

Percepcions, pràctiques i dimensions del sectors culturals a Lleida.

Dolors Mayoral Arqué i Antoni Giró Parramona

treball rebut

1253

**DOLORS MAYORAL ARQUÉ
ANTONI GIRÓ PARRAMONA**

**PERCEPCIONS, PRÀCTIQUES I DIMENSIONS DELS
SECTORS CULTURALS A LLEIDA**

I PART

1. MODERNITAT, CONSUMS I PRÀCTIQUES CULTURALS: UNA INTRODUCCIÓ

1.1. Els orígens del consum a Espanya

1.2. La mass-mediaticització

1.3. Cultura aristocràtica, cultura popular o cultura de masses: substitució o complementarietat?

1.3.1. Trets diferencials entre la cultura aristocràtica i la cultura popular i les seves relacions amb la societat

1.3.2. Trets essencials de la nova cultura de masses

1.3.3. Les aportacions de Garcia Canclini

1.4. El camp de la producció cultural

1.4.1. La producció cultural com a àmbit de producció econòmica i simbòlica

1.4.2. Les difícils relacions entre política i producció cultural

1.4.3. Producció cultural i desenvolupament urbà

1.4.4. Característiques generals de l'àmbit de la producció cultural

II PART

2. DE LA TEORIA A LA PRAXI: ANÀLISI DELS EQUIPAMENTS, CONSUMS I PRÀCTIQUES CULTURALS A LA PROVÍNCIA DE LLEIDA.....

2.1. Aspectes metodològics i tècnica d'anàlisi de dades

2.2. Característiques estructurals de la població analitzada

2.2.1. El sexe

2.2.2. L'edat

2.2.3. L'origen geogràfic

2.2.4. L'estat civil, composició i estructura familiar

2.2.5. El nivell d'estudis

2.2.6. La classe social

2.2.7. Els ingressos

2.3. Les característiques culturals de la població de la província de Lleida

2.3.1. Coneixement i ús de les llengües catalana i castellana

2.3.2. Els equipaments culturals

2.3.3. Els consums i les pràctiques culturals

2.3.3.1. La música

2.3.3.2. El cinema

2.3.3.3. El teatre

2.3.3.4. La lectura

2.3.3.5. El consum audiovisual

2.3.3.6. Els esports

2.3.3.7. L'associacionisme

2.4. Conclusions

III PART

3. PRÀCTIQUES CULTURALS I PERCEPCIONS SUBJECTIVES SOBRE LA CULTURA

3.1. La perspectiva qualitativa: motivacions i pràctiques culturals

3.2. La concepció de cultura. Variants, consciència cultural, consciència dels diferents nivells culturals

3.2.1. L'anàlisi del concepte cultura

3.2.2. Motivacions i dificultats en el desenvolupament o en la realització de les pràctiques culturals

3.2.3. L'espai de la cultura en el temps de lleure

3.2.4. Les pràctiques culturals

3.3. La influència de la universitat en el desenvolupament cultural de la ciutat

3.4. Com els entrevistats defineixen les necessitats culturals de Lleida

3.5. Conclusions

IV PART

4. DIMENSIONS I ESTRUCTURA DELS SECTORS: ARTS ESCÈNIQUES, ARTS PLÀSTIQUES, ARTS MUSICALS, ARTS LITERÀRIES, CULTURA POPULAR

4. Producció cultural i producció econòmica

4.1. La cultura com atractiu turístic

4.2. Diferents models d'estratègies per a la intervenció en l'economia cultural

4.3. Dimensions i estructura dels sectors: arts escèniques, arts plàstiques, arts musicals, arts literàries i cultura popular a la ciutat de Lleida

4.3.1. Metodologia d'anàlisi

4.3.2. Objectius

4.3.3. Fases del desenvolupament

4.3.4. El treball de camp

4.4. Els sectors

4.4.1. Arts escèniques

4.4.2. Arts musicals

4.4.3. Arts literàries

4.4.4. Cultura popular

4.4.5. Arts plàstiques

4.5. Conclusions

V PART

5. REFLEXIONS PER A L'ANÀLISI CULTURAL.....

5.1. Vers un concepte ampli de cultura

5.2. Les polítiques culturals

BIBLIOGRAFIA...

ANNEXOS

1. MODERNITAT, CONSUMS I PRÀCTIQUES CULTURALS: UNA INTRODUCCIÓ

Freud en la seva obra *El malestar de la cultura*¹ exposa que les forces socials de cohesió consisteixen primordialment en un conjunt d'identificacions entre els individus ja que la naturalesa humana no pot explicar-se independentment de la cultura. En aquest sentit, la cultura o el sistema de símbols cognitius i expressius que la constitueixen representen, segons Geertz (1973), una font d'informació a partir de la qual estructurar la vida humana; és a dir, són mecanismes extrapersonals que ens permeten percebre, comprendre, jutjar i manipular el món. Els esquemes culturals -religiosos, científics, estètics, ideològics- són programes que forneixen un patró o model segons el qual organitzar els processos socials i psicològics a partir dels quals l'home construirà el sentit dels fets que viu. Aquests sistemes de signes i símbols són construïts històricament, mantinguts socialment i aplicats individualment. En qualsevol societat, el nombre d'estructures culturals acceptades i utilitzades és molt gran, de manera que, esbrinar quines són les més importants i establir les relacions que poden tenir entre si, constitueix una tasca analítica feixuga.

En la nostra societat postindustrial o de la modernitat tardana els sistemes de consum i pràctiques culturals determinen en gran mesura aquests sistemes de símbols ja que el consum, tal i com afirma Giddens (1995), ha esdevingut una activitat social sobre la qual es fonamenta la construcció de les identitats individuals. Aquest fet s'ha produït com a resultat del desplaçament del treball com a eix vertebrador i definitori de la classe social pel consum com a sistema de símbols definitoris de l'estatus² i de l'estil de vida. En aquest sentit, les pràctiques de la cultura tradicional han estat progressivament substituïdes per pràctiques relacionades amb els consums. Aquest fet cal analitzar-lo des d'una perspectiva més àmplia atès que la suma de pràctiques relacionades amb el

¹. Freud, S. (1970) *El malestar de la cultura*, ed. Alianza, Madrid.

². El concepte estatus i el seu correlat grup d'estatus és encunyat i consolidat per M. Weber. La seva aportació consisteix a introduir un nou concepte en l'anàlisi de l'estructura social que es fonamenta en la influència que la possessió o no possessió de capital cultural exerceix sobre les persones. Weber exposa que per gaudir de distinció no n'hi ha prou amb gaudir de capital econòmic sino que, fins i tot, aquest pot constiutir un estigma negatiu si les persones no revesteixen el seu afany de distinció amb un cert caràcter de noblesa cultural. Aquesta noblesa dota de refinament els diferents actes que realitzen les persones tot acordant-los-hi, segons aquest autor, prestigi i honor, aspectes molt rellevants de la distinció en societat.

consum configuren un estil de vida i, per tant, tenen capacitat per atorgar estatus³. Aquest estatus, integrat per cadascun dels individus en forma d'*habitus*⁴ aconsegueix, segons Bourdieu (1979) una doble funció: una primera, objectiva, que permet classificar els individus en grups amb pràctiques similars generant grups d'estatus; és a dir, grups amb un estil cultural propi i similar⁵; i una segona, subjectiva, per la qual cada individu queda classificat i, alhora, classifica la resta d'individus.

Insistim doncs en la idea que els individus que configuren un grup d'estatus posseeixen per definició una manera distintiva de menjar, beure, vestir-se i divertir-se; en definitiva de consumir. El model de consum ajuda a definir els membres d'un mateix rang social i cultural tant als seus propis ulls com als ulls d'aquells que comparteixen els seus mateixos valors culturals. El consum esdevé una fita en la configuració dels processos d'identitat individual. Des d'aquests grups es produeix una lluita permanent per tot allò que els distingeix i fa que les classes socials més elevades estiguin canviant els seus patrons de consum a mesura que la classe mitjana i la classe treballadora copien els seus hàbits⁶.

En definitiva, la cultura del consum iniciada a finals del segle XIX en la societat americana i estesa durant el segle XX a la societat europea i amb més intensitat en el darrer terç d'aquest segle no és aplicable, segons Giddens (1995), a una societat regida per una cultura tradicional de caràcter comunitari. Segons aquest autor, les decisions referides al consum van molt més enllà d'aquest fenomen ja que són decisions que afecten la construcció de la identitat i per tant han de tenir un cert caràcter unitari. A més, el tipus de consum està influït per les pressions del grup, pel rol i per les circumstàncies socioeconòmiques. En aquest sistema cultural les decisions tenen un

³. Segons alguns autors com Busquet, J. (8888), en l'actualitat, el concepte estatus es desproveeix de les característiques de prestigi i honor que tradicionalment se li havien atorgat. En les societats avançades de consum, la configuració de l'estatus es regeix, fonamentalment, per l'adopció de determinats criteris estètics influïts per la creació de les imatges de marca.

⁴. L'*habitus*, segons P. Bourdieu, és una estructura estructurada i estructurant de caràcter social inconscientment apresada que determina la nostra imatge en societat (la nostra manera de parlar, d'expressar-nos, de vestir...) així com les nostres pràctiques en la interacció social (és a dir, les nostres estratègies en la relació social).

⁵. Cal insistir en la idea que tots els individus gaudeixen d'algun tipus d'estatus, ara bé, en una societat desigual tots els estatus no tenen el mateix prestigi, més encara si aquests estatus es fonamenten en pràctiques de consum profundament antiigualitàries.

⁶. L'estatus no és, en aquests casos, una qualitat permanent sinó que, en una societat de consum en la qual els objectes produïts esdevenen permanentment obsolets, els individus i els seus grups socials es veuen obligats a consumir més i més productes més cars i a inventar noves situacions en una carrera que no té fi. És per això que, els individus esdevenen molt vulnerables i per aquest motiu la manera de guanyar diners no és tan important com el capital simbòlic que aquests atorguen en forma d'objectes, l'existència dels quals no té cap altre sentit més que el seu valor en disseny, el seu valor ètnic, exòtic o extravagant.

caràcter segmentari provocat per l'existència de múltiples mitjans d'acció i per l'experiència mediatitzada; és a dir, un mateix individu pot escoltar jazz, llegir poesia, anar al fútbol i acabar la tarda jugant a cartes amb els seus amics, per posar un exemple. Si haguéssim d'introduir l'anàlisi anterior en una concepció més àmplia sobre la cultura com la realitzada per Giner (1985) en el seu article "Comunió, domini, innovació (Per a una teoria de la cultura)"⁷ hauríem de realitzar una anàlisi acurada per tal de veure quina és l'autèntica naturalesa i la lògica de la cultura dominant. Giner contraposa una concepció horitzontal de la cultura en la que destaca el seu caràcter integrador, consensual i continu (vegem aquí incloses totes les pràctiques de la cultura tradicional) amb una concepció vertical on els símbols, els llenguatges, els objectes i els rituals són béns culturals pels quals lluiten els diferents grups, classes, castes, institucions de tal manera que la cultura és produïda i creada verticalment, car és conseqüència de les estructures econòmiques de la desigualtat i de les jerarquies polítiques del poder.

Les noves pràctiques culturals, malgrat llur aparença d'igualtat d'accés als recursos i bens, requereixen dos factors essencials per poder-les dur a terme: capital econòmic i capital cultural; éssent aquest darrer fonamental en dos aspectes: l'educació del sentit crític davant la ingent quantitat de productes que ens ofereix el mercat i l'educació del gust. Per tant, tot i que l'abast de la concepció presentada per Giner és molt més ampli i s'escapa a les possibilitats del present treball, el consum de béns culturals pot desenvolupar-se a partir de l'anàlisi vertical atès que participa de dos dels aspectes fonamentals, és a dir, és un clar exponent de l'estructura econòmica i, en aquest sentit, aplega les múltiples facetes de la desigualtat i, alhora, extremadament vinculat amb l'aspecte anterior, la difusió de determinats models culturals és conseqüència del sistema de decisions que, implícitament o explícit, es prenen des del poder polític. En aquest àmbit la desigualtat econòmica s'explica a partir de la idea que les condicions d'existència són profundament desiguals entre els éssers humans i aquestes constitueixen el camp sobre el qual es desenvoluparan les pràctiques culturals enteses en el seu sentit més ampli, és a dir, l'entorn físic, els recursos materials i simbòlics

⁷ Certament, la teoria esbossada per Giner posseeix tots els elements per ser considerada molt important i d'ampli abast, això no obstant, cada cop que una concepció teòrica s'intenta transformar en indicadors, a la pràctica esdevé una tasca difícil ja que apareixen, amb relativa freqüència, un bon nombre de contradiccions. Proposem que un dels possibles passos a adoptar en el desenvolupament d'aquesta teoria podria ser la concepció de camp de Bourdieu ja que, aquesta concepció permet treballar tant amb individus com amb grups i amb posicions relatives al camp econòmic i ideològic, alhora permet observar com determinades pràctiques reflectides dins de la concepció horitzontal de la cultura poden arribar a esdevenir, fins i tot, factors de resistència al poder o a les ideologies que pretenen imposar la seva hegemonia cultural.

disponibles, els ritmes temporals i els espais. Així doncs, la llibertat queda subjugada a un segon pla ja que, sense recursos econòmics, les possibilitats d'elecció es veuen molt minvades⁸. I, per una altra banda, les jerarquies polítiques del poder, sempre molt vinculades al poder econòmic són les que defineixen o sancionen explícitament o implícita allò que es considera correcte defugint qualsevol innovació que faciliti la penetració de les classes populars més enllà de la vulgaritat de determinats espais televisius. Aquest complex joc de relacions permet confirmar la idea que Touraine exposava al 1973 en la seva obra *La production de la société* on quedava palès que hi ha unes classes privilegiades que creen la cultura mentre que la gran majoria queda reduïda al paper de mer espectador o consumidor.

En síntesi, si la modernitat s'interpreta en termes de consums i aquests adquireixen un valor cultural i social en les nostres societats podem afirmar que aquests esdevenen objecte d'una intensa relació econòmica i de poder. Encara més, per Alonso i Conde (1995) on l'economia i el mercat regulen la majoria de relacions, la societat de consum, lluny de representar un simple efecte positiu o negatiu del creixement econòmic té una especial rellevància en el sentit que resumeix, semantitza i estructura la vida quotidiana tot posant en relació la producció mercantil (relacions econòmiques) i la reproducció social (relacions de poder). La cultura, en aquest model de societat, representa una doble dialèctica de transformació incessant i de dissipació successiva de les formes, productes i mercaderies determinats, en darrera instància, per una "creativitat destructora" de la competitivitat i del dinamisme productiu capitalista. Segons Ortí (1994) l'accés al consum no és un procés igualitari sinó un procés de diferenciació social resultat d'una producció diversificada i renovada contínuament. Els productes i, molt especialment, els productes de marca, responen a una forta demostració d'estatus, ja que la finalitat de tota producció econòmica no és satisfer les demandes sinó produir-les per tal de reproduir-se ella mateixa.

1.1. Els orígens del consum a Espanya

Qualsevol dels fets que defineixen una societat en un moment determinat s'han d'analitzar des d'una perspectiva historicista. Sovint, les migrades anàlisis que s'han realitzat en el nostre país sobre el consum han fet evident la nostra vulnerabilitat actual.

⁸ Camps així ho expressa en el seu article "La libertad y la igualdad" en el qual incideix sobre la idea que la llibertat sense una igualtat real d'oportunitats d'accés als recursos és, gairebé, un adornament inútil.

Nogensmenys, històricament Espanya es caracteritza per una tradicional incapacitat de l'aristocràcia i de l'alta burgesia d'atènyer un model cultural hegemònic que pugui impregnar la societat. Les reunions dels grans salons de la societat europea se substitueixen aquí per "reunions" de caça i el gust per les obres de la cultura clàssica per carruatges i vestits fastuosos. La nostra societat mostra, d'antuvi, un tarannà diferent. El predomini de valors estamenals, la reputació entesa com a prestigi social (aquesta reputació es fonamenta en tenir una bona aparença, el despreci pels oficis manuals, viure de rendes...), i un accentuat sentit de la dimensió comunitària amb fortes influències de caràcter rural i catòlic han condicionat un determinat model de consum. A aquestes característiques inherents a la pròpia societat espanyola se'ls afegeix els efectes perversos que genera la societat franquista donant com a resultat un model molt consumista, dependent, subaltern i acrític.

A partir de 1959, any que marca la fi de l'autarquia i de l'hermetisme cultural del règim franquista, s'inicia el desenvolupament de les noves classes mitjanes que constituïran la base social i ideològica de la societat del consum de masses. El consum, segons Alonso i Conde (1995), esdevé una sortida viable en una societat sense llibertats i amb formes de socialització deficientes. El consum i la publicitat esdevenen espais de llibertat en relació a l'anterior societat de subsistència. Per una altra banda, el consum es presenta com la novetat més gran amb una certa admiració i dependència per tot allò que ve de fora. També la necessitat de trencar amb formes de vida imposades per la cultura popular i tradicional produeix un efecte d'aculturació, pel qual es buiden de contingut les formes de vida tradicionals i s'obre un terreny immens a un nou model consumista.

Aquests antecedents del consum en la nostra societat constitueixen el preludi d'enormes contradiccions que es manifesten en l'anàlisi social i que permeten formular hipòtesis adreçades més a l'anàlisi d'una modernitat aparent (molts equipaments, cotxes sumptuosos...) que d'un canvi cultural profund. D'aquest fet poden derivar-se nombroses dificultats a l'hora de determinar estils de vida diferenciats i les consegüents jerarquies socials que, com és evident, hi són, però que poden no respondre a les variables tradicionalment utilitzades en la definició de les jerarquies d'estatus.

1.2. La mass-mediatització

Si volem analitzar els efectes del consum i de les pràctiques culturals en la nostra societat no podem obviar la influència dels mitjans de comunicació en el desenvolupament i difusió d'aquest model cultural que se sosté, fonamentalment, a partir de la dominació simbòlica o ideològica⁹. Giner (1979) afirma que la cultura popular ha mort i que el que en queda és precari i aïllat¹⁰. Giner, molt abans que Giddens, afirma que les forces que moldegen el món modern són totalment incompatibles amb la cultura tradicional o popular per la qual cosa podem afirmar que s'ha produït una substitució de la cultura popular per la cultura de masses¹¹. Morin (1994) defineix tres tipus de cultura: la cultura científica que es fonamenta en l'augment de la informació i del coneixement, la cultura humanística fonamentada en la reflexió sobre l'home, el món, la societat, la naturalesa i finalment la cultura de masses que la defineix com núvols d'informació mancats d'estructura coherent. La cultura de masses ofereix escasses possibilitats a la reflexió i fa palès una contradicció extrema que va de l'abundància de la informació al buit cultural en la vida quotidiana i en l'àmbit sociopolític¹². La cultura de massa significa que el principal procés de comunicació té

⁹ Només analitzant l'estructura del model publicitari podem observar fins a quin punt els condicionaments simbòlics són importants. Vegem Ortí (1994) en l'anàlisi estructural del model de consumidor satisfet de l'economia del benestar del segle XX. Aquest autor fonamentant-se en dos submodels, el pavlovian i el freudià estableix el següent procés: primer, la producció es fonamenta en una distinció relativa entre necessitats i desitjos (amb prioritat simbòlica d'aquests darrers) a partir d'aquí es produeix un producte que té una imatge carregada d'eficàcia simbòlica (evocació d'una satisfacció afegida i ambigua que ocupa el lloc de la necessitat), la imatge va acompanyada d'una acció promocional i publicitària, la finalitat és el condicionament del desig i l'aparició d'una necessitat relativa fet que, alhora genera la predisposició personal de la demanda.

¹⁰ Aquest sentiment ha mogut les diferents institucions, molt especialment el Departament de Cultura de la Generalitat, a fomentar mitjançant la subvenció la revifalla d'algunes pràctiques de la cultura tradicional. Ara bé, aquest fenomen ha produït l'aparició de grups que s'han consolidat gràcies a aquesta dinàmica. Tanmateix, però, ignorem si, havent estat una iniciativa de caràcter oficialista, en absència de subvenció, els grups apareguts tindran la capacitat de continuar treballant en aquest àmbit. Per una altra banda, no s'ha d'oblidar que, quan des del poder es potencia determinat tipus de manifestació produeix, a més dels efectes clientelars, efectes de caràcter ideològic.

¹¹ Volem manifestar que les manifestacions de cultura tradicional que s'han recuperat o reinventat no es troben tampoc exemptes dels factors de penetració del mercat. Així contatem com la recuperació de determinades festes com el Carnestoltes o els mercats medievals perden el seu sentit originari per esdevenir festes on el consum ocupa una posició dominant. Diríem que, sota els efectes del mercat, es produeix una tendència a la perversió de qualsevol acte o manifestació cultural.

¹² Només cal veure la proliferació de programes que confonen la sensibleria per la sensibilitat, l'escarni per la informació en aquests processos de penetració contínua i profunda en la vida privada de personatges públics o de personatges que esdevenen populars -no famosos- per haver participat o sofert algun tipus de problema. En absència de debats polítics o econòmics i en una societat aparentment buida de contingut ideològic on predomina la idea que qualsevol cosa es permesa, se substitueix aquest contingut per l'exaltació dels sentiments més baixos. No sabem si és escaient aquella sentència que Amèlia Valcárcel reproduceix en el seu article "Cultura y democracia" (2000) i que diu literalment: "Pues que lo paga el pueblo, es justo hablarle en necio para darle gusto".

lloc a través de dispositius tecnològics, arribant a l'extrem, com ja McLuhan va anunciar en el seu dia, de confondre el mitjà amb el missatge.

Segons Giner (1979) la cultura de masses ha trastocat el món de la cultura en el sentit que, mentre la cultura popular no va suposar mai una amenaça real a l'alta cultura ja que, tot i no ser tan elaborada, responia a formes de creació genuïnes amb un fort component de creativitat i recepció per part del públic, la cultura de masses és un producte manufacturat en la preparació del qual els individus no intervenen. En la nostra societat la cultura de masses ha anul·lat la cultura popular i ha pervertit els continguts i la sensibilitat de l'alta cultura ja que, en haver d'oferir-la al gran públic ha rebaixat el nivell de continguts. Un estudi sobre la cultura de masses i de la comunicació realitzat per Blanca Muñoz (1995) anomena la cultura de masses Pseudocultura. La Pseudocultura és el procés per mitjà del qual els continguts intel·lectuals i culturals de la tradició humanista es mercantilitzen i produeixen un nou model cultural que és difós pels mitjans de comunicació. En aquest procés es rebaixen els continguts i es produeix un aflebliment dels vincles d'anàlisi i comprensió causal de la realitat. La cultura, en convertir-se en una mercaderia, esdevé ideologia, però una ideologia que té per lògica l'interès del mercat.

La Pseudocultura, diu Muñoz (1995), contràriament a l'ideal d'Adorno (1969) que suposava una ampliació de les facultats humanes per mitjà del coneixement racional, representa una paràlisi del desenvolupament de les facultats sensibles i intel·lectuals. La seva lògica és la lògica del mercat i d'aquesta manera el fetixte és inherent als seus continguts. Les característiques que se li poden atribuir poden sintetitzar-se en els punts següents:

1. La cultura de massa s'adreça a un públic homogeni amb uns continguts homogenis on la selecció dels valors, la uniformitat, l'extensió d'una moral de l'èxit i l'autoritarisme són els valors més rellevants. Si utilitzéssim els termes encunyats per Berger i Luckmann en *La construcció social de la realitat* (1988) hauriem de dir que la construcció del coneixement que fan aquests mitjans respon a una concepció primitiva i amb elements arcaïtzants.
2. La cultura de massa suposa la consolidació d'un nou model cultural que es fonamenta en el canvi del sistema de les actituds col·lectives; és a dir, aquest model és inseparable de l'organització de l'opinió pública dels mass-media, de l'Estat del Benestar i de l'economia del consum. Els mitjans de comunicació de masses actuen com una estructura creadora i difusora d'idees, d'imatges i de símbols col·lectius.

