

LA PARTICIPACIÓ CULTURAL DE LA JOVENTUT CATALANA 2001-2015

Antonio Ariño Villarroya
Ramón Llopis Goig

LA PARTICIPACIÓ CULTURAL DE LA JOVENTUT CATALANA 2001-2015

Antonio Ariño Villarroya
Ramón Llopis Goig



Generalitat de Catalunya
**Departament de Treball,
Afers Socials i Famílies**

JOVENTUT

Ariño Villarroya, Antonio, autor

[Participació cultural de la joventut catalana 2001-2015 (Resum)]

La Participació cultural de la joventut catalana 2001-2015. – 1a edició
Resum de l'informe La participació cultural de la joventut catalana 2001
-2015, editat pel Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (CoNCA). –
Bibliografia

ISBN 9788439395324

I. Llopis Goig, Ramón, autor II. Ariño Villarroya, Antonio. Participació
cultural de la joventut catalana 2001-2015 III. Catalunya. Departament de
Trebball, Afers Socials i Famílies IV. Títol V. Col·lecció: Aportacions ; 55
1. Joves – Esbarjo – Catalunya 2. Joves – Catalunya – Vida social i
costums – S. XXI 3. Consum cultural – Catalunya 4. Cultura i lleure –
Catalunya

008:379.8-053.81(460.23)

379.82(460.23)

39-053.81(460.23)"20"

Aquesta publicació es pot consultar a www.gencat.cat/joventut/observatori

© Generalitat de Catalunya
Departament de Treball, Afers Socials i Famílies
Direcció General de Joventut



Avis legal:

Aquesta obra està subjecta a una llicència Reconeixement-No Comercial-Sense Obres Derivades 3.0 de Creative Commons.

Se'n permet la reproducció, distribució i comunicació pública sempre que se'n citi l'autor o autors i l'editor, i no es faci un ús comercial de l'obra original ni se'n creïn obres derivades. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>

1a edició: març de 2017

Tiratge: 120 exemplars

Disseny: Unitat d'autoedició i disseny. Direcció General de Joventut

Impressió: Entitat Autònoma del Diari Oficial i Publicacions (EADOP)

DL B 5793-2017

ISBN: 978-84-393-9532-4

ÍNDEX

PRESENTACIÓ	5
INTRODUCCIÓ	7
1. EVOLUCIÓ DE LES PRÀCTIQUES CULTURALS EN LA JOVENTUT CATALANA (2001-2015)	9
2. PERSPECTIVA INTERGENERACIONAL	13
3. LES DIFERÈNCIES ENTRE LA JOVENTUT CATALANA	17
4. UNA TIPOLOGIA DE LA POBLACIÓ CATALANA A PARTIR DELS SEUS INTERESSOS I PRÀCTIQUES CULTURALS	27
5. REFLEXIONS FINALS	31
5.1. La participació cultural	31
BIBLIOGRAFIA	55

Les polítiques de joventut i les polítiques culturals sempre han estat molt lligades. De fet, a Catalunya, les primeres polítiques de joventut eren en bona part polítiques de lleure i de temps d'oci; en l'actualitat, en nombrosos municipis la regidoria de Joventut es comparteix amb la de Cultura. La integralitat de les polítiques de joventut impulsada des del primer Pla Nacional de Joventut de Catalunya, i que continua tenint el suport del PNJCat vigent, no es contradiu, sinó al contrari, amb aquesta realitat: les polítiques culturals adreçades a la joventut són una part fonamental de les polítiques de joventut i tenen el repte d'afavorir la construcció d'una societat més cohesionada i, alhora, diversa, tolerant i dinàmica.

En aquest sentit, és imprescindible disposar dels instruments adequats per conèixer la participació cultural de les persones joves, és a dir, allò que produeixen i allò que consumeixen. La present publicació ens mostra com ha evolucionat aquesta participació i en quina situació es troba, així com les diferències i les desigualtats del col·lectiu jove respecte al conjunt de la societat i dins del mateix col·lectiu. Disposar d'aquesta diagnosi és un element imprescindible per millorar els instruments, les eines i les actuacions de les administracions públiques, tant locals com nacionals. En els darrers anys la realitat ha canviat substancialment (cal destacar l'impacte combinat de la crisi i la incorporació de les persones joves a les TIC), per això les pistes que ens proporciona aquesta recerca són molt valuoses.

Aquestes pistes les podem trobar en forma de recomanacions en la recerca completa publicada pel Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (CoNCA). La recerca, feta per Antonio Ariño i Ramón Llopis, és fruit d'una col·laboració entre el CoNCA, que l'ha finançada, el Departament de Cultura, que ha facilitat les dades de les successives onades de l'Enquesta de participació cultural, i la Direcció General de Joventut, que s'ha encarregat de la coordinació tècnica de l'estudi. En aquestes pàgines us oferim un resum dels principals resultats d'aquesta col·laboració entre institucions. I esperem que us sigui interessant i útil.

MARTA VILALTA I TORRES

Directora general de Joventut

INTRODUCCIÓ

En aquesta publicació, oferim un resum de l'informe *La participació cultural de la joventut catalana 2001-2015*, editat pel Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (CoNCA). L'informe estudia l'evolució i les característiques de la participació cultural de la joventut catalana durant l'inici del segle XXI. Un període marcat essencialment per dues grans transformacions històriques, que en alguns aspectes poden considerar-se convergents i en les quals es dona un impacte fonamental entre les generacions joves: la revolució de les tecnologies de la informació, la comunicació i l'organització (en tant que suposen un canvi de paradigma de comunicació social i permeten noves formes de coordinació i interacció) i la gran recessió, iniciada com una crisi financera als Estats Units, però que, entre nosaltres, ha arribat a afectar totes les dimensions de la vida sociopolítica i encara ara té conseqüències devastadores, molt especialment en l'ocupació juvenil i en les condicions de transició i emancipació a la vida adulta.

És important, per tant, conèixer l'impacte d'aquestes transformacions sobre la participació cultural de les persones, i especialment entre la joventut. Tant l'informe com aquesta síntesi de resultats s'ordenen a partir de les principals preguntes d'anàlisi formulades: com ha evolucionat la participació cultural de la joventut (de 14 a 30 anys) des del començament del segle (capítol 1); quines diferències hi ha entre la participació cultural de la joventut i la del grup d'edat més gran (capítol 2); quins són els factors que diferencien la participació cultural entre les persones joves (capítol 3); i de quina manera podem classificar i analitzar la joventut a partir de la seva participació cultural (capítol 4). La publicació acaba amb unes reflexions sobre diversos aspectes que proporcionen elements per a l'orientació de les intervencions adreçades a la joventut en matèria de cultura.

Les fonts fonamentals utilitzades per a la investigació són l'Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya (ECPCC) del 2001 i del 2006 i l'Enquesta de participació cultural (EPC) del 2013 i del 2014, del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, cedides expressament per fer aquesta investigació. A aquestes fonts s'hi ha afegit un petit treball de camp amb dos grups de joves de diferents estrats socials i culturals, amb la finalitat de fer un seguiment de les seves activitats culturals durant quinze dies. Si el lector vol tenir més informació sobre la metodologia emprada i les fonts utilitzades, pot consultar-ne l'informe complet.

1. EVOLUCIÓ DE LES PRÀCTIQUES CULTURALS EN LA JOVENTUT CATALANA (2001-2015)

Sens dubte, el fenomen més decisiu es troba en la immersió plena en les característiques i potencialitats de la societat digital, especialment a partir del 2012, amb la difusió dels telèfons intel·ligents, la hiperconnexió i la comunicació ubiqua.

Durant aquest període es registren dues tendències:

- Des de l'any 2001 i fins al 2012, augmenta la participació cultural en tots els dominis en què se subdivideix administrativament el camp cultural.
- A partir del 2012, es fa palesa la incidència de la crisi i de la gran recessió amb una contracció de la despesa de les llars i de les administracions públiques, amb una reducció de l'assistència a les pràctiques més oneroses i un desplaçament dels motius pels quals no es fan determinades pràctiques o no es fan amb més freqüència: si el 2006 el percentatge més elevat entre la població jove es registrava en la falta d'interès, seguit de la manca de temps, en les tres darreres enquestes el pes s'ha traslladat cap al preu i cada cop té més rellevància el consum gratuït de música, pel·lícules, llibres, etc. per Internet (vegeu la taula 1). El 58% de joves afirma haver reduït la despesa en consum cultural per la crisi i un 65% afirma utilitzar Internet per tenir-hi accés gratuït.

TAULA 1. Principals factors que determinen l'absència de participació cultural entre la població de 14 a 30 anys segons l'activitat. Catalunya, 2006 i 2014. Percentatge

Factor	2006	2014
Concerts		
Preu	11,4	49,0
Manca d'interès	32,2	12,9
Manca de temps	23,5	23,4
Cinema		
Preu	15,5	59,8
Manca d'interès	26,3	7,6
Manca de temps	23,6	26,4
Teatre		
Preu	10,9	60,2
Manca d'interès	47,9	33,2
Manca de temps	16,3	28,3
Museus		
Preu	2,2	44,7
Manca d'interès	49,0	37,8
Manca de temps	26,8	33,7

Font: Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2006 i Enquesta de participació cultural 2014 (Departament de Cultura).

Quan s'estudia la implantació de cadascuna de les pràctiques, es detecta que la seva estructura no ofereix canvis significatius.

- Quatre de les pràctiques analitzades estan molt esteses, fins al punt que ja tenen o tindran aviat una cobertura universal: escoltar música, mirar la televisió, utilitzar Internet i anar al cine, amb percentatges inferiors al 10% de la població que no practica mai o gairebé mai aquestes activitats.

- En un segon nivell, es troben les pràctiques d'alta implantació o prevalença: llegir llibres, escoltar la ràdio i llegir diaris. Amb una penetració mitjana elevada se situen les visites a les biblioteques, l'assistència a concerts i la lectura de revistes. La resta apareixen amb una implantació baixa.
- Les altres activitats presenten un nivell d'implantació baix: anar a espectacles de dansa, o a concerts d'òpera o de música clàssica.

Al mateix temps, la irrupció de la connectivitat ubiqua i la de les sociotecnologies de la comunicació produeixen una mutació cultural que té tres característiques fonamentals: hiperconnectivitat, generalització de la comunicació mòbil i personalització de la cultura.

- La difusió d'equipaments i eines per accedir a Internet, la possessió per part d'un nombre creixent de persones de dispositius (telèfon, portàtil, tauleta) fins al punt de practicar una multiconnexió sincronitzada, l'expansió de les xarxes wifi, etc. permeten la connectivitat constant.
- El 2013, l'ordinador no només apareix com el mitjà principal per accedir a Internet, sinó també per escriure, comunicar-se, escoltar música o veure pel·lícules, i s'estén per llegir llibres i molts altres usos. Un 63% acostuma a veure continguts audiovisuals a l'ordinador, tot i que la televisió segueix sent l'aparell preferit per omplir el temps d'oci en un 84% dels casos.
- Sens dubte, des de la fi del 2014 i, clarament durant el 2015, el telèfon intel·ligent (*smartphone*) ha superat d'una forma irreversible a l'ordinador. El 92% dels individus utilitzen amb regularitat el telèfon mòbil. Amb això, s'expandeix la ubiqüitat de connexió, la diversitat d'usos i el temps dedicat a la navegació digital. L'accés es produeix allà on es troba l'individu, ja sigui al carrer, als mitjans de transport, al lloc de treball o a la cafeteria.

Un excés d'èmfasi en els retrocessos que pateixen determinades pràctiques (en concret, en l'àmbit de les arts escèniques) duria a menystenir o ignorar els canvis i avanços en tot l'univers cultural com a conseqüència de les potencialitats generatives de les sociotecnologies digitals.

En parlar de *generativitat* ens referim a una propietat específica d'aquestes sociotecnologies que permeten ampliar els seus usos a mesura que les utilitzen i les exploren nous usuaris amb diferents interessos i preocupacions. La incardinació social les transforma, més enllà del que els seus creadors originals haguessin previst.

Convé assenyalar que en parlar de *canvis i avanços en l'univers cultural* no fem cap valoració sobre el significat moral o polític de les pràctiques que s'expandeixen; ni tan sols una valoració en clau cultural. Senzillament, es tracta d'una constatació de processos de creació, transmissió i apropiació de significats, siguin els que siguin.

