurídiques; Estudis universitaris d'ensenyaments tècnics; NS/NC.  
Nota: queden excloses les persones que actualment no cursen estudis.
- v21\_1d** Intensitat correu electrònic al centre de formació  
Variable definida directament a partir de la pregunta 21.1 del qüestionari.
- v21\_2d** Intensitat Internet al centre de formació  
Variable definida directament a partir de la pregunta 21.2 del qüestionari.
- v21\_1r1d** Ús diari de correu electrònic a casa, a la feina o al centre de formació

- Variable definida a partir de les preguntes 21, 48, 49 i 82 del qüestionari. Comptabilitzem el nombre de persones que utilitzen correu electrònic un cop al dia o més des de casa, la feina o el centre de formació.
- Valors de la variable: No utilitza correu electrònic diàriament; Utilitza correu electrònic diàriament.
- v21\_1r2d** Ús diari d'Internet a casa, a la feina o al centre de formació
- Variable definida a partir de les preguntes 21, 48, 49 i 82 del qüestionari. Comptabilitzem el nombre de persones que utilitzen Internet un cop al dia o més des de casa, la feina o el centre de formació.
- Valors de la variable: No utilitza Internet diàriament; Utilitza Internet diàriament.
- v21\_1r3d** Ús setmanal de correu electrònic a casa, a la feina o al centre de formació
- Variable definida a partir de les preguntes 21, 48, 49 i 82 del qüestionari. Comptabilitzem el nombre de persones que utilitzen correu electrònic almenys un cop per setmana des de casa, la feina o el centre de formació, però que no ho fan diàriament.
- Valors de la variable: No utilitza correu electrònic setmanalment; Utilitza correu electrònic setmanalment.
- v21\_1r4d** Ús setmanal d'Internet a casa, a la feina o al centre de formació
- Variable definida a partir de les preguntes 21, 48, 49 i 82 del qüestionari. Comptabilitzem el nombre de persones que utilitzen Internet almenys un cop per setmana des de casa, la feina o el centre de formació, però que no ho fan diàriament.
- Valors de la variable: No utilitza Internet setmanalment; Utilitza Internet setmanalment.
- v21\_1r5d** Ús mensual de correu electrònic a casa, a la feina o al centre de formació
- Variable definida a partir de les preguntes 21, 48, 49 i 82 del qüestionari. Comptabilitzem el nombre de persones que utilitzen correu electrònic almenys un cop al mes des de casa, la feina o el centre de formació, però que no ho fan diàriament ni setmanalment.
- Valors de la variable: No utilitza correu electrònic mensualment; Utilitza correu electrònic mensualment.
- v21\_1r6d** Ús mensual d'Internet a casa, a la feina o al centre de formació
- Variable definida a partir de les preguntes 21, 48, 49 i 82 del qüestionari. Comptabilitzem el nombre de persones que utilitzen Internet almenys un cop al mes des de casa, la feina o el centre de formació, però que no ho fan diàriament ni setmanalment.
- Valors de la variable: No utilitza Internet mensualment; Utilitza Internet mensualment.
- v21\_1r7d** Ús anual de correu electrònic a casa, a la feina o al centre de formació

- Variable definida a partir de les preguntes 21, 48, 49 i 82 del qüestionari. Comptabilitzem el nombre de persones que utilitzen correu electrònic almenys un cop a l'any des de casa, la feina o el centre de formació, però que no ho fan diàriament, setmanalment ni mensualment.
- Valors de la variable: No utilitza correu electrònic anualment; Utilitza correu electrònic anualment.
- v21\_1r8d** Ús anual d'Internet a casa, a la feina o al centre de formació
- Variable definida a partir de les preguntes 21, 48, 49 i 82 del qüestionari. Comptabilitzem el nombre de persones que utilitzen Internet almenys un cop a l'any des de casa, la feina o el centre de formació, però que no ho fan diàriament, setmanalment ni mensualment.
- Valors de la variable: No utilitza Internet anualment; Utilitza Internet anualment.
- v21\_1r1** Periodicitat d'ús d'Internet a casa, a la feina o al centre de formació
- Variable definida a partir de les variables v21\_1r2d, v21\_1r4d, v21\_1r6d i v21\_1r8d. Comptabilitzem el nombre de persones que utilitzen Internet diàriament, setmanalment, mensualment i anualment.
- Valors de la variable: Ús diari d'Internet; Ús setmanal d'Internet; Ús mensual d'Internet; Ús anual d'Internet.
- v21\_1r2** Periodicitat d'ús de correu electrònic a casa, a la feina o al centre de formació
- Variable definida a partir de les variables v21\_1r1d, v21\_1r3d, v21\_1r5d i v21\_1r7d. Comptabilitzem el nombre de persones que utilitzen correu electrònic diàriament, setmanalment, mensualment i anualment.
- Valors de la variable: Ús diari de correu electrònic; Ús setmanal de correu electrònic; Ús mensual de correu electrònic; Ús anual de correu electrònic.
- V23\_r1d** Hores d'estudi dels entrevistats que estudien (interval)
- Variable definida a partir de la pregunta 23 del qüestionari. Agrupació dels valors en 3 interval.
- Valors de la variable: De 1 a 20 hores; De 21 a 40 hores; 41 o més hores.
- Nota: queden exclosos tots els qui no estudien.
- v25\_r1d** Activitat de capacitació professional
- Variable definida a partir de la pregunta 25 del qüestionari. Les persones que durant els darrers dos anys han fet algun curs no reglat encaminat a millorar la seva capacitació tècnica o personal, ja sigui presencial o virtual, tenen una activitat de capacitació professional positiva; les que no n'han fet cap, la tenen negativa.
- Valors de la variable: Positiva; Negativa.
- v25\_r2** Índex de desenvolupament professional
- Variable definida a partir de les preguntes 25, 26, 27, 28 i 29 del qüestionari. Per a la definició d'aquesta variable cal assignar punts a diversos fets. Si durant els darrers 2 anys la persona ha fet alguna mena de curs presencial no reglat



encaminat a millorar la seva capacitat tècnica o professional, té 4 punts. En cas contrari té 0 punts. Si ha fet algun curs d'Internet o d'informàtica, d'idiomes, de reciclatge professional o d'algun altre tipus, té 1 punt; i si és un màster, en té 2. En cas contrari, té 0 punts. Si durant la setmana passada ha vist algun dels programes de televisió següents: *Aleph*, *Grandes documentales*, *Horitzons*, *National Geographic*, *Paisatges de la Terra*, *Planeta Terra*, *Punt Omega*, *Segle XX* o *Universitat Oberta*, o ha visitat pàgines web relacionades amb la seva feina, professió o estudis o ha consultat llibres, revistes especialitzades o documentació sobre temes relacionats amb la seva professió o estudis o ha llegit llibres relacionats amb la seva professió o estudis, té 1 punt. En cas contrari, té 0 punts. Si al llarg de l'any 2001 ha assistit a congressos, conferències, simpòsiums, etc. relacionats amb la seva professió o els seus estudis, té 2 punts. En cas contrari, té 0 punts. Si al llarg de l'any 2001 ha tingut alguna despesa en concepte de formació no reglada, té 3 punts. En cas contrari, té 0 punts. Assignem un índex Baix si les persones entrevistades tenen de 0 a 6 punts, un índex Mitjà si tenen de 7 a 12 punts i un índex Alt si tenen de 13 a 19 punts.

Valors de la variable: Baix; Mitjà; Alt.



**Bloc C: Situació laboral i professional**

- v30\_1r2d** Situació laboral de l'entrevistat segons treball anterior  
Variable definida a partir de la pregunta 30 del qüestionari.  
Valors de la variable: Ocupat; Aturad; Inactiu i no havia treballat abans; Inactiu i havia treballat abans.
- v32\_1r2d** Activitat de l'empresa (per a les persones que han treballat)  
Variable definida a partir de la pregunta 32 del qüestionari.  
Valors de la variable: Sector primari (agricultura, ramaderia, caça, silvicultura, pesca i indústries extractives); Sector indústria manufacturera, electricitat, gas i aigua; Construcció; Comerç, reparació de vehicles de motor i articles personals, hostaleria; Transport, emmagatzematge i comunicacions; Finances i immobles (intermediació financera, activitats immobiliàries i de lloguer, serveis empresarials); Administració pública, defensa i seguretat social obligatòria; Serveis socials (educació, activitats sanitàries i veterinàries, serveis socials i altres activitats socials i de serveis a la comunitat); Servei domèstic.  
Nota: queden excloses totes les persones que no han treballat mai i els NS/NC.
- v33\_1r3d** Activitat que es duu a terme en el lloc de treball  
Variable definida a partir de la pregunta 33 del qüestionari.  
Valors de la variable: Personal directiu de les empreses i de les administracions públiques; Tècnics i professionals científics i intel·lectuals; Tècnics i professionals de suport; Empleats administratius; Treballadors de serveis de restauració, serveis personals, protecció i venedors de comerços; Treballadors qualificats en activitats agràries i pesqueres; Treballadors qualificats (artesans i treballadors qualificats de les indústries manufactureres, operadors d'instal·lacions i maquinària i muntadors); Treballadors no qualificats.  
Nota: queden excloses totes les persones que no han treballat mai.
- v33\_1r4d** Activitat que es duu a terme al lloc de treball  
Variable definida a partir de la variable v33\_1r3d. Està construïda exactament igual que l'anterior i només difereix en l'ordre dels seus valors.  
Valors de la variable: Treballadors qualificats en activitats agràries i pesqueres; Treballadors no qualificats; Treballadors de la indústria qualificats i muntadors; Treballadors de serveis de restauració, personals, etc.; Empleats administratius; Tècnics i professionals de suport; Tècnics i professionals científics i intel·lectuals; Personal directiu de les empreses i de les administracions públiques.  
Nota: queden excloses totes les persones que no han treballat mai.
- v34d** Nombre de persones que treballen en l'empresa o organització on treballa l'entrevistat  
Variable definida directament a partir de la pregunta 34 del qüestionari.