3. La vulgaritat i mediocritat barrejades amb la confusió són les característiques essencials del producte cultural manufacturat. Segons Giner (1979), aquesta confusió no es troba exempta d'implicacions morals ja que els seus orígens no són èticament culturals.

4. L'extensió de la cultura de massa no constitueix solament una amenaça per a la idiotització de la població sinó que, alhora aplanar el camí als totalitarismes (recordem els efectes de la propaganda nazi). Es podria dir que estem passant d'una semialfabetització o subalfabetització al que Mills (1963) anomena analfabetisme educat o al que, actualment, nombrosos autors anomenen analfabetisme funcional.

1.3. Cultura aristocràtica, cultura popular i cultura de masses: substitució o complementarietat?

Tot sovint, en parlar de cultura, la representació que hom en té és aquella que correspon a les manifestacions que els estudiosos qualifiquen com alta cultura. De fet, les manifestacions procedents de l'alta cultura són aquelles que donen prestigi als grups socials que les produeixen esdevenint molt visibles a nivell cultural i social. Per contra, les altres manifestacions resten en un domini molt més opac, gairebé invisible. Certament, aquesta és una vinculació primària que ignora que en una mateixa societat es produeixen no solament diversos nivells culturals, sino també subcultures i contracultures i que, freqüentment, són oblidades pels gestors de l'àmbit.

Tradicionalment, apareixen dos conceptes per analitzar la situació anterior: alta cultura i cultura popular. L'alta cultura s'assimila a la idea de cultura dels elits, cultura oficial o a classe hegemònica; per contra la cultura popular s'associa a cultura no oficial o a les classes treballadores; és a dir, es tracta d'una cultura feta en el poble i per al poble. És cert que entre ambdues cultures es produeixen les relacions més diverses: dominació, resistència, circulació, interacció, intercanvi que alhora produeixen noves manifestacions. Ara bé, en les societats modernes en un estat avançat del capitalisme, apareix un tercer element "en discòrdia" amb els anteriors concepcions com és la nova cultura de masses. La cultura de masses erosiona les concepcions i els límits dels nivells culturals tradicionals i aquest fet origina un singular nombre de debats sobre si la cultura popular ha estat absorbida per la nova cultura de masses que s'erigeix, al seu torn, en nova cultura popular o si la nova cultura de masses degrada l'alta cultura en difondre les seves obres a través de mitjans i missatges fora de l'ortodòxia convencional.

La cultura de masses es caracteritza, a diferència de les anteriors, per ser produïda i reproduïda per mitjans tècnics i per dirigir-se a un nombre de públic considerable en quantitat. Aquest tipus de cultura és representativa de les societats modernes del capitalisme avançat i manté unes vinculacions molt importants amb el poder econòmic per mitjà de les relacions de mercat que estableix en la seva dinàmica de funcionament. Per tal d'aclarir les diferents concepcions sobre els nivells culturals d'una societat i les vinculacions que mantenen cadascun dels nivells amb els individus i grups que la componen hem cregut interessant fer un breu recorregut a través dels autors i corrents més representatius que, molt especialment, a partir de la segona Guerra Mundial, han fet aportacions a aquest àmbit. L'anàlisi posterior recull de manera esquemàtica els aspectes claus relatius a:

- 1r. . Característiques o trets essencials diferencials entre la cultura aristocràtica i la cultura popular i les seves diferents relacions amb la societat.
- 2n Característiques o trets essencials de la nova cultura de masses. Trets diferenciadors d'aquesta cultura amb els nivells anteriors i la seva vinculació amb els mitjants de producció i les relacions de mercat.
- 3r. Les aportacions de Garcia Canclini a la discussió entre cultura popular, cultura aristocràtica i nova cultura de masses.

1.3.1. Trets diferencials entre la cultura aristocràtica i la cultura popular i les seves diferents relacions amb la societat.

En la taula següent hem exposat de manera sintètica les aportacions dels principals autors que han analitzat els dos nivells de la cultura: cultura popular i cultura aristocràtica.

Autor	Cultura popular	Cultura aristocràtica	Aportacions a l'estudi. Contextualització i conceptes nous
Bajtín	Cultura mil·lenària de la plaça pública, de l'humor popular, del cos. Expressió genuïna: el carnaval. Cultura que transgredeix (valors, jerarquies, concepcions religioses, polítiques o morals). Integrada per pràctiques discursives i no discursives Cultura oral: coneixement indirecte per part dels estudiosos	Cultura oficial, seriosa, de caràcter religiós i feudal	Contraposa la cultura popular o no oficial a la cultura oficial. Dualitat cultural Ambdues s'influencien Limitacions: la inversió que fa de la realitat no és l'altra part del sistema sinó que forma part d'aquest i el legítima.
Gramsci	S'estableixen formes de resistència. Les pràctiques de la cultura popular constitueixen ruptures significatives que poden ser neutralitzades, això no obstant, hi ha elements actius d'aquestes pràctiques que es manifesten independents i originals. És una cultura del conflicte per a les classes dominants.	Hegemonia cultural: les classes dominants imposen els seus valors	Reflexiona en termes de dominació: alta cultura: classe dominant, baixa cultura: classes subalternes Introdueix el concepte d'hegemonia: procés per mitjà del qual una classe ateny que els seus interessos siguin reconeguts com a seus per les classes subalternes malgrat vagin en contra seva. L'hegemonia és la recerca d'homogeneïtat que consisteix a crear un conformisme social que sigui útil a la línia de desenvolupament del grup dirigent. Lluita política: el Partit Revolucionari ha de lluitar en l'àmbit cultural per destruir l'hegemonia de les classes dominants. La lluita s'ha de produir en l'àmbit ideològic-cultural, molt especialment, pels intel·lectuals. Existència de dos grans plans superestructurals:

			-la societat política o l'Estat.
Bourdieu	Es defineix en contraposició a l'estètica burgesa. Els hàbits de consum exclouen la sofisticació i estan condemnats al que és estrictament necessari. Fins i tot "el mal gust" del gust popular s'inclina per adornaments impactants que es basen en obtenir el màxim d'efecte amb el mínim cost. Reconeix la superioritat del gust dominant i no té una altra opció que la de ser una cultura subalterna.	El mode com s'exerceixen les pràctiques culturals distingeix la classe burgesa que simula que els seus privilegis són deguts a qualitats individuals o artístiques en lloc de ser un producte de l'aprenentatge desigual de la divisió històrica entre les classes.	Reconeix dos elements fonamentals en un camp: -l'existència d'un capital comú -la lluita per la seva apropiació Concepte "habitus": procés per mitjà del qual el que és social s'interioritza en els individus i provoca que les estructures objectives concordin amb les subjectives. Són estructures no conscients. Planteja la divisió entre el gust legítim i burges, el gust mig, i el gust popular. Considera que l'estètica del mal gust es caracteritza per utilitzar procediments tècnics i efectes estètics immediatament accessibles per exloure temes polèmics a favor de tòpics estereotipats que facilitin la identificació amb un públic massiu. Planteja la impossibilitat d'accedir directament a la categoria popular o poble. Distingeix un ús negatiu de popular com a vulgar quan la legitimitat d'un camp no està garantida per tots aquells que es presenten com a "professionals" i estan disposats a denunciar totes les formes d'espontaneïtat que poden usurpar-los el monopoli de la producció legítima. L'ús de popular com a referent positiu sorgeix de posicions dominades en el camp d'especialistes que busquen diferenciació i ennoblement dins del camp.

Certeau	Les pràctiques de la cultura popular es defineixen no pel seu origen sinó per la seva posició a partir d'una relació. D'un costat el sistema de dominació, l'aparell productor i les pràctiques de la cultura dominant, de l'altre, l'home ordinari.		Nega la validesa descriptiva de les categories alta cultura, cultura popular i cultura de masses. Proposa el concepte d'hibridació cultural, és a dir, creuament de cultures entre el que és massiu, el que és popular i l'alta cultura. Entronització de la cultura de masses en un lloc hegemònic i excloent com alternativa conceptual que s'homologa o substitueix la categoria cultura popular i que posa en evidència els aspectes culturals d'aquesta societat. Analitza fonamentalment el consum i els procediments d'apropiació. Els consumidors no són receptors passius d'objectes culturals, desenvolupen una producció secundària, encoberta, un autèntic art de reciclar amb materials que no els són propis. Pràctiques culturals dels usuaris de la ciutat: són pràctiques que es defineixen com un conjunt més a menys coherent d'elements quotidians concrets (com per ex. la confecció d'un menu en una casa de família obrera), ideològics (religiosos, polítics) produïts per una tradició (familiar, grupal).
Grignon i Passeron	Es tracta d'un fenomen plural i heterogeni que es produeix a l'interior d'una mateixa societat. Es característic de totes les societats estratificades i implica relacions de forces internes on es produeixen intercanvis ideològics desiguals i on determinades		Concepte: etnocentrisme de classe: un grup o classe que ocupa una posició dominant esten la seva mirada sobre la seva pròpia societat per tal de percebre l'alteritat que també la constitueix. Les classes dominants en focalitzar les classes dominades des dels seus propis patrons axiològics, els neguen la possibilitat de considerar-los com a cultura, tot afirmant les seves pràctiques culturals com a úniques i superiors.

	pràctiques s'associen íntimament a grups o classes socials en una mateixa societat. S'ha d'analitzar des d'una doble perspectiva: 1. com a cultures dominades 2. ha de construir hipòtesis interpretatives de la productivitat simbòlica de les cultures populars	El discurs etnogràfic reenvia les classes popular a la barbarie. La cultura popular es vista com a perillosa o simple. Proposa el concepte de legitimitat cultural per tal de restituir el sentit de les diferències culturals dins d'un sistema de diferències de forces entre els grups d'una mateixa societat. Parteix del realisme crític per arribar a la següent definició: “descriure les relacions de força simbòlica que atorga el reconeixement d'un ordre com a legítim pel conjunt de grups socials que “aquest ordre” distribueix, no obstant, de manera desigual”. Així doncs: 1. el sociòleg no pot escamotejar la descripció de les diferències culturals d'un grup o classe social i les relacions que vinculen desigualment les persones a determinades posicions. 2. no es poden oblidar les relacions de força atès que una cultura popular es troba en condicions de dominació. S'analitza el grau de consentiment a la dominació. Aquests autors presenten la següent limitació: des de la seva perspectiva no es poden analitzar les cultures dominades en totes les seves dimensions simbòliques accentuant la il·lusió d'homogeneïtat en analitzar-les únicament amb referència als termes: exclusió, desavantatge, privació, absència d'opció. És un veritable racisme de classe ja que es legitima que una classe pugui monopolitzar la definició cultural dels éssers humans i , per
--	---	--

			tant, de qui pot ser reconegut com un home total. Això no obstant, les definicions del que és popular és una reivindicació de les cultures populars al dret de tenir el seu propi sentit. El relativisme cultural atorga al que és popular el rang de cultura i instaura el principi que les cultures han de ser descrites segons els seus propis codis i valors. Tots els grups socials presenten una tendència a organitzar les seves experiències en un univers coherent. El perill se situa en focalitzar aquests estudis en els aspectes més tradicionals i folclòrics i derivar el relativisme cultural en populisme.
--	--	--	---

1.3.2. Trets essencials de la nova cultura de masses

Les característiques de producció d'aquesta cultura són radicalment diferents d'aquelles que caracteritzen la resta de manifestacions culturals. És per això que hem cregut important oferir una síntesi dels aspectes que podem considerar més rellevants així com els trets que il·luminen la majoria dels debats relacionats amb aquest tipus de manifestacions culturals.

Escola de Frankfurt: Horkheimer i Adorno	Imposa la lògica del nombre i de la semblança sobre el que és particular amb finalitats ideològiques. Cada civilització de masses en un sistema d'economia concentrada, és idèntica i instal·la una racionalitat tècnica que és la racionalització de la dominació. No reconeixen a aquest tipus de cultura una obertura democratitzadora sinó la capacitat de produir la massificació a través de la manipulació i la suspensió crítica. La cultura de masses té la capacitat de reproduir i estandaritzar una versió de la realitat i reproduir en sèrie les condicions de possibilitat del sistema capitalista en l'àmbit simbòlic i en els espais d'oci i esbarjament.
--	--

	Anomenar indústria cultural a la indústria de masses accentua aquesta interpretació. Així disciplinar, guiar, produir desitjos, suprimir tot tipus de resistències és el seu objectiu fonamental. Estableix dues categories per a la seva anàlisi: la manipulació i l'alienació. a) La manipulació: l'espectador, a canvi d'entreteniment, perd la seva condició activa i esdevé un consumidor passiu. b) L'alienació: l'espectador no participa en l'elaboració d'aquesta cultura. El resultat de la indústria cultural és un art reproductiu i mimètic: mentre es reproduïx "el món real" es reproduïxen les condicions de producció del sistema. Els individus esdevenen substituïbles atès que la relació entre les produccions culturals i aquests són cada cop més impersonals.
Escola de Frankfurt: Benjamin	La reproducció mecànica dels objectes artístics els apropa a les masses en provocar la caiguda del valor cultural de l'objecte i alterar el mode de percepció propi de la cultura burgesa. Les indústries culturals permeten als individus apropiarse dels objectes culturals, trencar el seu caràcter sagrat i canviar la sensibilitat de l'època.
Eco	Els mitjans esdevenen objectes de comunicació. La cultura de masses és productora de missatges. No hi ha una indústria cultural i una cultura aristocràtica. La cultura de masses es produïx en el moment històric en el qual les masses entren com a protagonistes de la vida social i participen en les qüestions públiques; és la producció cultural inevitable de tota societat industrial. Hi ha diferències entre els consumidors, en un estrat és possible que hi ha hagi consumidors passius, però la capacitat crítica augmenta en altres estrats fins arribar als intel·lectuals.
Els crítics nordamericans: MacDonald	Estableix tres categories: highbrow (home intel·lectual), middlebrow (home de coneixements mitjans), lowbrow (home ignorant) i tres conceptes: cultura superior (art), masscult (antiart), midcult (simulacre) La masscult ocupa el lloc de l'art popular malgrat sigui força diferent. L'art popular era l'art del poble mentre que la masscult solament era antiart per a la massa. La masscult és un instrument de domini imposat des de dalt per a la massa per tal d'exploitar l'home per raons polítiques o interessos econòmics. La masscult no requereix cap esforç de recepció, consisteix en una repetició

	d'estereotips. Els seus productes són estàndards i caducs. La midcult és una cultura híbrida originada per les relacions antinaturals entre la cultura superior i la masscult.
Els crítics nordamericans: Bell	Cultura popular i cultura de masses són similars. L'única diferència és que aquests productes sorgeixen del cinema, la ràdio, la televisió o la premsa, instruments que tenen un rol preponderant en la construcció de les identitats dels individus. Possibilita idees, imatges i diversió. La societat de masses és la tradició de les coses noves i suposa una "castració" de les avantguardes en acceptar-les amb la mateixa rapidesa que la cultura popular. La cultura de masses suposa una ruptura amb la concepció tradicional de la cultura ja que aquesta només era dominada pels elits i marginava les masses. La societat de masses és igualitària.
Els crítics nordamericans: Shils	La cultura de masses implica un debilitament de l'autoritat i la tradició, l'existència de línies de conducta diferents, més èmfasi en els drets individuals i un augment de la civilitat i el desenvolupament d'un igualitarisme moral. Apareix el kitsch que és una forma de sensibilitat i d'aspiració estètica més primitiva per a les classes que rebien obres des de dalt sense executar-les elles mateixes. Els seus artistes poden atènyer la maestría, l'estima i l'èxit econòmic però se sentien inferiors enfront els productors de la cultura superior. Apareix un nou ordre social representat per la societat de masses caracteritzat per l'existència d'individus més adherits a la societat, amb una major afinitat amb els seus iguals, una gran llibertat per associar-se i establir vincles més notoris entre la massa, les institucions centrals i el sistema de valors que les legitimen.

W i i i i a m s	Manifesta interès creixent per comprendre les formes de la vida diària, l'estudi de la quotidianitat on semblen trobar-se trets d'una cultura persistent de la classe treballadora enfront a la creixent expansió de la cultura de masses o del mercat. Interconnexió entre diferents aspectes de la cultura popular i les estructures de l'individu en la seva vida diària (pubs, clubs de treballadors, esports...). S'instal·la en la noció de conflicte, diferència i contradicció com a components dins de la teoria de la determinació i posa la capacitat humana per sobre de les seves determinacions." cap mode de determinació, per tant cap ordre social dominant i per tant cap cultura dominant, inclou o esgota tota la pràctica humana, tota l'energia humana i tota la intenció humana". La industrialització, la democratització i transformacions culturals fan que el concepte cultura esdevingui un registre d'un número important de contínues reaccions a aquests canvis en la nostra vida social, política i econòmica.
H a l l	El procés de comunicació des de l'original composició del missatge fins al moment en què aquest és llegit i comprès té les seves pròpies determinacions i condicions d'existència. La producció i el consum del missatge estan sobredeterminats pel grau d'influències com: el discurs dels mitjans utilitzats, el context discursiu, les tecnologies utilitzades. El missatge i la recepció són esdeveniments actius, interpretatius i socials. La societat no és homogènia sinó que produeix diferents grups i interessos i és per això que tots els missatges són relatats de maneres diferents segons les formes i els significats ideològics dominants.
F i s k e	Presenten una noció integrada entre cultura popular, cultura comercial i cultura de masses. Introdueixen el concepte de fragmentació ja que aquest permet apropar-se interiorment a l'objecte enfront a un públic que també es fragmenta horitzontalment: el subjecte es desplega en diferents actituds. Aquest fet possibilita les capacitats d'elecció i d'ús d'un objecte. La cultura popular requereix un èmfasi sobre els mecanismes de producció dels béns culturals tant per aquells que

	els produeixen com per aquells que els consumeixen. Cal reconsiderar els patrons de consum, la forma en què ho fan i fins i tot la dificultat en establir aquests patrons. Segons aquests autors la cultura de masses ven somnis (la llibertat individual, la juventud, la tecnologia,...) i imita els seus propis successos, els seus significats es troben en la profunditat dels valors i creences del que és popular, promouen una identitat social que el circuit comercial no fa sino que interpretar i retraduir en mercaderia.
E	Ho analitzen en termes de transculturació: fenòmens de xoc, dominació, resistència, negociació i canvi cultural. La transculturació substitueix el concepte d'aculturació. La transculturació és el procés per mitjà del qual una cultura entra en contacte amb una altra. Aquest contacte no exclou el conflicte, la cultura dominada entra en un procés de canvi en el qual s'incorporen elements d'una altra cultura però també es preserven factors de la pròpia tradició. És més, el contacte amb una altra cultura permet reparar en aspectes de la tradició que no havien estat observats abans i que, en entrar en contacte amb una altra cultura, poden oposar resistència al domini. La plasticitat cultural, la pèrdua, el redescobriment, la incorporació del que és nou o diferent són alguns dels mecanismes importants d'aquest procés en el qual la dominació, la negociació i la resistència són factors importants.
M	El que és massiu nega el que és popular en la mesura que escamoteja i disfressa les diferències socials conflictives que venen de les claus no solament és la negació del que és popular sinó també una mediació històrica que pot expressar les aspiracions i les formes del que és les seves formes de sociabilitat.

1.3.3. Les aportacions de Garcia Canclini a la discussió entre cultura popular, cultura aristocràtica i nova cultura de masses.

Un plantejament important a tenir present és el que realitza l'antropòleg argentí Garcia Canclini. Hereu de la tradició teòrica europea i americana i gràcies als avenços que les ciències socials han produït en aquest àmbit, Garcia Canclini reformula al llarg de la seva obra la tradicional divisió entre els diferents nivells culturals. Podem sintetitzar les seves aportacions en els següents punts:

1. Les relacions entre l'art i la societat.
2. La configuració de les cultures populars
3. Consum i indústries culturals
4. La impossibilitat de mantenir la triple divisió entre els nivells culturals

En relació a les relacions que ha de mantenir l'art i la societat, Garcia Canclini creu que ambdós elements s'han d'analitzar conjuntament en el seu context històric i, en conseqüència, estudiar-los com un procés social i comunicatiu. Per aquest autor, repensar la funció social de l'art implica desenvolupar una teoria de les relacions entre l'art i la societat. Canclini critica les estratègies modernes imposades pels països imperialistes que centren el que és artístic en l'obra d'art sense tenir en compte ni la seva producció ni la seva recepció. La definició del que es considera obra d'art per la forma i no per la funció solament és vàlida per l'art del capitalisme resultat de convencions arbitràries legitimades per la necessitat del sistema de producció i per la reproducció de les actituds consagrades com a estètiques per les institucions educatives. Tota estètica ha de partir de l'anàlisi crítica de les condicions socials en què es produeix des de la perspectiva de les ciències socials i de la comunicació, això vol dir que cal establir els vincles entre els condicionaments de les formes artístiques i les estructures socials, l'anàlisi econòmica de la producció, la circulació i el consum, l'anàlisi lingüística i semiòtica de la comunicació i la intervenció de la psicoanàlisi que revela l'estructura de l'inconscient.

Pel que fa a la configuració de les cultures populars és reveladora del pensament de Garcia Canclini la següent definició: "...las culturas populares se configuran por un proceso de apropiación desigual de los bienes económicos y culturales de una nación o etnia por parte de sus sectores subalternos y por la comprensión, reproducción y transformación real y simbólica de las condiciones generales propias de trabajo y de vida". Segons Garcia Canclini les cultures populars es constitueixen en dos espais:

- a) Les pràctiques laborals, familiars i comunicatives
- b) Les pràctiques i formes de pensament que els sectors populars creen per a si mateixos.

En definitiva, les cultures populars es defineixen per: una apropiació desigual del capital cultural, una elaboració pròpia de les seves condicions de vida, i una interacció conflictiva amb els sectors hegemònics. Aquest autor rebutja definir-les per oposició a l'art cult, burgès o al de masses produït per la indústria cultural i creu que s'han d'analitzar a partir del sistema que les engendra. En relació als tres nivells culturals els atribueix llocs diferents, els reformula i els creua per tal que compleixin les funcions econòmiques, polítiques i psicosocials requerides per la seva reproducció; així doncs, els sistemes estètics es creuen i s'organitzen en formes mixtes de representació i construcció de l'espai.

En definitiva, segons Garcia Canclini, la cultura popular es constitueix com a conseqüència de les desigualtats entre capital i treball, però també per l'apropriació desigual de béns culturals, en el consum i per les formes pròpies amb que els sectors subalterns reproduïxen i, alhora, transformen i representen les seves condicions de treball i de vida.

El caràcter més innovador d'aquesta teoria se situa en la consideració del caràcter integral de les transformacions socials atès que el que és popular es construeix en la totalitat de les relacions socials, en la producció material i simbòlica, en l'organització macroestructural, en els hàbits subjectius i en les pràctiques interpersonals. En la configuració del que és popular intervenen factors ètnics, sexuals, de consum, de lluita contra la repressió de tot tipus. La noció de cultura popular pot servir per identificar la diversitat de relacions socials i culturals dels sectors subalterns i en aquesta àmplia noció les determinacions de classe esdevenen indispensables.