2. PERSPECTIVA INTERGENERACIONAL

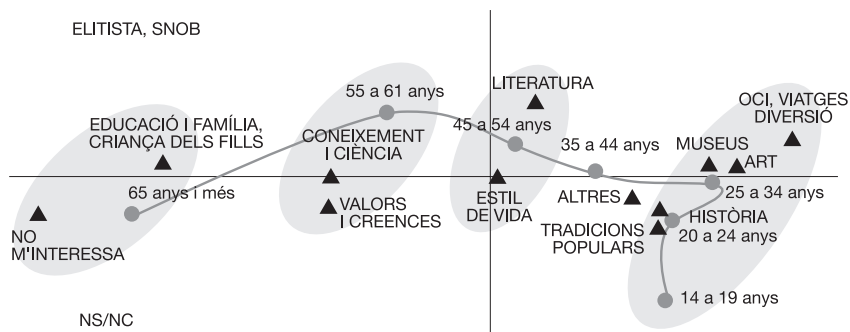
Les enquestes permeten analitzar tres grans aspectes: a) el significat i la importància de la cultura; b) la implantació d'un ventall ampli de pràctiques; i c) el seu comportament en diferents dimensions: econòmica, relacional, territorial o lingüística. En tots aquests aspectes, es poden estudiar les convergències i divergències entre els grans grups generacionals.

El primer aspecte per tractar es refereix a la significació de la cultura:

- Per a les cohorts més madures significa essencialment coneixement i ciència, educació i socialització familiar; mentre que la cohort més jove subratlla la idea de cultura com a tradicions, costums i identitat, al mateix temps que amplia el registre d'activitats que poden ser considerades com a culturals (ecològiques, gastronòmiques i patrimonials) (vegeu el gràfic 1).
- Només hi ha dues activitats que obtenen un *consens clar* en ambdós grups: assistir a concerts de música clàssica i visitar museus i exposicions. Això succeeix així, malgrat la implantació minoritària d'aquestes activitats.
- La concepció juvenil és essencialment legitimista, ja que reproduïx el cànon imperant en què s'ha socialitzat; però també és més oberta, variada i secular (en el sentit de restar sacralitat a unes pràctiques i conferir-n'hi a unes altres), i la funció d'entreteniment hi cobra una rellevància especial.

El gràfic 1 és el resultat d'una anàlisi factorial de correspondències i mostra la relació existent entre l'edat i les diferents concepcions «nadiues» de la cultura.

GRÀFIC 1. Concepcions nadiues de cultura segons el grup d'edat



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La dinàmica de consensos i divergències entre generacions es capta bé en analitzar les preferències i els interessos culturals de les persones joves i els de les adultes (taula 2).

- Hi ha nou pràctiques transversals: veure la televisió, escoltar la ràdio, llegir llibres, anar al teatre, visitar museus, visitar exposicions, anar a un musical, anar a espectacles de dansa i anar a espectacles de circ.
- N'hi ha vuit que són destacadament juvenils: connectar-se a Internet; escoltar música o veure pel·lícules en línia; descarregar pel·lícules, cançons, etc.; i jugar a videojocs. A aquestes quatre, que, sens dubte, estan marcades avui per l'efecte cohort, cal afegir-n'hi d'altres que depenen clarament de l'efecte cicle vital: anar al cine; anar a concerts de música actual; visitar biblioteques; i llegir revistes.
- Les clarament adultes són: assistir a concerts de música clàssica; llegir llibres; anar a biblioteques; anar a l'òpera; i visitar monuments o jaciments.

TAULA 2. Interès per determinades pràctiques culturals segons el grup d'edat. Catalunya, 2013. Percentatge

Pràctica	Grup d'edat			
	Mitjana	De 14 a 30 anys	Més de 30 anys	Diferència Joves / adults
Juvenils				
Escoltar música, veure pel·lícules, sèries... en línia	3,9	7,4	2,9	4,5
Descarregar-se música, pel·lícules, sèries, etc.	3,6	7,0	2,7	4,3
Connectar-se a Internet	5,9	8,6	5,1	3,5
Jugar a videojocs	2,3	4,7	1,6	3,1
Assistir a un concert de música actual	5,6	7,0	5,2	1,8
Anar al cinema	6,8	7,8	6,6	1,2
Assistir a un concert de música clàssica	4,3	3,6	4,5	-0,9
Adultes				
Llegir diaris	6,0	5,5	6,2	-0,7
Anar a la biblioteca	4,7	5,3	4,6	0,7
Anar a l'òpera	3,7	3,2	3,8	-0,6
Visitar monuments, jaciments	5,8	5,4	5,9	-0,5
Llegir revistes	4,7	5,1	4,6	0,5
Visitar museus	5,6	5,3	5,7	-0,4
Transversals				
Anar a un espectacle de circ	4,5	4,8	4,4	0,4
Veure la televisió	7,1	7,3	7,0	0,3
Llegir llibres	6,7	6,5	6,8	-0,3
Visitar exposicions	5,4	5,2	5,5	-0,3
Anar a un musical	5,1	5,3	5,0	0,3
Escoltar la ràdio	6,7	6,6	6,8	-0,2
Anar al teatre	5,7	5,6	5,8	-0,2
Anar a un espectacle de dansa	4,6	4,8	4,6	0,2

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Les diferències fonamentals tenen a veure amb canvis profunds en els mitjans d'accés, en la intensitat del temps que es dedica als mitjans nous i en la selecció de continguts:

- Quan s'estudien els equipaments de les llars, s'observa que, amb l'excepció de la televisió i el vídeo, en la resta de casos es dona un percentatge més elevat d'equipaments entre la població jove.
- Un percentatge aproximat del 60% de la població jove dedica més de dues hores diàries a estar connectada a Internet.
- Els usos que se'n fa estan clarament diferenciats en funció de l'edat (les xarxes socials, els webs de música o de pel·lícules, els blogs i els videojocs són molt juvenils).

Altres aspectes en els quals hi ha un predomini juvenil són:

- El cinema, les sèries, la música, els videojocs, la informàtica i els esports, sigui quin sigui el mitjà a través del qual s'hi accedeix. Les diferències no es produeixen només en les pràctiques, sinó sobretot en els gèneres dins de cada pràctica.
- La lectura i la freqüència o intensitat de la lectura, de manera que un 21% de la població jove ha llegit més de cinc llibres en els darrers dotze mesos, mentre que només ho ha fet un 16% de la població adulta.

També és important destacar la dimensió lingüística de la cultura:

- D'una banda, en un context en què predomina el castellà com a llengua de participació cultural, s'observa que un 94% diu que entén el català, però només un 33% el parla habitualment, un 40% va preferir el català per contestar l'enquesta i un 36,5% el considera com a llengua d'identitat.
- D'altra banda, la participació cultural en llengua catalana té més presència en exposicions, espectacles i la ràdio, mentre que és molt reduïda en els videojocs, el cinema i la música.

3. LES DIFERÈNCIES ENTRE LA JOVENTUT CATALANA

Al llarg d'aquest capítol s'han estudiat factors de diversitat i de desigualtat dins de la categoria social *joventut*, operativament definida com les persones que tenen entre 14 i 30 anys.

Tant les variables existencials (sexe i edat) com les posicionals (nivell educatiu, situació laboral i classe social) intervenen en el marcatge de diferències internes significatives en la concepció i la importància de la cultura, en els interessos i les pràctiques, així com en els gèneres preferits.

Un dels grans avantatges d'aquestes enquestes és que indaguen entre la població sobre el concepte nadiu de *cultura*; és a dir, quines dimensions, àmbits o aspectes vitals emfatitza la població quan sent la paraula *cultura*. Hem agrupat les respostes en quatre conceptes: coneixement adquirit, socialització, identitat col·lectiva i creativitat artística. La taula 3 mostra les preferències o l'èmfasi diferenciat que estableixen les respostes.

TAULA 3. Concepte de cultura entre la població de 14 a 30 anys segons diferents variables. Catalunya, 2013

Concepte de cultura	Variables					
	Sexe	Grup d'edat	Situació laboral	Nivell d'estudis	Classe social	Llengua
Coneixement adquirit	Masculí	20 a 24 anys	Treball	Educació terciària 2n cicle	Alta	Transversal
Socialització, educació	Masculí	25 a 30 anys	Treball	2n grau 1r cicle	Baixa	Transversal
Identitat	Femení	Transversal	Atur	3r grau 1r cicle	Mitjana	Català
Creativitat artística	Femení	25 a 30 anys	Treball	3r grau 1r cicle	Alta	Català

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La lectura del quadre és la següent: el coneixement adquirit està més emfatitzat pels homes que per les dones; d'edat entre el 20 i 24 anys, que treballen, amb estudis superiors i de segon cicle, que pertanyen a la classe social alta. Quant a la llengua parlada, no s'observen diferències destacables.

En l'anàlisi de les pràctiques, s'observa un predomini masculí en tot el que és relatiu a l'esport i els videojocs, amb independència del suport o el mitjà a través del qual s'hi juga o s'hi accedeix; la pràctica més freqüent entre els homes és la descàrrega gratuïta d'Internet, tant de música com de pel·lícules o programari; amb l'excepció dels llibres. Els percentatges de dones són més alts que els dels homes quant a fer fotografies i compartir-les a Internet. En la taula 4 s'ofereix una panoràmica general des d'una perspectiva del sexe.

TAULA 4. Gèneres més consumits entre la població de 14 a 30 anys segons el sexe. Catalunya, 2013

Camp	Sexe	
	Més masculines	Més femenines
Prensa i revistes	Esportives i d'informàtica, diaris ahir, ràdio ahir	Cor, estètica i moda, llegir revistes
Llibres	Manuais tècnics i professionals	Teatre, novel·la romàntica, infantil/juvenil
Continguts	Jocs socials, <i>western</i> , Internet jugar a videojocs, ràdio, televisió, esports, ciència-ficció, audiovisuals, aventures i bèl·liques	Drama, musical, infantil, anar al cinema, televisió infantil, ràdio musical, xarxes socials, drama i comèdia
Música	<i>Hip-hop</i> , <i>hard</i> , <i>heavy</i> , electrònica	Melòdica, cantautor, salsa i llatina, tradicional i músiques del món
Exposicions i espectacles	—	Espectacles, biblioteca, teatre, museus, galeries
Altres	Pertenença a associacions excursionistes, de joventut i regionals	Habilitats artístiques

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

També la variable edat ha mostrat, en l'anàlisi, una capacitat diferenciadora especial en certs camps. La taula 5 ofereix una visió sintètica d'aquestes associacions.

TAULA 5. Gèneres més consumits entre la població de 14 a 30 anys segons el grup d'edat. Catalunya, 2013

Camp	Grup d'edat		
	De 14 a 19 anys	De 20 a 24 anys	De 25 a 30 anys
Lectura de llibres	Novel·la d'humor, teatre		
Prensa i revistes	Revistes musicals, esportives i d'informàtica	Divulgació, cinema	Arquitectura, fotografia, diari de pagament, diaris ahir, ràdio ahir, assistir a espectacles darrers 12 mesos
Música	<i>Hip-hop, hard-heavy, electrònica</i>	Pop-rock, concerts i macrofestivals	Melòdica i cantautor, gèneres clàssics
Continguts audiovisuals	Terror, anar al cinema darrers 3 mesos, televisió ahir, Internet ahir, jugar a videojocs	Ciència-ficció	Thriller, suspens
Exposicions i espectacles	Museus, biblioteca	Biblioteca	Òpera, teatre, dansa, circ, festivals
Altres	Participació activa en associacions		

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Les cohorts més joves destaquen per un ús més diversificat i es podria dir que més sofisticat dels dispositius digitals, especialment en tot el que està relacionat amb el món del cinema, de la música i de l'ús dels mitjans digitals com a instruments no només d'informació i comunicació sinó també d'organització (per exemple, com les «quedades»). L'ús d'Internet per descarregar sèries, llibres i programari i, en general, per a usos professionals o laborals, es dona amb més freqüència en les cohorts més madures dins de la categoria *joventut*.

S'han estudiat els interessos tant dels diferents àmbits i gèneres culturals com de les pràctiques efectives. L'anàlisi mostra que les diferències són més significatives quan s'estudien les pràctiques que quan s'atenen els interessos; és a dir, que hi ha més consens relatiu en les preferències i que les pràctiques diferencien més la població.