- v35\_r1** Nivell de categoria professional de l'entrevistat  
Variable definida a partir de la pregunta 35 del qüestionari. Els assignem la categoria Baixa en cas que siguin dependents i treballadors de comerç, altres treballadors de serveis, obrers de la indústria i de la construcció qualificats o obrers de la indústria i de la construcció no qualificats; els assignem la categoria Mitjana en cas que siguin empresaris sense assalariats, autònoms amb assalariats, autònoms sense assalariats, tècnics mitjans, personal administratiu i comercial, capatassos i encarregats o cossos de seguretat de l'Estat; els assignem la categoria Alta en cas que siguin empresaris amb assalariats, professionals liberals o tècnics superiors.  
Valors de la variable: Alta; Mitjana; Baixa  
Nota: queden excloses totes les persones que no han treballat mai.
- V35\_2g1** Mobilitat social de l'entrevistat respecte al cap de família, o del cap de família entrevistat respecte al seu pare  
Variable definida a partir de la pregunta 35 del qüestionari. Aquesta variable indica la mobilitat social de la persona entrevistada, respecte al seu pare en cas que sigui cap de família i respecte al cap de família en cas contrari. Per a fer-ho, utilitzem les variables 36\_r1 i 36\_2r1.  
Valors de la variable: Mobilitat: +2 posicions; Mobilitat: +1 posicions; Mobilitat: 0 posicions; Mobilitat: -1 posicions; Mobilitat: -2 posicions.
- v36\_2r1** Categoria professional del cap de família (o del pare de l'entrevistat cap de família)  
Variable definida a partir de la pregunta 36 del qüestionari. Assignem la categoria Baixa en cas que les persones entrevistades siguin dependents i treballadors de comerç, altres treballadors de serveis, obrers de la indústria i de la construcció qualificats o obrers de la indústria i de la construcció no qualificats; els assignem la categoria Mitjana en cas que siguin empresaris sense assalariats, autònoms amb assalariats, autònoms sense assalariats, tècnics mitjans, personal administratiu i comercial, capatassos i encarregats o cossos de seguretat de l'Estat; els assignem la categoria Alta en cas que siguin empresaris amb assalariats, professionals liberals o tècnics superiors.  
Valors de la variable: Alta; Mitjana; Baixa.
- v38\_r1** Estabilitat laboral de l'entrevistat  
Variable definida a partir de les preguntes 38, 39 i 40 del qüestionari. Les persones que han treballat en una empresa i fa menys de 2 anys que treballen, considerem que pertanyen al valor Inici vida professional. Les persones que han treballat més de 5 anys a l'empresa o només han treballat a l'empresa actual, considerem que pertanyen a la categoria Alta. Les persones que han treballat entre 2 i 5 anys a l'empresa o no han treballat en més de tres empreses en aquests últims anys i no han estat a l'atur, considerem que

pertanyen a la categoria Mitjana. La resta de persones, considerem que pertanyen a la categoria Baixa.

Valors de la variable: Inici vida professional; Alta; Mitjana; Baixa.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v41\_r1**

Nivell de desenvolupament professional

Variable definida a partir de les preguntes 41, 42 i 43 del qüestionari. Si en els últims 2 anys ha tingut algun tipus de promoció professional, li han apujat el sou més enllà del que li pertocava per conveni i creu que actualment utilitza els mateixos coneixements tècnics o més que fa 2 anys, li assignem el valor Alt. Si en els últims 2 anys ha tingut algun tipus de promoció professional o li han apujat el sou més enllà del que li pertocava per conveni i creu que a l'actualitat utilitza més coneixements tècnics que fa 2 anys, li assignem el valor Mitjà. Si en els últims 2 anys ha tingut algun tipus de promoció professional o li han apujat el sou més enllà del que li pertocava per conveni o creu que a l'actualitat utilitza més coneixements tècnics que fa 2 anys, li assignem el valor Baix. Si no treballa, li assignem el valor Nul.

Valors de la variable: Alt; Mitjà; Baix; Nul.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v48\_1rd**

Freqüència d'ús de correu electrònic a la feina per motius de treball (d, s, m)

Variable definida a partir de la pregunta 48 del qüestionari. Assignem el valor Diàriament si fan servir el correu electrònic un cop al dia o més, Setmanalment si el fan servir com a mínim un cop per setmana i Mensualment si l'utilitzen com a mínim un cop al mes.

Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment; Mensualment.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v48\_1rd2**

Freqüència d'ús de correu electrònic a la feina per motius de treball (d, s, m, a o m)

Variable definida a partir de la pregunta 48 del qüestionari. Assignem el valor Diàriament si fan servir el correu electrònic un cop al dia o més, Setmanalment si el fan servir com a mínim un cop per setmana, Mensualment si el fan servir com a mínim un cop al mes i Anualment o mai si el fan servir un cop a l'any o no l'utilitzen.

Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment, Mensualment; Anualment o mai.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v48\_2rd**

Freqüència d'ús d'Internet a la feina per motius de treball (d, s, m)

Variable definida a partir de la pregunta 48 del qüestionari. Assignem el valor Diàriament si fan servir el correu electrònic un cop al dia o més, Setmanalment si el fan servir com a mínim un cop per setmana i Mensualment si l'utilitzen com a mínim un cop al mes.

Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment; Mensualment.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v48\_2rd2**

Freqüència d'ús d'Internet a la feina per motius de treball (d, s, m, a o m)

Variable definida a partir de la pregunta 48 del qüestionari. Assignem el valor Diàriament si fan servir el correu electrònic un cop al dia o més, Setmanalment si el fan servir com a mínim un cop per setmana, Mensualment si el fan servir com a mínim un cop al mes i Anualment o mai si l'utilitzen un cop a l'any o no l'utilitzen.

Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment; Mensualment; Anualment o mai.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v49\_1rd**

Freqüència d'ús de correu electrònic a la feina per motius personals (d, s, m)

Variable definida a partir de la pregunta 49 del qüestionari. Assignem el valor Diàriament si fan servir el correu electrònic un cop al dia o més, Setmanalment si el fan servir com a mínim un cop per setmana i Mensualment si l'utilitzen com a mínim un cop al mes.

Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment; Mensualment.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v49\_1rd2**

Freqüència d'ús de correu electrònic a la feina per motius personals (d, s, m, a o m)

Variable definida a partir de la pregunta 49 del qüestionari. Assignem el valor Diàriament si fan servir el correu electrònic un cop al dia o més, Setmanalment si l'utilitzen com a mínim un cop per setmana, Mensualment si el fan servir com a mínim un cop al mes i Anualment o mai si l'utilitzen un cop a l'any o no l'utilitzen.

Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment; Mensualment; Anualment o mai.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v49\_2rd**

Freqüència d'ús d'Internet a la feina per motius personals (d, s, m)

Variable definida a partir de la pregunta 49 del qüestionari. Assignem el valor Diàriament si fan servir el correu electrònic un cop al dia o més, Setmanalment si el fan servir com a mínim un cop per setmana i Mensualment si l'utilitzen com a mínim un cop al mes.

Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment; Mensualment.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v49\_2rd2**

Freqüència d'ús d'Internet a la feina per motius personals (d, s, m, a o m)

Variable definida a partir de la pregunta 49 del qüestionari. Assignem el valor Diàriament si fan servir el correu electrònic un cop al dia o més, Setmanalment si el fan servir com a mínim un cop per setmana, Mensualment si l'utilitzen com

a mínim un cop al mes i Anualment o mai si el fan servir un cop a l'any o no l'utilitzen.

Valors de la variable: Diàriament, Setmanalment, Mensualment, Anualment o mai.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v50m1d**

Hores setmanals d'Internet a la feina (interval)

Variable definida a partir de la pregunta 50 del qüestionari.

Valors de la variable: De 1 a 2 hores; De 3 a 9 hores; 10 hores o més.

**v51m2d**

Hores setmanals de feina (sense 0, en interval)

Variable definida a partir de la pregunta 51 del qüestionari.

Valors de la variable: 39 hores o menys; 40 a 44 hores; 45 hores o més.

Nota: queden exclosos els qui no treballen.

**v51\_1g1**

Total temps programat (hores per setmana)

Variable definida a partir de les variables v51m, v52m, v53m, v54m, v61g1.

Valors de la variable: valors enters entre 0 i 157.

**v51\_1g1d**

Total temps programat (hores per setmana, en interval)

Variable definida a partir de la pregunta 51 del qüestionari.

Valors de la variable: Menys de 74 hores; De 75 a 101 hores; 102 hores o més.

**v51\_1g2d**

Total hores setmanals de temps no programat (hores per setmana)

Variable definida a partir de la variable v51\_1g1d

Valors de la variable: valors enters entre 11 i 168.

**v51\_1g3d**

Total hores setmanals de temps no programat (hores per setmana, en interval)

Variable definida a partir de la variable v51\_1g3d.

Valors de la variable: Fins a 74 hores; De 75 a 101 hores; 102 hores o més.

**v52m2d**

Hores desplaçament per feina (sense 0, en interval)

Variable definida a partir de la pregunta 52 del qüestionari.

Valors de la variable: 1 hora; De 2 a 3 hores; De 3 a 9 hores; 10 hores o més.





