



PROCÉS PARTICIPATIU

Informe de resultats de la sessió

Sessió 2. Cultura

26 de maig de 2022

participa.gencat.cat



**Generalitat
de Catalunya**

Unitat impulsora del procés participatiu

Secretaria de Política Lingüística

Unitat que acompanya: DG de Participació Ciutadana

Direcció General de Participació Ciutadana

Empresa que redacta i dinamitza l'informe

Tandem Social S.C.C.L



Contingut

1. Introducció.....	4
1.1. Situació de la llengua	4
1.2 Metodologia de treball.....	4
1.3 Objectius del procés participatiu	6
1.4 Àmbits de debat.....	6
2. Assistència i participació	8
2.1 Perfil dels participants.....	8
3. Recull d'aportacions	9
3.1 Concreció de propostes	13
Annex I. Recull de propostes esmentades durant la sessió.....	19
Annex II. Resultats de l'enquesta d'avaluació de les sessions	24

1. Introducció

El Parlament de Catalunya va instar el Govern a promoure un Pacte Nacional per la llengua per renovar les mesures actuals de política lingüística, amb l'objectiu de potenciar la llengua i preveure noves línies d'actuació, així com garantir la seva continuïtat. Per assolir aquests objectius, és necessari incorporar la visió i les propostes de la ciutadania. L'elaboració participativa del Pacte Nacional per la Llengua és essencial per garantir el tractament dels temes relacionats amb el català d'una manera frontal, dialogant i adaptada als temps actuals.

1.1. Situació de la llengua

El català es troba en un moment crucial de la seva història. Ara fa uns quaranta anys, després d'un llarg període de repressió política i lingüística i en ple procés de recuperació de l'autogovern i les llibertats, la societat catalana va ser capaç de posar-se d'acord en tres grans objectius pel que fa a la llengua pròpia del país: en primer lloc, es volia que tota la població acabés dominant la llengua catalana; en segon lloc, calia que el català esdevingués una llengua completa, és a dir, que es pogués emprar i s'emprés efectivament en tots els àmbits de la vida; finalment, era vital evitar la fragmentació social en funció de la llengua o l'origen.

Quatre dècades després, aquells objectius només s'han assolit de manera parcial i hi ha símptomes preocupants pel que fa al futur de la llengua catalana. El món s'ha globalitzat, la societat catalana ha canviat i s'ha fet molt més complexa, diversa i multilingüe. En conseqüència, el model de política lingüística del país necessita una revisió a fons. Cal renovar els consensos que van convertir la llengua en un punt de trobada i en una eina de cohesió social, és urgent reforçar la seguretat lingüística de les persones i cal garantir la continuïtat del català com a llengua completa.

El futur del català demana un debat constructiu perquè les bases lingüístiques del futur de Catalunya i de tota la comunitat lingüística siguin compartides tan àmpliament com sigui possible. Per aconseguir-ho, cal comptar amb la participació i el compromís de les forces polítiques, però també de les organitzacions, de les entitats i de tota la població. És en aquest context que es proposa l'assoliment d'un Pacte Nacional per la Llengua.

Tal com va acordar el Parlament, per encetar el procés que ha de conduir al pacte s'ha encarregat l'elaboració d'un informe de situació, a càrrec d'experts acadèmics de reconegut prestigi. Aquest informe es va presentar al febrer amb el títol *Un marc sociolingüístic igualitari per a la llengua catalana*. El document adopta un enfocament omnicomprensiu, estructurat en diversos apartats que identifiquen els reptes principals per al futur del català i suggereix les vies més indicades per afrontar-los.

L'informe exposa les dades sobre la situació del català en diversos àmbits d'especial incidència per a l'accés al coneixement i l'ús de les llengües oficials com l'ensenyament, el mercat, la comunicació, la cultura i el lleure, en els quals el nivell de presència del català és desigual.

Aquestes diferències són molt evidents, per exemple, en l'àmbit cultural, en el qual hi ha sectors, com el del teatre, on oferta i consum en català són majoritaris. En el llibre i la música, el català mostra un gran marge de millora. I en el món del cinema i del videojoc, la seva presència és altament deficitària. En aquest context, el Departament de Cultura ja ha anunciat que enguany ha augmentat el pressupost dedicat a l'audiovisual fins als 25M€, la xifra més alta que ha dedicat mai

a aquest àmbit. Cultura també ha creat la Direcció General d'Innovació i Cultura Digital, amb la intenció de donar suport a l'àmbit del videojoc català, entre altres.

1.2 Metodologia de treball

Les sessions deliberatives en línia del Pacte Nacional per la Llengua es duen a terme entre els mesos de maig i juny del 2022. En aquestes sessions, obertes a tots els ciutadans que s'hi vulguin inscriure, hi participa un grup format per 50 persones per a cada una de les 12 sessions, cadascuna basada en 12 eixos sectorials i temàtics.

La sessió dedicada a l'eix 4. Cultura es realitza el dijous 26 de maig, de 17:00 a 19:00 hores, a través de la plataforma Zoom.

L'agenda de les sessions és la següent:

- [17:00 h – 17:10 h] Benvinguda a la sessió.
- [17:10 h – 17:20 h] Presentació del procés participatiu del Pacte Nacional per la Llengua:
 - Contextualització del procés participatiu.
 - Objectius de la sessió i continguts.
- [17:20 h – 18:30 h] Debat en subgrups de treball:
 - [17:20 h – 17:55 h] Dinàmica 1. Pluja d'idees a partir de la reflexió individual, enfocada al plantejament de propostes Seguidament, debat col·lectiu per tal d'agrupar les diferents idees suggerides i per a la resolució de dubtes envers les aportacions. Es du a terme mitjançant la plataforma digital *Mural*.
 - [17:55 h – 18:30 h] Dinàmica 2. Concreció de propostes aportades prèviament en propostes concretes, valorant el grau d'impacte de la proposta i el seu grau de viabilitat.
- [17:30 h – 18:50 h] Posada en comú dels resultats dels subgrups en la reunió plenària.
- [18:50 h – 19:00 h] Presentació de les properes passes i tancament de la sessió.

De forma prèvia al debat, s'envia a les persones inscrites el següent material:

- [Un marc sociolingüístic igualitari per a la llengua catalana.](#)
- [Eix 4. Cultura.](#)
- [Les guies d'ús de les eines telemàtiques de la sessió.](#)

El present informe recull la informació de les sessions deliberatives incloent-hi l'assistència, les aportacions de la ciutadania, i la compilació d'aportacions de les diferents línies de debat per tal de generar propostes. Finalment, annexa els resultats de l'enquesta d'avaluació de les sessions que serà enviat a les persones participants un cop acabades les sessions.

1.3 Objectius del procés participatiu

Objectius estratègics:

- Renovar els consensos que van convertir la llengua en un punt de trobada i una eina de cohesió social.
- Reforçar la seguretat lingüística de les persones.
- Garantir la continuïtat del català com a llengua completa
- Renovar els compromisos lingüístics
- Conscienciar les institucions, entitats, empreses i la ciutadania en general, de l'impacte que tenen els seus hàbits i actituds
- Incloure la visió de la població en el Pacte Nacional per la Llengua

Objectius operatius:

- Informar i reflexionar sobre la situació de la llengua catalana.
- Facilitar el dret a participar i millorar la qualitat democràtica de la política lingüística.
- Recollir propostes de la millora de la situació de la llengua, revisió dels discursos i de les polítiques lingüístiques.
- Deliberació de qualitat.