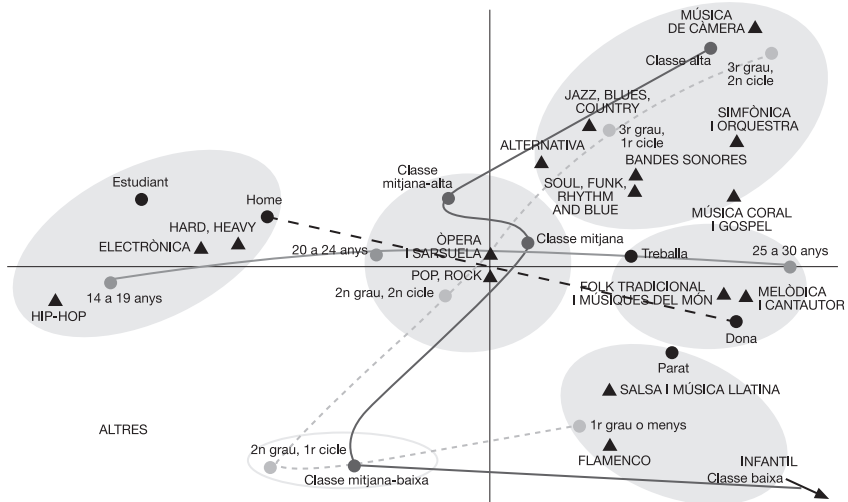
La falta d'interès acostumar a donar-se en un percentatge més alt entre les persones amb un nivell educatiu baix. Les persones que treballen, que tenen un nivell educatiu alt i són de classe alta, així com les que parlen català en l'entrevista, quan explorem els interessos, es distancien de determinades pràctiques com veure la televisió i jugar a videojocs. Ara bé, la participació cultural efectiva, en qualsevol de les seves formes, no només pressuposa uns interessos, sinó també unes competències personals i uns recursos de tipologia diversa. Malgrat tot, les dades de pràctica mostren que veure la televisió i escoltar la ràdio són activitats molt transversals, i són les classes altes les que, a més, disposen de millors i més grans equipaments i serveis (antenes parabòliques, subscriccions, etc.) i les que es desplacen cap a la valoració de les sèries. Tot el que s'ha dit per a les persones de classe mitjana alta i alta serveix també per a les persones amb capitals educatius més grans. A més, cal subratllar que hi ha un conjunt d'interessos que estan directament correlacionats amb el nivell educatiu i que corresponen a allò que podríem denominar interès per una cultura lletrada/clàssica, en què s'inclouen les pràctiques de lectura (de llibres i diaris; la visita a monuments i exposicions; i l'interès per la música clàssica, l'òpera i el teatre, en especial).

Les pràctiques estan molt determinades pel capital cultural i educatiu (també es pot incloure la llengua parlada) i per la classe social. L'heterogeneïtat de pràctiques s'explica, sens dubte, per la diversitat constitutiva de tota la societat i, en aquest sentit, no hem deixat de subratllar la importància de factors com el sexe i l'edat, però al mateix temps els béns i els serveis culturals estan distribuïts de manera molt desigual perquè hi intervenen factors com el nivell educatiu i la classe social que, al seu torn, es creuen i retroactuen sobre el sexe i l'edat.

A partir del que es desprèn de les dades sobre les diferències que produeix la distribució del capital educatiu, es pot defensar que aquest capital està exercint, ara, més pes en la distribució desigual dels béns i serveis, i que encara ho farà de forma més destacada en el futur proper.

Per analitzar l'impacte del capital educatiu i el de la classe social, s'han realitzat anàlisis factorials de correspondència en diferents camps. A tall d'exemple, es pot destacar el dels gèneres musicals (gràfic 2). En aquest cas, les variables *edat* i *sexe* se situen a l'eix horitzontal, segons una lògica de producció de diversitat, mentre que les variables *nivell educatiu* i *classe social* s'ajusten a l'eix vertical, i mostren la diferenciació i la desigualtat que es produeix en les pràctiques musicals.

GRÀFIC 2. Camp dels gèneres musicals entre la població de 14 a 30 anys. Catalunya, 2013.



Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

Les dades són concloents: la classe social importa *molt* i *sempre*. La seva incidència varia d'uns camps d'activitat cultural a uns altres, en funció de si les pràctiques es realitzen de forma privada a la llar, si es requereix inversió prèvia per manipular dispositius complexos (telèfon intel·ligent), si suposen desplaçament fora de la llar i són oneroses, etc., però està present sempre. I en contemplar la seva incidència s'observen dos elements significatius: a) la seva dimensió jerarquitzadora; i b) la seva curvatura en forma de «ele».

TAULA 6. Gèneres més consumits entre la població de 14 a 30 anys segons la classe social. Catalunya, 2013

Gènere	Classe social				
	Baixa	Mitjana baixa	Mitjana	Mitjana alta	Alta
Prensa i revistes	—	Música, esports, informàtica	Divulgació, cinema, revistes d'informació general	Diaris locals, diaris generals de pagament, llegir revistes darrers 30 dies	Diaris i premsa econòmica, diaris ahir
Lectura de llibres	Religió	—	Poesia, històrics	Fantàstics i de ciència-ficció, manuals tècnics i professionals	Assaig, llibres darrers 12 mesos
Gèneres musicals	Infantil	—	Òpera, pop-rock	Jazz, simfònica	Música de cambra, escoltar música en línia, concerts de música darrers 12 mesos, macrofestivals
Continguts audiovisuals	Infantil	Comèdia, terror, televisió ahir, jugar videojocs en línia	Ciència-ficció, comèdia, jugar a a videojocs	Ràdio ahir, televisió abonament, Internet darrers 30 dies	Documentals, <i>thrillers</i> , educació, Internet darrers 30 dies, pel·lícules en línia, descarregar programari, llegir notícies en línia, cinema darrers 3 mesos
Exposicions i espectacles	Infantil	—	Teatre, òpera, dansa	Museus, biblioteca, exposicions, teatre, dansa	Conferències, debats, jornades, circ, museus darrers 12 mesos, exposicions, monuments
Altres	—	—	—	—	Pertinença a associacions, viatjar a l'estranger

Font: Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

La taula 6 ofereix una panoràmica general sobre la incidència o la relació entre les variables de classe social i la tipologia d'àmbits culturals.

En analitzar un ventall de pràctiques que queden fora del model estàndard dels qüestionaris i també d'allò que es podria denominar *concepte administratiu* (s'hi inclou participació en associacions, realització de cursos d'anglès, viatjar a l'estranger, fer excursions o fer esport), hem trobat una correlació alta amb totes les variables estudiades, però, molt especialment, amb el *capital educatiu* i la *classe social*.

Totes les pràctiques, des de diferents angles, es troben implicades en processos de desenvolupament personal i d'integració social (inclús podria dir-se d'integració social per la via de la sociabilitat o del desenvolupament personal). En el cas de la població jove, com s'analitza aquí, té un doble interès: com a pràctiques generacionals i com a expressives de diferències internes.

En el primer sentit, sortir de casa, anar a ballar o, fins i tot, anar a l'estranger, són pràctiques que expressen una conquesta de l'autonomia personal. Les dues primeres, a més, es produeixen en un context de grupalitat i van més enllà dels horaris de la vida quotidiana. En la relació amb els pares, compartint música, pel·lícules, aplicacions, etc., i en horaris disruptius es construeixen les identitats personals i grupals. Els espais informals permeten experimentar autònomament la transició a la vida adulta. Operen com a ritus de pas amb els seus processos de distanciament de la centralitat social i de retorn i integració. La nit té aquí una importància extraordinària amb un temps-espai diferent. Però, fins i tot aquest temps-espai de transició a través de l'oci està molt diferenciat dins de la categoria *joventut*, segons els recursos educatius i econòmics, però també segons el sexe i l'edat.

Un altre dels trets importants de la cultura juvenil avui és el que es pot denominar el *desenvolupament d'una economia cultural de la gratuïtat*. Quan a l'enquesta del 2014 es pregunta pels motius que han facilitat la participació cultural, un 45% de la població jove apunta la gratuïtat, mentre que el percentatge per a les persones de més de 30 anys és del 38%. Quan se'ls pregunta pels factors que dificulten la participació, un 70% de la població jove cita el preu, mentre que només ho fa el 58% de les persones adultes. I, d'altra banda, quan s'interroga pels incen-

tius que poden fomentar la participació, un 88% de la població jove es mostra a favor d'abaixar-ne els preus, mentre que ho fa un 77% de la població de més de 30 anys; un 85% de la població jove sol·licita que l'accés sigui gratuït i entre la població adulta ho demana un 74%.

Aquest fet —la defensa de la gratuïtat i més èmfasi en la política de preus— pel que fa a la població jove s'explica per la confluència de múltiples factors. En primer lloc, es tracta de persones en procés d'emanipació i, per tant, amb dificultats per disposar de prou recursos propis per cobrir un espectre determinat de consum i despesa, i que han estat, a més, especialment afectades per la crisi. En segon lloc, no s'ha d'ignorar que també es tracta d'una etapa del cicle vital en què compartir entre pares i transgredir normes del món adult constitueix una dinàmica del mateix procés de maduració (i integració al món adult). Però, juntament amb la crisi i la lògica transgressora de l'emanipació, cal afegir-hi un nou factor: l'emergència de l'economia digital i els seus enfrontaments i conflictes amb l'economia gutenberiana. En aquesta nova economia digital, la cooperació, la col·laboració, la idea del bé comú, cobren una rellevància inusitada, i el protagonisme i l'experimentació de tot això es produeix entre els nadius digitals. Abordar aquesta situació en clau de pirateria no només suposa una estigmatització de pràctiques emergents, sinó que pot constituir una dificultat de comprensió i de desenvolupament de noves lògiques d'economia de la cultura.

4. UNA TIPOLOGIA DE LA POBLACIÓ CATALANA A PARTIR DELS SEUS INTERESSOS I PRÀCTIQUES CULTURALS

En aquest capítol, hem tractat d'identificar l'estructura de la participació cultural a Catalunya, atenent tant els interessos com les pràctiques culturals, amb l'objectiu d'obtenir una millor comprensió del lloc que ocupa la població jove en aquesta estructura de participació cultural.

En analitzar per separat els interessos i les pràctiques, s'observen diversos aspectes:

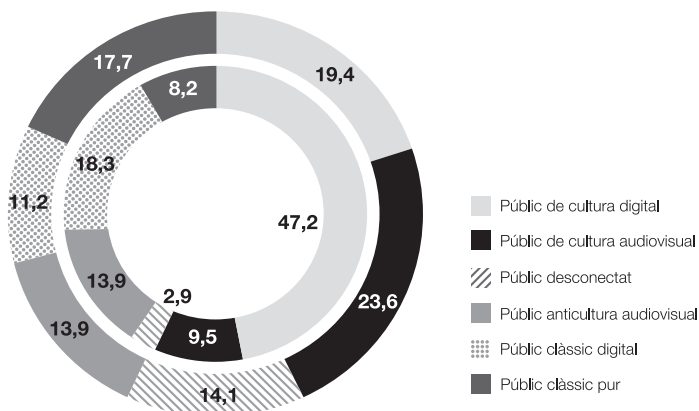
- Més amplitud dels interessos, atès que sorgeixen quatre conglomerats, mentre que en les pràctiques només n'apareixen tres.
- Diferències significatives entre persones joves i persones adultes en els interessos digitals (juvenils) i els lectors (adults).
- En estudiar els interessos, més diferències entre les cohorts adultes i les joves que quan s'analitzen les pràctiques. D'aquesta manera, l'anàlisi simultània d'interessos i de pràctiques posa de manifest la manca de compatibilitat entre els uns i els altres i reclama la indagació del significat de les dissonàncies corresponents.
- Quan s'analitza la relació entre pràctiques i edat, es constata una relació negativa entre l'una i l'altra, de manera que com més edat, menys pràctica.
- La distància que hi ha entre persones joves i persones adultes es produeix sempre quan es tracta tant d'interessos com de pràctiques digitals.

Les anàlisis efectuades han permès construir sis tipus de població, en funció de la combinació dels interessos i de les pràctiques.