**Bloc D: Activitats quotidianes i ocupació del temps**

- v53m** Hores domèstiques dels dies laborables  
Variable definida a partir de la pregunta 53 del qüestionari.  
Valors de la variable: valors enters entre 0 i 80.
- v54m** Hores domèstiques dels caps de setmana  
Variable definida a partir de la pregunta 54 del qüestionari.  
Valors de la variable: valors enters entre 0 i 30.
- v53\_54md** Total d'hores domèstiques a la setmana (interval)  
Variable definida a partir de les preguntes 53 i 54 del qüestionari.  
Valors de la variable: 0 hores; De 1 a 5 hores; De 6 a 13 hores; De 14 a 25 hores; 26 hores o més.
- v55\_1r1** Entrevistat usuari o no usuari d'Internet  
Variable definida a partir de la pregunta 55 del qüestionari.  
Valors de la variable: Entrevistat usuari; Entrevistat no usuari.
- v55\_2d** Mitjana d'hores a Internet (interval)  
Variable definida a partir de la pregunta 55 del qüestionari.  
Valors de la variable: Baix (0,1-2h); Mitjà (2,1-7h); Alt (7.1 o + h).
- v55\_2m2d** Usuaris que es connecten com a mínim un cop per setmana (interval)  
Variable definida a partir de la pregunta 55 del qüestionari.  
Valors de la variable: 1 hora; De 2 a 3 hores; De 4 a 7 hores; De 8 a 14 hores; 15 hores o més.
- v55\_2r1** Intensitat d'ús del correu electrònic i d'Internet a la feina, al centre de formació, a casa o a altres llocs  
Variable definida a partir de la pregunta 55 del qüestionari.  
Valors de la variable: Almenys un cop a l'any; Almenys un cop al mes; D'1 a 2 hores per setmana; De 3 a 10 hores per setmana; Més de 10 hores per setmana.
- v55\_2r2** TOTAL d'hores setmanals a Internet (sense 0)  
Variable definida a partir de la pregunta 55 del qüestionari.  
Valors de la variable: D'1 a 10 hores; De 11 a 20 hores; De 21 a 30 hores; De 31 a 40 hores; De 41 a 50 hores; Més de 50 hores.
- v56\_1rd** Realitza aquesta activitat: veure TV
- v56\_2rd** Realitza aquesta activitat: veure vídeos o DVD
- v56\_3rd** Realitza aquesta activitat: passejar
- v56\_4rd** Realitza aquesta activitat: escoltar la ràdio
- v56\_5rd** Realitza aquesta activitat: escoltar música
- v56\_6rd** Realitza aquesta activitat: llegir premsa o revistes
- v56\_7rd** Realitza aquesta activitat: llegir llibres
- v56\_8rd** Realitza aquesta activitat: no fer res, badar

<b>v56_9rd</b>	Realitza aquesta activitat: anar a bars, restaurants o discoteques
<b>v56_13rd</b>	Realitza aquesta activitat: trobar-se amb familiars o amics
<b>v56_14rd</b>	Realitza aquesta activitat: jugar amb l'ordinador o consola
<b>v56_15rd</b>	Realitza aquesta activitat: xerrar amb la gent de casa, jugar amb els nens o similar
<b>v56_16rd</b>	Realitza aquesta activitat: activitats a casa relacionades amb el treball professional
<b>v56_17rd</b>	Realitza aquesta activitat: assistir a partits o competicions esportives
<b>v56_18rd</b>	Realitza aquesta activitat: practicar esport o fer alguna activitat física
<b>v56_20rd</b>	Realitza aquesta activitat: anar a l'església o lloc de culte de la seva religió
<b>v56_21rd</b>	Realitza aquesta activitat: assistir a esdeveniments populars, festes o fires de carrer
<b>v56_22rd</b>	Realitza aquesta activitat: practicar algun hobby Variables definides a partir de la pregunta 56 del qüestionari. Valors de les variables: Mai; Esporàdicament; Setmanalment; Diàriament. Nota: queden excloses les persones que no són usuàries d'Internet.
<b>v56_10rd</b>	Realitza aquesta activitat: anar al cinema
<b>v56_11rd</b>	Realitza aquesta activitat: anar a teatre, òpera o concerts
<b>v56_12rd</b>	Realitza aquesta activitat: anar a museus, exposicions o conferències
<b>v56_19rd</b>	Realitza aquesta activitat: assistir a manifestacions o reunions de sindicats, partits polítics o entitats associatives Variables definides a partir de la pregunta 56 del qüestionari. Valors de la variable: Mai; Esporàdicament; Setmanalment i més sovint. Nota: queden excloses les persones que no són usuàries d'Internet.
<b>v59_1r</b>	Evolució de veure TV
<b>v59_2r</b>	Evolució de veure vídeos o DVD
<b>v59_3r</b>	Evolució de passejar
<b>v59_4r</b>	Evolució d'escoltar la ràdio
<b>v59_5r</b>	Evolució d'escoltar música
<b>v59_6r</b>	Evolució de llegir premsa o revistes
<b>v59_7r</b>	Evolució de llegir llibres
<b>v59_8r</b>	Evolució de no fer res, badar
<b>v59_9r</b>	Evolució d'anar a bars, restaurants o discoteques
<b>v59_10r</b>	Evolució d'anar al cinema
<b>v59_11r</b>	Evolució d'anar a teatre, òpera o concerts
<b>v59_12r</b>	Evolució d'anar a museus, exposicions o conferències
<b>v59_13r</b>	Evolució de trobar-se amb familiars o amics
<b>v59_14r</b>	Evolució de jugar amb l'ordinador o consola
<b>v59_15r</b>	Evolució de xerrar amb la gent de casa, jugar amb els nens o similar
<b>v59_16r</b>	Evolució d'activitats a casa relacionades amb el treball professional

- v59\_17r** Evolució d'assistir a partits o competicions esportives
- v59\_18r** Evolució de practicar esport o fer alguna activitat física
- v59\_19r** Evolució d'assistir a manifestacions o reunions de sindicats, partits polítics o entitats associatives
- v59\_20r** Evolució d'anar a l'església o lloc de culte de la seva religió
- v59\_21r** Evolució d'assistir a esdeveniments populars, festes o fires de carrer  
Variables definides a partir de la pregunta 59 del qüestionari.  
Valors de les variables: Menys; No ha variat; Més.  
Nota: queden excloses les persones que no són usuàries d'Internet.
- v59\_22r** Evolució de practicar un hobby  
Variable definida a partir de la pregunta 59 del qüestionari.  
Valors de la variable: No ha variat; Ha variat.  
Nota: queden excloses les persones que no són usuàries d'Internet.
- v60g1d** Hores al dia de xerrar amb la gent de casa (interval)  
Variable definida a partir de la pregunta 60 del qüestionari.  
Valors de la variable: Fins a 30 minuts; De 31 minuts a 1 hora; De 1,01 a 2 hores; De 2,01 a 4 hores; Més de 4 hores.
- v61md** Hores diàries de dormir (interval)  
Variable definida a partir de la pregunta 61 del qüestionari.  
Valors de la variable: De 1 a 6 hores; De 7 a 8 hores; 9 hores o més.
- v62r1** Evolució del temps de dormir  
Variable definida a partir de la pregunta 62 del qüestionari.  
Valors de la variable: Menys; No ha variat; Més.  
Nota: queden excloses les persones que no són usuàries d'Internet.



**Bloc E: Dotació tecnològica a la llar**

- v63\_1g1** Índex d'equipament tecnològic màxim de la llar  
Variable definida a partir de la pregunta 63 del qüestionari.  
Valors de la variable: No té res; Només té telèfon o TV; Accés a mòbil propi; Accés a 2 o més mòbils a la llar; Equipament audiovisual avançat; Equipament informàtic bàsic; Equipament Internet simple; Equipament Internet d'alta velocitat; Equipament Internet (S o AV) avançat.
- v63\_d** Equipament audiovisual avançat  
Variable definida a partir de la pregunta 63 del qüestionari. Comptabilitzem les persones que tenen televisió per cable o abonament a televisió per satèl·lit de pagament.  
Valors de la variable: Té equipament audiovisual avançat; No té equipament audiovisual avançat.
- v63\_1g1d** Equipament informàtic  
Variable definida a partir de la pregunta 63 del qüestionari. Comptabilitzem les persones que tenen ordinador o agenda electrònica Palm Pilot o web CAM a la llar.  
Valors de la variable: No té ordinador ni agendes electròniques Palm Pilot ni web CAM; Té ordinador o agendes electròniques Palm Pilot o web CAM.
- v63\_1g2d** Equipament Internet  
Variable definida a partir de la pregunta 63 del qüestionari. Comptabilitzem les persones que tenen ordinador i connexió a Internet a la llar, o bé un Terminal AOL a la llar, o bé una consola de videojocs amb accés a Internet i connexió a Internet a la llar.  
Valors de la variable: No té connexió a Internet a la llar; Té connexió a Internet a la llar.
- v63\_1g3d** Equipament Internet d'alta velocitat  
Variable definida a partir de les preguntes 63 i 71 del qüestionari. Comptabilitzem les persones que tenen connexió a Internet a la llar i que responen que Sí a la pregunta 71 (tenen connexió d'alta velocitat).  
Valors de la variable: No té a la llar connexió d'alta velocitat a Internet; Té a la llar connexió d'alta velocitat a Internet.
- v64\_4g1** Nombre total de mòbils a la llar  
Variable definida a partir de la pregunta 64 del qüestionari.  
Valors de la variable: Llars sense mòbil; 1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9 o més mòbils a la llar.
- v65\_1r1d** Desconnexió d'Internet  
Variable definida a partir de les preguntes 63.12 i 65 del qüestionari.  
Valors de la variable: Tenen Internet; Tenien Internet i ja no en tenen.