1.4 Àmbits de debat

Els eixos de debat del procés participatiu són:

- Eix 1. Administracions públiques
 - Eix 1.1. Administració pública
 - Eix 1.2. Administració de Justícia
- Eix 2. Educació i recerca
 - Eix 2.1. Ensenyament obligatori
 - Eix 2.2. Ensenyament universitari
 - Eix 2.3. Aprenentatge del català entre persones adultes
- Eix 3. Cohesió social
 - Eix 3.1. Acolliment
 - Eix 3.2. Estructura social
- Eix 4. Cultura
- Eix 5. Audiovisual i mitjans de comunicació
 - Eix 5.1. Audiovisual
 - Eix 5.2. Mitjans de comunicació
- Eix 6. Món digital i tecnologies de la llengua

- Eix 7. Àmbit socioeconòmic i laboral
- Eix 8. Salut i atenció socio sanitària
- Eix 9. Lleure, esport i món associatiu
- Eix 11. Àmbits estatal, europeu i internacional

2. Assistència i participació

2.1 Perfil dels participants

El nombre de persones participants totals durant la primera sessió deliberativa és de vint-i-vuit, entre les quals trobem catorze dones i catorze homes. A la sessió van assistir-hi persones representants o membres d'entitats com la PAF, l'agrupació de Productors Associats de Fonogrames; l'APECAT, l'Associació de Productors i Editors Fonogràfics i Videogràfics Catalans; l'Associació d'Editors en Llengua Catalana; el ClijCAT, Consell Català del Llibre Infantil i Juvenil; la Federació Agrupament d'Esbarts Dansaires; l'Observatori Sociodemogràfic de Lleida; la Fundació Josep Pla; la Coordinadora de Centres d'Estudis de Parla Catalana; la Fundació Nous Horitzons, que compta amb una revista trimestral escrita en català de caràcter polític i cultural; la TTP, l'Associació Professional de Teatre per a Tots els Públics de Catalunya; l'Ateneu Barcelonès; el Gremi de Llibreters de Catalunya; l'APPEC, l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català, la Cambra del Llibre de Catalunya; el Gremi de Cinemes de Catalunya; l'associació cultural Músiques Aspres; i la PAC, la Plataforma d'Arts de Carrer.

3. Recull d'aportacions

La deliberació a la sessió dedicada a l'Eix 4. Cultura, la qual va ocupar la primera part del debat en subgrups, es va articular a través de sis àmbits. Es caracteritzen per la rellevància que donen a impulsar la cultura en català entre les noves generacions, així com per la necessitat de coordinació entre les institucions públiques, les empreses i entitats culturals i el sector educatiu per tal de fer realitat aquesta immersió cultural entre els més joves. Tanmateix, també es manifesta la necessitat de promocionar aquella oferta cultural amb què ja compta la llengua catalana, al mateix temps que s'evidencia la manca de productes i serveis culturals d'altres sectors que deixen gran part de la societat desatesa culturalment. Finalment, es parla de la necessitat de prioritzar el català davant la resta d'importacions culturals en llengües hegemòniques i la rellevància de reivindicar la cultura catalana a escala internacional.

L'oferta cultural pel jovent:

Les persones participants destaquen que un gran repte de la cultura en llengua catalana és la manca de consum cultural en català per part del jovent. Aquest sector de la població consumeix un tipus de cultura que avui dia és majoritàriament inexistent en llengua catalana i, a més a més, en aquells casos en què sí que hi ha oferta, es troba en canals i espais a través dels quals els i les joves no hi accedeixen. Per aquest motiu, es posa de relleu que els joves es veuen forçats a consumir els continguts culturals que els agraden en altres llengües. Per tant, aquest repte ha de fer front a dos eixos: tant a l'oferta com la demanda de continguts. En primer lloc, perquè com ja s'ha dit, no hi ha demanda, per part dels joves, de continguts culturals en català, però aquest problema deriva, segons les persones participants, de la mateixa inexistència o invisibilitat de l'oferta cultural en català. Així doncs, les propostes que se suggereixen van en la línia de dissenyar i expandir una oferta àmplia de productes culturals adaptats als interessos de la població jove per tal d'arrossegar-los a l'àmpli ventall cultural català i normalitzar el seu consum entre aquestes franges d'edat.

Entre algunes de les propostes trobem la creació d'iniciatives que segueixin les tendències de moda d'èxit juvenil i l'adaptació de noves creacions a referents que triomfen actualment. Es posa com a exemple espais com el del programa musical Eufòria de TV3. Aquesta proposta, però, genera cert grau de desconfiança envers la promoció real de la cultura catalana ja que molts cops en comptes de donar a conèixer cançons existents en català, es tendeix a fer versions en català de cançons en llengües hegemòniques, invisibilitzant les pròpiament catalanes.

En l'àmbit musical, es proposa incentivar els festivals juvenils en català celebrant-los en espais i fires culturals, seguint exemples com el de la Fira de Tàrraga. Pel que fa al món editorial, es proposa organitzar un Món Còmic, un festival literari dedicat al gènere del còmic i el *manga*, per l'interès que desperta entre els grups més joves. Sobre aquesta proposta, les persones participants comenten que, tot i que l'oferta ha d'anar principalment encarada als joves, també s'ha de treballar perquè pugui expandir-se a altres franges d'edat i que l'impacte sigui el més global possible.

Tanmateix, se suggereix que el contingut de nova creació sigui impulsat, d'entrada, en els espais del món digital que freqüenten els joves. Els i les participants consideren que si la cultura no es propaga a través de les xarxes, la creació d'un ventall cultural juvenil pot generar impacte nul. En últim lloc, es proposa que l'administració i els mitjans de comunicació públics elaborin i difonguin campanyes publicitàries en els mitjans freqüentats pels joves per informar sobre els avantatges d'utilitzar el català i de consumir productes culturals en català, així com reclamar-los.

Tàndem entre el sector educatiu i la cultura:

Seguint el fil de l'apartat anterior, les persones participants assenyalen la necessitat de fomentar, en la mesura del possible, una educació primària i secundària íntegrament en català, per tal que els infants i el jovent interioritzin el català com a llengua pròpia, un pas que consideren previ i fonamental perquè acabin consumint contingut cultural en català. Així, es fan una sèrie de propostes que pretenen incidir en el sector educatiu, de forma que cap nena o nen quedi exclòs d'una educació en català.

Pel que fa als nouvinguts, se suggereix potenciar les classes de reforç de català a les aules d'acollida i en els centres educatius d'adults per tal de partir d'una base igualitària quant al coneixement de la llengua. En aquest cas, es proposa una mesura específica que consisteix a ampliar l'oferta de cursos del Consorci de Normalització Lingüística, ja que les i els participants observen que percentualment el nombre de municipis associats a aquest òrgan és massa baix. En cas que el consorci no tingui els recursos per oferir una formació adaptada al nombre de persones nouvingudes que volen aprendre català, se suggereix que aquest homologui cursos oferts per altres entitats, escoles d'idiomes i centres educatius. A partir d'aquí, les aportacions que fan les persones participants són accions més concretes que tenen l'objectiu de crear un tàndem entre el sector educatiu i el cultural per transformar la població jove en públic consumidor de cultura.