- a) El públic de *cultura digital* aglutina un 19,4% de la població catalana, compost principalment per homes de menys de 35 anys i solters. Aquest primer conglomerat destaca essencialment per les seves elevades puntuacions tant en interessos com en pràctiques culturals digitals (connectar-se a Internet, descarregar i escoltar música, i veure sèries o jugar a videojocs); però també apareixen amb valors positius, encara que inferiors, els interessos i les pràctiques audiovisuals (veure la televisió, escoltar la ràdio i llegir revistes). Igualment, els individus agregats en aquest conglomerat destaquen per una falta d'interès per la cultura lletrada que coincideix amb l'escassetat de pràctiques del mateix tipus. Finalment, també apareix una puntuació negativa en l'interès per les arts escèniques que comporten sortir de casa.
- b) El públic de *cultura audiovisual* es caracteritza per puntuacions positives només en els interessos i les pràctiques culturals audiovisuals. Com hem vist, els interessos audiovisuals agrupen veure la televisió, escoltar la ràdio i llegir revistes; les pràctiques inclouen escolta de música i consum d'audiovisuals: pel·lícules, sèries, vídeos i documentals. Destaquen, *a sensu contrario*, per les baixes puntuacions en interès per les arts escèniques i pràctiques culturals clàssiques i lletrades. Són un 23,6% de la població catalana i es caracteritzen per la seva presència més gran entre les persones de més de 45 anys, nivells d'estudis baixos i de classes socials baixes i mitjanes baixes.
- c) El públic *desconnectat* presenta puntuacions negatives en tots els components d'interessos i pràctiques culturals. Aquest conglomerat destaca també perquè està integrat per les persones amb menys interessos per la cultura audiovisual de tota la població catalana i, en segon lloc, per la cultura digital. Tanmateix, dins de la negativitat, la puntuació més baixa en les pràctiques es troba en les digitals i s'apropa a la mitjana del conjunt de la població catalana. En aquest grup, destaquen les persones de més de 65 anys, amb nivell d'estudis baix i de classes socials baixes i mitjanes baixes. Suposen un 14,1% de la població catalana.

- d) El públic *anticultura audiovisual*. Triem aquesta denominació atesa la dificultat per poder definir-ho en positiu en comparació amb els altres grups. Aquest conglomerat és el que presenta l'interès més baix per la cultura audiovisual. No obstant això, en les pràctiques audiovisuals se situa prop de la mitjana de la població amb un valor en positiu. Pareix que, en aquest cas, hi ha una contradicció o falta d'ajust entre interès i pràctica, fenomen que ja hem registrat en diverses ocasions al llarg d'aquest informe. També manifesta un interès positiu, però baix, per la cultura lletrada i per la cultura digital. I quant a les pràctiques es dona la situació inversa: valors negatius, però reduïts i pròxims a la mitjana de la població. En resum, un grup en el qual la distància declarativa, quan es parla d'interessos audiovisuals, és molt elevada, però que se situa en valors mitjans en la resta, la qual cosa dona lloc a una identitat realment poc diferenciada. Són un 13,9% de la població i hi destaquen les persones de 35 a 44 anys.
- e) El públic *clàssic digital* pot considerar-se com el conglomerat antitètic del públic de *cultura audiovisual*, ja que puntua en positiu on aquest puntua en negatiu, i viceversa. Aquest grup ofereix valors positius molt elevats en pràctiques culturals clàssiques i lletrades i, en menor mesura, també en els interessos per la cultura lletrada. Al mateix temps presenta puntuacions positives en interès per la cultura digital i pràctiques digitals. L'interès per les arts escèniques també és positiu. Aquest grup mostra, *de facto*, la possibilitat de conciliació i integració de cultura clàssica, lletrada i digital; cultura fora de la llar i dins de la llar; individualitzada i en trànsit, i cultura grupal en equipaments especialitzats. Congrega un 11,2% de la població catalana i té una àmplia presència entre menors de 35 anys, solters, de classe alta i mitjana alta, i nivell d'estudis elevat.
- f) El públic *clàssic pur* presenta un perfil similar a l'anterior amb l'excepció que es mostra allunyat de la cultura digital. Els valors més elevats apareixen en interessos per les arts escèniques i interès per la cultura lletrada. En lògica congruència, també apareix un valor positiu elevat en pràctiques culturals clàssiques i lletrades. Per contra, solament apareixen com a valors en negatiu els interessos i les pràctiques digitals. Atesa la seva consistència interna, parlem de grup clàssic pur. Agrupa un 17,7% de la població i acull més dones, d'edat més gran, casades i de classe social alta i mitjana alta.

GRÀFIC 3. Tipologia d'interessos i pràctiques culturals en la societat catalana. Població total en l'anella exterior i població de 14 a 30 anys en l'anella interior. Catalunya, 2013. Percentatge



Font: Elaboració pròpia a partir de l'Enquesta de participació cultural 2013 (Departament de Cultura).

En el gràfic 3, a l'anella exterior estan representats els percentatges corresponents a la tipologia de la població adulta, mentre que a l'interior es registren els de la població jove. En aquest sentit, s'observa el contrast entre el 19,4% de públic adult connectat a la cultura digital i el 47,2% de la població jove.

Les generacions adultes destaquen en les pràctiques i interessos de la cultura audiovisual (24% enfront del 9,5%). Però sobretot, un 14% apareix com a desconectat, fora de l'àmbit registrat de la cultura, mentre que només es dona aquesta situació en el 3% de la població jove.

L'altre contrast significatiu té a veure amb la cultura clàssica pura, en què destaca un 18% de la població adulta i només un 8% de la població jove. En contrapartida, la població jove destaca en el model híbrid clàssic digital.

5. REFLEXIONS FINALS

En aquest apartat final, tractem dues qüestions rellevants alhora que presentem algunes conclusions significatives per a la política cultural i, especialment, per a la política cultural adreçada a la joventut. Aquestes dues qüestions giren al voltant dels conceptes de *participació cultural* i de *règim de participació cultural*. Per estudiar-les ens basarem tant en l'evidència que s'ha reunit fins ara com en els quaderns de camp omplerts en dos grups de treball realitzats a la ciutat de Barcelona la tardor del 2015, el primer amb persones joves amb estudis superiors, acabats o en curs, i el segon amb persones joves inserides en programes de reforç formatiu.

5.1. La participació cultural

Molts enfocaments tracten els processos de participació cultural des d'una perspectiva reduccionista: entenen que la forma de participació principal, per no dir l'única, és la del consum. En el pol oposat es troben els que consideren el consum una forma d'activitat (o reactivitat) merament passiva. El nostre plantejament ha consistit a identificar totes les formes d'activitat o de pràctica registrades en els qüestionaris com a modalitats de participació, incloent-hi les que se solen anomenar *consum de continguts audiovisuals*.

El concepte de *participació cultural*, que deriva de la teoria política — participació ciutadana, participació cívica—, denota i connota significacions que van més enllà de la suposada passivitat del consumidor.

El model LEG-Culture de la Unió Europea entén que hi ha participació cultural en un context i a través d'un canal, amb un codi compartit de

comunicació; hi trobem emissors i receptors que presten atenció a formes i continguts de missatges per incrementar el seu propi bagatge informacional o cultural (López *et al.*, 2012 : 170 i s.).

La participació cultural no requereix llocs especials. No es refereix en exclusiva a formes o béns de l'anomenada *alta cultura* —no té implícit un ideal de qualitat—; no es refereix exclusivament al comportament suposadament actiu; no consisteix merament a crear, inventar, produir o ser aficionat, etc. Assistir, veure o contemplar també són modalitats de participació. Per tant, comporta assistència i recepció, actuació, producció i interacció.

Així doncs, en parlar de *participació cultural*, imposem un gir al discurs habitual. No es tracta d'ignorar tot el que hi ha d'hàbit, rutina, costum i passivitat en les pautes culturals, i encara menys la dimensió adquisitiva i fins i tot consumista en la realització de nombroses activitats. Però també l'hàbit més inveterat es construeix, es reforça i es reproduïx mitjançant alguna contribució del subjecte mateix i, per a la mirada atenta, fins i tot en el consumisme més impulsiu hi ha creació, recreació i interacció.

Però sobretot, i el que és més important, l'enfocament de la participació cultural permet unir els problemes de la diferència i la desigualtat a partir d'un mateix marc conceptual en les polítiques públiques, perquè tenen una doble dimensió:

- La inclusió i implicació de tots els subjectes en el repertori de béns que ha acumulat una societat com a patrimoni cultural (tant si són d'alta cultura com si no). Això no comporta només facilitar-hi l'accés, sinó també promoure el compromís amb la cultura vigent mitjançant la producció de sentit personal.
- Les aportacions que cada persona i cada grup fan al repertori comú mitjançant la posada en acció de les seves capacitats expressives en la vida quotidiana o en les comunitats de pràctica.

TAULA 7. Dimensions, polítiques i actuacions de la participació cultural

	Dimensió	Política	Actuació
Participació cultural	Desigualtat	Democratització cultural: facilitar-hi l'accés a la majoria	Redistribució i ampliació de la participació de les persones
	Diversitat i identitat	Democràcia cultural: promoure la cultura popular i de les minories	Reconeixement i ampliació del repertori cultural objectiu de la societat

Font: Elaboració pròpia.

La democratització cultural i la democràcia cultural són les dues dimensions de la participació. En la política cultural francesa van sorgir aquestes dues dimensions en moments històrics diferents i l'una com a reemplaçament de l'altra, però des de la perspectiva d'altres països i des del temps actual, no són antagòniques i s'han de pensar —i posar en pràctica— conjuntament.

Mitjançant la democratització es fa referència a la necessitat d'un canvi estructural en l'accés als béns culturals d'un patrimoni comú només teòricament, que les polítiques prèvies han consagrat de manera objectiva en museus, en l'ensenyament escolar, en llibres i biblioteques, etc. Mitjançant la democràcia es posa l'èmfasi en el fet que cada individu, cada comunitat i cada grup tenen capacitats creatives i són capaços de posar en acció una expressivitat singular, tenen dret a donar-li curs lliurement, amb l'únic límit dels drets humans i els valors acordats institucionalment. A partir d'aquesta llibertat expressiva, es forma tant la identitat personal com la identitat col·lectiva i es produeix el sentit de l'existència.

En adoptar aquesta perspectiva, pren més significat l'anàlisi que hem realitzat i les idees principals que sintetitzem a continuació.

L'era de la comunicació mòbil: cobertura universal de les sociotecnologies digitals

L'estudi dels equipaments de les llars catalanes entre el 2001 i el 2015 mostra que caminem ràpidament cap a la cobertura universal i, per tant, cap a la disponibilitat dels aparells i els artefactes necessaris per a la societat digital. És el que succeeix amb la televisió, la ràdio, les càmeres digitals, els ordinadors i el telèfon mòbil. En tots aquests equipaments, la implantació entre la població jove és sensiblement superior a la que es dona en la mitjana de la societat catalana. Hi ha quatre pantalles — televisió, ordinador, tauletes i telèfon intel·ligent — que concentren ara la major part d'usos i pràctiques culturals.

Però el tret més destacat no es troba tant en l'equipament de les llars mateix sinó en la portabilitat i en la personalització dels usos que, juntament amb l'extensió de les infraestructures corresponents, faciliten la comunicació mòbil ubíqua.

En segon lloc, a través dels equipaments s'amplia l'accessibilitat a una cultura objectiva —o una oferta cultural— que creix incessantment i que és inabastable per a la persona, de manera que dona lloc a noves formes de diferenciació i estils de vida, però també a bretxes socials noves.

Consens i divergència intergeneracional

En demanar a la població pel concepte de *cultura*, apareixen quatre definicions bàsiques: com a coneixement adquirit, com a socialització, com a patrimoni heretat constitutiu de la identitat col·lectiva i com a activitat expressiva o artística. Hi ha un consens notable entorn de la rellevància relativa de totes quatre, però la dimensió patrimonial i identitària té un percentatge més elevat de persones que hi estan d'acord entre les que parlen català, i la concepció artística és més freqüent entre les persones amb capital educatiu alt i de classe mitjana i mitjana alta. Entre la població jove hi ha una forta legitimació de dues activitats centrals per al sistema cultural dominant —«anar a un concert de música clàssica» (44%) i «visitar un museu o una exposició» (61%)—, però alhora s'amplia el repertori amb noves experiències (ecològiques, gastronòmiques i patrimonials).

Aquesta varietat de la població jove a l'hora d'entendre la cultura s'aplica també a la cultura pròpia. Així, E-7 afirma:

M'he adonat que tenim una cultura molt definida pels productes autòctons. Al voltant de les castanyes i els moniatos fem la celebració de la castanyada, en la qual ens ajudem amics i familiars per menjar-los. I no només passa amb les castanyes...

En el seu relat també inclou l'excursionisme i altres pràctiques populars en procés de revitalització per l'associacionisme local o neolocal.