- v66\_1r1** Motius de la manca de connexió  
Variable definida a partir de la pregunta 66 del qüestionari.  
Valors de la variable: Falta de coneixement; Falta de diners; Mala tecnologia; Sensació de perill; La té en un altre lloc; Inutilitat; Altres; NS/NC.  
Nota: queden excloses les persones que tenen connexió a Internet a casa.
- v67\_3r1** Quan es va instal·lar la connexió a Internet a casa, per primera vegada (semestrals)  
Variable definida a partir de la pregunta 67 del qüestionari.  
Valors de la variable: 2a meitat de 2001 i gener de 2002; 1a meitat de 2001; 2a meitat de 2000; 1a meitat 2000; 2a meitat 1999; 1a meitat de 1999; 2a meitat de 1998; 1a meitat de 1998; 2a meitat de 1997; 1a meitat de 1997; 2a meitat de 1996; 1a meitat de 1996; 2a meitat de 1995; 1a meitat de 1995; 2a meitat de 1994; 1a meitat de 1994; Abans de 1994.  
Nota: queden excloses les persones que no tenen connexió a Internet a casa.
- v67\_3r1d** Antiguitat a Internet des de casa  
Variable definida a partir de la pregunta 67 del qüestionari. Agrupació de les dades per intervals. Si es va instal·lar Internet des de la 1a meitat de 2001 fins a gener de 2002, se li assigna el valor Recent; si se'l va instal·lar des de la 1a meitat de 1998 fins a la 2a meitat de 2000, se li assigna el valor Amb experiència; si se'l va instal·lar abans de la 2a meitat de 1997 se li assigna el valor Veterà.  
Valors de la variable: Recents; Amb experiència; Veterans.  
Nota: queden excloses les persones que no tenen connexió a Internet a casa.
- v68\_r1** Qui va decidir instal·lar Internet a casa  
Variable definida a partir de la pregunta 68 del qüestionari.  
Valors de la variable: Entrevistat; Una altra persona de la llar < 25 anys; Una altra persona de la llar; Una altra persona; No ho sap; NC.  
Nota: queden excloses les persones que no tenen connexió a Internet a casa.
- v71\_1g1** Tipus de connexió a casa  
Variable definida a partir de les preguntes 71 i 72 del qüestionari.  
Valors de la variable: Connexió simple; AV – ADSL; AV – XDSI o RDSI; AV – Cable/FO; AV – No ho sap; No sap quin tipus de connexió té.  
Nota: queden excloses les persones que no tenen connexió a Internet a casa.

**Bloc F: Utilització d'Internet**

- v77\_r2** Hores setmanals del menor a Internet (sense 0, en intervals)  
Variable definida a partir de la pregunta 77 del qüestionari.  
Valors de la variable: D'1 a 2 hores; De 3 a 4 hores; De 5 a 6 hores; De 7 a 8 hores; De 9 a 10 hores; Més de 10 hores.  
Nota: queden excloses les llars on no hi ha nens entre 6 i 15 anys.
- v78\_r1** Actitud dels adults sobre l'ús d'Internet dels nens  
Variable definida a partir de la pregunta 78 del qüestionari.  
Valors de la variable: Desfavorable; Satisfet; Estimulador; NS/NC.  
Nota: queden excloses les llars on no hi ha nens entre 6 i 15 anys.
- v80\_r1** Tipologia de conflictes al voltant d'Internet domèstic  
Variable definida a partir de la pregunta 80 del qüestionari.  
Valors de la variable: Conflicte freqüent; Conflicte ocasional; Sense conflicte; NS/NC.  
Nota: queden excloses les persones que no són usuàries d'Internet o viuen soles.
- v80\_r2** Formes de resolució del conflicte domèstic d'Internet  
Variable definida a partir de les preguntes 80 i 81 del qüestionari.  
Valors de la variable: La professional; L'aleatòria; La democráticoaleatòria; Altres.  
Nota: queden excloses les persones que no són usuàries d'Internet o viuen soles.
- v82\_1r** Intensitat d'ús del correu electrònic a casa  
Variable definida a partir de la pregunta 82 del qüestionari.  
Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment; Mensualment; Anualment; Mai; NS/NC.
- v82\_2r** Intensitat d'ús d'Internet a casa  
Variable definida a partir de la pregunta 82 del qüestionari.  
Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment; Mensualment; Anualment; Mai; NS/NC.
- v82\_1d** Intensitat correu electrònic a casa  
Variable definida a partir de la pregunta 82 del qüestionari.  
Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment; Mensualment; Anualment o mai.
- v82\_2d** Intensitat Internet a casa  
Variable definida a partir de la pregunta 82 del qüestionari.  
Valors de la variable: Diàriament; Setmanalment; Mensualment; Anualment o mai.
- v82\_1g1** Intensitat d'ús del correu electrònic i d'Internet

- Variable definida a partir de la pregunta 82 del qüestionari i de les variables v82\_1r i v82\_2r. Si fem la diferència de les variables v82\_1r i v82\_2r i li sumem 5, obtenim 9 valors. El valor 5 correspon a Intensitat igual, els valors menors de 5 a Intensitat major de correu, i els valors més grans de de 5 a una Intensitat major d'Internet.
- Valors de la variable: Intensitat major de correu; Intensitat igual; Intensitat major d'Internet.
- v83m1d** Hores setmanals a Internet a casa (interval)
- Variable definida a partir de la pregunta 83 del qüestionari.
- Valors de la variable: De 1 a 2 hores; De 3 a 7 hores; De 8 a 19 hores; 20 hores o més.
- v83g1d** Total hores setmanals a Internet (interval)
- Variable definida a partir de les preguntes 50, 83 i 86 del qüestionari.
- Valors de la variable: De 1 a 2 hores; De 3 a 7 hores; De 8 a 19 hores; 20 hores o més.
- v84\_1r1** Intensitat d'ús del correu electrònic i d'Internet en un centre de formació on fa cursos no reglats
- v84\_2r1** Intensitat d'ús del correu electrònic i d'Internet a casa d'amics o familiars
- v84\_3r1** Intensitat d'ús del correu electrònic i d'Internet en un cibercafé
- v84\_4r1** Intensitat d'ús del correu electrònic i d'Internet en un centre públic
- v84\_5r1** Intensitat d'ús del correu electrònic i d'Internet en un club o associació
- v84\_6r1** Intensitat d'ús del correu electrònic i d'Internet a altres llocs
- Variables definides a partir de les preguntes 84 i 86 del qüestionari. En cas que es connecti en algun altre lloc a part de casa, de la feina o del centre d'estudis es comptabilitzen les hores de connexió i s'agrupen en intervals.
- Valors de les variables: Mai o gairebé mai; Almenys un cop al mes; D'1 a 2 hores per setmana; De 3 a 10 hores per setmana; Més de 10 hores per setmana.
- v84\_1r1d** Ús setmanal d'Internet en un centre de formació on fa cursos no reglats
- v84\_2r1d** Ús setmanal d'Internet a casa d'un amic o familiar
- v84\_3r1d** Ús setmanal d'Internet en un cibercafé o similar
- v84\_4r1d** Ús setmanal d'Internet en un centre públic com ara biblioteca, casal d'avis, de joves, etc.
- v84\_5r1d** Ús setmanal d'Internet en un club o entitat associativa
- v84\_6r1d** Ús setmanal d'Internet en un altre lloc
- Variables definides a partir de la pregunta 84 del qüestionari i de les variables v21\_1r2d, v21\_1r4d, v21\_1r6d i v21\_1r8d. En cada cas es comptabilitzen les persones que no es connecten ni des de casa, ni des de la feina, ni des del centre de formació i que sí que ho fan setmanalment des de cadascun dels altres llocs.



- Valors de les variables: Usuaris que no es connecten setmanalment; Usuaris que es connecten setmanalment.
- v84\_1r2d** Ús mensual d'Internet en un centre de formació on fa cursos no reglats
- v84\_2r2d** Ús mensual d'Internet a casa d'un amic o familiar
- v84\_3r2d** Ús mensual d'Internet en un cibercafé o similar
- v84\_4r2d** Ús mensual d'Internet en un centre públic com ara biblioteca, casal d'avis, de joves, etc.
- v84\_5r2d** Ús mensual d'Internet en un club o entitat associativa
- v84\_6r2d** Ús mensual d'Internet en un altre lloc
- Variables definides a partir de la pregunta 84 del qüestionari i de les variables v21\_1r2d, v21\_1r4d, v21\_1r6d i v21\_1r8d. En cada cas es comptabilitzen les persones que no es connecten ni des de casa, ni des de la feina, ni des del centre de formació i que sí que ho fan mensualment des de cadascun dels altres llocs.
- Valors de les variables: Usuaris que no es connecten mensualment; Usuaris que es connecten mensualment.
- v84\_1r3d** Ús esporàdic d'Internet en un centre de formació on fa cursos no reglats
- v84\_2r3d** Ús esporàdic d'Internet a casa d'un amic o familiar
- v84\_3r3d** Ús esporàdic d'Internet en un cibercafé o similar
- v84\_4r3d** Ús esporàdic d'Internet en un centre públic com ara biblioteca, casal d'avis, de joves, etc.
- v84\_5r3d** Ús esporàdic d'Internet en un club o entitat associativa
- v84\_6r3d** Ús esporàdic d'Internet en un altre lloc
- Variables definides a partir de la pregunta 84 del qüestionari i de les variables v21\_1r2d, v21\_1r4d, v21\_1r6d i v21\_1r8d. En cada cas es comptabilitzen les persones que no es connecten ni des de casa, ni des de la feina, ni des del centre de formació i que sí que ho fan esporàdicament (anualment o mai) des de cadascun dels altres llocs.
- Valors de les variables: Usuaris que no es connecten esporàdicament; Usuaris que es connecten esporàdicament.
- v86m1d** Hores setmanals a Internet des d'altres llocs (interval)
- Variable definida a partir de la pregunta 86 del qüestionari.
- Valors de la variable: 1 hora; 2 hores; De 3 a 9 hores; 10 hores o més.
- Nota: queden excloses les persones que no fan servir Internet setmanalment en cap altre lloc a part de casa, de la feina o del centre d'estudis o que no utilitzin serveis WAP per a accedir a Internet mitjançant el telèfon mòbil.