En referència al consum, Garcia Canclini creu que és necessari revisar críticament les noves maneres de concebir els processos de consum, comunicació i organització popular, tot diferenciant els conceptes d'hegemonia i dominació. L'hegemonia s'ha d'entendre com un procés polític i ideològic pel qual una classe o sector fa una apropiació preferencial de les instàncies de poder en aliança amb altres classes o sectors. Tanmateix però, el procés no abasta la totalitat dels espais tot facilitant, encara que de manera indirecta, resquits on els sectors subalterns poden desenvolupar pràctiques que no sempre són funcionals a la reproducció del sistema. Els consums culturals s'han d'analitzar en relació amb els problema d'hegemonia: és a dir, com es combinen els

moviments constitutius de la modernitat (reorganització secular de la societat, renovació d'avantguardes, expansió econòmica i cultural) amb la democratització de les relacions socials. Consumir és fer més intel·ligible un món en el qual tot el que és sòlid s'evapora i on les mercaderies "serveixen per pensar". Però, a més, la diferenciació del consum implica altres fenòmens d'homogeneïtzació de contextos com ara la família, el barri i el treball. El consum esdevé el concepte clau per explicar la vida quotidiana.

En síntesi, segons Garcia Canclini, la divisió entre l'art cult, l'art popular i l'art massiu és insostenible, és necessari posar l'accent en els creuaments d'aquestes categories i no es pot partir d'un paradigma previ totalitzador. És necessari restar obert a la transdisciplinarietat entre el que és artístic, filòsofic, al control de les dades empíriques per sobre de les formulacions conceptuals. No solament s'han d'analitzar els missatges simbòlics sino les variables econòmiques, materials i productives.

El consum pot veure's reafirmat per l'exercici d'una ciutadania implícita això és possible si es produeix:

- a) una oferta àmplia de béns i missatges representatius de la varietat internacional dels mercats, d'accés fàcil i equitatiu per les majories
- b) informació multidireccional i fiable sobre la qualitat dels productes, amb controls efectuats pels propis consumidors i capacitat per refutar les pretensions de la propaganda
- c) participació democràtica de tots els sectors de la societat civil, material, simbòlic, jurídic i polític on s'organitzin els consums

Es tracta d'aprofitar el "virtuosisme semiòtic" dels objectes amb la finalitat que el consum passi a ser un lloc de valor cognitiu útil per a pensar i actuar significativament en la societat.

1.4. El camp de la producció cultural

Tal com hem pogut observar en els apartats anteriors, en les societats de la modernitat avançada, el tradicional concepte de cultura que aixoplugava només un reduït nombre de manifestacions culturals -com aquelles que vetllaven per l'excel·lència de les arts o de la literatura- entra en crisi. Aquesta crisi pot atribuir-se, principalment, a tres factors:

1r. El canvi en les condicions de producció i la generalització de l'estat del benestar faciliten l'extensió del consum a un bon nombre de capes socials que no hi havien pogut accedir anteriorment. El consum evoluciona i passa de cobrir les necessitats essencials a

cobrir necessitats superflues no necessàries per al normal desenvolupament de la vida en societat. El consum produeix un eixamplament del concepte cultura en el sentit que consumir una marca de jeans o un determinat tipus de vi es considera que forma part d'un estil cultural. La indústria genera cada cop més productes diferents que passen a ser catalogats com a productes culturals per la qual cosa, la concepció tradicional deixa de tenir validesa en encabir-se sota aquest concepte molts altres productes i moltes altres activitats.

2n Paral·lelament a aquest procés productiu i, com a conseqüència d'aquest, també la reducció del nombre d'hores de treball i l'aparició del lleure conjuntament amb l'extensió del consum, els conceptes estil de vida i estatus esdeven cada cop més significatius i rellevants. El consum esdevé un element fonamental en els processos d'assoliment d'estatus o en la possibilitat de romandre en un estatus privilegiat. Volem assenyalar que aquests processos no són en cap cas trivials atès que l'estatus garanteix un capital social susceptible de ser utilitzat en moments difícils o de canvi social.

3r. Un tercer factor col·labora a desballestar la tradicional concepció de cultura com és l'aparició de les noves indústries culturals. L'aparició d'aquestes indústries suposa la desacralització de l'excel·lència artística i la mercantilització de la cultura. Aquest fenomen generarà un bon nombre de crítiques per part dels puristes de l'art que, en certa manera, veuran esfondrar-se el seu reducte en facilitar la difusió dels productes culturals.

En aquesta societat consums i producció cultural mantenen uns vincles estrets fomentant l'aparició i la constitució del que alguns autors anomenen el camp de la producció cultural¹³. El camp de la producció cultural és un fenomen nou que apareix amb la definitiva consolidació de les societats modernes caracteritzades per la diferenciació funcional i la divisió del treball. En aquestes societats es creen camps d'acció diferenciats per lògiques i principis específics; és a dir, apareixen esferes d'organització social com a camps autònoms regits per uns valors i constituïts per institucions i pràctiques específiques fonamentades en la utilització de determinats recursos i béns. En aquest sentit, un dels trets més importants de la modernitat es basa en la diferenciació d'una esfera cultural que suposa l'especialització ocupacional, la

¹³ Bourdieu és un dels primers sociòlegs que planteja la pertinència del concepte camp de la producció cultural tot fent-ne una aplicació a l'àmbit de la producció literària. El camp, segons Bourdieu (1993), és un conjunt de posicions, configurades a partir d'una estructura subjecta a un conjunt de forces (econòmiques, ideològiques...) que l'articulen i en la qual els individus prenen decisions d'acord amb els interessos personals i/o professionals. Això fa que les posicions en el camp flueixin d'acord amb el caràcter de les variables que hi intervenen en cadascun dels moments.

diferenciació de pràctiques, l'ús de tecnologies, i la institucionalització i autonomització de formes culturals, molt especialment, l'aplicació de principis i valors específics.

La constitució del camp de la producció cultural implica l'especialització de productors, la diferenciació de pràctiques i de gèneres, la cristallització institucional com a camp, l'aplicació de tecnologies noves, l'aparició dels artistes o creadors en el sentit modern, però també els periodistes, els crítics i tota una àmplia gamma d'intermediaris culturals, els intel·lectuals independents i els orgànics, els il·lustradors, dissenyadors, assaïgistes i comunicadors, els productors d'informació i assessors, s'accentua la importància de la formació acadèmica i universitària, els mitjans de comunicació de masses, els museus, els teatres, els palaus d'òpera o de música, els congressos. Amb l'escola es difon la lectura i la mirada estètica i no solament es crea competència per al consum, sinó que es produeix un tipus de consumidor, una forma d'apropiació dels béns simbòlics i una forma estandarditzada d'acumulació de capital cultural. Es crea la distinció entre temps de treball i temps d'oci. Es produeix una autèntica explosió de gèneres i escoles freqüentment associats als mitjans de difusió: novel·la, poesia, sainet, drama, documental, noticiari, pel·lícula, telesèrie, programes d'entreteniment, música clàssica i lleugera, clàssica i clàssica d'avantguarda... Una anàlisi de la cultura en les societats modernes no pot ignorar aquesta complexitat funcional i organitzativa.

El camp de la producció cultural, com la resta de camps, es regeix per tota una sèrie de principis específics que enumerem a continuació.

a) En referència al seu material base:

El seu material base són els béns culturals, que poden ser béns culturals manufacturats (aquells que són produïts, com ara llibres, discs, litografies, telesèries...) o béns culturals de caràcter simbòlic (com per exemple el patrimoni històric-artístic, museus...). Evidentment molts béns de caràcter manufacturat tendeixen a esdevenir béns de caràcter simbòlic (pel que fa al posicionament social que adquireixen els individus que els posseeixen).

b) En relació amb la seva autonomia:

Tot i que manté relacions econòmiques, polítiques i socials amb altres camps, el camp de la producció cultural gaudeix de tots els elements que el permeten ser autònom; és a dir, disposa d'un material base específic, d'unes relacions pròpies de producció, d'unes institucions, d'uns agents, d'unes indústries i a més produeix un discurs diferenciat amb gran contingut ideològic.

c) En relació als seus sistemes de producció

Un aspecte clau per al manteniment de la seva especificitat el constitueix l'aparició i consolidació de les anomenades indústries culturals que permeten la producció i difusió en sèrie de molts productes anteriorment reservats als elits. Les indústries culturals suposen la ruptura definitiva amb concepcions culturals fonamentades en l'elitisme dels bens culturals. L'aparició d'aquestes indústries no es produeix exempta de pol·lèmica sobre si l'art ha de tenir un component comercial o l'art ha de ser la manifestació exclusiva de la genialitat i mantenir-se apartat de les masses que poden degradar-lo.

1.4.1. La producció cultural com a àmbit de producció econòmica i simbòlica

Així doncs, les indústries culturals constitueixen un dels fenòmens més rellevants de la societat i de la cultura contemporànies. Es tracta d'un dels sectors econòmics més expansius i amb més capacitat de generar llocs de treball. Les indústries de la cultura són unes grans organitzacions tècniques dedicades a l'elaboració, distribució, comercialització, promoció publicitària i finançament similars a les de qualsevol ram de l'activitat productiva. La seva existència suposa una manera hegemònica de produir, distribuir i consumir productes culturals en molts àmbits i nivells. Ara bé, no s'ha de caure en un reduccionisme de caràcter economicista, cal també procedir a l'anàlisi de les diferents formes d'apropiació i ús dels objectes culturals ja que són d'una gran transcendència per la configuració de les identitats culturals dels pobles i per aquest motiu adquireixen un elevat valor simbòlic.

Com a àmbit de producció implica:

1r. L'existència d'una producció molt diversa i complexa (des de best-sellers, programes de ràdio, artesanía o alta tecnologia).

2n La producció de valor simbòlic. Els béns culturals no es recolzen sobre un valor d'ús encara que aquest pugui tenir una certa rellevància.

3r. L'existència de cadenes productives que poden sintetitzar-se en els quatre processos següents: creació, producció, distribució i consum.

4t. Poden mantenir relacions amb els sector públic i amb la societat civil. les relacions entre els sector públic i l'àmbit de la producció cultural són força complexes en el sentit que, en una situació de dèficit cultural, el sector públic ha desenvolupat funcions que van des de la intervenció en totes les fases del sector productiu, de suport i fins i tot de consum.

5è. L'existència del sector de la producció implica el creixement en termes de llocs de treball qualificats i d'elevada especialització.

1.4.2. Les difícils relacions entre política i producció cultural

En el camp de la producció cultural es produeix i es legitima el discurs cultural i ideològic d'un model de societat. En aquest sentit, la relació entre política i cultura és una relació complexa i estreta ja que es tendeix a instrumentalitzar la cultura en benefici de la política, i per una altra banda, molts intel·lectuals i artistes utilitzen la política com un mitjà de promoció personal. Aquest fet genera una mena de clientelisme popular a base de subvencions i ajuts a entitats, institucions o persones individuals. Això no obstant, les condicions de la modernitat i el consegüent augment del volum de béns culturals de qualsevol índole forcen una reorientació del sector. En aquesta reorientació del sector cal tenir presents les següents observacions:

1r. La producció intensiva de béns culturals i la seva difusió a nivell mundial suposa una ruptura amb una concepció essencialista¹⁴ de la cultura que tendeix a considerar els objectes propis d'una cultura com a valors sagrats i desprestigiar tot allò que prové de la nova creació i producció cultural. En aquest sentit s'ha de produir una reorientació ja que, els signes d'identitat d'una cultura no poden anquilosar-se en el passat. La cultura ha d'incorporar la innovació com un valor essencial que caracteritza les societats modernes i que culturalment els permet avançar cap al futur. Cal promoure i integrar les noves produccions culturals com a nous signes d'identitat, molt especialment en la societat actual¹⁵, ja que constitueixen l'única manera de fer front als corrents globalitzadors.

¹⁴ Giner, Flaquer, Busquets i Bultà en fan una anàlisi interessant de la cultura catalana en el seu llibre *La cultura catalana: el sagrat i el profà*. (1996) La pregunta que llancen és si la cultura catalana ha de continuar sent considerada únicament com un valor essencial sense pal·liatius o si, per contra, entre la concepció essencialista i l'exclusivament gerencialista es pot trobar una tercera via més fonamentada en el pacte obert, plural i dialogant, que doni cabuda a les diferents forces polítiques i a tots els sectors socials i culturals, inclosos els d'expressió no catalana.

¹⁵ Això no obstant, és una recerca particularment difícil en el sentit que no solament els mitjans de comunicació són culturalment homogeneïtzadors sinó que hom té la impressió que els criteris per la consagració de les obres d'art, és a dir, aquelles que adquireixen un valor significatiu són similars arreu. En art com en ciència, els circuits són tancats i malgrat que, en l'actualitat, les xarxes van més enllà de les fronteres és per això que els trets de l'obra artística produïda i especialment valorada no són diferenciadors entre les produccions de països diferents. Aquest fenomen pot ser degut a que el possible mercat -o l'únic que pot accedir a la compra d'aquestes obres- el constitueixen les grans corporacions econòmiques, sovint, de caràcter transnacional. Això fa que l'excel·lència atribuïda a determinades obres i la relegació d'unes altres sigui a ulls del profà o del crític més que dubtosa ja que ningú ja no posa en dubte que els grans mercats mundials de l'art mantenen estrets vincles amb la producció econòmica.

2n. Per una altra banda, la creixent preocupació per la consolidació de museus, auditoris, teatres, sales d'exposicions i la immensa varietat d'activitats culturals suposa una reorientació de l'àmbit cultural en termes de gestió. Vetllar per la coordinació entre les institucions¹⁶ bé siguin d'ordre públic o privat suposa un millor aprofitament dels recursos.

3r. Cal establir una planificació acurada des de la perspectiva política del desenvolupament cultural que es pretèn que tingui un país a tots els nivells. Els governs no s'han de preocupar exclusivament de promocionar determinades actuacions perquè són les que els hi donen prestigi sinó que han de vetllar per la formació cultural de la ciutadania¹⁷; i aquesta formació cultural ha d'iniciar-se a l'escola no tractant la cultura com a anècdota sinó com l'accés a un coneixement que millora la condició humana¹⁸.

1.4.3. Producció cultural i desenvolupament urbà

La nova producció cultural ofereix força possibilitats de desenvolupament a nivell urbà. Les seves implicacions les podríem situar a diferents nivells:

1r. En la base productiva produeix efectes tant a nivell d'innovació com a nivell de renovació i actualització d'aquesta base en les ciutats. Aquest element ofereix interessants possibilitats de modernització del sistema productiu més si tenim present que les noves economies tenen un caràcter fonamentalment cultural. Evidentment, el

Aquesta concepció desbarata la idea del prestigiós sociòleg francès P. Bourdieu quan estableix en la seva obra *Les règles de l'art* (1994) la diferenciació entre l'art comercial i l'art pur, és a dir, no mediatitzat pels valors econòmics.

¹⁶ En un temps no llunyà l'excessiva proliferació d'espais culturals (museus, sales d'exposicions...) sense planificació i sense la coordinació prèvia entre institucions siguin de l'àmbit públic o privat pot posar en perill la seva pròpia existència ja que és molt important considerar el seu manteniment. Cal racionalitzar els espais així com racionalitzar les seves produccions per no caure en repeticions estèrils.

¹⁷ Sovint la gran majoria de produccions culturals es fan d'esquena a la ciutadania, és per això que, malgrat que l'oferta ha augmentat considerablement, el seu consum es manté en els mateixos percentatges de fa uns anys. I és que, massa sovint, les programacions culturals obeeixen a interessos particulars d'aquells que les fan i, tot i que, en els discursos es manifesten intencions d'obrir la cultura a la participació, la realitat és que la cultura continua sent patrimoni de cercles tancats.

¹⁸ Malgrat que, tradicionalment, a l'escola se li ha atribuït un caràcter cultural, una anàlisi acurada permet fer palès deficiències significatives en aquest sentit. Podríem dir que, fonamentalment, l'escola treballa amb dos ordres significatius: l'expressiu que vetlla per la formació del caràcter i la integració de tots els individus a la societat per mitjà de l'aprenentatge de tot un seguit de normes de conducta que facilitin l'harmonia de la convivència en societat i l'instrumental que és l'encarregat d'establir els continguts i els aprenentatges que s'han de conèixer per poder adaptar els infants al món del treball en la seva adultesa. Aleshores si l'ordre expressiu té un valor important quant a la socialització en les normes i pautes culturals de comportament en l'instrumental, la seva eficàcia cultural és més que dubtosa atès que, molts dels continguts que veuen durant tot el procés acadèmic tenen més l'expressió de procediments o instruments, alguns d'ells amb relativa utilitat, que de continguts estrictament culturals en un sentit ampli del terme.

canvi en la base productiva ha de produir forçosament un canvi en el llocs de treball que han de ser més qualificats, per tant, s'eleva el nivell del teixit urbà i, alhora, pot produir un canvi en la dinàmica sociocultural.

2n. Els recursos culturals poden actuar també a nivell de potenciació d'atractius i d'imatge. Les ciutats modernes són aquelles que han aconseguit assolir un nivell d'infraestructures i activitats culturals prou interessants com per a atreure el turisme. Paral·lelament, es produeix un efecte de revalorització i, alhora, constitueix un pol d'atracció per noves indústries culturals.

3r. A nivell de ciutadania, la cultura pot proporcionar un canal per a un ús constructiu i entretingut del temps de lleure. La importància de crear oportunitats per a la participació en l'activitat cultural no pot ser subestimada. La varietat de fets en els quals es pot participar poden anar des del desenvolupament d'una activitat única a casa fins a la participació en corals, bandes, grups d'escriptura fins a l'assistència a actes com els carnivals, el teatre, les exposicions... Promoure la creativitat i l'expressió augmenta la confiança personal, que alhora pot estimular les curiositats intel·lectuals, obrir nous horitzons i encoratjar una comprensió i un respecte diferents envers les altres cultures.

1.4.4. Característiques generals en l'àmbit de la producció cultural

El camp de la cultura com el de l'economia es desenvolupen sota les influències de la nova societat. Aquesta societat es regeix sota els paràmetres de la globalització i l'ús de les noves tecnologies. Aquests dos elements modifiquen substancialment el contingut, la naturalesa i les relacions entre els productes culturals que s'articulen a partir dels aspectes següents:

- El món de la cultura és un món internacionalitzat¹⁹. Aquesta internacionalització té uns efectes concrets en determinades produccions culturals com ara el cas de la producció

¹⁹ En l'àmbit dels discursos intel·lectuals, l'imperialisme cultural, diu Bourdieu (1999) descansa sobre el poder d'universalitzar els particularismes lligats a una tradició històrica singular ignorant-la com a tal. Aquests "llocs comuns" sobre els quals s'argumenta o no s'argumenta esdevenen objecte de reificació indiscutible, fonamentalment, per l'establiment dels procediments que el sistema globalitzador permet com ara la lliure circulació en forma de llibres en col·loquis interuniversitaris, com a informes d'experts en revistes científiques o com a balanços de comissions en portades de revistes presents a tot arreu. Aquests coneixements es produeixen a costa de neutralitzar el context històric que resulta de la circulació internacional de textos i l'oblit de les condicions històriques que els produeixen. Aquest fet suposa una restricció de la llibertat per als intel·lectuals que en la seva lluita per l'èxit queden sotmesos a l'estudi d'aquests temes i deixant de costat molts altres de fonamentals per a la reflexió de la millora de la condició humana.

- GARCIA CANCLINI, N. (1999) *La globalización imaginada*, ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina.
- GEERTZ, C.(1997) *La interpretación de las culturas*, ed. Gedisa, Barcelona.
- GIDDENS, A.(1995) *Modernidad e identidad del yo*, ed. Península, Barcelona.
- GINER, S. (1979) *Sociedad masa: crítica del pensamiento conservador*, ed. Península, Barcelona.
- GINER, S. (1985) *Comunió, domini, innovació (Per una teoria de la cultura)*, ed. Laia, Barcelona.
- GINER, S. (2000) *La cultura de la democracia: el futuro*, ed. Ariel, Barcelona
- GINER,S. FLAQUER, LI. BUSQUET, J. BULTÀ, N. (1996) *La cultura catalana: el sagrat i el profà*, ed. 62, Barcelona.
- GRAMSCI,A. (1976) *Literatura y cultura popular*, tomo I, Buenos Aires, Nueva visión, Argentina.
- GRIGNON, C. Y PASSERON, J.C.(1989) *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y literatura*, Buenos Aires, Nueva Visión, Argentina.
- MACDONALD,D. "Masscult y Midcult" a *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monteávila, Venezuela.
- MARÍN, E. TRESSERRAS, J. M. (1994) *Cultura de masses y postmodernitat*, ed. 3 i 4, València.
- MARTIN BARBERO, J. (1993) *De los medios a las mediaciones. Comunicación cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, México.
- MASATS, M. (1998) "El lleure a Catalunya" a *La societat catalana*, Institut d'Estadística de Catalunya, Generalitat de Catalunya.
- MORIN, E.(1984) *Sociología*, ed. Tecnos, Madrid.
- MUÑOZ, B. (1995) *Teoría de la pseudocultura. Estudios de Sociología de la Cultura y de la Comunicación de Masas*, ed. Fundamentos, Madrid.
- OLIN WRIGHT, E. (1994) *Clases*, Siglo ventiuno de España Editores, Madrid.
- ORTÍ, A. (1994) "La estrategia de la oferta y la demanda en la sociedad neocapitalista de consumo: Génesis y praxis de la investigación motivacional de la demanda" a *Política y Sociedad*, n.16.
- RAMA, A. (1982) *Transculturación narrativa en América Latina*, ed. Siglo XXI, México.
- RECOLONS, LI. (1987) "Les migracions a Catalunya en un nou període demogràfic" a *Visió de Catalunya*, Diputació de Barcelona.

b) La tendència a l'homogeneïtzació de la informació i de les pautes culturals²¹. Es pretén establir una hegemonia cultural a partir de la concentració de les grans empreses multimèdia que ofereixen gran varietat de productes culturals. Des d'aquestes empreses i a través dels mitjans de comunicació es realitza un procés de domesticació del consum. En aquest sentit, només la potenciació de moltes i petites empreses de caràcter local poden oferir una base de resistència a les tendències homogeneïtzadores combatent-les amb la creativitat, la innovació i l'especificitat. És per aquest motiu que el paper de les ciutats és crucial en la promoció cultural.

²¹ Les grans tecnocràcies de la comunicació monopolitzen l'accés als instruments de comunicació i que, en no tenir massa coses a comunicar, instauren el buit de la rutina mediàtica en el cor de l'aparell de comunicació. Així doncs, els intel·lectuals orgànics de la tecnocràcia monopolitzen el debat en detriment dels intel·lectuals o dels professionals de la política que queden sotmesos al que ells anomenen "cop mediàtics" com les enquestes periodístiques que apunten a produir classificacions manipulades o innumerables llistes d'adhesions que acrediten o desacrediten i que els mitjans, tot sovint, publiquen. Conseqüència d'aquestes estratègies el perill se situa en què els objectius culturals siguin substituïts pels de caire merament comercial.