En primera instància, es proposa potenciar el coneixement de l'àmbit cultural local en els currículums escolars perquè les nenes i nens coneguin la cultura i les entitats culturals que els envolten i a les quals poden acudir. Per fer-ho, una via que se suggereix és la rèplica del model d'educació francès, que consisteix a fer un ús cultural més actiu que passiu. Això suposa que l'alumnat no només ha de consumir productes culturals com ara anar a sales de cinema, anar a veure una obra teatral o a escoltar un concert, sinó fer-lo també particip de les arts escèniques i musicals. Es dona l'exemple de les mostres de teatre en català que es duen a terme en diferents poblacions, on alumnes de l'últim cicle de primària preparen obres de teatre amb professionals del món del teatre per, més endavant, representar-les en l'àmbit local. També se suggereix la creació i foment de casals d'estiu que ofereixin aquest tipus d'activitats culturals, com ara estades de formació teatral en català. Una altra proposta són els intercanvis musicals de joves arreu dels Països Catalans, que alhora fomenta la visibilització d'un major ventall cultural i, segons les persones participants, reforça l'autoestima de la llengua catalana. Es comenta també la possibilitat d'extrapolar aquestes propostes en els diferents àmbits culturals com ara la dansa, la música i el cant, la fotografia, l'artesanía, etc.

Tanmateix, s'arriba a un consens quant al suport econòmic en forma de subvencions per part de l'administració i, en concret, per part del Departament d'Educació, que haurien de rebre les propostes anteriors per tal de ser efectives. Seguidament, també es proposa el foment de programes d'intercanvi escolars i universitaris entre els territoris de parla catalana.

Pel que fa al món editorial, es proposa que el Pla de Foment de la Lectura sigui inclòs com eix central de la política educativa a tots els centres educatius de Catalunya. Aquesta mesura ha d'anar acompanyada de la inversió en les biblioteques dels centres d'ensenyament, per tal que puguin oferir els recursos adients a la seva funció. I, finalment, que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals participi de forma activa en la promoció i difusió d'aquest pla de foment. Per acabar, se suggereix que s'impulsin projectes d'aprenentatge significatiu arreu de Catalunya com el de Premià es llegeix, que té com a objectiu fer conèixer els autors literaris representats en el nomenclàtor de les viles. Aquesta última proposta també és extrapolable a altres àmbits culturals.

L'oferta cultural existent en català:

En primera instància, les persones participants destaquen com, tot i haver-hi diferents productes culturals en català de qualitat, la poca promoció que aquests reben els invisibilitzen davant els seus potencials consumidors.

Es posa com a exemple el cas de la música en català, que moltes emissores de ràdio renuncien a reproduir per prejudicis sobre els gustos dels seus oients. El cas és paradigmàtic perquè, segons les dades aportades pels participants durant les sessions, les mateixes emissores de ràdio han acabat reproduint les cançons de què parlem un cop s'han popularitzat i la gent les coneix. Aquest fenomen ocorre sovint amb els productes culturals en català, com ara amb cançons, pel·lícules i sèries, llibres, obres teatrals, etc., que sovint són eclipsats per productes culturals importats en llengües hegemòniques com l'anglès o el castellà. Per aquest motiu, es proposa responsabilitzar les institucions, i les emissores de televisió i de ràdio públiques perquè fomentin una major promoció de forma obligatòria del producte cultural nacional. La proposta tracta d'adoptar, agafant com a referent a França, una Llei d'Excepció Cultural, per garantir que el paisatge sonor musical català soni en català.

En aquesta línia, se suggereix una promoció potent per part de l'administració pública de les estrenes de pel·lícules, estrenes musicals i teatrals, entre d'altres, tal com s'ha fet recentment amb el film de la directora Carla Simón: *Alcarràs*. Aquesta proposta, al seu torn, genera cert grau de controvèrsia perquè es considera que aquesta promoció ve incentivada per l'alta qualitat de la producció cultural en qüestió, i aquesta no sempre és tan elevada. Davant aquesta situació, es proposa també estimular les grans produccions estrangeres per poder dur-les a terme en llengua catalana. En el cas del món audiovisual, es posa molt d'èmfasi en la necessitat de doblar i subtitular pel·lícules al català.

Finalment, es fan dues últimes observacions. D'una banda, s'insta a aprofitar la potencialitat de la sociabilitat de l'associacionisme cultural, que ofereix la possibilitat de crear espais entre persones diverses per tal de dur a terme activitats culturals en català, especialment importants per les persones novingudes. D'altra banda, se suggereix dur a terme campanyes informatives sobre els avantatges de produir cultura en català. Això no obstant, algunes de les persones participants consideren que la rendibilitat d'aquestes campanyes pot no donar tants bons resultats com es voldria, per la qual cosa proposen destinar els recursos d'aquestes campanyes en unes que visibilitzin l'oferta ja existent en català: promocionar totes les entrades culturals per evidenciar l'existència d'un catàleg cultural ampli i divers.

L'oferta cultural inexistent en català:

L'altra cara de la problemàtica que les persones participants veuen en l'oferta cultural és aquella que no es du a terme en català. En aquest sentit, es proposen mesures per tal de fer recerca sobre aquells àmbits en què el català es troba en desavantatge davant la producció en altres llengües per l'escàs volum de la seva oferta en certs àmbits o sectors culturals específics. Per exemple, es posa en evidència que el còmic i el *manga* són formats literaris que, tot i el seu gran potencial, sobretot entre la població jove, no són produïts ni promocionats en català. El mateix ocorre amb l'assaig. En aquest cas, els i les participants de les sessions veuen una doble problemàtica, ja que no es tracta només de la manca d'assajos traduïts al català, sinó de la manca d'assajos produïts en català, que només són fruit de la manca d'investigació íntegrament en aquesta llengua. Destaca també la manca de novel·la romàntica, un gènere amb poca oferta en llengua catalana, entre d'altres. Dins de l'àmbit del món editorial, també es parla de franges d'edat que no són ateses ni representades per l'oferta cultural, per exemple, el públic masculí d'entre trenta-cinc i cinquanta anys.

Davant d'aquesta situació, es proposa que l'administració subvencioni les editorials per tal que puguin oferir als lectors tota una sèrie de productes literaris dels quals avui dia no poden gaudir en català. Això no obstant, ressalta la presumpció del fet que hi ha certs gèneres que tampoc són consumits en altres llengües, per la qual cosa l'administració ha de fer un esforç per tal d'identificar aquells on és més favorable destinar els recursos. Aquesta proposta és extrapolable al món de la televisió, on manquen programes del cor i premsa rosa en català. Tot i això, es planteja si cal primar l'expansió del ventall de l'oferta o si cal apostar per la qualitat d'aquesta. En aquesta línia també es proposa dur a terme un *start system* per tal de buscar referents que incentivin els consumidors a mirar, escoltar, comprar, llegir, etc., contingut cultural en llengua catalana.