**Bloc G: Relacions personals i sociabilitat**

<b>v89_1g</b>	Contacte global amb el pare per tots els mitjans
<b>v89_2g</b>	Contacte global amb la mare per tots els mitjans Variables definides a partir de la pregunta 89, 90 i 91 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 782.
<b>v89_g1</b>	Contacte global amb pare i mare en visites Variable definida a partir de la pregunta 89, 90 i 91 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 713.
<b>v89_tot</b>	Contacte global per tots els mitjans Variable definida a partir de la pregunta 89, 90 i 91 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 1564.
<b>v90_g1</b>	Contacte global amb pare i mare per telèfon Variable definida a partir de la pregunta 90 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 730.
<b>v91_g1</b>	Contacte global amb pare i mare per Internet Variable definida a partir de la pregunta 91 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 730.
<b>v92_1d</b>	Nombre de familiars al mateix municipi (interval)
<b>v92_2d</b>	Nombre de familiars a la resta de Catalunya (interval)
<b>v92_3d</b>	Nombre de familiars a la resta d'Espanya (interval)
<b>v92_4d</b>	Nombre de familiars a l'estranger (interval)
<b>v92_5d</b>	Nombre de familiars al mateix municipi (interval) Variables definides a partir de la pregunta 92 del qüestionari. Valors de la variable: 0; De 1 a 5; De 6 a 10; 11 o més.
<b>v92_1m</b>	Nombre de familiars al mateix municipi (sense 0,99)
<b>v92_2m</b>	Nombre de familiars a la resta de Catalunya (sense 0,99)
<b>v92_3m</b>	Nombre de familiars a la resta d'Espanya (sense 0,99)
<b>v92_4m</b>	Nombre de familiars a l'estranger (sense 0,99) Variables definides a partir de la pregunta 92 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 1 i 98.
<b>v92_5m</b>	Nombre total de familiars (sense 0,99) Variables definides a partir de la pregunta 92 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 1 i 267.
<b>v92_1g1</b>	Suma total de contactes amb familiars del mateix municipi Variables definides a partir de la pregunta 94, 95 i 96 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 1.095.
<b>v92_2g1</b>	Suma total de contactes amb familiars de la resta de Catalunya Variables definides a partir de la pregunta 94, 95 i 96 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 742.

<b>v92_3g1</b>	Suma total de contactes amb familiars de la resta d'Espanya
<b>v92_4g1</b>	Suma total de contactes amb familiars de l'estranger Variables definides a partir de la pregunta 94, 95 i 96 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 730.
<b>v92_tot1</b>	Suma total de contactes amb familiars Variables definides a partir de la pregunta 94, 95 i 96 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 2.190.
<b>v93_1d</b>	Nombre de familiars al mateix municipi (interval)
<b>v93_2d</b>	Nombre de familiars a la resta de Catalunya (interval)
<b>v93_3d</b>	Nombre de familiars a la resta d'Espanya (interval)
<b>v93_4d</b>	Nombre de familiars a l'estranger (interval)
<b>v93_5d</b>	Nombre de familiars al mateix municipi (interval) Variables definides a partir de la pregunta 93 del qüestionari. Valors de la variable: 0; De 1 a 5; De 6 a 10; 11 o més.
<b>v93_1m</b>	Nombre de familiars amb qui té relació al mateix municipi (sense 0,99)
<b>v93_2m</b>	Nombre de familiars amb qui té relació a la resta de Catalunya (sense 0,99)
<b>v93_3m</b>	Nombre de familiars amb qui té relació a la resta d'Espanya (sense 0,99)
<b>v93_4m</b>	Nombre de familiars amb qui té relació a l'estranger (sense 0,99) Variables definides a partir de la pregunta 93 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 1 i 98.
<b>v93_5m</b>	Nombre total de familiars amb qui té relació (sense 0,99) Variables definides a partir de la pregunta 93 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 1 i 221.
<b>v94_g1</b>	Suma total de visites a familiars Variable definida a partir de la pregunta 94 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 1.095.
<b>v95_g1</b>	Suma total de telefonades a familiars Variable definida a partir de la pregunta 95 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 1.107.
<b>v96_g1</b>	Suma total de contactes per Internet amb familiars Variable definida a partir de la pregunta 96 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 469.
<b>v97_1d</b>	Nombre de familiars al mateix municipi (interval)
<b>v97_2d</b>	Nombre de familiars a la resta de Catalunya (interval)
<b>v97_3d</b>	Nombre de familiars a la resta d'Espanya (interval)
<b>v97_4d</b>	Nombre de familiars a l'estranger (interval)
<b>v97_5d</b>	Nombre de familiars al mateix municipi (interval) Variables definides a partir de la pregunta 97 del qüestionari. Valors de la variable: 0; De 1 a 5; De 6 a 10; 11 o més.
<b>v97_1m</b>	Nombre d'amics al mateix municipi (sense 0,99)

<b>v97_2m</b>	Nombre d'amics a la resta de Catalunya (sense 0,99)
<b>v97_3m</b>	Nombre d'amics a la resta d'Espanya (sense 0,99)
<b>v97_4m</b>	Nombre d'amics a l'estranger (sense 0,99) Variables definides a partir de la pregunta 97 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 1 i 98.
<b>v97_5m</b>	Nombre total d'amics (sense 0,99) Variables definides a partir de la pregunta 97 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 1 i 392.
<b>v97_1g1</b>	Suma total de contactes amb amics del mateix municipi Variables definides a partir de les preguntes 98, 99, 100 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 1.095.
<b>v97_2g1</b>	Suma total de contactes amb amics de la resta de Catalunya Variables definides a partir de les preguntes 98, 99, 100 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 782.
<b>v97_3g1</b>	Suma total de contactes amb amics de la resta d'Espanya Variables definides a partir de les preguntes 98, 99, 100 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 429.
<b>v97_4g1</b>	Suma total de contactes globals amb amics de l'estranger Variables definides a partir de les preguntes 98, 99, 100 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 378.
<b>v97_tot1</b>	Suma total de contactes amb tots els amics per tots els mitjans Variables definides a partir de les preguntes 98, 99, 100 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 1629.
<b>v98_g1</b>	Suma total de contactes amb amics en visites Variable definida a partir de la pregunta 98 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 1.742.
<b>v99_g1</b>	Suma total de contactes amb amics per teléfon Variable definida a partir de la pregunta 99 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 782.
<b>v100_g1</b>	Suma total de contactes amb amics per Internet Variable definida a partir de la pregunta 100 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 0 i 1.095.
<b>v101d</b>	Nombre de veïns amb qui es relaciona (interval) Variable definida a partir de la pregunta 101 del qüestionari. Valors de la variable: 0; De 1 a 5; De 6 a 10; 11 o més.
<b>v101m</b>	Nombre de veïns amb qui es relaciona (0,99) Variable definida a partir de la pregunta 101 del qüestionari. Valors de la variable: valors enters entre 1 i 98.
<b>v101_g1</b>	Suma total de contactes que té amb els veïns Variable definida a partir de la pregunta 101 del qüestionari.

	Valors de la variable: valors enters entre 0 i 782.
<b>v109_1m</b>	Converses amb els que viuen amb l'entrevistat (sense 0,9)
<b>v109_2m</b>	Activitats amb els fills (sense 0,9)
<b>v109_3m</b>	Baralles a casa (sense 0,9)
<b>v109_4m</b>	Sensació de trobar-se estressat (sense 0,9)
<b>v109_5m</b>	Sensació de trobar-se aïllat (sense 0,9)
<b>v109_6m</b>	Sensació de trobar-se deprimat o baix de moral (sense 0,9)
	Variables definides a partir de la pregunta 109 del qüestionari.
	Valors de la variable: Ha augmentat; Igual; Ha disminuït.
<b>v110_g1r</b>	Índex de participació sociopolítica
	Variable definida a partir de les preguntes 110, 111 i 112 del qüestionari. Si no és membre de cap associació, club, ONG, sindicat, partit o qualsevol altra entitat associativa li assignem el valor Nul. En cas que sí, li assignem el valor Baix si participa i s'implica en 1 associació; li assignem el valor Mitjà si participa i s'implica en 2 associacions; li assignem el valor Alt si participa i s'implica en 3 associacions o més.
	Valors de la variable: Nul; Baix; Mitjà; Alt.
<b>v111_g1d</b>	Nombre d'associacions en que participa
	Variable definida a partir de la pregunta 111 del qüestionari.
	Valors de la variable: 1 associació; 2 associacions; 3 associacions o més.
	Nota: queden excloses les persones que no són de cap associació.
<b>v112_g1d</b>	Nombre d'associacions en que s'implica
	Variable definida a partir de la pregunta 112 del qüestionari.
	Valors de la variable: Cap; 1 associació; 2 associacions o més.
	Nota: queden excloses les persones que no són de cap associació.
<b>v113_g1d</b>	Nombre d'associacions des d'on utilitza Internet
	Variable definida a partir de la pregunta 113 del qüestionari.
	Valors de la variable: Cap; 1 associació; 2 associacions o més.
	Nota: queden excloses les persones que no són usuàries d'Internet.
<b>v115_r</b>	Mobilització sociopolítica
	Variable definida a partir de la pregunta 115 del qüestionari.
	Valors de la variable: Alt; Mitjà; Baix.
<b>v117d</b>	Utilització d'Internet en relació amb les campanyes
	Variable definida a partir de la pregunta 117 del qüestionari.
	Valors de la variable: Informació; Comunicació; Acció.
	Nota: queden excloses les persones que no són usuàries d'Internet.
<b>v118_r1</b>	Índex d'activitat ciutadana
	Variable definida a partir de les preguntes 118, 120, 122 i 151 del qüestionari. A cada resposta afirmativa li assignem un 1. Baix si no té cap 1 o en té 1, Mitjà si en té 2 o 3 i Alt si en té 4.