II PART

2. DE LA TEORIA A LA PRAXI: ANÀLISI DELS EQUIPAMENTS, CONSUMS I PRÀCTIQUES CULTURALS A LA DEMARCACIÓ DE LLEIDA

Els motius pels quals hem introduït la reflexió teòrica en aquest treball es fonamenten en la necessitat de justificar la importància i la influència del consum i dels mitjans de comunicació en la construcció de les identitats i dels grups socials. Si el treball ha perdut el seu paper hegemònic, si l'economia no és un criteri suficient per determinar un mode de vida determinat, si els sistemes culturals de relació comunitària tradicional fan fallida, si el que anomenem alta cultura no penetra les classes populars, si la cultura és l'àmbit opac utilitzat pels polítics i pels intel·lectuals com a font de prestigi, si els currícula acadèmics no són suficients per garantir un determinat bagatge i nivell de judici cultural, si l'escola s'assembla cada cop més a un supermercat, si la nostra societat es mou més per càlculs endevinatoris que per càlculs racionals, ens hem de preguntar, deixant a banda els prejudicis i els ambages dels intel·lectuals, quina és la dinàmica cultural real de la població en termes de consum i ús dels productes culturals i en funció de quin tipus de factors es produeix aquesta dinàmica. Amb aquesta finalitat, el treball empíric sobre el que es fonamenta aquesta reflexió prèvia té com a objectius:

1. Analitzar els tipus de comportaments culturals de la població en termes d'equipaments, pràctiques i consums culturals.
2. Posar en evidència, si escau, la relació entre el nivell d'estudis, l'edat, la categoria ocupacional, els ingressos, i el tipus de consums i pràctiques culturals. Les preguntes que ens fem fan referència a quines són les variables determinants en el consum cultural, si el consum es restringeix segons els grups d'edat, si la variable nivell d'estudis és definitiva en el tipus de consums.
3. Les societats premodernes es caracteritzen pel predomini de les formes comunitàries de relació, mentre que les societats modernes es caracteritzen pel predomini de les formes societàries on el consum i les pràctiques culturals individuals esdevenen indicadors del grau de modernitat. En definitiva, cal constatar el grau de modernitat de les pràctiques culturals, veure la seva dinàmica i analitzar la seva profunditat.
4. Tradicionalment el nivell econòmic ha definit la pertinença d'una persona a una determinada classe social; en l'actualitat, els criteris de distinció no es regeixen exclusivament i única pels criteris de caràcter econòmic sinó que els nivells d'estudis, -o més àmpliament considerat el capital cultural-, constitueixen un element fonamental en

la definició dels grups socials i dels estils de vida. La pregunta que ens fem és si les pràctiques que realitzem són prou consistents, coherents i diferenciadores que ens permeten parlar d'estils de vida.

5. Si fem un recorregut històric a través de la nostra tradició cultural observem el pes més aviat escàs de les activitats tradicionalment considerades com d'alta cultura en la gran majoria de la població. Actualment, l'oferta d'aquestes activitats les situa en un pla més assequible. Malgrat aquest fet, a priori, s'observa que el públic que assisteix als concerts de música clàssica, o a les exposicions d'art modern, per posar uns exemples, no és notablement diferent del que era quan l'oferta era molt més reduïda. En síntesi, pretenem constatar la importància de les activitats definides com a alta cultura en la vida quotidiana en oposició a les de caràcter comunitari.

6. En el nostre país, dels anys setanta fins ara, hem assistit a un augment de l'escolarització tant pel que fa al nombre de persones que han accedit no solament a l'escolarització obligatòria sinó també pel nombre de persones que han accedit a nivells d'estudis superiors. La pregunta escaient és si, malgrat aquest fet, s'ha produït un augment generalitzat del capital cultural de la població escolaritzada durant aquest període de temps, és a dir quina és la influència del sistema educatiu en la formació de la sensibilitat cultural.

7. Segons Bourdieu (1979) per tal de poder explicar millor les diferències d'estil de vida de les diferents classes o fraccions de classe cal tenir present la seva distribució en l'espai geogràfic. Les probabilitats que té un grup d'apropiar-se de béns singulars depèn, en part, de les seves capacitats d'apropiació específica definides pel capital econòmic, cultural i social que pot utilitzar per apropiat-se material o simbòlicament dels béns considerats, de la seva posició en l'espai social i de la seva relació entre la distribució en l'espai geogràfic i la distribució dels béns en aquest espai. Altrament dit, la distància social real entre un grup i un tipus de béns ha d'integrar la distància geogràfica. En aquest sentit, l'oposició urbà/rural pot furnir informació diferenciada en relació al tipus de comportament cultural de la població. El que cal esbrinar és si la pertinença a un u altre tipus d'hàbitat és determinant a l'hora de preveure comportaments culturals diferenciats.

8. Tal com diu Giner (1983,1994) malgrat l'aparició d'un fort corrent igualitari (consolidació del principi de sobirania, l'accés generalitzat a les prestacions del Benestar social o al consum) i la proclamació de la igualtat com un principi moral i polític col·lectiu, han sorgit o s'han evidenciat noves formes de desigualtat com les ètniques, de

gènere o les generacionals. En aquest sentit, és interessant analitzar la importància d'aquestes variables pel que poden representar en l'establiment d'un tarannà cultural diferent marcat per la idiosincràcia de les pròpies cultures. Per tant, l'objectiu és saber si les variables edat i gènere impliquen comportaments culturals diferents.

2.1. Aspectes metodològics i tècnica d'anàlisi de dades

2.1.1. Àmbit de recerca

L'àmbit territorial que abasta aquest qüestionari sobre equipaments, pràctiques, i consums culturals el formen totes les comarques de la circumscripció de Lleida: Alt Urgell, Alta Ribagorça, Garrigues, Noguera, Pallars Jussà, Pallars Sobirà, Pla d'Urgell, Segarra, Segrià, Solsonès, Urgell, Vall d'Aran.

2.1.2. Unitat d'anàlisi

A efectes de representativitat estadística, la unitat de recollida d'informació ha estat l'individu, tot i que l'estructura del qüestionari permet obtenir informació general sobre les característiques del grup familiar.

2.1.3. Univers estadístic

Representa la totalitat d'individus majors de 16 anys residents al territori de referència.

2.1.4. Nombre de la mostra i marge d'error

La mostra correspon a 1.210 individus sobre un total de 302.644 que dona el cens de 1991 per a la demarcació de Lleida. La mostra s'ha calculat amb un nivell de confiança sigma 2 amb un grau d'error de $\pm 5\%$

2.1.5. Càlcul de la mostra

Les característiques amb què s'ha elaborat la mostra segueixen els criteris següents:

1. Criteri edat: càlcul del percentatge que correspon a cadascun dels grups d'edat que recull el cens de 1991. Els percentatges es reflecteixen en la taula següent:

grups d'edat	%
15-29 anys	26
30-44 anys	24,85
45-65 anys	26,06
+ de 65	23,09

Els percentatges s'apliquen al total de la mostra per tal d'obtenir estrats d'edat homogenis (vegeu taules annex I).

2. Criteri sexe: càlcul dels percentatges del cens de 1991 corresponents a homes i dones.

Sexe	%
homes	49,47
dones	50,53

Com sigui que la diferència entre els percentatges d'homes i de dones no és prou significativa, el càlcul s'ha arrodonit al 50%. Per tant la població de la mostra aplegarà, aproximadament, un 50% homes i un 50% de dones.

3. Criteri urbà/rural: els efectius de la mostra s'han distribuït d'acord amb:

3.1. Nombre d'habitants majors de 16 anys de cadascuna de les comarques, segons el Cens de 1991 (vegeu annex I).

3.2. Nombre d'habitants majors de 16 anys distribuït segons la seva pertinença a nuclis de:

1. més de 10.000 habitants
2. entre 5.000 i 9.999 habitants
3. entre 2.000 i 4.999 habitants
4. menys de 2.000 habitants

(Vegeu annex I)

3.3. El percentatge de la població de Lleida s'ha distribuït proporcionalment segons el nombre d'habitants que recull el cens de 1991, No obstant això, per tal que tots els barris urbans de Lleida estiguin representats, s'ha dividit la ciutat en tres zones d'acord amb estudis realitzats anteriorment (Vilagrassa, 1990; Mayoral, 1994; Giró, 1995). La distribució es reflecteix en els quadres següents:

-**Barris grup I:** Joc de la Bola, Camp d'Esports, Xalets Humbert Torres, Ferran Estació, Príncep de Viana, Clot, Universitat, Institut Templers, Ciutat Jardí.

-**Barris grup II:** Pardinyes, Cappont, Balàfia, La Bordeta.

- **Barris grup III:** Mariola, Secà de S.Pere, Magraners, Centre Històric.

(Vegeu annex I)

2.1.6. El qüestionari

El qüestionari utilitzat s'ha inspirat en treballs anteriors com ara *L'Enquesta Metropolitana de Barcelona* (1990) i l'enquesta realitzada pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya *Estudi sobre comportaments i característiques de la demanda de productes culturals a Catalunya* (1991); també en el treball *Equipaments, pràctiques i consums culturals de la ciutat de Lleida* realitzat per Mayoral i Samper (1994).

El qüestionari inclou 98 ítems que ens donen informació sobre les variables que es detallen a continuació:

1. Dades sociodemogràfiques
2. Altres aspectes demogràfics
2. Nivells d'instrucció, coneixement i ús de les llengües catalana, castellana i estrangeres
3. Posició en el mercat de treball
4. Ingressos i condicions econòmiques
5. Equipaments culturals
6. Consums, pràctiques i hàbits culturals
7. Estructura familiar

2.1.7. L'explotació estadística

L'explotació estadística s'ha realitzat a dos nivells:

a) Explotació estadística simple

L'explotació estadística simple s'ha basat en l'obtenció de freqüències, percentatges verticals i percentatges horitzontals; també s'ha calculat la mitjana, la desviació típica i la T d' Student.

b) Explotació estadística complexa: els índexs

Els índexs són indicadors quantitatius que serveixen per mesurar un concepte. Per exemple, els anys d'escolaritat, el nivell d'ingressos i l'ocupació poden mesurar o bé operativitzar el concepte d'estatus social. La combinació ponderada dels valors que adopten cadascun dels tres indicadors formen part d'un índex que estarà representat per mitjà d'un valor numèric concret amb el qual operarà estadísticament l'investigador. Els índexs han de tenir dues característiques: validesa i fiabilitat. Validesa en el sentit que han de mesurar el que es pretén mesurar i no un altre concepte; i la fiabilitat com la propietat que permet que l'instrument en ser utilitzat en idèntiques circumstàncies pugui produir idèntics resultats.

2.1.8. El tractament de les variables estructurals

a) Nivell d'instrucció

Per tal de facilitar l'anàlisi de les categories presentades en la variable nivell d'instrucció hem procedit a la creació de noves variables d'acord amb els criteris següents:

-Sense estudis: inclou les persones que declaren no tenir cap estudi i les que tenen estudis primaris corresponents al període anterior a l'establiment a l'EGB.

-Estudis primaris: correspon a les persones que han cursat l'EGB, el Batxiller Elemental i la Formació professional de primer grau, també els estudis de comerç.

-Estudis Secundaris: inclou els que tenen estudis de BUP, Batxillerat Superior i Formació Professional de segon grau.

-Estudis Universitaris: aquesta categoria comprén tots els diplomats i llicenciats universitaris, doctors.

b) Categories ocupacionals

Les categories ocupacionals han estat agrupades d'acord amb els criteris següents:

Classe treballadora: treballadors agraris, obrers no qualificats, contramestres, obrers qualificats.

Vella classe mitjana: comerciants, propietaris agraris, artesans i autònoms, petits empresaris.

Nova classe mitjana: empresaris d'indústries i serveis, tècnics mitjans, empleats, professions liberals, tècnics d'alt nivell, directors i gerents.

Inactius: aturats, estudiants, jubilats, mestresses de casa, pensionistes-incapacitats, altres.

c) Ingressos mensuals

La variable ingressos ha estat elaborada a partir de les categories següents:

Ingressos alts: més de 500.001 PTA

Ingressos mitjans alts: de 300.001 a 500.000 PTA

Ingressos mitjans: de 200.001 a 300.000 PTA

Ingressos mitjans-baixos: de 100.001 a 200.000 PTA

Ingressos baixos: fins a 100.000 PTA

d) Tipologies familiars segons l'organització de la llar

En aquest apartat hem adoptat el criteri nivell d'estudis del cap de família i del cònjuge per definir l'organització de la llar. L'elecció d'aquest criteri és degut a la gran importància que adquireix el nivell d'estudis de la dona en la definició de les pautes culturals a l'interior de la família, tal com s'ha constatat en estudis anteriors, Flaquer i

Solsona (1995) Carabaña (1983, 1993). Segons els nivells d'estudis del cap de família i del cònjuge obtenim les categories següents:

-*Famílies hipergàmiques*: l'home té més nivell d'instrucció que la dona.

-*Famílies homogàmiques*: l'home té igual nivell d'estudis que la dona.

-*Famílies hipogàmiques*: l'home té inferior nivell d'estudis que la dona.

2.1.11. El tractament de les variables culturals

a) Índex d'equipaments

En el aquest treball els equipaments han estat agrupats en quatre categories d'acord amb tot un seguit de característiques que s'exposen a continuació:

-Equipaments culturals genèrics: inclouen els equipaments més freqüents entre la població i aquells que no demanen cap esforç intel·lectual per al seu consum.

-Equipaments esportius: constitueixen el grup d'equipaments utilitzats en la pràctica esportiva.

-Equipaments culturals específics: inclouen aquells equipaments que per al seu funcionament necessiten d'uns recursos intel·lectuals apropiats o un cert refinament cultural.

-Altres equipaments: aquesta categoria inclou equipaments que, per la seva diversitat, no poden ser inclosos en altres categories.

La classificació s'exposa a continuació:

Equipaments culturals genèrics: TV color, aparell de ràdio, càmera fotogràfica, vídeo, segon TV, cadena estereo, walkman, radiocassette, enregistradora, vídeo jocs.

Equipaments esportius: bicicletes de muntanya, escacs, canya de pescar, patins, escopeta, equip esquí, tennis/squash, moto, equip d'escalada.

Equipaments culturals específics: CD, ordinador, càmera de vídeo, instruments musicals de corda, instruments musicals de vent, instruments elèctrics, instruments de percussió, antena parabòlica.

Altres equipaments: cartes, parxis, dominó, oca, animals domèstics, tenda càmping, trivial, monopoli, hotel, roulotte.

Amb les dades anteriors s'ha elaborat un índex que pot assolir un valor màxim de 100 punts. La distribució del nombre de casos en una corba normalitzada, campana de Gauss, s'ha calculat sobre les puntuacions resultants dels mateixos índexs; això vol dir, per exemple, que el 14% de la població es troba entre el 0 i el 10 obtenint un índex d'equipaments molt baix. Aquest procediment ha permès distribuir els intervals tal com es presenta a continuació:

<i>Valor obtingut</i>	<i>classificació índex equipaments</i>
-----------------------	--

entre 0 i 10 punts	índex equipaments molt baix
--------------------	-----------------------------

entre 11 i 19 punts	índex equipaments baix
---------------------	------------------------

entre 20 i 37 punts	índex equipaments mig
---------------------	-----------------------

entre 38 i 45 punts	índex equipaments alt
---------------------	-----------------------

entre 46 i 100 punts	índex equipaments molt alt
----------------------	----------------------------

b) Índex cultural

L'índex cultural posiciona els individus respecte de les pràctiques i dels consums culturals. Les variables que s'han utilitzat en la construcció d'aquest índex són les següents:

- variable lectura: mesura el consum. S'ha elaborat a partir de la possessió d'un nombre determinat de llibres i de la freqüència de lectura.

- variable teatre: mesura el consum. S'ha elaborat a partir de la freqüència a assistir a representacions teatrals.

- variable cinema: mesura el consum. S'ha elaborat a partir de la freqüència a anar al cinema.

- variable música: mesura el consum i la pràctica musical. El consum es mesura a partir de la possessió d'un nombre determinat de CD, discs i cassettes i la pràctica es mesura a partir de saber tocar algun instrument musical.

- variable arts plàstiques, artístiques o manuals: mesura les pràctiques i els consums.

- variable audiovisuals: mesura el temps de consum de la TV i la ràdio.

- variable esdeveniments culturals: mesura el consum d'espais dedicats a l'art o similars.

(Vegeu el tractament de les variables en l'annex I)

El valor màxim que pot assolir un individu és de 120 punts. La distribució del nombre de casos en una corba normalitzada, campana de Gauss, s'ha calculat sobre les puntuacions resultants dels mateixos índexs. Aquest procediment ha permès distribuir els intervals tal com es presenta a continuació:

<i>Intervals</i>	<i>categories de consums culturals</i>
------------------	--

entre 0 i 18	molt baix
--------------	-----------

entre 19 i 26	baix
---------------	------

entre 27 i 40	mig
---------------	-----

entre 41 i 50	alt
---------------	-----

entre 51 i 120	molt alt
----------------	----------

2.2. Característiques estructurals de la població analitzada

2.2.1. El sexe

Sobre un total de 1210 individus majors de 16 anys el 50.1% són homes i el 49.9% són dones. Aquesta variable es va definir amb anterioritat d'acord amb els percentatges que presentava el Cens de 1991 per tal d'obtenir una mostra el màxim de representativa possible.

L'anàlisi estadística de les dades obtingudes en relació a les diferències per sexes pel que fa a la variable nivells d'estudis ens permet constatar els aspectes següents:

1. Desaparició de la tradicional diferència entre els nivells d'estudis dels homes i els nivells d'estudis de les dones en general. Cadascuna de les categories obté uns percentatges similars.
2. El 41% de la població analitzada es troba en la categoria *sense estudis*; és a dir, són persones que només tenen alguns cursos d'estudis primaris. Aquesta categoria oculta l'existència d'analfabets i per tant no podem constatar el seu nombre exacte, tot i que observem en la distribució dels nivells d'estudis per edats que els percentatges de persones que se situen en aquesta categoria augmenten molt notablement i de manera estadísticament molt significativa a partir dels cinquanta anys.
3. Al voltant del 25% de la població, tant d'homes com de dones, declaren tenir *estudis primaris* acabats; és a dir, són persones que tenen un nivell de graduat escolar, batxiller elemental o FP de 1r grau. Contràriament al que hem descrit en el punt anterior, els percentatges que presenten un nivells de significació més elevats es troben en les franges d'edats més joves, especialment entre els 20 i els 35 anys.
4. Els percentatges referents als *estudis secundaris*, és a dir, persones que tenen batxillerat superior o FP de 2n grau disminueixen notablement i se situen entre el 17% i el 19% de la població analitzada. En aquests casos la població situada en les franges d'edat més joves és la que es troba més qualificada acadèmicament.
5. Un 14% de la població manifesta tenir *estudis universitaris* de grau mig o de grau superior. Malgrat els percentatges de població que diu acollir la universitat, la presència de persones amb *estudis universitaris* de grau superior en la població és més aviat escassa i no arriba al 5%. En aquesta categoria els percentatges entre homes i dones són molt similars.

Els resultats queden reflectits en la taula següent:

Taula n.1 Percentatges verticals d'estudis per sexes

Nivell d'estudis	Total%	Home%	Dona%
Sense estudis	41,3	41,2	41,3
Estudis primaris	25,8	25,5	26,2
Estudis secundaris	18,3	19,1	17,4
Estudis universitaris	14,0	13,9	14,1
NS/NC	,6	,2	1,0

Observem que en el nostre qüestionari es produeix una similitud de resultats amb els que presenta el cens de 1991 quant al predomini dels nivells d'estudis primaris -segons el cens aquesta categoria inclou els que nosaltres hem definit sense estudis, llevat dels analfabets-. Així doncs, per una població total de 353.555, 141.591 persones tenen aquest nivell d'estudis dels quals 69.806 corresponen als homes i 71.785 a les dones. Per acabar aquest apartat cal dir que, a diferència dels resultats obtinguts en l'Enquesta Metropolitana de Barcelona, no es produeix un desequilibri entre els nivells d'estudis dels homes i de les dones. Aquest fenomen pot ser degut, fonamentalment, a dues causes:

1a. Una concepció força arrelada d'utilitzar els estudis com un sistema d'herència per a les filles.

2a. Els escassos percentatges de població immigrant que trobem en el territori, amb el benentès que la població immigrada arribada a Catalunya durant els darrers decennis ha aportat uns nivells de qualificació acadèmica molt baixos.

En relació a les diferències d'origen per sexes, constatem que en el cas de les dones són lleugerament superiors en la immigració interna. Aquest fet pot ser degut a les males condicions d'existència i les escasses probabilitats de millorar la seva situació en el cas de romandre en el lloc d'origen. Això no obstant, malgrat aquesta constatació l'edat hi juga un paper important ja que, els percentatges més significatius d'immigrants tenen en l'actualitat més de seixanta anys fet que pot explicar la disminució o desaparició d'aquesta diferència en les franges d'edat més joves. En el cas de la població procedent de països extracomunitaris, els homes predominen per sobre de les dones tot i que la mostra és molt reduïda.

Pel que fa al tradicional tòpic que afirma que les dones desenvolupen més habilitats lingüístiques que els homes i per tant, en el nostre cas, un millor domini de la llengua

catalana, els resultats que obtenim no ens permeten apreciar cap diferència significativa entre ambdós sexes.

L'ocupació entre homes i dones presenta trets substancials diferents que podem sintetitzar en els punts següents:

a) En relació al grau d'activitat:

1. Es produeix una relació estadísticament significativa entre ser actiu i home i ser inactiu i dona. Tot i els avenços que s'han produït en la integració de la dona al mercat de treball, es continua constatant la relació anterior.

2. Les dones presenten uns índexs d'atur més elevats que els homes; és a dir, per cada 2,1 homes aturats trobem 5,3 dones aturades. Aquest fet s'accentua per la pressió que realitzen un bon nombre de dones que volen integrar-se o reincorporar-se de nou al món del treball.

3. Les dones romanen més temps que els homes en les institucions acadèmiques (la relació és de 10 dones per cada 8 homes) i igualen els percentatges en estudis secundaris i universitaris. Aquest fet pot ser degut a les tradicionals pautes de transmissió patrimonial que fan que els homes pleguin abans per dedicar-se a treballar en el patrimoni familiar, mentre que les dones obtinguin més estudis en concepte d'herència.

4. En relació als jubilats/des observem una dada curiosa com és la no concepció de jubilació per part de les dones. Els percentatges de població de més de 65 anys estant distribuïts proporcionalment entre homes i dones; l'interessant del fet és que apareixen més homes jubilats que no pas dones. La hipòtesi que aquesta dada ens permet formular és que la dona, en treballar en l'espai de la reproducció i col·laborar en l'economia domèstica d'una forma invisible, no té assumida la condició de jubilada en complir 65 anys, entre altres coses perquè arribar aquesta edat, no suposa cap ruptura estructural amb la vida anterior i per tant quan se li pregunta per la seva condició continua responent mestressa de casa.

4. Obtenim un percentatge del 26% de mestresses de casa; per contra cap home declara realitzar aquestes tasques.

Taula n.2 La població segons l'activitat. Percentatges verticals

	Total	%	Homes%	Dones%
Actius	608	49,9	61.4+	38.3-
Inactius	610	50,0	38.6-	61.5+

b) En relació a la posició en el mercat de treball:

1. Augmenta la presència de les dones en el mercat de treball. Les dades d'activitat que s'obtenen se situen al voltant del 38%. Cal destacar, en aquest aspecte, el factor d'economia submergida ja que moltes dones col·laboren en l'economia familiar per mitjà de la realització de tasques que no estan declarades.

2. Els homes tenen una presència molt significativa en la vella classe mitjana com a propietaris agraris o artesans i autònoms. Per contra, les dones són més presents en la nova classe mitjana com a empleades.