Altres propostes suggerides són afavorir la presència del llibre en català en punts de venda i espais on ara no hi és, com els aeroports, per exemple. En la mateixa línia, es parla d'oferir fragments d'obres teatrals en escenaris no habituals com el carrer o les escoles. També es parla de subvencionar la creació d'aplicacions mòbils i videojocs en català, així com el doblatge d'aquells produïts per grans plataformes i que generen un gran nombre de seguidors i jugadors. Finalment, pel que fa a aquest àmbit, es proposa incentivar i subvencionar des de les administracions públiques la creació de videojocs amb referents (geogràfics, personatges, etc.) del país per mostrar-ho com quelcom propi amb el qual els ciutadans de Catalunya i dels Països Catalans poden identificar-se.

Promoció, difusió i primacia del català:

Les persones participants en les sessions deliberatives arriben a un consens sobre la importància de prioritzar l'oferta cultural per sobre de la resta de productes culturals de parla no catalana. En aquest sentit, proposen una sèrie de mesures encaminades a seleccionar preferentment la iniciativa cultural catalana en aquells espais i mitjans audiovisuals i de premsa on es promocionin. La primera proposta d'aquest apartat fa referència a dedicar espais i temps en els mitjans de comunicació públics amb alta audiència per fer difusió sobre els productes catalans: espais dedicats a la literatura, a la crítica cinematogràfica, a la dansa, etc. En la mateixa mesura, es proposa promoure els cantautors catalans en els mitjans públics, donant-los protagonisme en programes musicals, per exemple. Pel que fa al sector dels museus, teatres i sales de dansa, sales, de cinema, entre d'altres, es parla d'oferir descomptes a l'oferta en català, ja que els i les participants coincideixen en el fet que tot allò que proporcioni avantatges econòmics incentiva la ciutadania a consumir més. De la mateixa forma, es proposa l'obligatorietat d'oferir catàlegs, anuncis, visites i audioguies en català en aquests espais.

Finalment, en l'àmbit del món editorial, se suggereix treballar per l'entesa i la coordinació entre entitats que promoguin i defensin els interessos del llibre en català arreu del territori lingüístic català, més enllà de les fronteres catalanes. Aquesta proposta té com a objectiu crear estratègies i accions per tal que la lectura esdevingui un hàbit cultural en totes les franges d'edat i per tal que l'intercanvi cultural entre els diferents territoris catalanoparlants incentivi aquest canvi mitjançant l'ampliació de l'oferta literària.

La cultura catalana en l'àmbit internacional:

Algunes de les persones participants amb perspectives vitals estrangeres, conclouen que la concepció general que es té fora de l'estat espanyol sobre la cultura catalana s'associa gairebé exclusivament als referents esportius internacionals, com ara els de l'equip de Primera Divisió del Futbol Club Barcelona, que, al seu torn, per la gran força mediàtica que tenen, poden monopolitzar l'atenció que poden arribar a tenir la resta de sectors. Per tant, la cultura catalana es troba amb la problemàtica que, més enllà d'aquest sector, no té prospecció internacional. La proposta específica que es fa davant d'aquest repte és que l'administració pública dediqui esforços per promocionar la cultura catalana a escala internacional i aprofitar-la com un altaveu tant cap a fora com cap endins del país.

3.1 Concreció de propostes

Una vegada realitzada la deliberació entre les persones participants, es fa un segon exercici en subgrups. Consisteix a concretar les propostes a partir del seu grau de viabilitat i el seu grau d'impacte. L'objectiu és valorar si les propostes poden aplicar-se i si, una vegada aplicades, poden tenir un efecte sobre l'ús del català.

A l'Annex I es recullen totes les propostes esmentades durant la sessió.

Impulsar polítiques culturals en l'àmbit curricular educatiu per infants i joves en forma d'un ideari de pràctiques culturals en català per acostar la cultura catalana a nous públics

Eix

2.1. Educació obligatòria

Descripció

Establir vincles entre l'educació i la cultura per connectar amb el públic jove de manera que es pugui generar més demanda cultural. Consisteix a incorporar a nivell curricular diferents activitats culturals. Com a exemple es proposa l'obligació de representar mostres de teatre a les escoles amb l'acompanyament per part de professionals de les arts escèniques.

Elaborar campanyes publicitàries en positiu de les produccions culturals en català promogudes des dels mitjans de comunicació públics i l'administració

Eix

4. Cultura

Descripció

Fer difusió des dels mitjans de comunicació de les produccions culturals en català de diferents disciplines des d'un plantejament en positiu que reivindiqui la seva qualitat i l'ús de la llengua catalana per incrementar el seu públic objectiu.

Aprofitar el potencial del món associatiu cultural i de les arts de carrer per difondre la cultura en català a través de la pràctica cultural

Eix

9. Lleure, esport i món associatiu.

Descripció

Crear espais que afavoreixin la pràctica cultural activa de música, teatre o literatura entre els joves més enllà del consum cultural passiu. Realçar el valor les arts escèniques de carrer com a eina per la democratització cultural i la creació de comunitat.

Regular les produccions culturals per prioritzar l'autoria catalana

Eix

4. Cultura.

Descripció

Regular el paisatge audiovisual i sonor català en la ràdio i la televisió per aconseguir que hi hagi més difusió de la producció musical i audiovisual catalana davant de la producció en llengües hegemòniques com l'anglès. En el cas del teatre, es tracta d'estimular les grans produccions per requerir un mínim d'aquestes en català.

Repensar la difusió de la cultura catalana a escala internacional

Eix

4. Cultura

Descripció

Destinar esforços administratius i de difusió per tal que la cultura catalana sigui visible a escala internacional més enllà dels referents internacionals catalans de l'esport, que poden eclipsar altres vessants culturals. Es posa com a exemple l'associació entre la cultura catalana i el Futbol Club Barcelona enfront del desconeixement de la resta d'àmbits de producció cultural.

Oferir descomptes exclusius en productes culturals per ús educatiu en català al professorat i equip docent.

Eix

4. Cultura

Descripció

Finançar descomptes en productes culturals com a recurs educatiu per tal que els docents puguin utilitzar-los a les aules. El seu objectiu és incidir des del món cultural en el món de l'ensenyament i viceversa, especialment per fomentar la cultura entre els sectors poblacionals més joves.

Crear continguts, accions i propostes culturals dirigides específicament als adolescents i al públic jove.

Eix

5. Audiovisual i mitjans de comunicació.

Descripció

Donar suport al contingut cultural de masses que pugui connectar amb el públic jove per tal de reforçar-lo com a consumidors freqüents en llengua catalana. Es pot vincular a través de festivals, programes de televisió o entreteniment en l'àmbit de la música, editorial -amb especial èmfasi amb el gènere del còmic i el *manga*-, audiovisual i els videojocs.

Impulsar campanyes de sensibilització i publicitàries per captar a persones joves que no usen el català habitualment

Eix

4. Administració pública

Descripció

Generar campanyes publicitàries al conjunt de xarxes socials i canals digitals freqüentats habitualment pel jovent (*TikTok, Twitch, Instagram, Twitter*, etc.) on es posi en valor la importància de conèixer la llengua i tenir un domini lingüístic solvent. Es proposa vehicular-les a partir de referents joves creadors de contingut que emprin un llenguatge proper -els *influencers lingüístics*- amb l'objectiu de viralitzar el contingut i fer-lo arribar al públic esperat.