**v124\_g1r**      Valors de la variable: Baix; Mitjà; Alt.  
Índex sobre la capacitat d'influir en el món  
Variable definida a partir de la pregunta 124 del qüestionari. Li assignem el valor Baix si està d'acord amb entre 0 i 4 frases; li assignem el valor Mitjà si està d'acord amb entre 5 i 7 frases; li assignem el valor Alt si està d'acord amb entre 8 i 10 frases.  
Valors de la variable: Baix; Mitjà; Alt.





## Bloc H: Identitat

- v130d** Identitat històrica  
Variable definida directament a partir de la pregunta 130 del qüestionari.
- V131** Variable definida directament a partir de la pregunta 131 del qüestionari.  
Codificació de les respostes:  
Menjar català: ex. canelons, escudella, sopa de galets, carn d'olla, gall dindi, capó (poularde) a la catalana, mandonguilles amb sépia, escalivada, brou  
Menjar espanyol: ex. besuc, carn d'olla (cocido), cabrit, pernil de porc al forn, bacallà amb samfaina, empanada, paella i paella de peix, potatge (potaje), llenties amb xoriço  
Menjar àrab/oriental: ex. carn i cuscús  
Menjar genèric: ex. sopa, peix, marisc, angules, pollastre, carn, entremesos, ànec, conill, pica-pica, graellada, faisà, salmó, vedella, verdura, entrepà, lasanya, conill, arròs a la cubana, torró, pebrots farcits, foie gras
- v131\_139** Pràctica identitària etnicocultural  
Variable definida a partir de les preguntes 131 i 139 del qüestionari. Assignem pràctica Catalana a les persones que han respost a la pregunta 131 "menjar català" (plat principal del dinar del dia de Nadal) i a la pregunta 139, que estan en contra de Rivaldo; i assignem pràctica Castellana a les que han respost a la pregunta 131 "menjar castellà" i a la pregunta 139, que estan a favor de Rivaldo; a les que han respost "la resta" els assignem el valor Altra.  
Valors de la variable: Catalana; Castellana; Altra.
- v133d** Sentiment de pertinença  
Variable definida a partir de la pregunta 133 del qüestionari. Assignem el valor Català a les persones que han respost que se senten només catalanes i més catalanes que espanyoles; assignem el valor Tant català com espanyol a les que responen exactament això; assignem el valor Espanyol a les que han respost més espanyoles que catalanes i només espanyoles; assignem el valor Ni català ni espanyol a les que responen exactament això.  
Valors de la variable: Català; Tant català com espanyol; Espanyol; Ni català ni espanyol.



**Bloc I: Desenvolupament personal**

- v140\_g2r** Escala d'autonomia personal (per trams)  
Variable definida a partir de la pregunta 140 del qüestionari. Per a la definició d'aquesta variable cal assignar punts a diversos fets. Si responen que estan totalment d'acord amb qualsevol frase sobre la seva capacitat de resoldre problemes de la pregunta 140, els assignem 1 punt, si responen que hi estan més aviat d'acord, els assignem 2 punts, si responen que hi estan més aviat en desacord, els assignem 3 punts i si responen que hi estan totalment en desacord, els assignem 4 punts. Assignem el valor Alt a les puntuacions 10 i 11; assignem el valor Mitjà-Alt a les puntuacions entre 12 i 15 (ambdues incloses); assignem el valor Mitjà a les puntuacions entre 16 i 19 (ambdues incloses); assignem el valor Mitjà-Baix a les puntuacions entre 20 i 25 (ambdues incloses); assignem el valor Baix a les puntuacions entre 26 i 40 (ambdues incloses).  
Valors de la variable: Alt; Mitjà-Alt; Mitjà; Mitjà-Baix; Baix.
- v141\_r** Índex de projecte d'autonomia personal  
Variable definida a partir de les preguntes 141, 142, 143, 144 i 145 del qüestionari. Assignem un punt, si la persona entrevistada s'estima més treballar pel seu compte i ser el seu propi cap, encara que guanyi menys; assignem un punt si s'estima més treballar pel seu compte i ser el seu propi cap, encara que tingui menys seguretat laboral; assignem un punt, si prefereix que els seus fills tinguin la seva pròpia empresa en comptes de ser funcionaris; assignem un punt si considera que el més important per a triomfar a la vida és el propi esforç; i assignem un punt, si en cas de malaltia seriosa procura informar-se'n, a part de consultar un metge.  
Valors de la variable: Mínim 0; 1; 2; 3; 4; Màxim 5.
- v144\_1d** Triomfar a la vida (propi esforç)  
Variable definida a partir de la pregunta 144 del qüestionari. Assignem el valor Intel·ligència, sort, contactes i tracte de favor a les persones que han donat una d'aquestes respostes i assignem el valor Propi esforç a les persones que han respost exactament això.  
Valors de la variable: Intel·ligència, sort, contactes i tracte de favor; Propi esforç.
- v144\_2d** Triomfar a la vida (propi esforç + intel·ligència)  
Variable definida a partir de la pregunta 144 del qüestionari. Assignem el valor Sort, contactes i tracte de favor a les persones que han donat una d'aquestes respostes i assignem el valor Propi esforç i intel·ligència a les persones que han donat una d'aquestes respostes.

- Valors de la variable: Sort, contactes i tracte de favor; Propi esforç i intel·ligència.
- v149d** Manera d'informar-se quan té lloc un gran esdeveniment internacional  
Variable definida directament a partir de la pregunta 149 del qüestionari.
- v150d** Manera d'informar-se quan té lloc un esdeveniment local  
Variable definida directament a partir de la pregunta 150 del qüestionari.
- v151d** Informació política abans de votar  
Variable definida directament a partir de la pregunta 151 del qüestionari.
- v152d** Mitjà d'informació política abans de votar  
Variable definida directament a partir de la pregunta 152 del qüestionari.
- v153d** Diari de preferència  
Variable definida a partir de la pregunta 153 del qüestionari. Assignem el valor Premsa catalana a les persones que han respost que el diari que han llegit l'última setmana és *El Periódico*, edició catalana, *l'Avui*, *El Punt*, *Regió 7*, *El 9*, premsa diària gratuïta (*Barcelona y m@s*, *Metro*, etc.), *Diari de Sabadell* o *Diari de Terrassa*; assignem el valor Premsa catalana en espanyol a les que han respost *La Vanguardia* o *El Periódico*, edició castellana; assignem el valor Premsa espanyola a les que han respost *El País*, *El Mundo*, *ABC* o *La Razón* i assignem el valor Premsa estrangera a les que han respost un diari estranger.  
Valors de la variable: Premsa catalana en català; Premsa catalana en espanyol; Premsa espanyola; Premsa estrangera.  
Nota: queden excloses les persones que no en llegeixen cap, que tenen problemes funcionals o no saben llegir o que només llegeixen diaris d'informació esportiva o un altre diari nacional o local.
- v153\_155** Pràctica identitària comunicativa  
Variable definida a partir de les preguntes 153 i 155 del qüestionari. Assignem el valor Català a les persones que han respost que el diari que han llegit l'última setmana és *El Periódico*, edició catalana, *l'Avui*, *El Punt*, *Regió 7* o *El 9*, i que els canals de televisió en què veu les notícies més freqüentment són TV3, Canal 33/K33, Barcelona TV, City TV o un canal de televisió del seu municipi; assignem el valor Castellà a les que han respost que el diari és *La Vanguardia*, *El Periódico*, en edició castellana, *El País*, *El Mundo*, *ABC* o *La Razón* i el canal de televisió és TVE (canal 1), TVE (canal 2), Tele 5, Antena 3 o Canal Plus i assignem el valor Altres a les que han respost que el diari és estranger.  
Valors de la variable: Català; Castellà; Altres.
- v154d** Diaris llegits a Internet  
Variable definida a partir de la pregunta 154 del qüestionari. Assignem el valor Premsa catalana a les persones que han respost que el diari que llegeixen principalment per Internet és *El Periódico*, edició catalana, *l'Avui*, *El Punt*, *Regió 7*, *El 9*, premsa diària gratuïta (*Barcelona y m@s*, *Metro*, etc.), *Diari de Sabadell*

o *Diari de Terrassa*; assignem el valor Premsa catalana en espanyol a les que han respost *La Vanguardia* o *El Periódico*, edició castellana; assignem el valor Premsa espanyola a les que han respost *El País*, *El Mundo*, *ABC* o *La Razón* i els assignem el valor Premsa estrangera si han respost un diari estranger.

Valors de la variable: Premsa catalana en català; Premsa catalana en espanyol; Premsa espanyola; Premsa estrangera.

Nota: queden excloses les persones que no són usuàries d'Internet, que no en llegeixen cap, que tenen problemes funcionals o no saben llegir o que només llegeixen diaris d'informació esportiva o un altre diari nacional o local.

**v155d1**

Canal de TV. Preferència segons la llengua

Variable definida a partir de la pregunta 155 del qüestionari. Assignem el valor Català a les persones que han respost que el canal de televisió en què veuen les notícies més freqüentment és TV3, Canal 33/K33, Barcelona TV, City TV o un canal de televisió del seu municipi; assignem el valor Castellà a les que han respost TVE (canal 1), TVE (canal 2), Tele 5, Antena 3 o Canal Plus i assignem el valor Altres a les que han respost televisió per satèl·lit o un altre canal de televisió.

Valors de la variable: Català; Castellà; Altres.

Nota: queden excloses les persones que no miren les notícies de la televisió.