3. Predomini de la nova classe mitjana per sobre de la resta de classes molt especialment en el sector empleats.

En relació a les característiques tenir feina estable i desenvolupar treballs a temps total o parcial, cal dir que els homes treballen amb feines més estables que les dones; per contra les dones superen els homes en el desenvolupament de treballs a temps parcial.

En referència als sectors públic i privat no observem diferències quant als percentatges que obtenen homes i dones.

Taula n.3 Posició en el mercat de treball de la població activa

	Totals	Homes%	Dones%
Classe treballadora	5,3	78,1+	21,9-
Vella classe mitjana	16,5	72,1+	27,9-
Nova classe mitjana	28,5	52,9	47,1

	Totals	Homes%	Dones%
Inactius	50,0	38,6-	61,5+

2.2.2. L'edat

3.2.2.1. Edat i territori: una relació peculiar

L'anàlisi de les dades censals referents als moviments demogràfics de la població de la província de Lleida en els darrers anys posa en evidència diversos factors a tenir presents i que enunciem a continuació:

1. Creixement considerable de la capitalitat (ciutat de Lleida) a partir dels anys 60. En aquests anys, diu Samper (2000), Lleida representa la cinquena part del volum total de

la població de la província, mentre que tres dècades més tard Lleida suposa la tercera part d'aquesta població. Per representar-ho gràficament, la ciutat de Lleida és com un gran encèfal amb un cos -territori- notablement disminuït.

2. Creixement intens en el conjunt de Catalunya del 1900 al 1990. En aquest període la província de Lleida només augmenta una quarta part. Destaquem, per tant, un fort creixement de la capitalitat en els darrers decennis, per contra la resta de la província perd població fet que duu a parlar de la desertització d'algunes comarques de muntanya i de l'interior.

3. Més de la meitat dels municipis de Lleida tenen menys de 500 habitants cosa que accentua les diferències entre la ciutat i el territori.

4. Paral·lelament al creixement de la ciutat de Lleida es produeix un creixement de les capitals de comarca com Balaguer, Tàrraga o Mollerussa per posar un exemple.

5. Existència de moviments migratoris interprovincials i intraprovincials; aquest fenomen provoca que moltes comarques tinguin una població envellida com és el cas de les Garrigues, la Segarra, el Pallars Jussà o el Pallars Sobirà entre altres.

Aquestes reflexions fetes a manera d'introducció ens ajuden a entendre determinades dinàmiques culturals. Tenim un tipus de població que ha sofert poca renovació demogràfica i que ha passat de tenir una economia, bàsicament, agrària a una economia basada en els serveis; per homologia podríem dir que hem passat d'unes formes de vida premodernes a unes formes de vida característiques de la modernitat tardana; és a dir, fonamentades en el consum. Aquest salt pot explicar contradiccions profundes en el tarannà de la població i, tal vegada, fisures generacionals intenses en els modes de vida.

L'anàlisi estadística de les dades de l'enquesta ens confirma, per una banda, aspectes obvis i poc innovadors; ara bé, per una altra, apareixen incidis de canvis culturals en la població jove. El dubte se situa en si aquests canvis es consolidaran i romandran durant tot el cicle vital.

3.2.2.2. La població analitzada

Les dades obtingudes en la nostra enquesta ens confirmen que les generacions que abasten dels 16 fins als 35 anys han nascut a Catalunya amb una mitjana del 90% i a Lleida amb una mitjana del 83%. Per contra la població de més de 35 anys d'edat ha nascut a Catalunya amb una mitjana del 76% i a Lleida amb una mitjana del 70%. Així doncs, es produeix una primera constatació: es tracta de l'existència d'una relació profunda entre l'edat i la immigració. Els joves neixen majoritàriament a Catalunya i/o a

Lleida, en alguns casos són fills de la primera o segona generació d'immigrants; mentre que es constata de manera estadísticament significativa l'existència d'un grup de població de més de 60 anys que han nascut a la resta de l'Estat.

La segona constatació fa referència al grau de coneixement i d'ús de la llengua catalana. Les categories *l'entèn* i *el parla* assoleixen percentatges molt elevats, llevat dels grups d'edat que tenen més de 60 anys. Això, no obstant, en relació a la categoria *el parla* el menor percentatge el trobem en la franja d'edat de 61 a 65 anys que obté un 81.6%. Pel que fa a les categories *el llegeix* i *l'escriu* els percentatges obtinguts no depenen tant de la capacitat d'integració al medi com del nivell d'estudis assolit. Un aspecte diferent és el que fa referència a l'ús ja que un ciutadà pot conèixer molt bé una llengua i no utilitzar-la gairebé mai. En relació a l'ús observem l'existència d'un grup permanent de població en totes les franges d'edat que oscil·la al voltant del 20% que responen que utilitzen sempre el castellà en la seva vida quotidiana.

A més, observem l'existència d'un cert nivell de bilingüisme en totes les franges d'edat però amb una relació proporcionalment inversa; és a dir, a més edat trobem percentatges menors de persones que declaren utilitzar ambdues llengües. En aquest aspecte, cal destacar les franges d'edat que van dels 26 als 35 anys que són les que obtenen percentatges més elevats de persones bilingües. Aquest fenomen com l'assenyalat anteriorment d'una tendència a l'ús exclusiu del castellà en la vida diària, no només en les edats avançades sinó en les més joves i adultes, és a hores d'ara una preocupació latent per a les persones que es dediquen a fer les planificacions estratègiques en matèria de normalització lingüística i, sobretot, per als sociolingüistes. Els darrers treballs de Flaquer (1996), Boix i Pujolar (1997) en són els exemples més actuals de l'estat de les reflexions dels estudiosos sobre el tema. En el nostre cas, és sorprenent la constant, 20%, en cada franja d'edat, que manifesta usar el castellà de manera exclusiva.

La tercera constatació es refereix al nivell d'estudis assolit. Recordem que fins als anys 70 amb la Llei de Villar Palasí, l'educació no és extensiva i obligatòria per a tota la població, d'ací que trobem un gran nombre de persones de més de quaranta anys que se situen en la categoria *sense estudis*. Així doncs, l'edat esdevé una variable important quan considerem el nivell d'estudis assolit. També sabem que en els anys setanta, conseqüència de la llei i dels corrents teòrics del moment, es considera l'educació com un factor essencial en l'acumulació de capital humà. Aquesta acumulació ha de permetre la prosperitat dels estats així com la millora de l'estatus individual. Aquest grup de factors conjuntament amb l'expansió econòmica del moment produeixen una

explosió educativa que abastarà des dels nivells de l'ensenyament primari fins als ensenyaments professionals i universitaris. Lleida no és aliena al fenomen del moment, per aquest fet constatem que els grups més joves són els més qualificats educativament. En aquest sentit, alguns dels aspectes que volem subratllar fan referència a:

1r. L'obtenció de percentatges iguals a 0 en la categoria *sense estudis* en els segments d'edat que van dels 16 als 40 anys.

2n. Un 25,8% de la població analitzada s'agrupa de manera estadísticament significativa en els estudis primaris; és a dir són persones que han assolit l'EGB, el Batxillerat Elemental o la Formació Professional de primer grau. Se situen, fonamentalment, en les franges d'edat que van dels 16 als 40 anys.

3r. Un 18,3% de la població ha assolit el nivell d'estudis secundaris; és a dir, té formació de BUP, Batxillerat Superior, COU o Formació Professional de segon grau. S'acumulen de manera molt significativa en un 50% en la franja que va dels 16 als 20 anys, també, tot i que els percentatges que obtenen són menors, en les franges d'edat que van dels 21 als 30 anys d'edat.

4t. Un 13% de la població té estudis universitaris de grau mig i en menor quantitat de grau superior. Aquestes persones s'acumulen de manera molt significativa en els segments d'edat que van dels 21 al 30 anys.

Per tant, constatem un augment considerable dels nivells d'estudis en la població més jove. El que cal esbrinar a continuació és si aquests nivells d'estudis van aparellats a una determinada mobilitat social; és a dir, si a nivells d'estudis superiors els corresponen categories ocupacionals concomitants o bé si, per contra, malgrat el nivell d'estudis assolit s'obté una ocupació inferior i aquesta depèn més de les relacions o de l'herència familiar que dels mèrits individuals. Aquest aspecte que acabem de plantejar manté una relació directa amb els processos d'adscripció o d'adquisició d'estatus i amb la pertinença a una classe social.

En la nostra investigació hem definit tres classes socials: la classe treballadora (obriers qualificats, no qualificat, peons...), la vella classe mitjana (artesans, petits propietaris agraris...) i la nova classe mitjana (empleats dels serveis, professions lliberals, mestres...) Si analitzem la relació que s'estableix entre el nivells d'estudis, la pertinença a una classe social i l'edat observem una relació estadísticament significativa entre tenir menys de quaranta anys, estudis secundaris o universitaris i pertànyer a la nova classe mitjana. En definitiva, si bé no podem donar una resposta molt acurada a la qüestió que ens hem plantejat anteriorment, ja que no estem desenvolupant una anàlisi específica de

mobilitat social, constatem l'existència d'una relació important entre les tres variables definides anteriorment.

Altres relacions que es posen en evidència són *ser inactiu* i *ser jubilat* o mestressa de casa amb una edat superior als 46 anys i situar-se en la categoria que hem definit *sense estudis*.

La relació que s'estableix entre l'edat i els ingressos és similar a les anteriors; és a dir, els grups que declaren tenir ingressos iguals o inferiors a 100.000 ptes. es troben en les franges d'edat de la jubilació, per contra els que tenen entre 26 i 50 anys se situen de manera estadísticament molt significativa entre les 100.000 i 200.000 ptes.

En la relació que s'estableix entre la mobilitat espacial i l'edat constatem els següents aspectes:

1r. Només 152 persones, és a dir, el 12.5 % de la població enquestada, no treballa en el mateix municipi on resideix. En aquesta situació trobem de manera estadísticament significativa persones joves d'entre els 16 i els 25 anys, possiblement estudiants. Per contra, la gran majoria de la població enquestada treballa i resideix en el mateix municipi, cosa que palesa una mobilitat més aviat escassa. Els desplaçaments es produeixen majoritàriament cap a la ciutat de Lleida.

Taula n. Origen geogràfic.4 Percentatges verticals

	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	+ 66
N. individus	122	113	123	110	88	88	106	65	55	87	262
Lleida	89,3	89,4	79,7	84,5	69,3	69,3	70,8	78,5	65,5	63,2	70,6
Resta Països C.	6,6	5,3	5,7	6,4	9,1	10,2	9,4	7,7	10,9	6,9	4,6
Resta Estat E.	3,3	4,4	11,4	8,2	15,9	15,9	16,0	12,3	23,6	27,6	22,9
Països Co munitaris	,8	-	,8	-	-	1,1	-	-	-	1,1	-
Països extra-comunitaris	-	-	1,6	-	4,5	2,3	-	-	-	-	-
NS/NC	-	1,9	,8	,9	1,1	1,1	3,8	1,5	-	1,1	1,9

Taula n.5 Grau d'ús del català. Percentatges verticals

	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	+ 66
N. individus	122	113	123	110	88	88	106	65	55	87	262
Sempre	77,0	82,3	71,5	81,8	64,8	81,8	83,0	87,7	81,8	73,6	76,7

Sovint	15,6	12,4	17,1	11,8	17,0	5,7	7,5	7,7	3,6	5,7	5,3
Esporàdicament	6,6	2,7	7,3	5,5	13,6	11,4	3,8	-	1,8	13,8	5,3
Mai	,8	2,7	3,3	,9	3,4	1,1	5,7	4,6	12,7	5,7	11,8
NS/NC	-	-	,8	-	1,1	-	-	-	-	1,1	,8

Taula n.6 Grau d'ús del castellà. Percentatges verticals

	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	+ 66
N. individus	122	113	123	110	88	88	106	65	55	87	262
Sempre	19,7	15,0	23,6	20,0	27,3	28,4	14,2	12,3	21,8	19,5	20,2
Sovint	30,3	33,6	35,0	29,1	29,5	18,2	24,5	23,1	14,5	20,7	14,1
Esporàdicament	46,7	49,6	40,7	48,2	42,0	50,0	60,4	61,5	63,6	56,3	56,9
Mai	2,5	1,8	,8	2,7	1,1	2,3	,9	3,1	-	3,4	8,0
NS/NC	,8	-	-	-	-	1,1	-	-	-	-	,8

Taula n.7 Nivell d'estudis per edats. Percentatges verticals

	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	+ 66
N. individus	122	113	123	110	88	88	106	65	55	87	262
Sense	-	-	,8	-	-	1,1	1,9	3,1	7,3	9,2	17,6
Primaris	2,5	6,2	8,9	10,0	18,2	33,0	44,3	58,5	69,1	72,4	67,2
EGB...	44,3	30,1	35,8	40,0	33,0	28,4	32,1	20,0	18,2	5,7	8,8
BUP...	50,8	27,4	25,2	23,6	28,4	19,3	12,3	10,8	1,8	5,7	1,9
U. M.	1,6	24,8	17,9	16,4	10,2	11,4	8,5	4,6	1,8	3,4	2,7
U. S.	,8	11,5	11,4	8,2	10,2	6,8	,9	3,1	-	1,1	1,1
NS/NC	-	-	-	1,8	-	-	-	-	1,8	2,3	,8

(Sense= sense estudis; Primaris= Estudis primaris.; EGB= EGB, Batx. elemental, FP 1r grau; BUP, Batx. superior, COU, FP 2n grau; UM. = Universitaris de Grau Mig; US = Universitaris de Grau Superior)

Taula n.8 Distribució edat/classe social. Percentatges verticals

	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	51-55	56-60	61-65	+ 66
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	------

N. individus	122	113	123	110	88	88	106	65	55	87	262
Cl.Treballadora	9,4	14,1	25,0	9,4	9,4	9,4	12,5	3,1	1,6	3,1	3,1
Vella cl. mitjana	1,5	5,0	10,0	14,9	10,0	13,9	14,9	10,0	7,5	10,9	1,5
Nova cl. mitjana	6,1	15,6	18,5	16,8	13,3	10,1	9,5	5,8	2,9	1,2	,3
Inactius	15,1	6,6	3,9	3,0	2,6	3,1	5,2	3,9	4,6	9,8	42,1

2.2.3. L'origen geogràfic

Nombroses investigacions han posat en evidència la relació entre els canvis demogràfics -migracions- i els canvis socials, tant pel que fa referència a les dimensions econòmiques d'aquest canvi com pel que fa referència a les dimensions culturals. Aquests processos es troben directament vinculats amb la mobilitat social tant de caràcter vertical com de caràcter horitzontal.

Tradicionalment, Catalunya ha estat una comunitat receptora d'immigrants; així ho demostra el fet que del 1900 al 1980 es produeix un flux immigratori de prop de tres milions de persones. Ara bé, aquesta immigració no té les mateixes característiques arreu de Catalunya i la província de Lleida n'és un cas especial.

La diferència més important entre Lleida i la resta de Catalunya, segons Samper (1998), fa referència als immigrants d'altres províncies de la comunitat que s'instal·len a Lleida (el 26,9% segons el cens de 1991) i els que s'instal·len a la resta de Catalunya que representen el 10,6%. En aquest procés que va dels anys 60 fins ara hem de distingir dos períodes: un primer període (entre els anys seixanta i els primers setanta) que es caracteritza per uns forts desplaçaments interns lligats a la crisi de l'agricultura tradicional, i un segon període (entre els anys 76-86 aproximadament) en el que predominen, encara que de manera minoritària, els moviments entre les altres províncies catalanes.

Segons el Padró de 1986, actualitzat el 1991, del total provincial de 352.049, el 43,09%; és a dir, 151.684 persones, ha nascut en una població diferent de la que resideix, això no obstant, d'aquest conjunt d'immigrants, les dues tercers parts; és a dir, el 65,43% provenen de Catalunya i, pràcticament, la meitat de la província de Lleida. Solament el 32,18% prové d'una altra comunitat autònoma, i d'aquests, el 12,02% són andalusos i el 9,22% aragonesos.

Pel que fa a les migracions externes representen un 4,7% de la població nouvinguda. Si comparem les dades censals exposades anteriorment amb els percentatges obtinguts tant pel que fa a l'origen geogràfic dels enquestats com als anys d'estada a Catalunya, observem un cert paral·lelisme. El 75,9% dels enquestats han nascut a la província de Lleida, mentre que el 6,9% ho han fet a la resta de Catalunya. Els que han nascut a la resta de l'Estat espanyol suposen el 14,9% de la mostra, mentre que les noves immigracions representen l'1% de la població. Si comparem aquestes dades amb les obtingudes en l'Enquesta Metropolitana de Barcelona observem diferències notables en el sentit que el volum de persones que declaren haver nascut a Catalunya és molt més reduït i representa el 53,9%; per contra, el 46,1% de la població declara haver nascut fora de Catalunya.

Per edats, la població de menys de 35 anys neix, en percentatges més elevats, a la província de Lleida; mentre que, a mesura que augmenta l'edat, també augmenta el percentatge de persones nascudes a la resta de l'estat espanyol. Obtenim els percentatges màxims en les franges de més de 60 anys.

Quant a la seva distribució per comarques, el Segrià és la comarca que presenta de manera significativa més recepció de persones de la resta de l'Estat espanyol.

Podem constatar algunes de les observacions anteriors en la taula següent:

Taula n. 9 Origen dels entrevistats. Percentatges verticals

	N. individus	%
Lleida (província)	925	75,9
Resta països catalans	84	6,9
Resta Estat espanyol	182	14,9
Països comunitaris	4	,3
Països extracomunitaris	8	,7

L'interès d'aquesta qüestió radica en si l'origen pot constituir "a priori" un indicador significatiu d'estils de vida diferenciats pel que fa tant a equipaments com a consums i pràctiques culturals. En aquest cas la variable origen encobreix, de fet, altres variables com els nivells d'instrucció, d'ocupació o d'ingressos determinants a l'hora de definir un estil de vida. Els supòsits dels quals hom parteix es refereixen a:

1. Malgrat l'homogeneïtzació que la nostra societat, suposadament, imposa respecte als consums i pràctiques culturals es produeixen diferències notables entre els grups socials, molt especialment en les situacions d'immigració.

2. Les diferències pel que fa als estils de vida, vénen determinades, segons la majoria d'anàlisis existents, pels nivells d'instrucció. En el cas dels immigrants interns i extracomunitaris, en la seva gran majoria, els nivells d'instrucció són baixos o molt baixos.

En relació als anys d'estada a Catalunya o a Lleida, s'observa una distribució percentual de la mostra per anys força similar i, per tant, no es detecta l'abalot de persones arribades durant les dècades dels cinquanta als setanta (tal com demostra Recolons en "Les migracions a Catalunya en un nou període demogràfic", (1987), dècades que registren la màxima afluència d'immigrants. En tot cas, l'escassa industrialització del territori ha fet que els nous assentaments fossin migrats per una banda, i per una altra, es pot fer palès l'existència d'un desequilibri, pel que fa als nous assentaments, entre els zones urbanes, principalment Lleida, i la resta de comarques, algunes d'elles amb pèrdues poblacionals permanents.

Pel que fa a la població immigrada es produeix una relació força important entre l'edat i els anys d'estada en el sentit que, els que fa menys de 10 anys que viuen a Catalunya es concentren majoritàriament en els grups que, actualment, tenen menys de 40 anys; mentre que s'estableix una relació proporcionalment directa entre els que tenen més de 60 anys i duen més de 30 anys vivint aquí.

A continuació oferim les taules que presenten els anys d'estada a Catalunya i a Lleida:

Taula n.10 Anys d'estada a Catalunya. Percentatges verticals

	N. individus	%
Nascut a Catalunya	997	81,8
Menys de 10 anys	24	2,0
De 10 a 19 anys	19	1,6
De 20 a 29 anys	50	4,1
De 30 a 39 anys	44	3,6
De 40 a 49 anys	40	3,3
+ de 49	40	3,3

Taula n.11 Anys d'estada a Lleida. Percentatges verticals

	N. individus	%
Nascut a Catalunya	914	75,0
Menys de 10 anys	49	4,0
De 10 a 19 anys	46	3,8
De 20 a 29 anys	62	5,1
De 30 a 39 anys	54	4,4
De 40 a 49 anys	42	3,4
+ de 49	48	3,9

2.2.4. L'estat civil, composició i estructura familiar

En relació a l'estat civil sorprèn l'elevat nombre de persones solteres que apareixen en la mostra. La particularitat de les dades ens permet reflexionar al voltant d'alguns fenòmens com els que es descriuen a continuació:

1r. El percentatges de solters no es troben repartits de manera similar en totes les comarques. Trobem percentatges més elevats en les comarques de secà (la Segarra, les Garrigues o la Noguera) i en les comarques d'alta muntanya (Alt Urgell, Pallars Sobirà, Solsonès i Vall d'Aran). Aquest fenomen obeeix a diverses causes com la pèrdua de densitat demogràfica permanent que han viscut aquestes comarques en els darrers trenta anys. Aquest fet pot interpretar-se, tal com diuen Samper i Mayoral (1996) com un efecte pervers d'un sistema autoritari excessiu i d'una norma excessivament estricta en l'ordre de les transmissions patrimonials que ha provocat que els primogènits, especialment els hereus, es quedessin solters ja que la desersió de les zones rurals ha estat protagonitzada, majoritàriament, per dones degut a la baixa estima i consideració social en què se les ha tingut. També la pèrdua de prestigi de tot el que és rural, afegit a la pèrdua de valor econòmic de les explotacions, ha provocat que el sistema de dotar els fills o filles hagi perdut valor enfront el salari fix. Aquestes hipòtesis es confirmen en observar que els percentatges de solters superen en més de 10 punts els percentatges de solteres. Per franges d'edat resulten significatius tots els grups, malgrat que en proporcions diferents, de més de 36 anys d'edat. En canvi, el fet d'estar casat correlaciona significativament amb tenir més de 30 anys.

2n. Les persones casades representen el 54,3% del total de la població enquestada. En aquest cas es confirma la tradicional tendència a formar parelles homogàmiques; és a dir, parelles amb un nivell d'estudis similar. El percentatge obtingut per aquest grup

oscil·la al voltant del 33,6% i la categoria d'estudis que predomina representa persones *sense estudis*. Aquestes famílies es concentren majoritàriament en l'àmbit comarcal, per contra, les famílies hipergàmiques que representen un 9,0% de la població enquestada se situen de manera significativa en els *estudis primaris*; en el cas de les hipogàmiques amb un 8,3% són els *estudis secundaris* els que predominen. En oposició a les homogàmiques aquestes se situen en el Segrià, concretament a la ciutat de Lleida, i en les comarques properes a la ciutat com l'Urgell i el Pla d'Urgell.

Majoritàriament les famílies anteriors componen llars uninuclears amb fills amb una mitjana de tres membres. Pel que fa al repartiment de rols en l'organització familiar en les llars hipergàmiques i homogàmiques és freqüent trobar mestressa de casa i separació de rols, mentre que en les llars hipogàmiques s'estableix una relació significativa amb no tenir mestressa de casa i separació de rols.

3r. El fenomen de la cohabitació és relativament recent per aquest motiu disposem de poques dades en relació a aquest fenomen, en la mostra hem obtingut un percentatge insignificant de 1,8 persones que declaren viure en parella. Les seves edats són inferiors als 40 anys. De tota manera els resultats obtinguts són similars als que s'obtenen en l'Estat espanyol que són d'un 1,1%; per contra Barcelona capital obté un 3,0%. Cal dir que la cohabitació és una forma més aviat moderna resultat dels processos d'individualització i desinstitucionalització de la família que caracteritzarien segons Flaquer (1995) la segona transició familiar que es produeix a partir dels anys 60.