La societat d'edats

Una societat d'edats és aquella en la qual l'edat, en les diverses dimensions, opera com a factor de diferenciació i fins i tot d'estratificació. L'anàlisi realitzada mostra que dins el consens comú hi ha una divergència tant en els interessos com en les pràctiques entre les persones de 14 a 30 anys i les que tenen més de 30 anys. Per descomptat, el factor principal de diferenciació està relacionat amb la penetració de les sociotecnologies digitals i l'ús que se'n fa, però també és evident que en les tres agrupacions de pràctiques que ofereix l'anàlisi (digitals, lletrades i clàssiques, i audiovisuals) hi ha una relació lineal negativa amb l'edat: baixa el percentatge de practicants a mesura que augmenta l'edat.

També hem constatat que, tot i que la població jove manifesta menys interès per la lectura, és més lectora que l'adulta. No només l'assistència a biblioteques és un fenomen juvenil i estudiantil, sinó que en la lectura de llibres en paper predomina la població jove sobre l'adulta. A més a totes dues poblacions els ocupen i interessen lectures diferents: mentre que les persones més grans destaquen en la lectura de llibres per oci, les cohorts joves ho fan per raó d'estudis i professionals. En relació amb la lectura, E-3, alhora que afirma una distància respecte a la pràctica lectora, mostra la inevitabilitat social i l'existència de preferències particulars:

Jo no sóc gaire de llegir llibres. Si sóc sincera, no m'agrada llegir, tot i que sempre, vulgui o no, estic llegint alguna cosa... En realitat sí que hi ha una cosa que m'agrada llegir: tinc una gran col·lecció de còmics que estan desgastats de tant que els he mirat.

La lectura és una competència generalitzada que es posa en pràctica de forma habitual i natural, mentre que el sentit de ser lector té connotacions de singularització en el context social, en el qual determinats gèneres poden semblar devaluats.

Les activitats que més es realitzen pertanyen a l'univers audiovisual/digital

Hi ha quatre activitats que realitza un percentatge més elevat de població jove i que, en certa manera, estan destinades a ser les que també tenen més prevalença en la societat catalana. Són veure la televisió i continguts audiovisuals mitjançant diversos suports o dispositius, escoltar música, connectar-se a Internet i anar al cinema. La població jove està especialment interessada en totes les activitats relacionades amb la cultura digital (connectar-se a Internet, escoltar música en línia, veure pel·lícules en línia, descarregar-se pel·lícules, cançons..., i jugar a videojocs). A aquestes quatre que, sens dubte, estan marcades avui per l'efecte cohort, cal afegir-n'hi d'altres que depenen clarament de l'efecte cicle vital: anar al cinema, anar a concerts de música actual, visitar biblioteques i llegir revistes.

a) L'omnipresència de la música

Entre les persones entrevistades, s'ha assenyalat que la música és «un dels plats forts de la cultura» (E-9) o que «per a mi la música és una de les coses més importants que hi ha. Jo sense música no podria viure» (E-3). Totes les persones entrevistades han descrit amb detall les seves pràctiques musicals, tant l'heterogeneïtat de gèneres escoltats com la diversitat d'usos que es fa de la música, de manera que es pot dir que s'escolta a cada moment i circumstància i per tots els mitjans. Com a acompanyament a l'hora de sortir a córrer o estudiant a la biblioteca, de manera individual o grupal, a casa, en el mitjà de transport i en llocs especialitzats (concerts). En el procés de personalització de les preferències, les noves tecnologies faciliten crear llistes de cançons per a cada moment vital i fins i tot per a cada estat emocional.

b) L'addicció creixent a les sèries

No només les dades de les enquestes mostren el relleu que estan adquirint les sèries entre la població jove —vistes a l'ordinador, a les tauletes o a la televisió—, sinó que ha quedat corroborat en les entrevistes. Aquesta addicció té un component grupal en tant que es comenten amb els grup de classe, de treball o d'oci («seguir una sèrie que tots els meus amics segueixen»), però la majoria tendeix a veure les sèries en solitari i a l'ordinador. La implicació emocional es tradueix amb expressions com «m'he enganxat» o «m'ha agafat una ploradissa...» (E-10). Es podria dir que el significat s'actualitza i s'amplia en el grup, en la interacció, però la pràctica es realitza individualment.

c) La comunicació instantània

La joventut es percep com una generació multipantalla i multitasca. Pot estar veient una sèrie a casa i alhora comentant-la per WhatsApp o en altres xarxes amb amigues i amics.

El telèfon intel·ligent s'ha convertit en el dispositiu més imprescindible per a aquest procés de comunicació ubíqua i constant i, per això, solen comentar que se senten «enganxats al mòbil». Però potser l'aspecte més excepcional és la naturalitat amb què es viu aquesta comunicació i les formes de relació i d'organització de la vida que possibilita. A cada moment: quan s'està a classe —per quedar i fer campana—, quan se surt d'excursió, quan arriba el cap de setmana i cal quedar amb les amigues i els amics. Aquesta naturalitat no deixa de viure's alhora com a irreversible i culpable: una persona autònoma hauria de saber controlar l'ús d'aquests dispositius i no deixar-se atrapar pel seu magnetisme.

La diversitat interna

La panòpia de camps culturals que hem estudiat —des de la lectura de premsa fins a l'associacionisme; des de l'escolta de ràdio a la navegació digital— permet observar una gran diversitat a l'interior de la categoria de la *joventut*, diversitat que és deguda a factors com el sexe, l'edat, la situació laboral, la llengua parlada i d'altres. Aquesta diversitat es pot considerar una riquesa expressiva de la joventut i de la societat catalanes.

a) La diversitat funcional

Un dels aspectes que ressalta és el fet que en aquest període de contorns difusos que és avui la joventut trobem persones que estudien i d'altres que han deixat de fer-ho; unes que cerquen feina, d'altres que treballen i un grup molt nombrós que està a l'atur; les que viuen amb els pares, en pisos amb amics, en parella o casades, i fins i tot que ja tenen descendents. La joventut, avui més que mai, és un procés i s'ha dilatat sense fi, per la qual cosa integra més varietat de condicions, posicions i situacions.

Com a resultat d'això es produeixen diferències significatives en les pràctiques, atès que en uns casos la vida gravita entorn de l'estudi i en d'altres entorn de la cura dels fills i filles. El període històric actual, de gran recessió, atur i precarietat laboral, afecta especialment les generacions joves adultes, a les quals els resulta molt difícil coronar la seva emancipació social. No obstant això, gaudeixen d'una autonomia i una llibertat en la vida quotidiana que tampoc no han tingut cohorts precedents.

En aquest sentit, en parlar de *diversitat funcional* ens referim al canvi en l'ocupació i en la situació familiar fonamentalment, que afecta la disponibilitat de recursos propis i les obligacions de socialització dels descendents. Les persones que es troben en aquesta situació canvien el seu règim de pràctiques, perquè la socialització infantil es converteix en la pauta vertebradora de l'existència. No només redueixen les seves pràctiques precedents, sinó que han d'ocupar el temps dels fills i filles i ho han de fer amb sentit de responsabilitat. En conseqüència, s'imposen tasques que poden portar a incorporar a la seva agenda cultural pràctiques de la cultura legítima que abans percebien com a alienes.

En els quaderns de camp també hem trobat persones que no només tenen la responsabilitat d'atendre els seus fills i filles sinó que ho han de conciliar amb processos formatius personals davant les dificultats per trobar feina (E-2).

b) La diversitat expressiva

A més de les distincions de tipus funcional i d'altres de basades en el cicle vital, s'ha de parar atenció a les diferències en l'expressió personal i grupal, que es manifesten en els gèneres musicals i en la seva innovació,

però també en la vestimenta i en l'ornament corporal. Un dels aspectes més rellevants, en aquest sentit, es troba en el tatuatge i el pírcing (E-9).

Tot això està relacionat amb les característiques pròpies d'un període de definició de la identitat personal i grupal: per contrast amb les generacions adultes i, en conseqüència, per transgressió; per experimentació, per la qual cosa és important la varietat i la tolerància a l'heterogeneïtat; i per maduració i mobilitat, en la mesura que els gustos es poden consolidar o desplaçar.

El sociòleg Paul Willis ens va ensenyar a parar atenció a la «difosa encara que sovint invisible creativitat en la vida dels joves [...] articulada en la seva pràctica diària» (1999: 19). Per a ell, hi ha «un extens ventall d'activitats creatives i formes d'expressió i comunicació que els joves consideren importants en les seves vides: moda i música pop, decoració de l'habitació i d'un mateix, rituals amorosos, estils subculturals de grup, revistes, ràdio i televisió» (1999: 47-48). El reconeixement d'aquesta creativitat quotidiana, basada en una estètica arrelada a la vida, terrenal, constitueix una primera aproximació de qualsevol política cultural.

Les fractures socials i l'exclusió cultural

Les variables anteriors produeixen diversitat, però quan interactuen amb els recursos socials —especialment els recursos educatius i econòmics— generen distribucions molt desiguals dels béns i serveis culturals i legitimen i integren uns grups o categories socials i exclouen o expulsen del mapa d'altres. En aquest context es produeix una jerarquització de les formes, béns i serveis culturals, en el qual operen qualificacions com alt i baix, legítim i il·legítim, que serveixen també per consagrar fronteres i fractures de l'estructura social.

En la nostra opinió, el capital educatiu té una força cada vegada més gran i qualsevol política cultural que no atengui aquests fenòmens de desigualtat, les causes que els produeixen i la lògica de la seva modificació ha de produir de manera sistemàtica efectes no volguts, i molt especialment l'efecte Mateu, que suposa acumular recursos culturals en les persones que ja tenen la facilitat d'accedir-hi per mitjans propis, bàsicament les classes mitjana i mitjana alta.

a) La paradoxa de l'accés

Si les galeries d'art tenen les sales obertes a tothom, per què no hi entra més gent? Si la política de preus públics ha rebaixat el cost de les entrades per a l'òpera, per què no corre la gent a comprar-les? Per què hi ha més animació i vitalitat al poliesportiu que a la casa de cultura? I per què els seus públics són socialment tan diferents? Aquestes preguntes i d'altres de similars ressonen en el camp sociològic des de fa cinquanta anys. En canvi, avui se segueix parlant dels públics, de les audiències, de les persones en general, com a éssers que tenen el do de la cultura o no. Un do innat o adquirit que, segons es pensa, es podria substituir amb la vareta màgica de preus baixos o d'entrades gratuïtes.

Com es forma la predisposició individual per apreciar determinats béns o participar en activitats culturals concretes? Avui impera la fe en l'individu i en el mèrit, o en el mèrit de l'individu: cadascú ha creat la seva pròpia personalitat i, amb aquesta, els seus gustos culturals. Es poden reconèixer influències familiars o escolars, però bàsicament cadascú ha traçat el seu propi camí sense condicionants o impediments decisius.

Aleshores, com és possible que en els quaderns de camp que hem recollit quedi registrada una diferència abismal en la capacitat expressiva i en el capital lingüístic entre les persones del grup universitari i les del grup de joves en procés de reforç formatiu? Les primeres no només detallen el que fan, sinó les raons per les quals ho fan, les experiències, els sentiments i els valors que expressen amb les pràctiques. Les segones solen ser molt sòbries en el relat de la seva agenda diària. Les unes i les altres mostren disposicions estètiques molt diferents i també desiguals a l'hora de descodificar els significats de les pràctiques i els béns culturals, i, molt especialment, d'aquells que els resulten aliens. Les primeres estan iniciades; les segones no disposen del capital cultural incorporat que els permet apropiarse de la significació de la cultura objectiva que es troba a la seva disposició. No han rebut el do mitjançant la socialització i l'educació.

D'altra banda, les unes i les altres no només es diferencien per les pràctiques i preferències, sinó —i el que és més important— per les aversions cap a determinades formes i gèneres culturals i les persones que les duen a terme o les segueixen.

b) La màgia del capital educatiu

En realitat, com hem pogut constatar, el capital educatiu i la classe social mantenen una correlació directa amb tots els interessos i pràctiques culturals estudiats. Ho hem vist en analitzar el concepte nadiu de *cultura*, atès que la visió humanista i creativa (art, literatura i museus) la defensen significativament les persones amb un nivell educatiu més alt. També el capital educatiu es relaciona de manera directa amb la importància que es concedeix a la cultura: com més capital, més rellevància se li atorga, mentre que en els nivells educatius inferiors se li concedeix menys significació per a la vida personal.

En analitzar les preferències —en concret, el màxim interès— es constata que hi ha un conjunt d'interessos que estan directament correlacionats amb el nivell educatiu i que corresponen al que podríem anomenar *interès per una cultura lletrada i clàssica*, ja que inclou les pràctiques de lectura (llibres, diaris, la visita a monuments i exposicions, i l'interès per la música clàssica, l'òpera i el teatre, especialment). Tot i que l'interès pels concerts de música actual també forma part d'aquest grup, és més transversal.