Distendre la promoció del contingut en català existent per les xarxes i els mitjans audiovisuals públics per incrementar-ne el consum

Eix

4. Cultura

Descripció

Incrementar i potenciar l'oferta de continguts culturals en català com el teatre, el món editorial, els videojocs, canalitzant-los per mitjà dels mitjans audiovisuals públics amb el suport de l'administració. Es pretén incentivar que els consumidors coneguin l'àmplia gamma de productes culturals existents per tal que puguin consumir-los i incrementar el consum en general de la cultura catalana i els hàbits de consum d'aquesta.

Promoure i ampliar una oferta cultural catalana rellevant pel públic català a partir de temàtiques i productes d'èxit de referència anteriors o existents en altres llengües

Eix

4. Cultura

Descripció

Es tracta de fomentar i promoure l'elaboració de produccions culturals de qualitat no existents en català que siguin rellevants pel públic i puguin aconseguir un consum assegurat i d'èxit, basant-se en produccions referents que hagin funcionat amb anterioritat o que tinguin un alt consum en altres llengües. Per fer-ho, és indispensable elaborar un pla que estudiï quina és l'oferta amb previsió d'èxit sobre la qual destinar recursos i esforços. Es posa com a exemple els magazins televisius de premsa del cor o la novel·la romàntica, o incentivar la creació d'un *start system* de referents i celebritats en el panorama de la comunicació català.

Potenciar intercanvis culturals entre territoris de parla catalana des d'entitats culturals i l'administració pública

Eix

4. Cultura

Descripció

Crear programes educatius i culturals compartits on s'interrelacionin estudiants i joves dels diferents territoris de parla catalana amb el suport i finançament públic. Es proposa que des de l'administració pública o entitats cívico-culturals nacionals es promoguin viatges de finals de curs, programes d'intercanvis d'estudiants o festivals de música i teatre que tinguin com a nexa comú l'ús de la llengua catalana.

A la taula següent s'exposa el recull de propostes concretades a la sessió deliberativa de l'Eix 4. Cultura, en format de graella i categoritzades segons els àmbits de debat que configuren el procés participatiu i la temàtica en la qual s'engloben.

Cultura			
Àmbits	Eix temàtic	Propostes	Observacions
L'oferta cultural pel jovent	Audiovisual i mitjans de comunicació	Crear continguts, accions i propostes culturals dirigides específicament als adolescents i al públic jove	Donar suport al contingut cultural de masses que pugui connectar amb el públic jove per tal de reforçar-lo com a consumidors freqüents en llengua catalana (música, món editorial, videojocs, etc).
	Administració pública	Impulsar campanyes de sensibilització i publicitàries per captar a persones joves que no usen el català habitualment	Generar campanyes publicitàries al conjunt de xarxes i canals digitals freqüentats pel jovent on es posi en valor la importància de conèixer la llengua. Es proposa vehicular-les a través d' <i>influencers lingüístics</i> .
Tàndem entre el sector educatiu i la cultura	Educació i recerca	Impulsar polítiques culturals en l'àmbit curricular educatiu per infants i joves en forma d'un ideari de pràctiques culturals en català	Establir vincles entre l'educació i la cultura. Consisteix a incorporar a nivell curricular diferents activitats culturals. El seu objectiu és apropar la cultura catalana a nous públics.
	Cultura	Potenciar intercanvis culturals entre territoris de parla catalana des d'entitats culturals i l'administració pública	Es proposa que des de l'administració pública o entitats cívico-culturals es promoguin viatges de finals de curs, programes d'intercanvis d'estudiants o festivals de música i teatre que tinguin com a nexa comú l'ús de la llengua.
L'oferta cultural existent en català	Lleure, esport i món associatiu	Aprofitar el potencial del món associatiu cultural i de les arts de carrer per difondre la cultura en català a través de la pràctica cultural	Crear espais que afavoreixin la pràctica cultural activa entre els joves i les persones novingudes més enllà del consum cultural passiu, creant comunitat i democratitzant la cultura.
	Cultura	Distendre la promoció del contingut en català existent per les xarxes i els mitjans audiovisuals públics per incrementar-ne el consum	Es pretén aconseguir que els consumidors coneguin l'àmplia gamma de productes culturals existents per tal de canviar els hàbits de consum d'aquesta.

L'oferta cultural inexistent en català	Cultura	Promoure i ampliar una oferta cultural catalana a partir de temàtiques i productes d'èxit de referència anteriors o en altres llengües	Fomentar i promoure l'elaboració de produccions culturals de qualitat no existents en català perquè siguin rellevants pel públic, basades en produccions referents d'èxit ja existents.
Promoció, difusió i primacia del català	Cultura	Elaborar campanyes publicitàries en positiu de les produccions culturals en català des dels mitjans de comunicació públics	Fer difusió des dels mitjans de comunicació públics de les produccions culturals en català de diferents disciplines des d'un plantejament en positiu que reivindiqui la seva qualitat i l'ús de la llengua.
	Cultura	Regular les produccions culturals per prioritzar l'autoria catalana	Regular el paisatge audiovisual i sonor català en la ràdio i la televisió per aconseguir que hi hagi més difusió de la producció catalana musical i audiovisual, entre d'altres, davant de la producció en llengües hegemòniques.
	Cultura	Ofertir descomptes exclusius en productes culturals per ús educatiu en català al professorat i equip docent	Finançar descomptes en productes culturals com a recurs educatiu per tal que els docents puguin utilitzar-los a les aules. El seu objectiu és incidir des del món cultural en el món de l'ensenyament i viceversa.
La cultura catalana en l'àmbit internacional	Cultura	Repensar la difusió de la cultura catalana a escala internacional	Destinar esforços administratius i de difusió per tal que la cultura catalana sigui visible a escala internacional més enllà dels referents internacionals catalans de l'esport, per exemple.

Annex I. Recull de propostes esmentades durant la sessió

Les propostes descrites a continuació van ser esmentades durant la primera dinàmica de pluja d'idees desenvolupada a cadascun dels subgrups de treball realitzats a la sessió deliberativa.

Eix temàtic	Propostes	Observacions
Audiovisual i mitjans de comunicació	Crear continguts, accions i propostes culturals dirigides específicament als adolescents i al públic jove	Donar suport al contingut cultural de masses que pugui connectar amb el públic jove per tal de reforçar-lo com a consumidors freqüents en llengua catalana (música, món editorial, videojocs, etc.).
Administracions públiques	Impulsar campanyes de sensibilització i publicitàries per captar a persones joves que no usen el català habitualment	Generar campanyes publicitàries al conjunt de xarxes i canals digitals freqüentats pel jovent on es posi en valor la importància de conèixer la llengua. Es proposa vehicular-les a través d'influencers lingüístics.
Educació i recerca	Impulsar polítiques culturals en l'àmbit curricular educatiu per infants i joves en forma d'un ideari de pràctiques culturals en català	Establir vincles entre l'educació i la cultura. Consisteix a incorporar en l'àmbit curricular diferents activitats culturals. El seu objectiu és apropar la cultura catalana a nous públics.
Cultura	Potenciar intercanvis culturals entre territoris de parla catalana des d'entitats culturals i l'administració pública	Es proposa que des de l'administració pública o entitats cívico-culturals es promoguin viatges de finals de curs, programes d'intercanvis d'estudiants o festivals de música i teatre que tinguin com a nexa comú l'ús de la llengua.
Lleure, esport i món associatiu	Aprofitar el potencial del món associatiu cultural i de les arts de carrer per difondre la cultura en català a través de la pràctica cultural	Crear espais que afavoreixin la pràctica cultural activa entre els joves i les persones novingudes més enllà del consum cultural passiu, creant comunitat i democratitzant la cultura.
Cultura	Distendre la promoció del contingut en català existent per les xarxes i els mitjans audiovisuals públics per incrementar-ne el consum	Es pretén aconseguir que els consumidors coneguin l'àmplia gamma de productes culturals existents per tal de canviar els hàbits de consum d'aquesta.
Cultura	Elaborar campanyes publicitàries en positiu de les produccions culturals en català des dels mitjans de comunicació públics	Fer difusió des dels mitjans de comunicació públics de les produccions culturals en català de diferents disciplines des d'un plantejament en positiu que reivindiqui la seva qualitat i l'ús de la llengua.
Cultura	Regular les produccions culturals per prioritzar l'autoria catalana	Regular el paisatge audiovisual i sonor català en la ràdio i la televisió per obtenir una difusió de la producció catalana musical i audiovisual, entre d'altres, davant de la producció en llengües hegemòniques.