Els resultats obtinguts es presenten en la taula següent:

Taula n. 12 Estat civil dels entrevistats. Percentatges verticals

Solter/a	31,3
Casat/da	54,3
Aparellat/da	1,8
Separat/da	2,1
Divorciat/da	,8
Vidu/a	9,4
Religiós	,2
NS/NC	,1

2.2.5. Nivell d'estudis

2.2.5.1. La significació social dels nivells d'instrucció

L'expansió i la generalització de l'escolarització en el nostre país és un fet que es produeix amb força retard. Les conseqüències d'aquest fenomen són del tot òbvies; persistència d'elevats percentatges d'analfabetisme fins ben entrats els anys 60, dualitat del sistema educatiu: ensenyament primari per a tots, ensenyament secundari per als elegits; doble xarxa d'escoles: escoles públiques, escoles religioses; doble educació: per als homes i per a les dones. A partir dels anys 70 amb la llei de Villar Palasí s'inicia una certa ruptura de les coordenades anteriors que permet l'expansió dels ensenyaments secundari i universitari molt especialment per al col·lectiu femení que comença a envair els nivells universitaris amb percentatges fins aleshores impensables. Aquest fet és degut en part a l'existència d'una concepció social fonamentada en els corrents i models teòrics que circulen a Europa i als EUA que es basen en la teoria del capital humà (Becker, 1964). Aquests corrents difonen la creença que els estudis són font de mobilitat social i que cadascú se situa en la societat d'acord amb els mèrits i la vàlua personal.

Des de la perspectiva teòrica, aquest model dona pas a una nova societat que es basa en el predomini dels estatus adquirits per mitjà de l'educació i de les credencials educatives per sobre dels estatus adscrits; és a dir, per l'herència familiar. En aquest mateix sentit, els nivells d'estudis han de permetre obtenir una bona posició en el mercat de treball i, alhora han de permetre l'avenç de la societat.

Tot i aquesta concepció són nombrosos els estudis que denuncien l'escassa correspondència existent entre el nivell d'estudis i la posició social atesa tot posant en evidència per mitjà de l'anàlisi estadística les nombroses dificultats de les classes treballadores per atènyer els estudis universitaris. Aquest aspecte ja el posen de manifest Bourdieu i Passeron al 1966 en un estudi titulat *Los estudiantes i la cultura* on mostren els baixos percentatges d'estudiants de la classe obrera que van a la universitat. Però sense necessitat d'anar més lluny, un dels estudis més propers i més clars, en aquest sentit, és el realitzat per l'Enquesta Metropolitana de Barcelona (1990) que tot i fer evident una mobilitat educativa ascendent generalitzada mostra com el 96,4% dels fills de pares analfabets tenen un nivell d'estudis baix, com a molt estudis primaris. Un fet similar es constata amb els fills dels que no han acabat els estudis primaris amb un 10% menys, tot i que en aquests dos grups ja n'hi ha més de la meitat que tenen estudis primaris. Per contra, en el pol oposat, els fills de pare llicenciat o amb estudis de tercer

cicle són els que tenen un percentatge més alt d'estudis universitaris de segon cicle. Aquest fenomen s'accentua amb els que tenen estudis de tercer cicle que representen un percentatge molt més elevat que la resta de nivells educatius.

Si reprenem l'anàlisi des d'una perspectiva censal, en el cas de la nostra província, observem que el cens de 1991 presenta 5.679 analfabets dels quals 1681 són homes i 3.998 són dones amb la qual cosa es palesa la tradicional diferència quant a nivell d'estudis entre homes i dones, molt especialment, en els nivells baixos; nivells que, de ben segur, corresponen a persones adultes grans. En la resta de categories les diferències no són tan significatives, fins i tot en alguns casos arriben a invertir-se tal com es pot apreciar en les dades següents. Declaren tenir estudis primaris un total de 141.591 persones de les quals 69.806 són homes i 71.785 són dones, per als estudis secundaris obtenim 48.715 persones de les quals 25.810 són homes i 22.905 són dones. Els estudis universitaris suposen 18.285 persones d'entre les quals 8.481 són homes i 9.804 són dones. En general, observem que la mitjana de la població correspon als estudis primaris tot i que, en els últims anys, cada cop hi ha més persones en els estudis secundaris i universitaris conseqüència de l'expansió i generalització de l'educació tal com en la introducció a aquest capítol comentàvem.

2.2.5. 2. La població de Lleida: una població instruïda?

Constatem en la nostra anàlisi que les categories *sense estudis* i *estudis primaris* representen el 67,1%, percentatge que se situa prop de les tres quarts parts de la població. Aquest percentatge constitueix un indicador important del tipus de població que estem analitzant. Les conseqüències que se'n poden desprendre són del tot òbvies, molt especialment, pel que fa als consums i a les pràctiques culturals. Això no obstant, aquests nivells d'estudis no han repercutit ni en l'ocupació, ni en els ingressos. Volem dir que, a nivells d'estudis baixos els pot correspondre un percentatge d'atur elevat, fet que no es produeix en la població del nostre territori que es divideix entre el treball al camp en forma de petits o grans propietaris agraris i el treball en el sector serveis com a propietaris o com a empleats. Els ingressos tampoc es veuen afectats, cal fer, però, en aquesta variable, un incís important. Els ingressos no s'han de mesurar a partir de les quantitats declarades pels individus sinó a partir de les possessions que tenen.

En relació amb la resta de percentatges un 18,3% declaren tenir *estudis secundaris* i un 14,0% *estudis universitaris de grau mig o superior* tal com podem apreciar a la taula següent:

Taula n. 13 Els nivells d'estudis agrupats. Percentatges verticals

Nivell d'estudis	N. individus	%
Sense estudis	503	41,8
Estudis primaris	315	25,8
Estudis secundaris	223	18,3
Estudis universitaris	171	14,0
NS/NC		,6

Els resultats obtinguts en l'enquesta en relació a les diferències de nivell d'estudis per sexes que es mostren en la taula posterior ens permeten comprovar la tendència a la desaparició de les tradicionals diferències quant a analfabets i analfabetes i predomini dels que no tenen estudis primaris acabats. Per una altra banda, pel que fa als estudis secundaris podem afirmar l'existència d'un cert grau d'igualtat entre homes i dones; finalment constatar la tendència de la població de menys de quaranta anys a estar més qualificada acadèmicament sense que es manifestin diferències significatives entre homes i dones.

Aquestes dades, però, contrasten amb les obtingudes en l'Enquesta Metropolitana de Barcelona on el nivell d'estudis primaris és bastant més elevat que el que obtenim en el nostre qüestionari. Així doncs, en l'Enquesta Metropolitana s'obté un 15.5% de persones *sense estudis*, mentre que els que tenen estudis primaris representen el 40,2% de la població. També els percentatges d'*estudis secundaris* es troben per sobre dels obtinguts en el nostre territori amb un percentatge del 27%. En relació als universitaris les diferències s'escurcen tot i que continuen per sobre dels que nosaltres hem obtingut amb un 17%.

La relació que s'estableix entre l'edat i el nivell d'estudis assolit és força significativa. Tal i com es podia esperar es produeix una relació estadísticament significativa entre tenir més de 56 anys i la categoria sense estudis i tenir menys de 35 anys i tenir estudis universitaris. El nivell mig de la població analitzada és estudis primaris de la qual cosa se'n dedueix que, a nivell global, els nivells educatius continuen sent baixos, tot i que les generacions més joves representen canvis estructurals importantíssims cara a variar aquest nivell.

Una altra de les variables que hem posat en relació amb el nivell d'estudis assolits és l'origen. Pel que fa a l'origen es continua confirmant la tradicional relació entre haver

nascut a Lleida i tenir estudis secundaris i estudis universitaris i haver nascut fora dels Països Catalans i no tenir estudis. Aquesta idea correspon a les característiques dels immigrants dels anys 60-70. Aquests immigrants no tenien estudis i, en la seva gran majoria, tampoc professió, venien determinats a treballar com a peons en les fàbriques i en la construcció. Les condicions d'arribada i d'assentament tot i ser notablement diferents dels immigrants extracomunitaris actuals ja que, aquests darrers arriben en unes condicions d'il·legalitat i han de fer front a un mercat laboral que ofereix unes condicions molt precàries, es van produir amb nombroses dificultats, sobretot a nivell d'habitatge. La nostra ciutat guarda en la seva memòria recent enclavaments poblacionals que van desenvolupar-se com a zones d'autoconstrucció deliberadament aïllades del centre de la ciutat en turons de secà, sense serveis, i amb un estat de comunicacions molt precari. Això va facilitar que aquests nuclis esdevinguessin una reproducció força fidel del seu lloc d'origen i no s'integressin lingüísticament. Per una altra banda, molts dels immigrants que arriben actualment no són persones analfabetes sinó gent amb un determinat nivell d'estudis tot que la seva equiparació amb els nivells corresponents del nostre país és difícil.

Observem que la grandària dels municipis manté una relació significativa amb el nivell d'estudis que es posseeix. Destaquem una relació significativa entre viure en municipis menors de 2.000 habitants i pertànyer a la categoria *sense estudis* mentre que en els municipis d'entre 5.000 i 9.999 habitants trobem persones amb *estudis secundaris*. Els *estudis universitaris* augmenten notablement a la ciutat de Lleida, molt especialment en la zona de barris I que comprèn els barris Xalets Humbert Torres, Camp d'Esports, Joc de la Bola, Ferran-Estació, Príncep de Viana-Clot, Universitat.

A grans trets, les comarques presenten força homogeneïtat. Destaca la comarca de la Seu d'Urgell per presentar una relació estadísticament significativa amb els que tenen *estudis secundaris* tot i que el percentatge és discret. També el Plà d'Urgell presenta una relació similar amb els que tenen *estudis primaris*. De tota manera, el contrast més punyent es produeix en comparar el territori i una zona de barris de la ciutat on es troben situats la majoria de persones que declaren tenir estudis universitaris. Aquesta constatació no és resultat de l'atzar sino que coincideix amb estudis censals realitzats anteriorment, com els realitzats per Giró (1997), en els quals es posa en evidència la mateixa relació. Ens referim a la zona que hem definit com a Segrià I i que comprèn els barris Joc de la Bola, Camp d'Esports, Xalets Humbert Torres, Ferran-Estació, Príncep de Viana-Clot, Universitat, Instituts-Templers, Ciutat jardí. La comprovació anterior

ens duu a constatar, un cop més, les relacions que s'estableixen entre els nivells socioculturals de les persones i la seva ubicació física o geogràfica en les ciutats. Una anàlisi interessant és relacionar els nivells socioculturals de la població i els equipaments que van des de l'habitatge, els serveis, els equipaments culturals i el moviment associatiu.

En un altre ordre de coses, es fa palesa una relació estadísticament significativa entre tenir *estudis secundaris i universitaris* i ser solter i estar en la categoria sense estudis i ser casat. De la relació anterior se'n pot deduir que els nivells d'estudis forneixen un major grau d'autonomia i per tant el matrimoni es planteja des d'una altra perspectiva i no com l'única solució amb una situació sigui econòmicament poc solvent en el cas de la dona o sigui en una situació de dependència domèstica en el cas de l'home.

A manera de síntesi destaquem les observacions següents:

1. A la nostra província com a la resta de l'Estat el nivell d'estudis majoritari correspon als *estudis primaris*, tot i que constatem la progressiva desaparició de l'analfabetisme per una part i, per una altra, el fet que les generacions més joves obtenen percentatges més elevats d'*estudis secundaris i universitaris*. Aquesta tendència correspon a la pròpia evolució social ja que, tal com afirma Giner (1990), la possessió de capital cultural és l'única forma de resistir eficaçment els envits del moment històric i no ser eliminat del mercat del treball o caure en la marginació dels aturats a la força.
2. L'anàlisi de les dades també ens permet observar l'existència d'un procés cap a la igualació formal del nivell d'estudis d'homes i dones. De fet, el qüestionari no ens permet matisar quins tipus de carreres s'emparen sota la denominació estudis universitaris, en tot cas, tot i que els progressos són evidents, sabem per les estadístiques oficials que les carreres tècniques continuen estant més ocupades per homes que per dones mentre que les carreres de lletres o que representen serveis que podríem denominar "tenir cura de" (medicina, assistents socials, educadors socials, mestres...) estan a mans de dones, majoritàriament.
3. Una altra relació que no podem obviar en aquestes conclusions és la que configuren la variable origen geogràfic i nivell d'estudis. Les conseqüències d'una aital relació no són gens menyspreables ja que determinen una relació específica amb la llengua i amb la cultura que els acull. La distribució de la població en el territori, molt especialment en les ciutats, no és homogènia; en tots els casos la seva distribució respon a variables com nivell d'estudis, classe social, nivell d'ingressos que permeten l'accés a determinades zones d'habitatges que alhora mantenen relació amb la distribució dels equipaments bé

siguin de caràcter urbanístic - monuments, museus...- bé siguin de caràcter social - equipaments escolars, esportius, sanitaris...- aquestes relacions complexes d'esbrinar han determinat una relació intensa entre immigració, nivell d'estudis i adaptació cultural mesurada a partir del grau de coneixement i ús de la llengua catalana. Les condicions socials i urbanístiques dels barris pobres han dificultat l'accés als recursos i béns culturals reproduint cercles de marginació cultural.

3. Pel que fa a la importància de la distribució espacial ens trobem amb un territori força homogeni llevat d'escasses excepcions. És evident que les distàncies espacials són o esdevenen, a curt o a llarg termini, distàncies socials. Això vol dir que la despesa en estudis o en l'adquisició de capital cultural que han de fer aquells que habiten a les comarques més llunyanes de la capital són molt més feixugues de suportar. Per una altra banda, el predomini de l'activitat agrària per sobre d'altres activitats, l'existència de molts nuclis de població amb menys de 1.000 habitants i les dificultats de mobilitat dificulten que la gent amb nivells d'estudis superiors o universitaris s'hi quedin a viure.

Taula n. 14 Nivell d'estudis per sexes. Percentatges verticals

Nivell d'estudis	Total%	Home%	Dona%
Sense estudis	41,3	41,2	41,3
Estudis primaris	25,8	25,5	26,2
Estudis secundaris	18,3	19,1	17,4
Estudis universitaris	14,0	13,9	14,1
NS/NC	,6	,2	1,0

Taula n. 15 Distribució dels nivells d'estudis per edats. Percentatges verticals

	Total	Sense estudis	Estudis primaris	Estudis secundaris	Estudis universitaris
16-20	10,0	,6-	17,1+	27,8+	1,8-
21-25	9,3	1,4-	10,8	13,9+	24,0+
26-30	10,1	2,4-	14,0+	13,9+	21,1+
31-35	9,0	2,2-	14,0+	11,7	15,8+
36-40	7,2	3,2-	9,2	11,2+	10,5
41-45	7,2	6,0	7,9	7,6	9,4
46-50	8,7	9,7	10,8	5,8	5,8
51-55	5,3	8,0-	4,1	3,1	2,9

56-60	4,5	8,3+	3,2	,4+	,6-
61-65	7,1	14,1+	1,6-	2,2-	2,3-
+ de 66	21,5	44,1+	7,3-	2,2-	5,8-

Taula n.16 Relació entre l'origen i el nivell d'estudis. Percentatges verticals

	Total	Sense estudis	Estudis primaris	Estudis secundaris	Estudis universitaris
Lleida (provincia)	75,9	69,6-	78,7	83,0+	80,7
Resta països catalans	6,9	5,8	9,2	6,3	6,4
Resta Estat espanyol	14,9	22,3+	11,7	6,7-	9,9-
Països comunitaris	,3	,2	-	,9	,6
Països extracomunitaris	,7	-	-	1,8	2,3
NS/NC	1,3	2,2+	,3	1,3	-

Taula n.17 Relació entre el nivell d'estudis i la grandària dels municipis. Percentatges verticals

	Total	Sense estudis	Estudis primaris	Estudis secundaris	Estudis universitaris
- de 2.000	34,5	40,8+	36,8	24,2-	26,3-
de 2.000 a 4.999	15,8	16,5	14,9	16,1	15,8
de 5.000 a 9.999	10,4	8,5	11,7	14,8+	7,6
de 10.000 a 49.999	11,2	8,9-	12,7	14,8	10,5
de 100.000 a 499.999	26,8	24,3	22,5	28,3	38,6+
Ns/Nc	1,2	1,0	1,3	1,8	1,2

Taula n. 18 Distribució dels nivells d'estudis per comarques. Percentatges verticals

	Total	Sense estudis	Estudis primaris	Estudis secundaris	Estudis universitaris
Alt Urgell	5,4	5,4	5,1	8,5+	2,3
Alta Ribagorça	1,1	1,4	,3	1,8	,6
Garrigues	5,6	6,8	3,8	5,4	5,8
Noguera	10,6	11,1	12,7	8,1	8,8
Pallars Jussà	3,7	4,6	1,9-	4,9	2,9
Pallars Sobirà	1,7	2,0	1,3	1,3	1,8
Pla d'Urgell	8,2	6,2-	12,4+	8,5	5,8
Segarra	5,0	3,8	7,6+	5,8	2,9
Segrià	16,0	20,7+	15,2	7,6	15,2
Segrià I	14,4	10,9-	9,5-	18,4+	26,3+
Segrià II	7,8	7,0	7,9	9,0	8,8
Segrià III	6,9	7,8	7,6	4,0	7,0
Solsonès	3,1	2,8	3,2	5,4+	1,2
Urgell	8,5	7,4	9,8	9,9	8,2
Vall d'Aran	2,0	2,4	1,6	1,3	2,3

Taula n. 19 Relació entre el nivell d'estudis i l'estat civil. Percentatges verticals

	Total	Sense estudis	Estudis primaris	Estudis secundaris	Estudis universitaris
Solter/a	31,3	10,9-	36,2+	55,2+	51,5+
Casat/da	54,3	64,8+	54,9	39,0-	42,7-
Aparellat/da	1,8	1,4	2,5	2,2	1,2
Separat/da	2,1	1,8	3,2	2,2	,6
Divorciat/da	,8	1,0	,3	,9	1,2
Vidu/a	9,4	20,1+	2,9-	-	1,2-
Religiós/a	,2	-	-	,4	1,2
NS/NC	,1	-	-	-	,6

2.2.6. La classe social

2.2.6.1. *Un concepte polèmic*

El terme classe social és un terme controvertit des de moltes vessants. Primerament, el concepte classe social duu una forta càrrega ideològica ja que, tradicionalment, s'ha assimilat al concepte marxista de classe social; en segon lloc, l'enorme complexitat en la definició de classe social segons els autors es fonamentin en una perspectiva teòrica marxista elaborada a partir dels conceptes explotació i posició en el sistema de producció o en una perspectiva més weberiana elaborada a partir dels conceptes de dominació i posició enfront el sistema de mercat, i en tercer lloc el que Olin Wright (1993, 1995) anomena les posicions múltiples, és a dir, tot i que els individus ocupen una única posició de classe aquesta pot tenir un caràcter dual o múltiple, posem per cas un gerent o un directiu que ocupa una posició subordinada en relació al capital i una posició supraordinada en relació als empleats o administratius que estan al seu servei.

Per una altra banda ens hem de preguntar si els conceptes anteriors són suficients a l'hora de definir una classe social i si, actualment, les classes no s'haurien d'estructurar tenint en compte, a banda dels criteris anteriors, altres criteris com l'edat, el sexe, o una certa homogeneïtat en les pràctiques culturals enteses en el sentit de l'*habitus* de Bourdieu (1979) com un conjunt de condicions comunes, una manera de viure.

2.2.6.2. *Un context per industrialitzar*

Si parlem de l'evolució que ha sofert la nostra província dels anys seixanta fins ara hem de destacar diversos fenòmens que afecten l'estructura de la població quant a sistemes de producció. Dels anys de la liberalització econòmica a la resta de l'Estat espanyol en destaquem, a la nostra província, dos trets fonamentals: el predomini del sector agrari i la debilitat del sector industrial. En aquests anys, segons Morell (1998) el sector agrari genera el 35,4% del producte net total de la província en oposició al 5,7% que genera el Principat i el 12,5% la resta de l'Estat. Ara bé a les darreries dels anys seixanta l'agricultura i la indústria lleidatanes perden pes respecte del sector serveis. Aquest fet potencia la capitalitat administrativa de Lleida -que es transforma en una mena de macrocefàlia-en relació al conjunt provincial i alhora un increment poblacional important.

Resultat d'aquests processos és la disminució de l'ocupació agrària que és menys intensa que a la resta de Catalunya degut a l'especialització frutícola i a la introducció de la ramaderia intensiva. Per contra, l'ocupació industrial és regressiva. Pel que fa al sector terciari es desenvolupa amb més intensitat a Lleida que a la resta de Catalunya. Això no obstant, nombrosos indicadors assenyalen la incapacitat de la indústria i dels serveis de Lleida d'absorvir els excedents de la mà d'obra del camp, la qual cosa es tradueix en una absència d'oportunitats en l'ocupació. L'evolució de l'ocupació ens indueix a fer les reflexions següents:

1a. La desfavorable evolució de l'ocupació industrial.

2a. L'estabilització de l'ocupació agrària deguda a les poques oportunitats que ofereixen la resta de sectors productius i l'equilibri progressiu entre els recursos agraris i la població necessària per a la seva explotació.

Malgrat aquests aspectes que acabem de comentar, l'escàs augment poblacional, el creixement de la producció durant els anys seixanta o l'existència d'un àmbit territorial eminentment dinàmic contraresten positivament els factors negatius i provoquen que l'evolució del producte net per persona ocupada sigui favorable.

2.2.6.3. Una societat amb poca divisió del treball

Els resultats obtinguts per a cadascuna de les classes es detallen a continuació:

1. *la classe treballadora* comprèn un total de 64 individus que representen el 5,3% del total de la mostra.
2. *la vella classe mitjana* comprèn un total de 201 individus que representen el 16,5% del total de la mostra.
3. *la nova classe mitjana* comprèn un total de 346 persones que representen el 28,4 del total de la mostra.

Cal considerar els *inactius* ja que representen un volum significatiu de la població, és a dir comprenen 610 persones que representen el 50,0%.

Taula n.20 Distribució de la població per classes socials. Percentatges verticals

Classe social	N. individus	%
Classe treballadora	64	5,3
Vella classe mitjana	201	16,5
Nova classe mitjana	346	28,4

Inactius	610	50,0
----------	-----	------

Per sexes destaquem la presència de moltes dones inactives especialment mestresses de casa, aturades, estudiantes i jubilades. També obtenim un percentatge significatiu de dones que pertanyen a la *nova classe mitjana*, fonamentalment, empleades en comerços i serveis.

Molt interessants són els resultats que obtenim per edats. Observem que la franja dels quaranta anys suposa una línia divisòria important pel que fa a la pertinença a la classe social. S'estableix una relació estadísticament significativa entre tenir menys de quaranta anys i pertànyer a la nova classe mitjana i tenir més de quaranta anys i pertànyer a la vella classe mitjana. Òbviament, s'observa que en la nova classe mitjana es produeix una presència força significativa de persones que tenen estudis universitaris, també en aquest grup observem una presència força important de persones amb estudis primaris degut a l'existència d'empleades.

Cal destacar una certa relació entre ser inactiu, haver nascut en la resta de l'Estat espanyol i viure a Lleida més de trenta anys. Evidentment aquesta població correspon a les primeres onades d'immigrants arribats durant els anys 60 a la nostra província que en l'actualitat estan jubilats o en vies de jubilar-se.