En analitzar conjuntament l'absència d'interès (puntuació de 0) i la màxima intensitat en l'interès (puntuació de 9 i 10), es pot concloure que hi ha un nucli dur de la legitimitat cultural en la relació entre nivell educatiu i interès que està format realment només per dues pràctiques en positiu (música clàssica i òpera) i per una pràctica en negatiu (jugar a videojocs).

Igualment es constata que les persones amb nivell educatiu elevat utilitzen l'ordinador en un percentatge molt elevat per veure els continguts audiovisuals, mentre que entre les persones amb nivell educatiu més baix pesa especialment la televisió.

En general, hi ha un salt considerable quan passem del nivell de secundària al de terciària, tant en interessos com en pràctiques. La lectura, tot i la democratització de les competències lectores, està clarament determinada pel capital educatiu. Per contra, els continguts audiovisuals tenen una penetració més gran i més transversal; i, a més, segueixen una pauta de correlació lineal inversa, de manera que com més alt és el nivell educatiu, menys pràctica se'n fa. Així doncs, el percentatge més elevat

de televidents se situa entre les persones que tenen estudis primaris o secundaris de primer cicle i, per contra, el més baix es dona entre les persones que tenen estudis terciaris de cicle superior. Els videojocs són una pràctica de persones amb estudis secundaris i obtenen poca acceptació en els nivells educatius superiors.

La resta de pràctiques, especialment totes les que impliquen un desplaçament fora de casa (anar al cinema, a concerts i festivals, al teatre, a museus i exposicions, pertinença a associacions i anar de viatge a l'estranger) mantenen una relació lineal directa amb el nivell educatiu, i les diferències són especialment grans en l'assistència a concerts (el 13% de persones amb estudis primaris davant del 61% de persones amb estudis terciaris superiors), l'assistència a exposicions (el 4,2% i el 29% respectivament) i viatjar a l'estranger (el 7% i el 47%, respectivament).

En resum, el pes del capital educatiu es deixa sentir a gairebé totes les pràctiques, siguin lletrades, audiovisuals o digitals, es realitzin a l'interior de casa o a l'exterior. D'altra banda, en les pràctiques, l'efecte del capital educatiu és més notori que en els interessos.

c) Fora de camp: l'exclusió cultural

Ara bé, l'aspecte més rellevant que cal destacar en aquest apartat és l'eficàcia de l'exclusió cultural. Les persones de classe baixa i les que tenen els capitals educatius més baixos tot just apareixen associades a les pràctiques que l'enquesta ens permet introduir en el model d'anàlisi o, literalment, queden fora de camp. No llegeixen res, aquestes persones? No tenen cap mena d'interès que es pugui considerar cultural? No fan cap pràctica? O, el que és més probable, no disposem ara com ara de les eines necessàries per parlar de la seva cultura de la mateixa manera que tampoc no apareixen en el nostre mapa les pràctiques pròpies de les comunitats immigrants? Fora de l'àmbit de l'enquesta hi ha una realitat cultural, una realitat estigmatitzada en uns casos o simplement ignorada en d'altres, però vital i poderosa, perquè proporciona sentit i identitat a les persones que viuen en aquestes perifèries. Si aquesta anàlisi és correcta i, al nostre entendre, ho és, aleshores sorgeixen tres problemes de política cultural: com es pot reconèixer tot el que hi ha de creativitat en les seves formes de vida; com es pot facilitar, quan es té certa edat i no s'han adquirit les competències necessàries per a l'apro-

piació simbòlica de l'alta cultura, l'accés als béns més preuats, i com es pot tractar a llarg termini un canvi democratitzador de la cultura.

La resposta a la primera pregunta demana un canvi en el cànon cultural dominant; a la segona, la creació de processos formatius específics; i a la tercera, un canvi en les polítiques educatives.

Es poden crear nous públics?

En principi, podem pensar que sí pel fet que el gust o el do per la cultura no és innat, sinó que depèn de condicions socials en les quals es pot desenvolupar o no. Però, com es creen aquestes condicions de producció i reproducció del gust? No hem d'oblidar que hi ha contradiccions entre preferències i pràctiques:

Crec que la majoria de gent no fa allò que no li agrada gens; però la majoria també fem allò que no ens acaba d'agradar. (E-9)

La pregunta —sovint tenyida de certa ansietat— sobre els nous públics parteix de dos prejudicis: el primer en relació amb els subjectes de la cultura i el segon en relació amb els béns culturals.

Se suposa que les cohorts joves, immerses en la cultura digital, s'estan allunyant a velocitat vertiginosa de les formes tradicionals de la cultura clàssica i lletrada, única cultura legítima. Les nostres dades mostren, per contra, que no hi ha incompatibilitat entre pràctiques lletrades i digitals, sinó una reorganització de les primeres en el nou paradigma comunicatiu, que és digital.

Aquest prejudici fa suposar que les persones de més edat i de més capital educatiu estan més interessades per la cultura clàssica i legítima, la qual cosa és veritat només parcialment. Aquesta cultura requereix unes competències per al gaudi de la pràctica que no són innates ni se solen transmetre de manera explícita i directa pel sistema escolar, tot i que es correlacionen directament amb el capital educatiu. Alhora, només una petitíssima minoria de gent gran i amb capital cultural elevat té interès en aquestes pràctiques i, a més, les realitza.

El segon supòsit té a veure amb la idea que en una societat només hi ha una escala de legitimitat i que la solen definir les persones que tenen el poder educatiu, polític i cultural. Però les societats són més complexes i la pluralitat constitutiva de les societats modernes, amb taxes elevades de població immigrant, així ho testifica.

Per tant, que un govern hagi de fer polítiques públiques perquè totes les persones puguin accedir al patrimoni objectiu comú no comporta que totes s'hi vulguin identificar.

D'altra banda, atesa l'associació de les pràctiques culturals amb el capital educatiu, és inexcusable reconèixer que la via principal per crear nous públics demana incorporar les competències necessàries en el sistema escolar. La política cultural principal és una política educativa molt jove. Les persones que neixen en llars i famílies excloses econòmicament i socialment sovint no disposen dels mitjans per adquirir les competències que produeixen sentit en l'esfera cultural ni dels béns culturals, i només un sistema escolar atent a aquestes necessitats pot mitigar aquestes mancances.

La transformació de les biblioteques

El que s'intenta plantejar en els punts precedents es pot exemplificar amb el cas de les biblioteques, l'equipament més dispers i millor distribuït pel territori.

Totes les enquestes i les anàlisis mostren que les biblioteques són una infraestructura que utilitza fonamentalment la població jove i que ho fa majoritàriament per estudiar.

Una política que pretengui millorar les taxes de lectura de la població en general no es pot basar en l'increment del nombre de llocs de lectura ni en el subministrament de més llibres a les biblioteques, sinó que s'ha de plantejar diverses qüestions: com es poden crear nous usos de la biblioteca?; quins recursos es necessiten per aconseguir-ho?, potser mediadors culturals?; quines competències han de tenir les persones usuàries de les biblioteques?; i com es pot aproximar a les que menys les visiten o ni tan sols en coneixen l'existència?

La publicació recent dels resultats bàsics d'una enquesta del 2015 centrada en les persones no usuàries de les biblioteques mostra que el seu perfil sociodemogràfic coincideix amb el de persones de més de 50 anys, amb estudis primaris o inferiors. Es pot pensar, per tant, que entre les persones joves no usuàries es repetirà aquesta segona característica de baix nivell educatiu i distanciament amb el sistema escolar (Departament de Cultura, 2016).

El capital cultural de luxe?

Tot i que els qüestionaris de les enquestes ofereixen poques preguntes sobre algunes pràctiques complementàries de la bateria estàndard d'àmbits culturals, n'hi ha prou per mostrar que hi ha un ventall d'activitats, realitzades per minories, que formen l'exquisidesa cultural: assistència a conferències, estudi d'idiomes, excursions culturals, viatges a l'estranger, aprenentatge d'habilitats artístiques o pertinença a determinades associacions.

La importància d'aquestes pràctiques i d'altres per analitzar la distribució dels béns culturals és patent quan hem efectuat l'anàlisi relacional amb el capital educatiu i la classe social. És possible una política cultural per a aquestes pràctiques? O s'han de basar només en la lògica del mercat i en les desigualtats familiars? Aquestes mateixes preguntes poden ser útils per accedir a determinats béns de la societat digital, els més valuosos.

Els règims de participació cultural

No li faig fàstics a la música, m'agraden gairebé tots els estils, però sí que n'hi ha un que no podria escoltar mai, el *heavy-metal* o qualsevol estil semblant. N'hi ha un amb el qual m'identifico molt i l'escolto cada dos per tres, el *dancehall* i el *reggae*, m'encanten. (E-3)

En aquesta recerca, hem analitzat el camp cultural i els diferents dominis mirant d'entendre'n les lògiques internes. També hem construït tipologies de joves segons els seus interessos i pràctiques culturals. El nostre plantejament coincideix en això amb d'altres que també registren la necessitat d'aprofundir en les investigacions dels públics.

Així, en un estudi de López Sintas *et al.* publicat en l'informe general de l'Enquesta a la joventut de Catalunya del 2012 es parla de com «les activitats de lleure no es distribueixen aleatòriament, sinó que es relacionen formant uns hàbits de lleure prou clars. Aquests hàbits dibuixen unes pràctiques de lleure amb significacions socials diferents» (2012: 59). En concret, distingeixen tres tipus d'hàbits estructurats socialment segons els patrons següents: hàbit social / hàbit individual, hàbit cultural / hàbit no cultural i hàbit relacional / hàbit ludicodigital.

En la recerca hem demostrat que hi ha patrons que permeten confeccionar tipologies de la joventut catalana en la seva relació amb la cultura. Ara bé, cal anar encara més lluny, perquè, ara com ara, les enquestes no estan ben equipades per captar les variacions dels gustos dins dels gèneres i, sobretot, com s'organitzen preferències/aversions i pràctiques/no-pràctiques en modalitats individuals i col·lectives de participació cultural.

Els estudis de participació cultural, emmarcats en el paradigma de la democratització cultural, han tendit a veure la cultura com el resultat de l'estudi d'una sèrie de dominis, definits en clau administrativa (lectura, música, audiovisual, expressió artística...), i la participació cultural com la distribució —diferent i desigual— entre els individus que viuen en una societat.

Aquesta distribució depèn de factors personals —tant existencials com de recursos socials de la persona—, però també d'altres com l'oferta de mercat disponible, el nivell de riquesa d'un país, la creació d'infraestructures especialitzades, la dispersió pel territori i el finançament cultural.

D'altra banda, d'acord amb la visió de Bourdieu, aquests dominis tenen una estructura homòloga, és a dir, que l'estructura del domini de la música té una configuració similar a la de la lectura, el cinema, el teatre o qualsevol altre àmbit. No obstant això, al llarg de la recerca hem pogut constatar que aquesta homologia no es compleix, ja que cada gràfic té lògiques relativament diferents.

Si, a més, adoptem una perspectiva centrada en els individus, podem trobar que les preferències i les pràctiques no sempre són coherents i consistents —poden ser dissonants—, que fins i tot en condicions de

modernitat avançada es poden donar combinacions de pràctiques de varietat extraordinària no només dins d'un domini —com diu E-3, «no li faig fàstics a la música, m'agraden gairebé tots els estils»—, sinó entre diferents camps (llegir assaig i entretenir-se amb sèries). A aquesta capacitat de combinar gèneres i pràctiques diverses, ubicades en diferents nivells d'una escala de legitimitat, se l'ha anomenat *omnivoritat*.

En principi, la teoria de l'omnivoritat suposa que els individus qualificats d'omnívors es caracteritzen per l'amplitud i la varietat creixent de preferències culturals i la voluntat de creuar les fronteres jeràrquiques establertes entre diferents gèneres (Karademir, 2015).

La nostra posició parteix d'aquí, però intenta anar una mica més lluny: explorar-la en un marc teòric més ampli. La qüestió central no rau a saber quantes pràctiques diferents realitza una persona —volum— i a quina varietat de dominis pertanyen —composició—, sinó com s'articulen, com es combinen i com s'ajusten interessos i pràctiques d'acord amb determinades regles, és a dir, com formen un règim de pràctica cultural. Què entenem per això?