Cultura	Oferir descomptes exclusius en productes culturals per ús educatiu en català al professorat i equip docent	Finançar descomptes en productes culturals com a recurs educatiu per tal que els docents puguin utilitzar-los a les aules. El seu objectiu és incidir des del món cultural en el món de l'ensenyament i viceversa.
Cultura	Repensar la difusió de la cultura catalana a escala internacional	Destinar esforços administratius i de difusió per tal que la cultura catalana sigui visible a escala internacional més enllà dels referents internacionals catalans de l'esport, per exemple.
Cultura	Promocionar festivals en català per fomentar la música catalana entre el jovent	L'administració ha de coordinar-se amb els referents musicals catalans per tal de gestionar conjuntament un festival que tingui com a finalitat el gaudi de la música però amb perspectiva lingüística: música catalana.
Cultura	Replicar productes culturals referents i d'èxit, com ara el programa musical de TV3 Eufòria.	Fomentar iniciatives que es basin en productes culturals que ja triomfen, com una forma d'identificació de productes atractius amb audiències fixes. El propòsit plantejat és acabar elaborant una oferta atractiva en català que tingui impacte.
Cultura	Impulsar un Món Còmic	Impulsar un Món Còmic basat en el festival literari Món Llibre existent, basat en el còmic i el <i>manga</i> per tal d'arribar a un públic més juvenil i infantil
Educació i recerca	Basar el programa educatiu català al programa d'educació francès	El programa educatiu francès fomenta sortides escolars curriculars a sectors culturals, com ara el cinema, el teatre, la dansa, entre d'altres, de forma habitual. El seu objectiu és familiaritzar infants i joves amb la cultura catalana.
Educació i recerca	Incloure en el currículum del sector educatiu activitats de descobriment de les entitats i iniciatives culturals locals	L'objectiu d'aquesta proposta és fomentar l'associacionisme cultural local com a forma d'apropar la cultura al jovent a petita escala i des d'un àmbit que els és proper.
Educació i recerca	Fomentar programes d'intercanvi escolars i universitaris entre els territoris de parla catalana	Mitjançant intercanvis escolars i universitaris es pretén fomentar una mobilització educativa i cultural entre els territoris dels Països Catalans, incidint especialment en el jovent.

Educació i recerca	Impulsar estades de formació cultural (teatral, cinematogràfica, de dansa, de ràdio, literària, etc.) a casals d'estiu i durant les vacances	Coordinació entre l'administració i els sectors culturals per tal de subvencionar i gestionar aquestes estades amb la finalitat d'apropar al jovent a un vessant de la cultura més activa, on puguin participar i conèixer els sectors internament.
Cultura	Subvencionar intercanvis musicals de joves arreu dels Països Catalans	Un mateix llenguatge entre diferents territoris fomenta una major visibilitat d'un ventall cultural i lingüístic més ampli, reforçant l'autoestima de la llengua.
Educació i recerca	Incloure el Pla de Foment de la Lectura com a eix central de la política educativa a Catalunya	La primera responsabilitat de l'escola pública és formar lectors competents i aquests lectors competents han de ser competents també en la llengua que articula la seva cultura.
Audiovisual	Exigir una participació activa de la CCMA en el Pla de Foment de la Lectura escolar	Mitjançant una promoció dels plans de foment culturals en mitjans de comunicació públics, es donen a conèixer els esforços duts a terme quant a l'oferta cultural existent
Educació i recerca	Donar a conèixer i impulsar projectes com el de <i>Premià es llegeix</i> a escoles i instituts	Aquest projecte consisteix a donar a conèixer la cultura darrera els nomenclàtors locals que fan referència a autors i altres artistes. S'explica qui són aquests personatges i perquè són rellevants per la cultura local i per la cultura catalana en genera.
Cohesió social i acolliment	Ampliar l'oferta de cursos en català del Consorci de Normalització Lingüística per a persones estrangeres i novingudes o castellanoparlants	L'oferta que s'ofereix des del consorci de Normalització Lingüística no és suficient per abastir la demanda existent. Si el consorci no pot fer front a aquesta demanda, ha d'optar per homologar altres centres d'idiomes.
Administració pública	Aplicar una Llei d'Excepció Cultural com la que té França, més enllà del món audiovisual	Aquesta llei garanteix polítiques actives de promoció i protecció de la llengua i la cultura locals, des de lògiques no mercantils.
Cultura	Subvencions al sector teatral per oferir fragments de l'oferta de teatre en escenaris no habituals	Dur a terme exhibicions de teatre en espais com el carrer o les escoles democratitza la cultura i li dona visibilitat en un sentit més ampli. El consumidor no busca l'oferta sinó que l'oferta busca el consumidor.

Cultura	Incloure la promoció activa de totes les entrades culturals en català.	Les estrenes musicals, les estrenes de cinema, les estrenes teatrals, entre d'altres, han de rebre una promoció potent per part dels mitjans de comunicació públics.
Administració pública	Crear plans de coordinació entre l'administració i les grans produccions culturals per fomentar l'adaptació d'aquestes al català	Les produccions culturals estrangeres d'èxit també han de ser importades a Catalunya en català. Es posa com a exemple el doblatge i la subtitulació de films en català.
Cultura	Augmentar el consum cultural en general, com a pas previ per centrar les polítiques en les ràtios de consum en català	El problema de la cultura en català, és molts cops, la falta de consum cultural en general. Per atacar aquesta dificultat s'ha de promocionar mitjançant els mitjans i l'administració l'oferta cultural existent en general, focalitzant-se, més endavant, en la catalana.
Cultura	Estimular l'oferta de gèneres i franges poblacionals no ateses per la cultura en català mitjançant promoció, plans estratègics de recerca de temàtiques no ateses i subvencions públiques als sectors	Es considera que gèneres literaris com el còmic o la novel·la romàntica en català tenen unes ràtios de producció molt baixes. També hi ha manca de representació literària per homes de 35 a 50 anys. Aquests buits s'han d'omplir amb oferta i promoció.
Món digital i tecnologies de la llengua	Invertir en creació de continguts de videojocs amb referents (geogràfics, de personatges culturals, etc.) del país	L'objectiu de la proposta és fer de la cultura catalana, tant pel seu vessant lingüístic com pel seu contingut, una eina atractiva per a l'oci, a més a més d'identificable amb l'entorn local dels catalans.
Món digital i tecnologies de la llengua	Crear vincles amb els grans productors de videojocs des de l'administració per traduir-ne els més famosos al català	Tenir una oferta en català de videojocs que per se compten amb un gran rang de consumidors pot generar un impacte elevat en la normalització del català i el seu trasllat al món de l'oci, sobretot entre les persones joves.
Cultura	Dedicar espais en horari de màxima audiència en els mitjans de comunicació públics a cantautors catalans	Augmentar el reconeixement dels cantautors catalans en mitjans de televisió públic per donar visibilitat a l'existència d'una cultura pròpia catalana.
Lleure, esport i món associatiu	Dedicar espais en els mitjans de comunicació audiovisuals i sonors públics a la literatura.	La proposta té dos objectius principals. D'una banda, la promoció de la literatura per incentivar els potencials consumidors i augmentar els hàbits lectors en general i, d'altra banda, fer-ho en català i mitjançant literatura catalana.