Taula n.21 Pertinença a una classe social segons l'origen geogràfic. Percentatges verticals

	classe treballadora	Vella classe mitjana	Nova classe mitjana	Inactius
Lleida (prov.)	81,3	82,6+	78,3	72,3-
Resta països catalans	12,5	9,5	5,2	6,6
Resta Estat espanyol	1,6-	5,5+	13,9	19,3+
Països comunitaris	-	1,0	,3	,2
Països extracomunitaris	3,1	-	1,4	,2
NS/NC	1,6	1,5	,9	1,5

Els estudis han estat considerats com un dels eixos més importants de la mobilitat social i com un aspecte clau en la millora de la posició en el mercat de treball. Així ho constatem en els resultats de l'enquesta on es posa en evidència una relació

estadísticament significativa entre els nivells d'estudis secundaris i universitaris i la pertinença a la nova classe mitjana tal com es mostra en la taula següent:

Taula n.22 Relació entre la classe social i el nivell d'estudis. Percentatges verticals

	classe treballadora	Vella classe mitjana	Nova classe mitjana	Inactius
Sense estudis	28,1-	41,3	16,5-	56,9+
Estudis primaris	45,3+	35,3+	28,0	19,3-
Estudis secundaris	25,0	12,9-	26,6+	15,1-
estudis universitaris	1,6-	10,0	28,3+	8,0-
NS/NC	1,6-	,5	,6	,7

Altres característiques fan referència a la situació en el treball, a l'habitatge i a la mobilitat. En relació amb la situació en el treball la gran majoria d'individus entrevistats treballen a temps total, ara bé, els que pertanyen a la classe treballadora manifesten més propensió a tenir feines de caràcter eventual, mentre que els individus que pertanyen a la classe mitjana són més propensos a tenir feina fixa.

Pel que fa a l'habitatge, la població es distribueix de manera aleatòria entre els pisos i les cases adosades (entenem per cases adosades les cases unifamiliars amb dues o tres plantes típiques dels pobles o zones rurals). Aquesta distribució és del tot normalitzada si analitzem les característiques del territori. Pel que fa al règim de l'habitatge observem un sentit de la propietat molt arrelat ja que, la gran majoria viuen en propietats que ja s'han pagat i en un nombre més reduït de casos, en curs de pagament. En tot cas, destacar una diferència curiosa; la vella classe mitjana declara tenir despatx, mentre que la nova classe mitjana declara tenir estudi-biblioteca. Aquesta diferència implica l'existència d'una escala de valors diferents: el despatx s'utilitza més per fer càlculs o negocis, l'estudi s'utilitza més com a lloc de lectura, de treball o per escoltar música.

Pel que fa referència a treballar i residir en el mateix municipi o en un altre observem que un 19,9% de la nova classe mitjana no resideix i treballa en el mateix municipi sino que es desplaça bé a un altre o a Lleida ciutat.

A manera de conclusions hem de destacar:

1. Tal com anunciàvem en els comentaris referents al desenvolupament dels diferents sectors a la demarcació de Lleida, l'estructura de la nostra província és força peculiar. Si

observem la distribució de persones per classes socials, trobem una classe treballadora més aviat reduïda amb un 5,3% de població (ho podem comparar amb l'Enquesta Metropolitana de Barcelona i observem que la mateixa classe aplega el 31,6%), per contra el grup d'inactius és força ampli amb un 50% de la població, fet degut, entre altres coses, a un envelliment progressiu de la població. Lleida és la província de Catalunya que presenta uns índexs d'envelliment globals superiors a la resta tal com exposa Recolons (1987) en la seva anàlisi recollida a Visió de Catalunya.

Una altra observació a tenir present és l'existència d'un gran nombre de persones que pertanyen a la classe mitjana. En aquest sentit, la diferència quant a nombre entre les dues subclasses: vella classe mitjana i nova classe mitjana podria considerar-se com una conseqüència de l'evolució dels diferents sectors: un sector primari amb bastants propietaris agraris i un sector terciari amb força empleats al sector serveis o tècnics mitjans per posar un exemple. En síntesi, cal destacar l'escassa presència de treballadors fruit d'una industrialització deficient i l'existència d'una gran majoria de població activa que pertany a la classe mitjana sent propietaris agrícoles en les zones rurals i treballadors dels serveis en les zones més urbanes

2. L'augment dels nivells d'instrucció en les generacions més joves de quaranta anys determina la pertinença a la nova classe mitjana. A nivell global constatem que el nivell d'estudis té una incidència significativa en la mobilitat social, de tal manera que suposa l'accés a un tipus diferent d'ocupacions; el que no queda tant clar és si aquesta mobilitat modifica en profunditat els hàbits i comportament culturals de les persones.

3. La relació entre la pertinença a una classe social i els ingressos es mostra difusa i no ens permet arribar a conclusions rellevants. Sorprenen els resultats, molt especialment, si els comparem amb el nivell sumptuositat aparent com a cotxes fastuosos i altres luxes que es mostren en una simple observació a ull nu.

La mitjana d'ingressos que es declara és més aviat baixa. Aquest fet podria correspondre a dos factors: per una banda tenim una població amb majoria de petits propietaris agraris que poden tenir propietats però no tenir una liquidesa dinerària, en el sentit que treballar la terra implica invertir permanentment en recursos materials, per una altra banda hi ha un cert predomini d'empleats i tècnics mitjans als quals els pot correspondre sous inferiors a 200.000 PTA. En aquest sentit, les respostes tenen una bona part de lògica, tot i que, no hem de descartar que, freqüentment, molts d'aquests casos disposen de patrimoni sigui en terres o en altres recursos.

4. Les característiques referents a la població, al tipus de treball i a la mobilitat ens permeten intuir l'existència d'una concepció molt localocentrista de les relacions socials i possiblement, també, de les relacions econòmiques. El problema d'una concepció molt fonamentada en aspectes locals és la dificultat adoptar i adaptar-se a les innovacions. Possiblement aquest fet expliqui la pervivència d'unes relacions comunitàries potents fonamentades en tenir cura de les aparences, del què diran, a no deixar penetrar persones alienes ni models nous que trenquin els esquemes tradicionals.

Taula n.23 La distribució de les classes socials segons el sexe. Percentatges verticals

	Total	Classe treballadora	Vella classe mitjana	Nova classe mitjana
Home	50,1	78,1+	72,1+	52,9
Dona	49,9	21,9-	27,9-	47,1

Taula n.24 Relació entre la classe social i l'edat. Percentatges verticals

Edat	classe treballadora	Vella classe mitjana	Nova classe mitjana	Inactius
16-20	9,4	1,5-	6,1-	15,1+
21-25	14,1	5,0-	15,6+	6,6-
26-30	25,0+	10,0	18,5+	3,9-
31-35	9,4	14,9+	16,8+	3,0-
36-40	9,4	10,0	13,3+	2,6-
41-45	9,4	13,9+	10,1+	3,1-
46-50	12,5	14,9+	9,5	5,2-
51-55	3,1	10,0+	5,8	3,9-
56-60	1,6	7,5+	2,9	4,6
61-65	3,1	10,9+	1,2-	9,8+
+ de 66	3,1-	1,5-	,3-	42,1+

Detall de la posició en el mercat de treball de l'entrevistat

Taula n.25 Actius sector privat. Percentatges verticals

Sobre un total del 43,2%

Artesans-autònoms	6,3
Comerciants	4,3

Contramestres	,1
Directors/gerents	1,5
Empleats	15,2
Empresari ind/serveis	,8
Forces armades	,2
Obrers no qualificats	1,3
Obrers qualificats	2,8
Petit empresari	1,1
Professions liberals	,7
Propietaris agraris	4,8
Tècnics alt nivell	1,1
Tècnics mitjans	3,2
Treballadors agraris	,5

Taula n.26 Actius Sector Públic. Percentatges verticals
Sobre un total de 6,7

Artesans-autònoms	,1
Comerciants	
Contramestres	,1
Directors/gerents	,3
Empleats	1,5
Empresari ind/serveis	
Forces armades	,1
Obrers no qualificats	,2
Obrers qualificats	,2
Petit empresari	,3
Professions liberals	,1
Propietaris agraris	,1
Tècnics alt nivell	2,5
Tècnics mitjans	1,3
Treballadors agraris	,1

Taula n.27 Inactius. Percentatges verticals
Sobre un total d'un 50,0%

Aturats	3,7
Estudiants	9,4
Jubilats	20,2

Mestresses de casa	13,1
Pensionistes/incapacitats	3,0
Excedents	,2
Religios	,2
Altres	,2
Feines esporàdiques	,2
NS/NC	,5

2.2.7. Els ingressos

Els resultats obtinguts en els ingressos s'han de considerar amb una relativa fiabilitat ja que intuïm que moltes respostes no ofereixen un grau suficient de versemblança. En tot cas caldria recomanar investigar sobre els ingressos per altres mitjans no pertinents a aquest treball.

Recordem que la variable ingressos ha estat elaborada a partir de les categories següents:

Ingressos alts: més de 500.001 PTA

Ingressos mitjans alts: de 300.001 a 500.000 PTA

Ingressos mitjans: de 200.001 a 300.000 PTA

Ingressos mitjans-baixos: de 100.001 a 200.000 PTA

Ingressos baixos: fins a 100.000 PTA

Els resultats obtinguts es distribueixen de la manera següent:

1. Els ingressos alts comprenen 7 persones que representen el 0,6% del total de la població.
2. Els ingressos mitjans-alts comprenen 12 persones que representen el 1,0% del total de la població.
3. Els ingressos mitjans comprenen 97 persones que representen el 8,0% de la població.
4. Els ingressos mitjans baixos comprenen 315 persones que representen el 25,8% de la població.
5. Els ingressos baixos comprenen 491 persones que representen el 40,3% de la població

La relació entre els ingressos i la posició ocupada en el mercat de treball no és sempre evident tal com es mostra en la taula següent:

Taula n.28 La relació entre els ingressos i la classe social. Percentatges verticals

	classe treballadora	Vella classe mitjana	Nova classe mitjana	Inactius
Alts	-	57,1	28,6	14,3
Mitjans-Alts	8,3	25,0	66,6	-
Mitjans	4,1	40,2+	49,5	4,1-
Mitjans-baixos	10,4+	26,7+	50,8+	12,7-
Baixos	5,1	12,6-	23,2	60,1+
NS/NC	-	,4-	,8	98,0+

2.3. Característiques culturals de la població analitzada

2.3.1. Coneixement i ús de les llengües catalana i castellana

Els processos d'homogeneïtzació quant a estructura social que es van produir a partir dels anys seixanta i que van tenir com a resultat una certa igualació cultural en l'àmbit de les classes mitjanes arreu de l'Estat van significar la desaparició d'alguns trets de modernitat considerats propis de la societat catalana. En aquest punt d'evolució sociohistòrica de la nostra societat, la llengua va esdevenir el tret cultural més important i més visible de la nostra identitat. Conseqüència d'aquest fet, en els darrers vint anys la llengua ha estat objecte d'un elevat grau de politització no exempt de pol·lèmiques. Precisament, aquesta politització ha produït una disparitat de discursos pel que fa a la valoració de l'extensió del coneixement i de l'ús del català el tret comú dels quals ha estat la consideració de la llengua com una entelèquia que poc té a veure amb les característiques sociològiques dels individus que la utilitzen i amb els contextos d'ús. La idea més comuna és que si bé ha augmentat el coneixement de la llengua catalana, tal com mostren les estadístiques, n'ha retrocedit el seu ús.

És evident que l'escolarització en llengua catalana i la influència dels mitjans de comunicació han produït un augment del seu coneixement; ara bé, no està tant clar si aquest augment del coneixement ha repercutit en un augment de l'ús. Mesurar l'ús és quelcom difícil d'aconseguir ja que s'escapa a l'anàlisi estadística habitual i té una condició molt variable que depèn no solament de les característiques de les interaccions sinó de trets psicològics incontrolables que fan referència a la lliure decisió de cadascun dels individus en un moment determinat en una societat amb molta mobilitat.

Tal com apuntàvem abans, les versions més oficials no coincideixen amb altres estudis sobre la realitat. Aquest és el cas dels resultats obtinguts en l'Enquesta Metropolitana de Barcelona (1990) on es constata l'aparició d'una nova identitat bilingüe que s'aferma amb molta força en aquesta regió. Evidentment, aquesta característica ha de posar-se en relació amb el perfil dels individus que la representen. Així doncs, el seu origen social, el nivell d'estudis que han assolit, l'ocupació que desenvolupen, l'estatus al que pertanyen, els seus gustos culturals, l'hàbitat són variables que s'han de tenir presents en l'anàlisi.

D'acord amb aquest procés metodològic, en el nostre qüestionari hem mesurat el coneixement i l'ús sempre a partir de la percepció subjectiva de cadascun dels entrevistats. Amb aquesta finalitat hem introduït tres ítems per tal d'aplegar informació al voltant de la llengua d'ús habitual, el coneixement de les llengües catalana i castellana en les categories: l'entèn, el parla, el llegeix i l'escriu, i el grau d'ús de cadascuna d'aquestes llengües mesurat a partir de l'escala següent: l'utilitza sempre, sovint, esporàdicament i mai.

Les dades generals obtingudes en el nostre qüestionari fan palés que un 72% de la població utilitza habitualment el català en les seves interaccions quotidianes, mentre que un 14.2% només ho fan en castellà; per contra, un 11,4% utilitzen ambdues llengües de manera similar. Aquest darrer percentatge constitueix una mostra que, malgrat els auguris negatius d'alguns dels estudiosos, existeix una franja relativament important de persones que estan en algun procés de canvi positiu des de la perspectiva de la llengua catalana malgrat que, aquest procés sigui arribar a una situació de bilingüisme.

Taula n.29 Llengua habitual de l'entrevistat. Percentatges verticals

Català	72,0
Castellà	14,2
Ambdues igual	11,8
Aranès	1,1
Llengües europees	,1
Àrab	,2
Altres	,1
NS/NC	,6

Taula n.30 Coneixement de la llengua catalana. Percentatges verticals

	l'entén	el parla	el llegeix	l'escriu
Català	98,0	89,9	77,3	50,6
Castellà	99,3	96,2	95,7	92,9

Les dades anteriors ens permeten apreciar la situació de desavantatge de la llengua catalana respecte de la castellana en relació al coneixement, especialment d'aquelles categories que impliquen desenvolupar habilitats que no depenen tant de la comunicació informal com del nivell d'escolarització. Evidentment aquestes dades han de ser posades en relació amb la mitjana de nivell d'estudis de la població, l'edat o l'hàbitat entre altres variables. També cal considerar l'absència d'una escolarització en català durant els anys de la dictadura. La implantació generalitzada de l'escolarització en català és un fenomen relativament recent que ha afectat a les generacions més joves, mentre que el castellà ha estat la llengua amb la que han cursat els estudis la majoria de generacions de més de trenta anys. Això vol dir que aquests resultats no s'han d'entendre com a catastròfics sinó com un efecte de les circumstàncies històriques a les que han estat sotmeses un bon nombre de generacions.

Taula n.31 Grau d'ús. Percentatges verticals

	Català	Castellà
Sempre	77,9	20,2
Sovint	9,9	24,3
Esporàdicament	6,5	52,0
Mai	5,3	3,2
NS/NC	,4	,3

Les dades anteriors ens constaten l'existència d'un percentatge que se situa al voltant del 20,2% que utilitza sempre la llengua castellana en la seva vida quotidiana. Aquest percentatge es troba desigualment repartit en les diferents franges d'edat. La franja que ofereix un percentatge més reduït és la que representa els que tenen entre 51 i 55 anys amb un 12,3% de persones que manifesten parlar sempre en castellà; per contra els que tenen entre 41 i 45 anys són els que presenten un percentatge més elevat de persones que utilitzen sempre la llengua castellana amb un 28,4%.

Per comarques les zones més catalanitzades corresponen a la Segarra, l'Urgell, el Solsonès, el Pla d'Urgell i les Garrigues amb percentatges superiors al 83%, mentre que les menys catalanitzades són la Vall d'Aran -que té un 58% de persones que utilitzen habitualment l'aranès- i l'Alta Ribagorça- zona fronterera amb Osca. La resta oscil·la entre el 70 i el 80%. A la pregunta sobre quan utilitzen el català constatem com les comarques anteriors confirmen les seves posicions i, a més a més, se'ls afegeixen les comarques de La Noguera i el Pallars Jussà. Per contra, les comarques anteriors són les que presenten percentatges d'ús del castellà més reduïts, contràriament al que s'esdevé en l'Alta Ribagorça i la Vall d'Aran que eleven lleugerament els seus percentatges.

Un comentari a part mereixen les diferents zones de la ciutat, concretament el Segrià II i el Segrià III que comprenen els barris de Pardinyes, Cap pont, Balàfia, la Bordeta, Mariola, Secà de Sant Pere, Magraners i Centre Històric amb un total de 181 individus enquestats. Aquestes zones presenten en el cens de 1991 el major nombre d'immigrants de la ciutat. Així obtenim el 63,2% per al Segrià II i el 45,2 % per al Segrià III que declaren utilitzar sempre el català; les dades anteriors corresponents a la ciutat de Lleida encara es troben lleugerament per sobre de les que s'obtenen a la pregunta quina és la llengua d'ús habitual. Com es obvi, els percentatges s'inverteixen en el cas del castellà que obté un 40,0% per a la zona II i el 60,7% per a la zona III. En aquestes dues zones obtenim els percentatges de coneixement més baixos molt especialment en les habilitats de llegir i escriure el català.

Quan es tracta de la variable grandària del municipi es confirma la tradicional idea que, en els municipis més petits, l'ús de la llengua catalana és molt superior al de la llengua castellana. Tal com podem observar en les taules posteriors l'ús del català va disminuint a mesura que el municipi va augmentat en nombre d'habitants; contràriament a aquest fet, l'ús de la llengua castellana augmenta a mesura que augmenta el nombre d'habitants del municipi. L'observació és del tot lògica si tenim en compte que els petits municipis per les seves característiques no han rebut immigrants i que aquests s'han situat en les poblacions amb més indústries o amb més capacitat d'oferta de treball. Aquest fet té una altra conseqüència que es refereix a les dificultats que manifesten molts d'aquests habitants de poblacions petites a expressar-se en castellà.

Curiosament quan observem les dades relatives al coneixement de les llengües catalana i castellana constatem en les poblacions de menys habitants dos tipus de factors:

1r. L'existència, segons els entrevistats, d'un bon nivell de coneixement de la llengua castellana en totes les habilitats fins i tot en les de llegir i escriure.

2n. La disminució significativa del coneixement de les habilitats de llegir i escriure respecte de la llengua catalana en les poblacions de menys habitants i el relatiu augment d'aquestes habilitats en les poblacions més grans. Aquest fenomen es degut al predomini d'uns nivells d'estudis baixos i al tipus d'activitat realitzada, fonamentalment agrària, i per tant sense una necessitat manifesta d'utilitzar el català per escrit.

Taula n.32 Grau d'ús del català segons la grandària del municipi. Percentatges verticals

	Menys de 2.000	2.000 a 4.999	5.000 a 9.999	10.000 a 49.999	100.000 a 499.999
Sempre	87,4+	79,8	78,0	77,9	64,2-
Sovint	5,7-	12,4	14,2	8,8	12,5
Esporàdicament	4,8	4,1	4,7	8,8	10,1+
Mai	1,7-	3,6	3,1	4,4	12,2+
NS/NC	,5	-	-	-	,9

Taula n.33 Grau d'ús del castellà segons la grandària del municipi. Percentatges verticals

	Menys de 2.000	2.000 a 4.999	5.000 a 9.999	10.000 a 49.999*	100.000 a 499.999
Sempre	7,6-	12,4-	11,8-	22,1	43,4+
Sovint	17,6-	26,9	32,3+	21,3	29,7+
Esporàdicament	68,9+	58,5+	54,3	51,5	26,0-
Mai	5,7+	2,1	1,6	4,4	,6-
NS/NC	,2	-	-	,7	,3

* Hem obviat les poblacions de 50.000 a 99.999 habitants perquè en el nostre territori no n'hi ha cap.

En un altre sentit observem una relació estadísticament significativa entre haver nascut a Lleida i tenir com a llengua d'ús habitual el català i haver nascut a la resta de l'Estat espanyol i tenir com a llengua d'ús habitual el castellà. Per una altra banda, observem que més anys d'estada a Lleida i/o a Catalunya no impliquen, en la gran majoria dels casos, la utilització de la llengua catalana. Pel que fa al coneixement d'ambdues llengües es produeixen diferències notables entre el coneixement de la llengua catalana i el de la llengua castellana. Mentre que el castellà obté uns percentatges molt elevats de

coneixement en totes les habilitats -llevat de les persones que no saben llegir i escriure- el català obté percentatges molt inferiors sobretot en les habilitats de parlar, llegir i escriure en tots els casos.

L'anàlisi de la problemàtica que acabem d'esbossar ens remet a les condicions i a l'evolució d'alguns enclavaments de població d'immigrants que es van assentar en el nostre país en les dècades que van dels cinquanta als setanta. El primer factor a considerar per a la integració cultural fa referència a les condicions i ubicació dels habitatges. Les condicions urbanístiques i socials amb les que es van desenvolupar els assentaments d'immigrants van facilitar la seva reclusió i reproducció de les condicions culturals d'origen, això vol dir que aquestes condicions van fer trontollar la integració cultural i lingüística. Si a aquest factor li afegim uns nivells d'instrucció i de qualificació per al treball notablement baixos podem trobar una explicació més que raonable de la falta d'integració d'aquests col·lectius a la llengua i a la cultura catalana.

Taula n.34 Grau d'ús del català segons els anys d'estada a Catalunya. Percentatges verticals

	1	2	3	4	5	6	7
Sempre	88,5+	12,5-	31,6	16,0-	27,3-	32,5-	50,0-
Sovint	8,1-	4,2	15,8	30,0	22,7	17,5	10,0
Esporàdicament	2,7-	45,8	31,6	22,0	15,9	27,5	15,0
Mai	,4	37,5	21,1	32,0	31,8	22,5	22,5
NS/NC	,3	-	-	-	2,3	-	2,5

*1 Nascut a Catalunya

*2 Menys de 10 anys

*3 De 10 a 19 anys

*4 De 20 a 29 anys

*5 De 30 a 39 anys

*6 De 40 a 49 anys

*7 Més de 50 anys

Taula n.35 Grau d'ús del castellà. Percentatges verticals

	1	2	3	4	5	6	7
Sempre	10,1-	75,5	47,4	74,0+	81,8+	60,0+	50,0+
Sovint	24,9	16,7	31,6	18,0	11,4-	30,0	22,5

Esporàdica ment	60,9+	8,3-	15,8-	8,0	6,8-	10,0-	25,0-
Mai	3,7+	-	5,3	-	-	-	2,5
NS/NC	,4	-	-	-	-	-	-

*1 Nascut a Catalunya

*2 Menys de 10 anys

*3 De 10 a 19 anys

*4 De 20 a 29 anys

*5 De 30 a 39 anys

*6 De 40 a 49 anys

*7 Més de 50 anys

El nivell d'estudis es mostra com el factor més important en el coneixement i ús de la llengua catalana. Per contra, observem una relació significativa entre no tenir estudis i utilitzar sempre el castellà. Pel que fa a les diferències que es produeixen en relació al coneixement i a l'ús de la llengua catalana entre classes socials observem una relació estadísticament significativa entre pertànyer a la nova classe mitjana i utilitzar sempre o sovint el castellà. En relació a les quatre categories que fan referència al coneixement (l'entén, el parla, el llegeix i l'escriu) de les llengües catalana i castellana es fa palès un cert desavantatge en el cas de la llengua catalana; és a dir, mentre el castellà obté uns percentatges elevadíssims de coneixement en totes les classes llevat dels casos que no saben llegir ni escriure, el català obté uns resultats sensiblement inferiors molt especialment en els que no tenen estudis o tenen estudis primaris. També els inactius (amb un bon nombre de jubilats) són els que tenen més dificultats a l'hora de parlar, llegir i escriure en català.