El terme *règim* fa referència precisament al conjunt de normes pel qual es regeix una institució, una entitat o una activitat. En conseqüència, aplicat a l'àmbit de la participació cultural, designa el conjunt de regles que defineixen la forma d'apropiació individual —o col·lectiva— dels béns simbòlics en un univers estètic particular. Comporta una combinació de dominis i gèneres determinada de la mateixa manera que les modalitats del seu consum i el sistema de regles que les governen (Ariño, 2010).

La nostra hipòtesi és que cada individu configura un règim de pràctica en el marc d'una tipologia bàsica de règims i que el debat omnivoritat/univoritat empobreix. Igual que la medicina contemporània subratlla la importància dels estils de vida per a la salut, també nosaltres creiem que avui l'anàlisi de les pràctiques culturals en una societat s'ha de fer des dels règims de pràctica.

Per què és important aquest marc conceptual? Perquè permet observar precisament les regles i els canvis en les regles que organitzen l'àmbit de la participació cultural. Hem vist com canvien les regles organitzadores de les pràctiques quan es passa de no tenir responsabilitats de

socialització familiar a tenir-ne. També hem parat esment a dues lògiques diferents d'organitzar les polítiques culturals i, en conseqüència, les pràctiques: democratització cultural i democràcia cultural. Ara i a partir de la informació que s'ha reunit, partint dels individus, podem tenir en compte la importància d'algunes d'aquestes regles en la nostra recerca empírica.

Com hem fet aquesta aproximació? Mitjançant la informació que proporcionen els quaderns de camp dels dos grups d'entrevistes realitzades a la ciutat de Barcelona. Es va sol·licitar als participants que durant quinze dies omplissin una agenda d'activitats culturals. Se'ls va dir que havien de fer la tasca sense cap tipus de restricció de dominis, assenyalant tant allò que els entusiasma com el que rebutgen i, si era possible, comparant amb les persones del seu entorn —familiars, col·legues i amics.

En les pàgines següents n'extraïem les regles que ens han semblat més rellevants.

L'omnivoritat juvenil

Dins d'un consens comú, hem vist que les persones joves aporten més varietat de pràctiques i d'àmbits a l'hora de definir la cultura. També hem constatat que, com que es troben en procés d'emancipació i de maduració, necessiten experimentar dominis diversos. Entre les formes d'experimentació relatades en els quaderns de camp, apareix l'ús de la nit, la grupalitat, l'adquisició de begudes i els *botellons*, etc. Alhora, en els seus quaderns es veu una reflexió sobre la provisionalitat d'aquestes pràctiques i la conveniència de superar-les en algun moment de la trajectòria vital. Es transpira un sentiment de mala consciència en expressions com «perdre el temps i la vida».

Aquesta omnivoritat, per descomptat, és molt diferent de la de les persones que tenen un capital educatiu elevat i valoren per antonomàsia determinades pràctiques. Tot i això, cal afirmar que l'omnivoritat pura no l'hem trobada. Encara que tots emfatitzen una obertura de preferències musicals, les llistes solen ser restringides i sempre apareix qui assenyalava que algunes coses no les escoltaria mai, que determinats programes de televisió li semblen embrutidors, etc.

Coses que no faria: pantalles. No veuria un xou d'impacte (*reality show*). Ni de celebritats, tipus *Perdidos*. Trobo que és una pèrdua de temps. La gent que surt en aquests programes són del pitjoret, catetos, que no tenen res a fer amb les seves vides i així entretenen d'altres *catetos*. Tot el que surt en aquests programes està planificat, però és massa obvi, a més que els que surten als programes no saben actuar. Així que queda una barreja mal feta de coses no rellevants per a gent que no té res més en què pensar o preocupar-se. Crec que poden afectar la intel·ligència. (E-1)

Les expressions i els qualificatius mostren hostilitat cap als gustos i cap a les persones que els segueixen. Altres persones s'han manifestat de manera similar: «mai *reggaeton*» (E-11); «mai veuria programes com *Gran hermano*», «mai aniria de viatge o de vacances a Punta Cana» (E-12). En canvi, en el fragment següent es produeix una simple constatació de la consistència social: «un del Raval no escoltarà música clàssica i un de Sarrià no escoltarà *reggaeton*» (E-9).

Hi ha diferents lògiques en l'ampliació de les preferències: una té a veure amb l'experimentació i és provisional; l'altra, amb la disponibilitat d'un nombre de recursos més elevat, i és posicional i marcadora de distinció. Hi ha diverses formes d'estar obert a la varietat. Les persones omnívores es mouen entre fronteres amb més facilitat que d'altres, però no deixa d'haver-hi fronteres. Es podria dir que tenen més capital de mobilitat.

Allò que és nou i allò que és vell

En el procés de maduració i emancipació i de construcció d'una identitat personal, una pauta que té una importància indubtable en la joventut és la diferenciació entre allò que és vell, que de vegades pot designar senzillament les pautes dels progenitors, i allò que és nou, que es pot referir tant a pràctiques dominants en el mercat juvenil com a d'altres de transgressores i minoritàries.

Hem vist que la proliferació de gèneres musicals compleix aquesta funció de produir noves identitats grupals davant de les ja establertes. Allà on la socialització familiar i escolar ha perdut la seva capacitat d'imposició sorgeixen les identitats juvenils i les seves formes expressives —de formes de vestir, cinematogràfiques, musicals—, que es configuren

justament per contraposició amb els gèneres (pre)dominants. Fins i tot en una pràctica tan transversal com veure la televisió, els continguts que se seleccionen o les lectures que se'n fan, però també l'actitud davant la pantalla, suposen formes de diferenciació. E-12 subratlla aquest fet en indicar que el seu pare és menys discriminant que ella, passa més hores davant el televisor i s'interessa pels continguts informatius.

Allò que predomina i allò que és minoritari

Com hem dit, la novetat la pot difondre el mercat de la moda juvenil o es pot generar en enclavaments minoritaris. Així, precisament també E-12 diu que comparteix amb la seva mare una lògica selectiva:

Ens agrada la música de les minories, les novel·les de nous escriptors i les actuacions de teatre en les quals debutin joves aprenents. (E-12)

Mentre que una part important de la joventut s'adhereix a les innovacions *filtrades* i afavorides pel mercat, altres sectors cerquen formes de diferenciació no només amb les generacions més adultes sinó amb els seus coetanis.

Grupalitat i individualitat

En els quaderns de camp ha quedat especialment rubricada l'existència d'un conjunt de regles que giren al voltant de la polaritat grupalitat/individualitat, és a dir, pràctiques que es realitzen en grup i pràctiques que es realitzen individualment.

E-6, per exemple, afirma:

La fira en si era el menys important: suposo que era l'excusa per estar el grup d'amigues juntes i fer una cosa diferent de la resta de dissabtes a la tarda... Sortir de la monotonia dels dissabtes a les poblacions de la Catalunya rural... Aquest matí he passat, tranquil·lament, un parell d'hores enganxada al mòbil escoltant música i parlant pel WhatsApp; temps que hauria d'haver invertit en lectures per a la universitat o en la redacció d'algun treball.

També E-10 parla de la importància de quedar els divendres a la tarda-nit amb les amigues. Per la seva banda, E-7 narra el següent:

Avui hem sortit amb la colla d'amics de festa a veure uns concerts. Normalment sortim cada cap de setmana i sempre anem al mateix lloc. Aquesta vegada, però, hem anat a un lloc diferent i m'ho he passat millor que no pas al lloc de sempre. Ha arribat un punt que surto de festa a llocs que no m'agraden o no m'ho passo tan bé perquè és on vol anar la colla d'amics. Però és clar que no sortiré de festa sol al lloc que a priori m'agrada a mi, perquè sense els amics no és el mateix. Per aquesta raó segueixo sortint al lloc de sempre.

La grupalitat apareix com a valor final, tan important que justifica el sacrifici de les pròpies preferències.

Moltes de les cançons [que escolta o toca en el grup] no m'acaben d'agradar o les faria diferents, però vull estar en el grup i seguir gaudint de les coses bones que em dóna; prioritzo això davant les coses que no m'agraden. (E-9)

I E-10 afegeix:

Ho fem tot juntes... El que més ens agrada és estar juntes.

Per acabar, val la pena transcriure un fragment d'E-12:

Jo mai aniria a un lloc com aquest [una discoteca], però als meus amics me'ls estimo molt i algunes vegades hi he posat els peus; per tant, és una activitat que sí que compartiria amb els amics. Així, dins de les relacions trobo companys amb els quals puc compartir gustos i d'altres amb els quals tinc una convivència gairebé familiar. Dinem, sopem junts, acampem, marxem de vacances. Fem excursions...

L'amistat com a valor suprem conjumina les contradiccions de les pràctiques i les preferències personals.

Però les mateixes persones que lloen la grupalitat mostren la necessitat de compensar-la amb «la desconexió de la gent», de trobar-se amb si mateix a l'habitació, especialment els diumenges. Mentre que la festa,

les sortides, no són descans, sinó que esgoten, el diumenge requereix recentrament personal i descans.

En la recerca han sorgit quatre grupalitats: la colla d'amics de sempre, la colla del poble dels caps de setmana, el grup de persones immigrants que s'han conegut en el context de migració i el grup familiar. També hi ha tipus d'individualitats —i solitud—, però han quedat menys subratllats en els quaderns de camp.

Compromís i entreteniment

Entorn de la polaritat compromís/entreteniment també s'organitza un conjunt de pràctiques. Així doncs, hem observat que en les persones entrevistades tot es mesura per la capacitat que té cada activitat per generar desconexió de l'esgotament quotidià. Totes les persones es mostren molt esgotades, per raons diferents. L'estudi, l'atur, la feina, la gent: «anem amb un coet al cul». Les pràctiques culturals es valoren per la capacitat d'entretenir i procurar diversió. Aquesta és la gran regla. Les sèries, la música, les sortides, les pel·lícules, han de ser entretingudes i relaxants, crear passió.

La taula 8 mostra com dins d'aquest contínuum que va del compromís a l'entreteniment, es poden distingir tres tipus de compromís a partir dels quaderns.

TAULA 8. Tipus de compromís

Compromís	Polític	Entreteniment
	Voluntariat	
	Amateur	

Font: Elaboració pròpia.

Hem detectat que hi ha persones que realitzen activitats de voluntariat (per exemple, formació en llenguatge de sords); d'altres participen en di-

versos grups o comunitats de pràctica en què donen cabuda a les seves aficions personals en grup (excursionisme, música...). Dins dels tipus de compromís mereix una atenció especial el que està centrat en el cultiu i la defensa de senyals d'identitat (colla de castellers). Per acabar, podem parlar del compromís polític en el qual els destinataris dels béns socials que es produeixen poden ser anònims i desconeguts.

E-12 afirma:

Per fi ha arribat la festa de l'economia solidària... He gaudit de músiques del món i en especial de totes les peces de músiques, els artistes o grups que les componen, que es comprometen que un altre món és possible i necessari. He descobert que la mobilització a través de la cultura és una de les meves preferències quan escullo les activitats que faig, quan pinto, quan vaig a concerts reivindicatius, quan debato amb associacions socials col·laboratives...

Les pràctiques que es realitzen han de «permetre gaudir» («L'esport m'activa»). En aquest sentit, no es pot menystenir el concepte d'*entreteniment*. Si alguna cosa no produeix sentit existencial o vital, no es realitzarà un cop hagin desaparegut els elements externs de coerció, com els que poden procedir de l'autoritat familiar o de la necessitat d'assenyalar la pertinença d'estatus.

En aquest apartat final, en exposar uns apunts breus sobre els règims culturals, el nostre objectiu no és tancar un estudi, sinó, al contrari, obrir les oportunitats que en sorgeixen. Hem pogut entreveure que hi ha diferents regles a l'hora d'apropiar-se de continguts i béns culturals o de produir-los. Aquestes regles permeten codificar, descodificar o interpretar simbòlicament qualsevol classe de béns amb la finalitat de produir sentit existencial i identitat. Aquestes regles, en la joventut, no són ni estàtiques ni fixes. No estan consolidades, sinó en procés de maduració i, per tant, canvien a mesura que ho fan les xarxes d'interacció i les funcions que s'assumeixen en el procés d'emancipació.

Per acabar, volem assenyalar que els règims culturals, com qualsevol altre, són relacionals, és a dir, que uns es defineixen per relació amb d'altres i per la funció que exerceixen en el conjunt del camp social. Les polítiques culturals han de captar aquesta complexitat per treballar, a

partir d'aquesta i amb aquesta, en els objectius que l'Administració pública s'ha de marcar per al benestar cultural d'una societat.