**v155d2**

Canal de TV. Preferència entre públic i privat

Variable definida a partir de la pregunta 155 del qüestionari. Assignem el valor Públic a les persones que han respost que el canal de televisió en què veuen les notícies més freqüentment és TVE (canal 1), TVE (canal 2), TV3, Canal 33/K33 o Barcelona TV; assignem el valor Privat a les que han respost Tele 5, Antena 3, Canal Plus o City TV i assignem el valor Altres a les que han respost televisió per satèl·lit, un canal de televisió del seu municipi o un altre canal de televisió.

Valors de la variable: Pública; Privada; Altres.

Nota: queden excloses les persones que no miren les notícies de la televisió.

**v156\_1d**

Confiança en la informació que rep per televisió

Variable definida a partir de la pregunta 156.1 del qüestionari.

Valors de la variable: Molta; Regular; Poca.

**v156\_2d**

Confiança en la informació que rep per la ràdio

Variable definida a partir de la pregunta 156.2 del qüestionari.

Valors de la variable: Molta; Regular; Poca.

**v156\_3d**

Confiança en la informació que rep pels diaris

Variable definida a partir de la pregunta 156.3 del qüestionari.

Valors de la variable: Molta; Regular; Poca.

**v156\_4d**

Confiança en la informació que rep per Internet

Variable definida a partir de la pregunta 156.4 del qüestionari.

Valors de la variable: Molta; Regular; Poca.

**Bloc J: Usuaris: formes d'ús d'Internet**

- v157\_2r** Experiència a Internet  
Variable definida a partir de la pregunta 157 del qüestionari. Assignem el valor Usuaris de més de 2 anys a les persones que han respost que el primer any que van entrar a Internet va ser entre el 1987 i el 1999; assignem el valor Usuaris recents (menys de 2 anys) a les que han respost que entre l'any 2000 i el 2002 i assignem el valor No usuaris a les que no són usuàries d'Internet.  
Valors de la variable: Usuaris de més de 2 anys; Usuaris recents (menys de 2 anys); No usuaris.
- v157\_3rd** Antiguitat d'experiència amb Internet  
Variable definida a partir de la pregunta 157 del qüestionari. Agrupació de les dades per intervals. Si va entrar a Internet per primer cop des de la 1a meitat de 2001 fins al gener de 2002 se li assigna el valor Recent; si hi va entrar des de la 1a meitat de 1998 fins a la 2a meitat de 2000 se li assigna el valor Amb experiència i si hi va entrar abans de la 2a meitat de 1997, se li assigna el valor Veterà.  
Valors de la variable: Recents; Amb experiència; Veterans.
- v158\_r1** Qui l'ajuda a utilitzar Internet  
Variable definida a partir de la pregunta 158 del qüestionari. Mirem si una altra persona de la llar menor de 25 anys ajuda la persona entrevistada en l'ús d'Internet; a més, agrupem en una única categoria els amics i els companys de feina o d'estudis.  
Valors de la variable: No necessita ajuda; Una altra persona de la llar < 25 anys; Una altra persona de la llar; Un altre familiar; Amic o company de feina o d'estudis; Professor, al centre de formació; Tècnic de l'empresa que li va instal·lar; Altres; NS/NC.  
Nota: queden exclosos els que no són usuaris d'Internet.
- v159r** Escala de coneixement d'Internet  
Variable definida a partir de la pregunta 159 del qüestionari. Assignem el valor Estàndard a les persones que saben baixar fitxers de la web al seu ordinador; assignem el valor Intermedi a les que saben rebre i transmetre missatges de correu electrònic amb arxius adjunts o saben fer servir un buscador o trobar una informació a la web; assignem el valor Principiant a les que saben rebre i transmetre missatges electrònics.  
Valors de la variable: Estàndard; Intermedi; Principiant.
- v160\_1r** Transmissió i recepció de missatges de correu electrònic
- v160\_2r** Participar en xats o *newsgroups*
- v160\_3r** Participar en una subhasta o comprar-hi
- v160\_4r** Comprar articles d'alimentació i de neteja

<b>v160_5r</b>	Comprar llibres o música
<b>v160_6r</b>	Comprar productes informàtics
<b>v160_7r</b>	Comprar o reservar entrades per a espectacles
<b>v160_8r</b>	Comprar altres coses
<b>v160_9r</b>	Reservar viatges o allotjament o llogar un cotxe
<b>v160_10r</b>	Realitzar operacions amb el seu banc
<b>v160_11r</b>	Treballar des de casa
<b>v160_12r</b>	Buscar feina
<b>v160_13r</b>	Buscar pis
<b>v160_14r</b>	Participar en cursos en línia
<b>v160_15r</b>	Assabentar-se de les notícies per la premsa general
<b>v160_16r</b>	Assabentar-se de les notícies esportives
<b>v160_17r</b>	Navegar per Internet sense cap objectiu concret
<b>v160_18r</b>	Jugar a videojocs per Internet
<b>v160_19r</b>	Enviar targetes de felicitació electròniques
<b>v160_20r</b>	Enviar fotografies seves o de la família
<b>v160_21r</b>	Baixar música de la xarxa
<b>v160_22r</b>	Mirar pornografia
<b>v160_23r</b>	Buscar informació sobre viatges
<b>v160_24r</b>	Buscar informació sobre la seva ciutat
<b>v160_25r</b>	Buscar informació sobre espectacles programats
<b>v160_26r</b>	Buscar informació sobre oferta formativa
<b>v160_27r</b>	Buscar informació política o sindical
<b>v160_28r</b>	Buscar informació sobre la seva associació professional
<b>v160_29r</b>	Buscar informació sobre la seva salut o la de persones properes
<b>v160_30r</b>	Buscar informació sobre serveis públics
<b>v160_31r</b>	Buscar informació sobre gais i lesbianes
<b>v160_32r</b>	Baixar programes de la xarxa
<b>v160_33r</b>	Consultar biblioteques, enciclopèdies, diccionaris i atlas
<b>v160_34r</b>	Trucar per telèfon per mitjà d'Internet
<b>v160_35r</b>	Acordar o confirmar trobades amb els amics
<b>v160_36r</b>	Organitzar les activitats dels nens
<b>v160_37r</b>	Buscar receptes de cuina
<b>v160_38r</b>	Posar-se en contacte amb amics quan està desanimat
	Variables definides directament a partir de la pregunta 160 del qüestionari.
<b>v160_a1</b>	Usos professionals – Quantificació
	Variable definida a partir de la pregunta 160 del qüestionari. Els usos professionals inclouen treballar des de casa, buscar feina, participar en cursos en línia, busca informació sobre oferta formativa i buscar informació sobre la



seva associació professional. Assignem un 1 a cada activitat realitzada i fem la suma.

Valors de la variable: valors enters entre 0 i 5.

**v160\_b1****Usos pràctics – Quantificació**

Variable definida a partir de la pregunta 160 del qüestionari. Els usos pràctics inclouen fer operacions amb el seu banc, buscar pis, buscar informació sobre viatges, buscar informació sobre la seva ciutat, buscar informació sobre la seva salut o la de persones properes, buscar informació sobre serveis públics, organitzar les activitats dels nens i buscar receptes de cuina. Assignem un 1 a cada activitat realitzada i fem la suma.

Valors de la variable: valors enters entre 0 i 8.

**v160\_c1****Compres – Quantificació**

Variable definida a partir de la pregunta 160 del qüestionari. Les compres inclouen participar en una subhasta o comprar-hi, comprar productes d'alimentació i de neteja, comprar llibres o música, comprar productes informàtics, comprar o reservar entrades per a espectacles, comprar altres coses i reservar viatges o allotjament o llogar un cotxe. Assignem un 1 a cada activitat realitzada i fem la suma.

Valors de la variable: valors enters entre 0 i 6.

**v160\_d1****Usos de sociabilitat – Quantificació**

Variable definida a partir de la pregunta 160 del qüestionari. Els usos de sociabilitat inclouen participar en xats o *newsgroups*, enviar targetes de felicitació electròniques, enviar fotos seves o de la família, acordar o confirmar trobades amb els amics i posar-se en contacte amb amics quan està desanimat. Assignem un 1 a cada activitat realitzada i fem la suma.

Valors de la variable: valors enters entre 0 i 5.

**v160\_e1****Informació cultural i educativa – Quantificació**

Variable definida a partir de la pregunta 160 del qüestionari. La informació cultural i educativa inclou consultar biblioteques, enciclopèdies, diccionaris i atlas. Assignem un 1 a cada activitat realitzada i fem la suma.

Valors de la variable: valors enters entre 0 i 1.

**v160\_f1****Informació d'actualitat – Quantificació**

Variable definida a partir de la pregunta 160 del qüestionari. La informació d'actualitat inclou assabentar-se de les notícies per la premsa general i assabentar-se de les notícies esportives. Assignem un 1 a cada activitat realitzada i fem la suma.

Valors de la variable: valors enters entre 0 i 2.