Annex II. Resultats de l'enquesta d'avaluació de les sessions

En aquest apartat s'inclouen els resultats de les enquestes d'avaluació de les sessions fetes als participants. Es presenten els resultats globals de les set persones que van respondre l'enquesta de les vint-i-vuit que van assistir a la sessió.

La preparació de la segona sessió es valora en la seva majoria com a regulat, ja que tots els elements s'han valorat en més d'un 50% com a *molt o bastant*: materials previs clars i adients, convocatòria i informació enviada amb una antelació adequada i objectius de la sessió clars. Això no obstant, gairebé el 40% de les persones participants han valorat negativament la claredat dels materials previs i dels objectius de la sessió, valorant-los com a *poc* clars o adients. L'aspecte més ben valorat és el de l'antelació de l'enviament de la convocatòria i la informació de les sessions.

Figura 4.1 Valoració de la preparació de la sessió

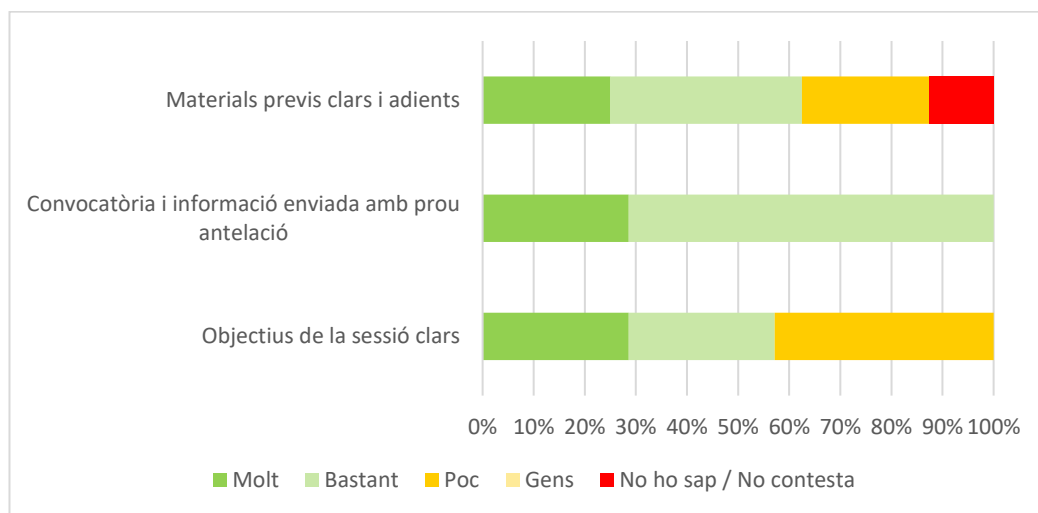


Figura 4.1

Font: Enquesta d'avaluació del procés participatiu del Pacte Nacional per la llengua (Sessió 26 maig)

L'execució de la primera sessió es valora també com a regular. En aquest cas, s'han valorat positivament per sobre del 55% tots els elements en un: un nivell *bastant* professional per part dels dinamitzadors, una adequació majoritàriament *bastant* bona dels horaris de les sessions, i una perspectiva *bastant* representativa de les opinions de les persones participants. Nogensmenys, pel que fa al nivell dels dinamitzadors i el seu afavoriment del debat, i a la representació del total d'opinions, al voltant d'un 45% de les persones participants els valoren com a *poc*.

Figura 4.2 Valoració sobre l'execució de la sessió deliberativa

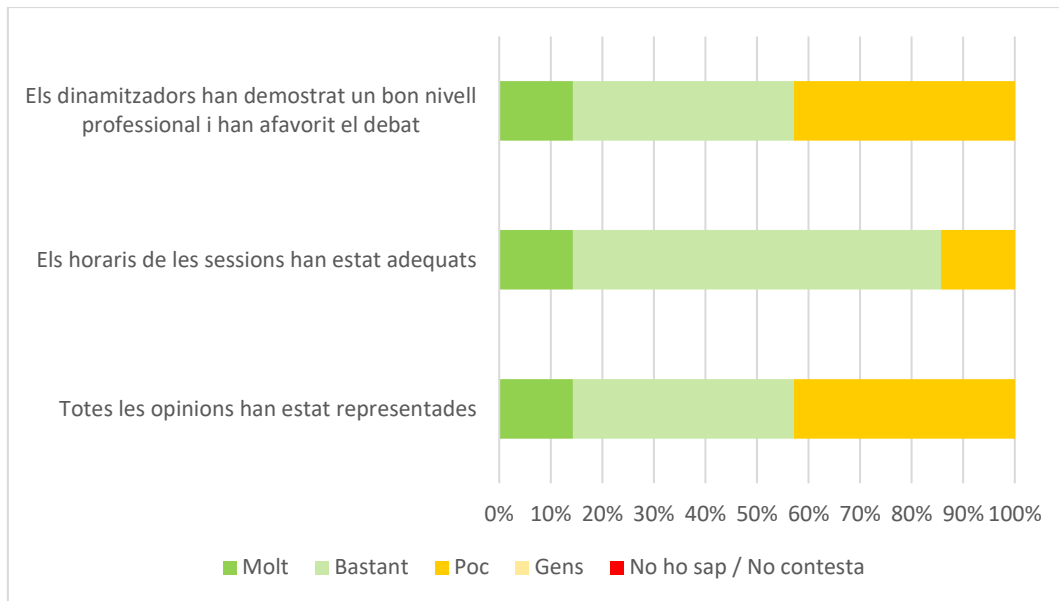


Figura 4.2.

Font: Enquesta d'avaluació del procés participatiu del Pacte Nacional per la llengua (Sessió 26 maig)

La valoració de les expectatives de les persones participants ens mostra que aquestes han valorat negativament tant l'increment de la xarxa de relació de les persones interessades en el tema com l'aproximació entre l'Administració o la ciutadania: el 85% de les persones participants consideren que aquestes la incrementació de la xarxa de relació entre les persones interessades en la temàtica s'han assolit *poc*. Tanmateix, al voltant d'un 70% consideren que la sessió ha permès *poc* aproximar la relació entre l'Administració i la ciutadania.