BIBLIOGRAFIA

ARIÑO, A. (Dir.) (2016). *La participación cultural en España*. Madrid: SGAE.

ARIÑO, A. (2010). *Prácticas culturales en España. Desde los años sesenta hasta la actualidad*. Barcelona: Ariel.

ARIÑO, A. (2016). «La cultura en España en la era digital». A: TORRES, C. (Ed.). *España 2015. Situación actual*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, p. 1356-1379.

COMISSIÓ EUROPEA (2010). *European statistical system network on culture. Final report*. Disponible en línea a: <http://ec.europa.eu/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf>

DEPARTAMENT DE CULTURA (2011). *Estadística de consum i pràctiques culturals 2001*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

DEPARTAMENT DE CULTURA (2006). *Estadística de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2006*. Barcelona: Gabinet Tècnic de la Secretaria General. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

DEPARTAMENT DE CULTURA (2014). *Estadística de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2014*. Barcelona: Gabinet Tècnic de la Secretaria General. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

DEPARTAMENT DE CULTURA (2016). *Estudi de persones no usuàries de biblioteques*. Barcelona: Gabinet Tècnic de la Secretaria General. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

FUNDACC (2013). *Baròmetre de la comunicació i la cultura*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

KARADEMIR HAZIR, I (2015). *Cultural omnivorousness*. Nova York: Oxford University Press. Disponible en línia a: <<http://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756384/obo-9780199756384-0134.xml>>

LÓPEZ, J., *et al.* (2012). «Cultura i oci. Les activitats de lleure de les persones joves». A: *Enquesta a la joventut de Catalunya*. Barcelona: Departament de Benestar Social i Família de la Generalitat de Catalunya, vol. II.

RUIZ DE OLABUÉNAGA, I. (1998). *La juventud liberta. Género y estilos de vida de la juventud urbana española*. Madrid: Fundació BBVA.

WILLIS, P. (1999). «Notas sobre cultura común: hacia una política cultural para la estética terrena». A: *Arxius de Sociologia*. Barcelona: Facultat de Ciències Social, núm. 3, p. 15-32.

ALTRES TÍTOLS PUBLICATS EN AQUESTA COL·LECCIÓ

1. **JOVES ENTRE DOS SEGLES.** Francesc-Marc Àlvaro. 1998
2. **NOUS OBJECTIUS PER A L'EDUCACIÓ-INFORME DELORS.** Enric Masllorens. 1998
3. **ENQUESTA A LA JOVENTUT DE CATALUNYA.** Gabise, SA. 1999
4. **JOVES I PARTICIPACIÓ A CATALUNYA.** Fundació Ferrer i Guàrdia. 1999
5. **20 ANYS DE PARTICIPACIÓ DEMOCRÀTICA. 20È ANIVERSARI DEL CONSELL NACIONAL DE LA JOVENTUT DE CATALUNYA.** CNJC. 1999
6. **ESTUDI DE COMPORTAMENT DELS JOVES ESTUDIANTS DE BARCELONA.**
Centre Jove d'Anticoncepció i Sexualitat. 1999
7. **LA VIOLÈNCIA COM A RECURS I COM A DISCURS.** Manuel Delgado. 1999
8. **ELS JOVES CATALANS EN EL 2011. ELS CANVIS QUE VÉENEN.** Centre d'Estudis Demogràfics. 2000
9. **ELS JOVES CATALANS I L'HABITATGE.** Carme Trilla i Institut DEP. 2000
10. **L'ENTORN QUOTIDIÀ DELS ADOLESCENTS AMB MALALTIES CRÒNIQUES.**
Joan Carles Surís, Russell Viner i Robert W. Blum. 2000
11. **TREBALL, VALORS I CANVI. LES RUPTURES EN LA PRECARIETAT.** Daniel Ortiz i Iván Miró. 2001
12. **GENERACIÓ @. LA JOVENTUT AL SEGLE XXI.** Carles Feixa. 2001
13. **JUGAR TREBALLANT, TREBALLAR JUGANT: LES IDENTITATS JUVENILS I EL DEBAT SOBRE OCUPACIÓ I OCIOSITAT.** Robert G. Hollands. 2001
14. **ELS CONTEXTOS CANVIANTS DE LA JOVENTUT AL SEGLE XXI.** Andy Furlong i Fred Cartmel. 2001
15. **MIGRACIONS INTERNACIONALS I POBLACIÓ JOVE DE NACIONALITAT ESTRANGERA A CATALUNYA.** Centre d'Estudis Demogràfics. 2001

16. **DE LES OPORTUNITATS DESIGUALS A LA MANCA IGUALITÀRIA D'OPORTUNITATS.** Les dimensions de gènere del canvi social i la joventut a Europa. Lynne Chisholm. 2001
17. **ELS TÈCNICS EN LA POLÍTICA DE JOVENTUT DE L'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA CATALANA.** Pere Soler(coord.), Albert Bayot, Anna Planas i Josep Vila. 2002
18. **JOVENTUT, OKUPACIÓ I POLÍTiques PÚBLIQUES A CATALUNYA.** Ricard Gomà (coord.). 2003
19. **ENQUESTA ALS JOVES DE CATALUNYA 2002 –AVANÇAMENT DE RESULTATS–.** Joaquim Casal, Maribel García, Rafael Merino i Miguel Quesada. 2003
20. **LA IMMIGRACIÓ I EL TREBALL INTERCULTURAL A LES ENTITATS D'EDUCACIÓ EN EL LLEURE DE CATALUNYA.** Diego Herrera, Bernat Albaigés i Mercè Garet. 2003
21. **CULTURA JUVENIL I GÈNERE.** Roger Martínez. 2003
22. **EL TERRITORI I LA MOBILITAT MIGRATÒRIA DELS JOVES A CATALUNYA.** Juan Antonio Mòdenes i Joaquim Recaño. 2003
23. **ELS JOVES CATALANS I L'HABITATGE, 1999-2003.** Institut DEP. Carme Trilla. 2003
24. **CRISI DEL TREBALL I EMERGÈNCIA DE NOVES FORMES DE SUBJECTIVITAT LABORAL EN ELS JOVES.** Bernat Albaigés (dir.). 2004
25. **EMANCIPACIÓ DOMICILIÀRIA, LABORAL I FAMILIAR DELS JOVES A CATALUNYA.** Pau Miret. 2004
26. **ELS NOUS RURALS DEL PALLARS SOBIRÀ.** Eva Lluvich i Mònica Ortega. 2004
27. **LA SOBREQVALIFICACIÓ ENTRE ELS JOVES CATALANS.** Pau Serracant. 2005
28. **JOVES ADULTS I POLÍTiques DE JOVENTUT A EUROPA.** Premi Joventut 2003. Juan Manuel Patón. 2005
29. **ELS COMPORTEMENTS ALIMENTARIS DELS I LES JOVES EN EL PROCÉS D'EMANCIPACIÓ.** Elena Espeitx (dir.). 2006
30. **ADOLESCÈNCIA FEMENINA I RISC SOCIAL.** Premi Joventut 2005. Anna Berga. 2007
31. **LA INFLUÈNCIA DE L'EDAT EN EL COMPORTEMENT ELECTORAL A CATALUNYA.** Raül Tormos. 2007
32. **IDENTITAT, INTEGRACIÓ I ESCOLA. ELS JOVES D'ORIGEN MARROQUÍ A LA PERIFÈRIA DE BARCELONA.** Premi Joventut 2006. Jordi Pàmies. 2008

33. **PARTICIPACIÓ, POLÍTICA I JOVES.** Una aproximació a les pràctiques polítiques, la participació social i l'afecció política de la joventut catalana. Isaac González, Jordi Collet i Josep Sanmartín. 2008
34. **FER-SE ADULT. SOCIOLOGIA COMPARADA DE LA JOVENTUT A EUROPA.** Cécile Van de Velde. 2008
35. **LES TRANSICIONS DE LA VIDA ADULTA EN EL CONTEXT DE LA GLOBALITZACIÓ.** Carles Simó. 2008
36. **UNA NOVA ESCENA DEL DRAMA ENTRE VELL I JOVE / NEW PERFORMANCE OF THE OLD VS. YOUNG DRAMA.** Zygmunt Bauman. 2008
37. **ENQUESTA A LA JOVENTUT DE CATALUNYA 2007.** Pau Miret, Antoni Salvadó, Pau Serracant i Roger Soler. 2008
38. **CATALAN YOUTH SURVEY -2007 EDITION-**. Pau Miret, Antoni Salvadó, Pau Serracant i Roger Soler. 2009
39. **ESTRATÈGIES, TRAJECTÒRIES I APORTACIONS DE JOVES TRANS, LESBIANES I GAIS.** Gerard Coll-Planas, Gemma Bustamante i Miquel Missé. 2009
40. **STRATEGIES, TRAJECTORIES AND CONTRIBUTIONS OF YOUNG TRANSEXUALS, LESBIANS AND GAYS.** Gerard Coll-Planas, Gemma Bustamante i Miquel Missé. 2010
41. **JOVES D'ORIGEN IMMIGRANT A CATALUNYA. NECESSITATS I DEMANDES.** Una aproximació sociològica. Amado Alarcón i Rosa Alcalde. 2010
42. **THE NEEDS AND DEMANDS OF YOUNG PEOPLE OF IMMIGRANT ORIGINS IN CATALUNYA.** A sociological approximation. Amado Alarcón i Rosa Alcalde. 2010
43. **LLENGUA I JOVES.** Usos i percepcions lingüístics de la joventut catalana. Joan Pujolar, Isaac González, Anna Font i Roger Martínez. 2010
44. **CONDICIONS DE VIDA I HÀBITS SOCIALS DE LA JOVENTUT DE CATALUNYA.** Cristina Sánchez. 2010
45. **MITJANS DE COMUNICACIÓ I JOVES.** Anàlisi de la situació, mecanismes d'intervenció i decàleg per a un tractament informatiu adequat de les persones joves. Mònica Figueras i Marcel Mauri. 2010
46. **CULTURA I JOVES II.** Hàbits culturals i polítiques públiques. Xavier Fina, Martí Comas, Marta Domènech, Sònia Marzo i Carles Spà. 2010
47. **SALUT I JOVES.** Dels contextos i les pràctiques de risc a les polítiques de promoció de la salut. Josep Espluga (coord.). 2010

48. **GENERACIÓ “NI-NI”, ESTIGMATITZACIÓ I EXCLUSIÓ SOCIAL.** Gènesi i evolució d'un concepte problemàtic i proposta d'un nou indicador. Pau Serracant i Melendres. 2012
49. **LA PROMOCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ JUVENIL DE L'ACCIÓ COMUNITÀRIA.** Aportacions d'un estudi de cas. Premi Joventut 2010. Marta Ballester i Frago. 2013
50. **MOVIMENTS SOCIALS I JOVES ACTIVISTES.** Una aproximació qualitativa de la participació de la joventut en organitzacions polítiques no convencionals. Jordi Mir Garcia (coord.). 2013
51. **DEMOCRÀCIA, PARTICIPACIÓ I JOVENTUT.** Una anàlisi de l'Enquesta de participació i política 2011. Roger Soler i Martí. 2013
52. **ENQUESTA A LA JOVENTUT DE CATALUNYA 2012.** Una mirada global a les persones joves en temps de crisi. Pau Serracant i Melendres i Saleta Fabra i Anton. 2013
53. **LA NOVA PAGESIA: RELLEU GENERACIONAL EN EL MARC D'UN NOU PARADIGMA AGROSOCIAL.** Neus Monllor i Rico. 2015
54. **TIC I JOVES.** Reflexions i reptes per al treball educatiu. Ariadna Fernández-Planells, Maria-Jose Masanet Jorda i Mònica Figueras-Maz. 2016

COL·LECCIÓ **A**PORTACIONS

Una aproximació sintètica a la situació
i les necessitats de la joventut a Catalunya

Aquesta publicació analitza l'evolució de les pràctiques i els consums culturals de la joventut catalana des de principis de segle fins a l'actualitat, un període marcat per l'omnipresència de les noves tecnologies i la crisi econòmica iniciada l'any 2008. La recerca indaga les diferències entre la participació cultural de les noves i les velles generacions i les diferències dins del col·lectiu juvenil, i fa un seguit de recomanacions per estimular la participació cultural dels joves. Aquesta publicació és un resum dels principals resultats d'una recerca més àmplia publicada pel Consell Nacional de la Cultura i de les Arts a partir de les dades de l'Enquesta de participació cultural del Departament de Cultura.



Generalitat de Catalunya
**Departament de Treball,
Afers Socials i Famílies**