**v160\_g1****Informació politicosindical – Quantificació**

- Variable definida a partir de la pregunta 160 del qüestionari. L'informació politicosindical inclou buscar informació política o sindical. Assignem un 1 a cada activitat realitzada i fem la suma.
- Valors de la variable: valors enters entre 0 i 1.
- v160\_h1** Oci – Quantificació
- Variable definida a partir de la pregunta 160 del qüestionari. L'oci inclou navegar per Internet sense cap objectiu concret, jugar a videojocs per Internet, baixar música de la xarxa, mirar pornografia i buscar informació sobre espectacles programats. Assignem un 1 a cada activitat realitzada i fem la suma.
- Valors de la variable: valors enters entre 0 i 5.
- v160\_i1** Usos tecnològics – Quantificació
- Variable definida a partir de la pregunta 160 del qüestionari. Els usos tecnològics inclouen baixar programes de la xarxa i trucar per telèfon per mitjà d'Internet. Assignem un 1 a cada activitat realitzada i fem la suma.
- Valors de la variable: valors enters entre 0 i 2.
- v160\_a2** Usos professionals
- Variable definida a partir de les variables v160\_11r,v160\_12r,v160\_14r, v160\_26r i v160\_28r.
- Valors de la variable: No fa cap activitat d'ús professional; Com a mínim, fa una activitat d'ús professional.
- v160\_b2** Usos pràctics
- Variable definida a partir de les variables v160\_10r, v160\_13r, v160\_23r, v160\_24r, v160\_29r, v160\_30, v160\_36 i v160\_37.
- Valors de la variable: No fa cap activitat d'ús pràctic; Com a mínim, fa una activitat d'ús pràctic.
- v160\_c2** Compres
- Variable definida a partir de les variables v160\_3r, v160\_4r, v160\_5r, v160\_6r, v160\_7r, v160\_8r i v160\_9r.
- Valors de la variable: No fa cap activitat de compres; Com a mínim, fa una activitat de compres.
- v160\_d2** Usos de sociabilitat
- Variable definida a partir de les variables v160\_2r, v160\_19r, v160\_20r, v160\_35r i v160\_38r.
- Valors de la variable: No fa cap activitat d'ús de sociabilitat; Com a mínim, fa una activitat d'ús de sociabilitat.
- v160\_e2** Informació cultural i educativa
- Variable definida a partir de la variable v160\_33r.
- Valors de la variable: No fa cap activitat d'informació cultural i educativa; Com a mínim, fa una activitat d'informació cultural i educativa.

- v160\_f2** Informació d'actualitat  
Variable definida a partir de les variables v160\_15r i v160\_16r.  
Valors de la variable: No fa cap activitat d'informació d'actualitat; Com a mínim, fa una activitat d'informació d'actualitat.
- v160\_g2** Informació politicosindical  
Variable definida a partir de la variable v160\_27r.  
Valors de la variable: No fa cap activitat d'informació politicosindical; Com a mínim, fa una activitat d'informació politicosindical.
- v160\_h2** Oci  
Variable definida a partir de les variables v160\_17r, v160\_18r, v160\_21r, v160\_22r i v160\_25r.  
Valors de la variable: No fa cap activitat d'oci; Com a mínim, fa una activitat d'oci.
- v160\_i2** Usos tecnològics  
Variable definida a partir de les variables v160\_32r i v160\_34r.  
Valors de la variable: No fa cap activitat d'ús tecnològic; Com a mínim, fa una activitat d'ús tecnològic.
- v160\_a3** Intensitat d'usos professionals  
Variable definida a partir de la variable v160\_a1. Suposant que la persona entrevistada duu a terme aquest tipus d'activitat, volem mesurar amb quina intensitat ho fa. Agrupem els valors dels usos professionals en 2 intervals: segons si fa 1 o 2 activitats d'aquest conjunt d'activitats o en fa 3 o més.  
Valors de la variable: 1 o 2; 3 o més.
- v160\_b3** Intensitat d'usos pràctics  
Variable definida a partir de la variable v160\_b1. Suposant que la persona entrevistada duu a terme aquest tipus d'activitat, volem mesurar amb quina intensitat ho fa. Agrupem els valors dels usos pràctics en 2 intervals: segons si fa 1 o 2 activitats d'aquest conjunt d'activitats o en fa 3 o més.  
Valors de la variable: 1 o 2; 3 o més.
- v160\_c3** Intensitat de compres  
Variable definida a partir de la variable v160\_c1. Suposant que la persona entrevistada duu a terme aquest tipus d'activitat, volem mesurar amb quina intensitat ho fa. Agrupem els valors de les compres en 2 intervals: segons si fa 1 o 2 activitats d'aquest conjunt d'activitats o en fa 3 o més.  
Valors de la variable: 1 o 2; 3 o més.
- v160\_d3** Intensitat d'usos de sociabilitat  
Variable definida a partir de la variable v160\_d1. Suposant que la persona entrevistada duu a terme aquest tipus d'activitat, volem mesurar amb quina intensitat ho fa. Agrupem els valors dels usos de sociabilitat en 2 intervals: segons si fa 1 o 2 activitats d'aquest conjunt d'activitats o en fa 3 o més.

- Valors de la variable: 1 o 2; 3 o més.
- v160\_f3** Intensitat d'informació d'actualitat
- Variable definida a partir de la variable v160\_f1. Suposant que la persona entrevistada duu a terme aquest tipus d'activitat, volem mesurar amb quina intensitat ho fa. Definim les persones que fan 1 activitat d'aquest conjunt i les que en fan 2.
- Valors de la variable: 1; 2.
- v160\_h3** Intensitat d'oci
- Variable definida a partir de la variable v160\_h1. Suposant que la persona entrevistada duu a terme aquest tipus d'activitat, volem mesurar amb quina intensitat ho fa. Agrupem els valors d'oci en 2 intervals: segons si fa 1 o 2 activitats d'aquest conjunt d'activitats o si en fa 3 o més.
- Valors de la variable: 1 o 2; 3 o més.
- v160\_i3** Intensitat d'usos tecnològics
- Variable definida a partir de la variable v160\_i1. Suposant que la persona entrevistada duu a terme aquest tipus d'activitat, volem mesurar amb quina intensitat ho fa. Definim els que fan 1 activitat d'aquest conjunt i els que en fan 2.
- Valors de la variable: 1; 2.
- v160\_22z** Ús pornogràfic d'Internet
- Variable definida a partir de la pregunta 160.22 del qüestionari. Si utilitzen Internet per a mirar pornografia i només ho fan des de casa, els assignem el valor Sí, a casa; Si utilitzen Internet per a mirar pornografia i només ho fan des de la feina, els assignem el valor Sí, a la feina; Si utilitzen Internet per a mirar pornografia i només ho fan des d'altres llocs, els assignem el valor Sí, a altres; Si utilitzen Internet per a mirar pornografia i només ho fan des de casa i des de la feina, els assignem el valor Sí, a casa i a la feina; Si utilitzen Internet per mirar pornografia i només ho fan des de casa i des d'altres llocs, els assignem el valor Sí, a casa i altres; Si utilitzen Internet per mirar pornografia i només ho fan des de la feina i altres llocs, els assignem el valor Sí, a la feina i altres; Si utilitzen Internet per mirar pornografia i ho fan des de casa, la feina i altres, els assignem el valor Sí, a casa, feina i altres; Si utilitzen Internet per mirar pornografia i no especifiquen cap lloc, els assignem el valor Sí, però no ho especifica; Si no utilitza Internet per mirar pornografia, li assignem el valor No.
- Valors de la variable: Sí, a casa; Sí, a la feina; Sí, a altres; Sí, a casa i a la feina; Sí, a casa i altres; Sí, a la feina i altres; Sí, a casa, feina i altres; Sí, però no ho especifica; No.

**Bloc K: No usuaris****v170\_r1**

No usuaris d'Internet: escala de distanciament

Variable definida a partir de les preguntes 170 i 172 del qüestionari. Assignem el valor Nivell 0: major distanciament a les persones que no saben qué és Internet i creuen que mai no ho sabran ni el faran servir; assignem el valor Nivell 1 a les que no en saben gaire cosa, però n'han sentit parlar; assignem el valor Nivell 2 a les que creuen que potser un dia o altre acabaran coneixent-lo i fent-lo servir; assignem el valor Nivell 3: menor distanciament a les que creuen que, segurament, que un dia o altre acabaran coneixent-lo i fent-lo servir.

Valors de la variable: Nivell 0: major distanciament; Nivell 1; Nivell 2; Nivell 3: menor distanciament.

**v173d**

Si s'ha demanat o s'ha rebut d'algun familiar, amic o company alguna informació o documentació obtinguda a Internet

Variable definida directament a partir de la pregunta 173 del qüestionari.



**Bloc L: Nivell d'ingressos****v174\_r1**

Ingressos mensuals nets de la llar

Variable definida a partir de la pregunta 174 del qüestionari. Assignem el valor Ingressos molt alts a les llars que tenen ingressos mensuals nets de 4.057,1 a 6.010 euros o de més de 6.010 euros; els assignem el valor Ingressos alts si tenen ingressos mensuals nets de 2.525,1 a 4.057 euros; els assignem el valor Ingressos mitjans si tenen ingressos mensuals nets de 1.262,1 a 2.525 euros; els assignem el valor Ingressos baixos si tenen ingressos mensuals nets de 751,1 a 1.262 euros; els assignem el valor Ingressos molt baixos si tenen ingressos mensuals nets de 451,1 a 751 euros o de menys de 451 euros.

Valors de la variable: Ingressos molt alts; Ingressos alts; Ingressos mitjans; Ingressos baixos; Ingressos molt baixos.





# Llista d'abreviatures

---



## Llista d'abreviatures

- N** Nombre de persones que compleixen les característiques indicades a l'etiqueta que l'acompanya.
- NP** Nombre de persones que són no pertinents. Per exemple, si es fa una pregunta exclusivament a persones usuàries d'Internet, el grup de no pertinents es compon de les persones no usuàries.
- NS/NC** Nombre de persones entrevistades que responen "No ho sap / No contesta" a la pregunta feta.
- NS** Nombre de persones entrevistades que responen "No ho sap" a la pregunta feta.
- NC** Nombre de persones entrevistades que no contesten la pregunta feta.
- Sign.** Significació a les taules de la khi quadrat.
- g.l.** Graus de llibertat a les taules de la khi quadrat.
- JC** Persones entrevistades nascudes després de 1973. A l'estudi, aquest grup de persones s'anomena "Jove Catalunya".
- VC** Persones entrevistades nascudes fins a 1973. A l'estudi, aquest grup de persones s'anomena "Vella Catalunya".







**IN3** internet  
interdisciplinary  
institute

[www.uoc.edu](http://www.uoc.edu)