Figura 4.3 Valoració sobre les expectatives respecte dels resultats de la sessió

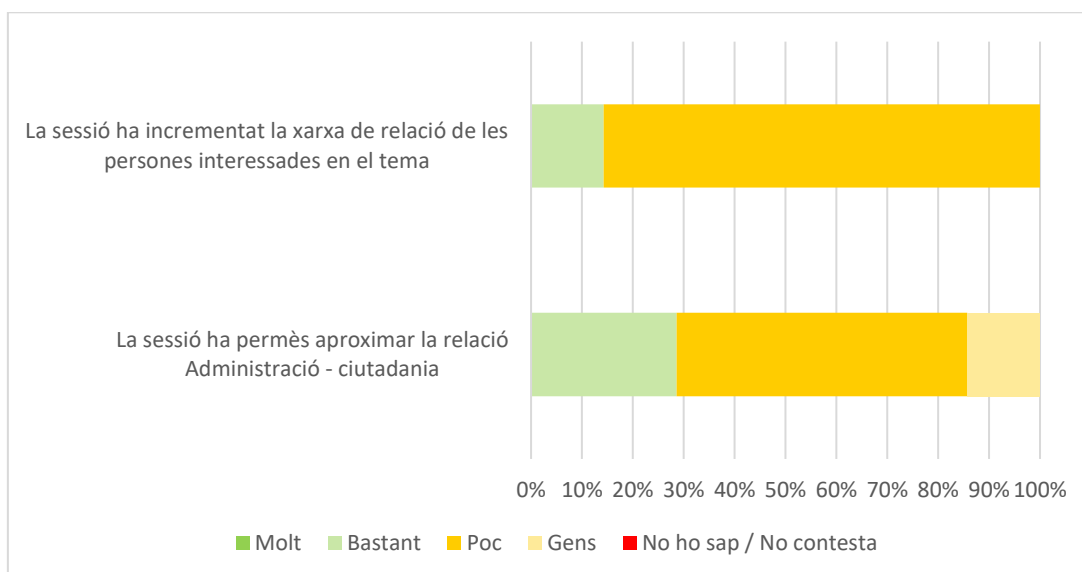


Figura 4.3

Font: Enquesta d'avaluació del procés participatiu del Pacte Nacional per la llengua (Sessió 26 maig)

La valoració global feta pels assistents mostra divergències. L'únic element valorat positivament en la seva majoria és la satisfacció amb el grau de participació de les persones participants, que l'han valorat com a *bastant*. Seguidament, trobem que tant l'assoliment dels objectius esperats i la satisfacció amb els resultats de la sessió s'ha valorat en menys d'un 30% d'un 40% respectivament com a *bastant*. L'element pitjor valorat és el que valora si els participants han après coses noves gràcies a la sessió. El 55% de les persones participants consideren que poc, seguit d'un 15% que considera que gens, i al voltant d'un 30% que no respon la pregunta.

Figura 4.4 Valoració global

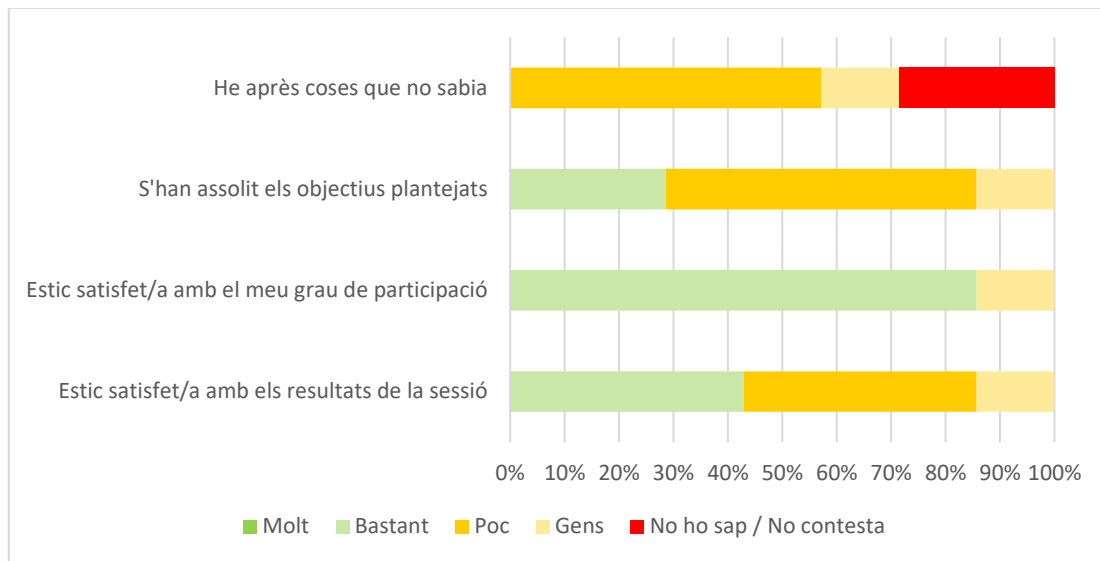


Figura 4.4.

Font: Enquesta d'avaluació del procés participatiu del Pacte Nacional per la llengua (Sessió 26 maig)

El principal mitjà d'accés i coneixement a la convocatòria ha estat la Generalitat de Catalunya (66%), seguit de la web del Pacte Nacional per la Llengua (17%) i de l'entitat de les persones participants (17%).

Figura 4.5 Accés a la convocatòria

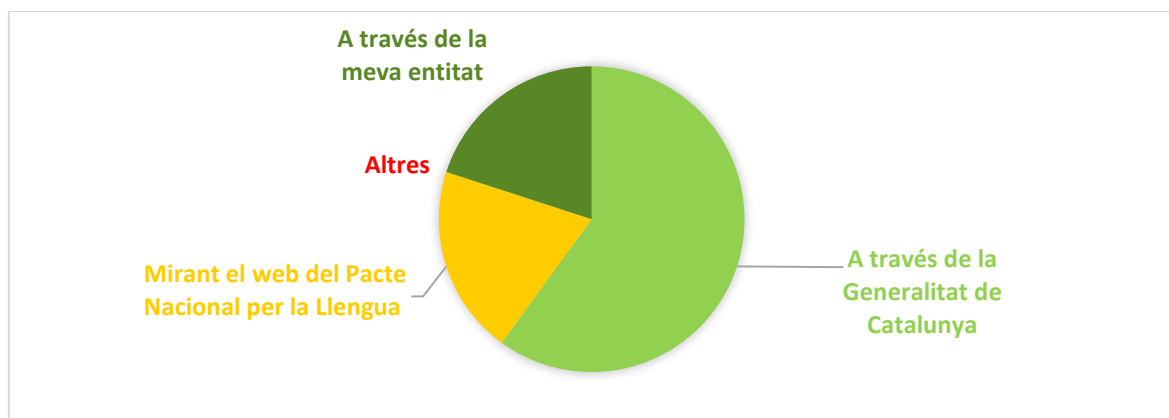


Figura 4.5.

Font: Enquesta d'avaluació del procés participatiu del Pacte Nacional per la llengua (Sessió 26 maig)

Pacte Nacional per la Llengua



participa.gencat.cat



Generalitat
de Catalunya