Taula n.36 Llengua d'ús habitual segons el nivell d'estudis

	Sense estudis	Estudis primaris	Estudis secundaris	Estudis universitaris
Català	68,0-	69,2	76,7	82,5+
Castellà	19,9+	12,4	11,2	4,7-
Ambdues igual	9,5-	17,1+	10,8	10,5
Aranès	1,4	1,3	,4	1,2
Llengües europees	-	-	-	,6

Arab	-	-	,9	,6
Altres	-	,3	-	-
NS/NC	1,4	-	-	-

Taula n.37 Llengua d'ús habitual segons la classe social

	Classe treballadora	Vella classe mitjana	Nova classe mitjana	Inactius
Català	71,9	78,6+	69,4	72,1
Castellà	14,1	5,5-	13,0	17,4+
Ambdues igual	12,5	13,4	16,5+	8,2-
Aranès	-	2,5	,6	1,1
Llengües europees	-	,5	-	-
Arab	1,6	-	,6	-
Altres	-	-	-	,2
NS/NC	-	,5	-	1,0

La relació entre l'ús de la llengua catalana com a llengua d'ús habitual i l'índex cultural és estadísticament significativa quan es tracta d'individus amb índexs culturals alts o molt alts, per contra, malgrat trobar l'existència d'un percentatge força important de persones que utilitzen el català i tenen un índex cultural baix (segurament degut a que són majoritàriament jubilades o mestresses de casa), es posa en evidència una relació més estreta entre tenir uns índexs culturals baixos o molts baixos i tenir com a llengua d'ús habitual el castellà. Aquest fet es torna a confirmar quan s'observa el grau d'ús ja que a un índex cultural molt elevat li correspon un percentatge molt elevat d'individus que utilitzen sempre la llengua catalana.

Taula n.38 Llengua d'ús habitual segons l'índex cultural

	Molt baix	Baix	Mig	Alt	Molt alt
Català	60,1-	67,0	72,6	77,8+	79,5+
Castellà	23,9+	22,0+	13,2	9,0-	5,7-
Ambdues igual	11,7	9,0	12,3	11,5	14,2
Aranès	,6	1,0	1,6	,9	1,1
Llengües europees	,6	-	-	-	-
Àrab	1,2	-	,2	-	-

Altres	-	-	-	,4	-
NS/NC	1,8	1,0	,2	,4	-

Taula n.39 Grau d'ús del català segons l'índex cultural

	Molt baix	Baix	Mig	Alt	Molt alt
Sempre	68,1-	73,5	78,0	82,5	85,2+
Sovint	7,4	6,0	12,1	10,3	10,8
Esporàdicament	7,4	10,5+	6,1	6,0	2,8
Mai	16,0+	9,5+	3,8	1,3-	-
NS/NC	1,2	,5	-	-	1,1

A manera de conclusions:

1. En la província de Lleida l'ús majoritari correspon, sense cap mena de dubte, a la llengua catalana en un percentatge del 72%. La resta correspon, aproximadament, al percentatge d'ús de la llengua castellana, percentatge que és paral·lel al nombre d'immigrants que van assentar-se en el nostre territori entre els anys 50 i 70. Ara bé, aquest percentatge mostra una certa fractura, en el sentit que, un 14,2% utilitzen només la llengua castellana i un 11,8% ambdues igual. Aquest darrer percentatge constitueix un índex de canvi positiu en evolucionar d'un monolingüisme castellà a una posició més bilingüe.

En relació al coneixement, les diferències entre les dues llengües són, malgrat ser òbvies, més que considerables; mentre el castellà obté uns percentatges de coneixement elevadíssims en totes les habilitats, el català presenta reduccions importants en les habilitats de parlar, llegir i escriure. La dificultat per desenvolupar aquestes habilitats en llengua catalana rau en un problema de fons, tal vegada més greu, com és el nivell mig d'estudis de la població, ja que observem que les persones amb estudis tenen més facilitat per adaptar-se a totes les habilitats que demana el domini de la llengua catalana. Per tant, com a conclusió cal destacar dos punts: el primer fa referència a la fractura que es produeix en el grup de persones de parla castellana que mostren una certa tendència al bilingüisme sigui per motius instrumentals o de prestigi tal com diuen autors com Flaquer (1996); el segon fa referència a la necessitat d'eleva el nivell d'estudis de la població com a condició *sine qua non* per desenvolupar totes les habilitats que

requereixen el domini d'una llengua. La possessió de l'habilitat és garant del seu ús, òbviament sense habilitat no hi pot haver ús.

2. En relació al grau de catalanització, les comarques de l'interior com La Segarra, Les Garrigues, el Solsonès, el Pallars Jussà i el Pallars Sobirà són les que romanen en un grau més òptim. Això no obstant, no és gens estrany que aquestes comarques hagin mantingut els percentatges més elevats de catalanització ja que, els percentatges d'immigrants que han rebut són gairebé nuls o molt reduïts. Tal com constata Recolons (1987), aquestes comarques presenten durant els anys 50 als 70 un creixement total equivalent a zero o altrament dit, les taxes anuals de creixement migratori són negatives. Un altre aspecte fa referència a la distribució urbanística de la ciutat. Cal fer menció que la precarietat dels assentaments d'immigrants durant els anys 50 i 70 va provocar l'aparició de barris suburbials amb polígons o habitatges d'autoconstrucció (com ara els casos de Secà de Sant Pere o els Magraners) amb força problemes de comunicació amb la ciutat, d'ací que, en aquests nuclis, la reproducció social de les condicions materials i culturals d'origen conjuntament amb el fet que el castellà era la llengua oficial i per tant no tenien cap necessitat de canviar-la per subsistir, va provocar l'aparició de nuclis que no s'integrassin a la llengua i a la cultura catalana. Es per aquest motiu que els barris de la ciutat es reparteixen en cercles concèntrics que es van allunyant del centre i a mesura que s'allunyen disminueix el coneixement i l'ús del català tot presentant els percentatges més baixos de la província.

3. Un altra de les observacions a considerar correspon a la no correspondència entre els anys d'estada a Catalunya i/o a Lleida i el coneixement del català. La hipòtesi es fonamenta en què a més anys d'estada a Catalunya els correspon més domini de la llengua catalana. Si entenem que la llengua és el principal element d'integració a una cultura i la hipòtesi anterior no s'acompleix, la conclusió a la que es pot arribar es que tenim nuclis de població desintegrats o marginats. La pregunta següent es refereix a què entenem per marginació? Un marginat és una persona que no participa de la nostra llengua, dels nostres tòtems i símbols culturals? fins a quin punt una persona que no participa dels aspectes anteriors se li fa impossible viure en la comunitat en la què viu? o bé la marginació s'estableix a causa d'altres factors com l'atur, la no qualificació en el treball, un nivell d'estudis baix... als quals se'ls afegeix el no domini de la llengua catalana? Aquesta és una qüestió a discutir. Els resultats anteriors aboquen la no existència de relació entre ambdues variables; vol dir, aquest fet, que la integració cultural i lingüística comença per factors diferents dels lingüístics en aquest cas.

2.3.2. Els equipaments culturals

Els equipaments, en aquest cas, aparells, objectes, instruments d'ús personal, constitueixen un dels exponents més visibles del grau de modernitat de la nostra societat. En l'actualitat, la possessió d'equipaments va més enllà de la mera satisfacció de les necessitats primàries i, en força casos, es converteix en un símbol social d'ostentació. La importància dels equipaments rau en el tipus d'ús que se'n fa, ja que, poden funcionar a nivell exclusivament lúdic o poden tenir altres funcions més instrumentals o de caràcter cultural.

En el present treball els equipaments han estat agrupats en quatre categories d'acord amb tot un seguit de característiques que s'exposen a continuació:

-Equipaments culturals genèrics: inclouen els equipaments més freqüents entre la població i aquells que no demanen cap esforç intel·lectual per al seu consum. Hem considerat *equipaments culturals genèrics* els següents: TV color, aparell de ràdio, càmera fotogràfica, video, segon TV, cadena estèreo, walkman, radiocassette, enregistratora, vídeo jocs

-Equipaments esportius: constitueixen el grup d'equipaments utilitzats en la pràctica esportiva. Hem considerat *equipaments esportius* els següents: bicicleta de muntanya, escacs, canya de pescar, patins, escopeta, equip esquí, tennis/squash, moto, equip escalada,

-Equipaments culturals específics: inclouen aquells equipaments que per al seu funcionament necessiten d'uns recursos intel·lectuals apropiats o un cert refinament cultural. Hem considerat com a *equipaments culturals específics* els següents: compact disc, ordinador, càmera de video, instruments musicals de corda, instruments musicals de vent, instruments elèctrics, instruments de percussió, antena parabòlica.

-Altres equipaments: aquesta categoria inclou equipaments que, per la seva diversitat, no poden ser inclosos en altres categories. Hem considerat en aquest grup: cartes, parxis, dominó, oca, animals domèstics, tenda camping, trivial, monopoli, hotel, roulotte.

Els percentatges que s'han obtingut per a cadascun dels equipaments queden reflectits en les taules posteriors:

Taula n.40 Equipaments culturals genèrics. Percentatges

Equipaments	%
TV	94,1
Aparell de ràdio	92,3
Càmera fotogràfica	73,7
Video	68,7
Segon TV	63,7
Cadena Estéreo	62,7
Walkman	40,0
Radiocassette	31,5
Enregistradora	20,8
Video jocs	20,6

Taula n.41 Equipaments esportius. Percentatges

Equipaments	%
Mountain-bike	51,1
Escacs	34,3
Canya de pescar	25,1
Patins	24,4
Escopeta	23,9
Equip esquí	20,2
Tennis/squash	18,0
Moto	4,9
Equip escalada	3,9

Taula n.42 Equipaments culturals específics. Percentatges

Equipaments	%
CD	44,7
Ordinador	35,2
Càmera video	28,1
Ins. musicals corda	17,5
Ins. musicals vent	13,5
Ins. elèctrics	11,0
Ins. de percussió	2,0
Antena parabòlica	7,0

Taula n.43 Altres equipaments. Percentatges

Equipaments	%
Cartes, parxis, dominó...	56,1
Animals domèstics	43,2
Tenda càmping	22,6
Trivial, monopoli	7,9
Roulotte	3,1

Dels percentatges obtinguts en els resultats generals se'n desprenen diverses observacions:

1. Els equipaments que més es posseeixen són els que hem catalogat com a equipaments culturals genèrics; això no obstant, la TV i la ràdio obtenen percentatges superiors al 90%, mentre que la càmera fotogràfica, el vídeo, el segon TV i la cadena estèreo obtenen entre un 60 i un 70%. Per contra observem una devallada de l'equipament radiocassette que possiblement ha estat progressivament substituït per altres aparells reproductors de so de més qualitat com les cadenes estèreo o els CD. Els vídeo jocs només es troben estesos entre un 20,6% de la població.

2. En els equipaments esportius, la bicicleta de muntanya obté el percentatge més elevat amb un 51,1% seguida dels escacs amb un 34,3%. Una quarta part de la població posseeix escopeta i canya de pescar dos esports que es troben tradicionalment força arrelats en la població bé sigui perquè les característiques del territori els faciliten, bé sigui perquè en temps de la dictadura les societats de caçadors i, en menor grau les de pescadors, són molt freqüents. Pel que fa a la resta d'equipaments cal assenyalar en relació a l'equip d'esquí que, tot i gaudir de les millors condicions quant a pistes en el territori, no és una pràctica estesa majoritàriament.

3. Pel que fa als equipaments culturals específics, constatem l'augment progressiu del CD i, en menor grau, de l'ordinador. La resta d'equipaments especialment els musicals obtenen percentatges molt minsos. Aquests resultats corroboren, un cop més, la falta de tradició en els aprenentatges musicals. Per una altra banda, constatem que no és freqüent trobar antenes parabòliques en el territori; per contra, aquest equipament comença a tenir difusió a nivell de ciutat.

2.3.2.1. Els índexs d'equipaments: una població ben equipada

Amb les categories d'equipaments anteriors s'ha elaborat un índex que pot assolir una puntuació màxima de 100 punts; és a dir, un individu que tingui tots els equipaments pot obtenir un màxim de 100 punts. Els índexs ens han permès l'elaboració d'interval·ls tot seguint la distribució del nombre de casos en una corba normalitzada. Els percentatges de casos corresponents a cadascun dels interval·ls es calcula sobre les puntuacions resultants dels mateixos índexs; això vol dir, per exemple, que el 14% de la població es troba entre el 0 i el 10, aquesta població obté un índex d'equipaments molt baix. Aquest procediment ha permès distribuir els interval·ls tal com es presenta a continuació:

Valor obtingut *classificació índex equipaments*

entre 0 i 10 punts índex equipaments molt baix

entre 11 i 19 punts índex equipaments baix

entre 20 i 37 punts índex equipaments mig

entre 38 i 45 punts índex equipaments alt

entre 46 i 100 punts índex equipaments molt alt

Si agrupem la població segons l'índex obtingut d'acord amb les categories anteriors obtenim la distribució següent:

Taula n.44 Percentatges obtinguts per a cadascuna de les categories d'índexs

Índex equipaments	%
Molt baix	13,9
Baix	14,8
Mig	37,1
Alt	15,7
Molt Alt	18,6

En general, observem que més d'un 70% de la població té un índex d'equipaments força elevat. Constatem una relació estadísticament significativa entre tenir estudis secundaris i/o universitaris i posseir un índex d'equipaments alt o molt alt; per contra els que no tenen estudis es relacionen significativament amb els índexs molt baix o baix. Curiosament els que tenen estudis primaris obtenen un índex mig.

Pel que fa a la relació entre l'índex d'equipaments i la pertinença a una classe social, observem una relació estadísticament significativa entre pertànyer a la nova classe

mitjana (tècnics mitjans i empleats majoritàriament) i tenir un índex alt o molt alt d'equipaments i pertànyer al grup d'inactius (jubilats fonamentalment) i tenir un índex baix o molt baix d'equipaments.

La relació que s'estableix entre els ingressos i l'índex cultural és molt més difusa i contradictòria, en tot cas observem que s'estableix una relació significativa entre tenir uns ingressos mitjans baixos i un índex d'equipaments superior a la mitjana i tenir uns ingressos baixos i un índex inferior a la mitjana.

Altres variables que poden resultar significatives són el sexe, l'edat i l'hàbitat. Analitzades les dades observem que l'edat és l'única variable que ofereix diferències significatives. La població jove, especialment, i la població adulta gaudeix de molts més equipaments que la població madura de més de 60 anys. L'edat de la jubilació sembla traçar una línia divisòria punyent en la possessió d'equipaments. Les diferències més grans s'obtenen en l'estèreo, el CD i l'ordinador. Pel que fa a les diferències d'equipaments entre sexes no obtenim cap dada significativa llevat de la canya de pescar i l'escopeta on els homes obtenen uns percentatges més elevats. De l'hàbitat no se'n pot extreure cap conclusió rellevant.

Una primera aproximació als resultats obtinguts ens permet arribar a les conclusions següents:

1. En general, els índexs de possessió d'equipaments són força elevats. Aquest fet pot respondre a un procés d'acumulació motivat per la incitació permanent de la societat de consum que difon la idea que posseir molts equipaments és signe de modernitat i d'estatus. Això no obstant, no cal refiar-se'n, la modernitat pot ser més aparent que real, ja que la metodologia estadística utilitzada no ens permet esbrinar l'ús que es fa d'aquests equipaments; per exemple, de l'ordinador, 410 individus declaren posseir ordinador, però el 28% d'aquests individus no l'usen mai, un 14,9% l'utilitzen professionalment mentre que el 33,9% en fan un ús domèstic.
2. Predomini dels equipaments culturals genèrics (TV, ràdio, càmera fotogràfica, video, segon TV...) molt especialment TV i ràdio. Els equipaments esportius queden relegats a un tercer pla que, en definitiva, es tradueix en una pràctica esportiva poc arrelada i molt particular (predomini d'esports com la caça i la pesca). Els instruments musicals són encara molt minoritaris.
3. Constatem que les variables nivell d'estudis i classe social, concretament tenir un bon nivell d'estudis i pertànyer a la nova classe mitjana, constitueixen una garantia en la

possessió d'equipaments, per contra, els inactius tenen un índex baix o molt baix d'equipaments.

La relació entre tenir un bon índex d'equipaments i realitzar més pràctiques i consums culturals resulta, en la majoria de casos, estadísticament significativa.

Taula n.45 Relació entre els índexs d'equipaments i el nivell d'estudis. Percentatges verticals

Índex d'equipaments	Sense estudis	Estudis primaris	Estudis secundaris	Estudis universitaris
Molt baix	27,8+	6,3-	1,3+	2,3-
Baix	24,9+	10,5-	4,9-	4,7-
Mig	32,6-	45,7+	35,4	37,4
Alt	8,2-	14,3	27,8+	24,6+
Molt alt	6,6-	23,2+	30,5+	31,0+

Taula n.46 Relació entre els índexs d'equipaments i la classe social. Percentatges verticals

Índex d'equipaments	Classe treballadora	Vella classe mitjana	Nova classe mitjana	Inactius
Molt baix	1,6-	7,5-	2,9-	23,4+
Baix	14,1	13,9	6,9-	19,7+
Mig	51,6+	38,3	45,1+	30,5-
Alt	15,6	17,4	22,0+	11,6-
Molt alt	17,2	22,9	23,1+	14,8-

2.3.3. Els consums i les pràctiques culturals

En aquest apartat és obligat referir-se a l'anàlisi realitzada per Bourdieu a *La distinció*. Bourdieu (1979) afirma que el gust constitueix l'àmbit en el qual es desenvolupen les lluites més ferotges de la classe dominant i del camp de la producció cultural. Segons aquest autor es tracta d'esbrinar com la disposició cultivada i la competència cultural adquirides per mitjà de la naturalesa dels béns consumits i la manera de consumir-los varien segons els agents i segons els camps als quals s'apliquen de tal manera que es pot establir dues estructures de relacions: la primera explica la forta relació que existeix entre les pràctiques culturals i el capital escolar, i en segon terme l'origen social; la

segona intenta demostrar com a capital escolar equivalent, el pes de l'origen social s'accentua a mesura que ens allunyem dels camps més comuns.

En aquesta línia, des de la perspectiva sociològica, el tipus de consum cultural adquireix un sentit simbòlic distintiu amb capacitat per determinar un estil de vida. D'aquells membres que participen d'un estil de vida similar, és a dir, desenvolupen unes pràctiques culturals semblants, en diem que configuren un grup d'estatus. Analitzar les diferències entre grups d'estatus, implica, segons Bourdieu (1979), utilitzar com a font primordial de distinció les activitats habitualment catalogades com a alta cultura. La pregunta escaient és fins a quin punt aquesta anàlisi del refinament cultural és aplicable al nostre país i pot fornir grups culturalment diferenciats en funció d'aquesta tipologia d'activitats culturals.

El que sembla evident és que el consum ha envaït tots els àmbits de la vida quotidiana però cal veure quina és la naturalesa dels bens que es consumeixen i com es consumeixen, quin és el pes dels mitjans de comunicació en aquest consum, quina base o arrelament tenen les activitats considerades d'alta cultura, quina és la importància de les activitats de signe comunitari, quin és l'espai reservat a la cultura tradicional.

En aquest apartat desenvoluparem amb caràcter global alguns aspectes relatius als consums i a les pràctiques culturals que realitza la població entrevistada. A diferència d'altres aspectes, en els següents apartats ens serà difícil d'establir comparacions amb altres estudis degut a diversos factors com la no coincidència d'ítems i o el fet haver-se de referir a estudis fets en anys anteriors ja que, en períodes relativament curts de temps els individus poden variar molt d'activitats.

2.3.3.1. La música

La música lleugera conjuntament amb la cançó espanyola amb un 22% són els gèneres musicals preferits pels entrevistats. Ambdós gèneres mantenen una bona relació amb la música de ball, activitat que, per una altra banda, té una gran acollida entre la població. Val a dir que, actualment, s'està produint una recuperació de les tradicions i rituals del ball com a punt de trobada de tota una sèrie de generacions de més de 50 anys. A banda d'aquestes constatacions els segueixen quant a preferències, la música pop, la clàssica i la rock. Les músiques pop i rock constitueixen l'altra cara de la moneda i són més pròpies de les generacions joves, tot i que, en aquestes preferències, influeixen molt els mitjans de comunicació.

Tanmateix però, les preferències no sempre coincideixen amb les accions ja que, quan se'ls pregunta per la darrera música que han comprat o pel tipus de cassettes, CD o discs que posseeixen, es posen en evidència un bon nombre de contradiccions. Per exemple, pel que fa referència al darrer CD, cassette o disc que han comprat, el percentatge més elevat l'obté la música pop amb un 12,1% i la cançó espanyola amb un 10,1%. La clàssica com a gènere molt diferent dels anteriors obté un 4,4%. La resta de gèneres musicals obtenen percentatges inferiors al 10%.

Un altre aspecte manté relació amb la possessió de cassettes, CD i discs. En aquest sentit la cançó espanyola obté el percentatge més elevat amb un 20,8%, seguida de la música pop i de la música rock, la clàssica obté un 12,6%, mentre que l'òpera i la sarsuela un 1,5%. Cal dir, però, que el 90% de la població entrevistada no supera les 75 unitats de discs, CD o cassettes. En aquest sentit, un 43,1% declara no posseir cap disc i un 47,6 no posseix cap CD. Un 10,7% dels entrevistats declara no tenir cassettes. El tipus de música que més predomina en les llars és la música espanyola amb un 20,8%, la pop amb un 18,9%, la rock amb un 15,5%, la clàssica amb un 12,6%, la moderna amb un 11% i la catalana amb un 9,1%.

El desenvolupament d'alguna pràctica de caràcter musical com tocar algun instrument només correspon a un 12,1% de la població i l'instrument més practicat és la guitarra. Finalment, la pregunta sobre l'assistència a algun concert en els darrers tres mesos obté un 30,5%, fonamentalment de música moderna pop i rock en un 42,7% i de música clàssica en un 18,8%. La resta de concerts obtenen uns percentatges insignificants.

A nivell de preferències per sexes, les dones prefereixen la música lleugera, mentre que els homes prefereixen la música rock. Per edats, la cançó catalana obté un predicament d'un 26,2% en el grup d'edat que va dels 51 als 55 anys; mentre que els grups que tenen més de 60 anys prefereixen la cançó espanyola. Els que tenen de 41 a 45 anys la clàssica en un 36,4%. La música lleugera és preferida pels que tenen entre 46 i 50 anys i els que en tenen més de 66. Les músiques pop i rock són més pròpies de les persones joves de menys de 35 anys.

Si analitzem el mateix aspecte per gèneres musicals, observem que la música catalana es apreciada en un 19,9% pels que tenen estudis universitaris, en un 42,9% pels que tenen ingressos elevats i en un 21,8% per les famílies hipergàmiques, mentre que la pertinença a una classe social no és especialment significativa.

En contraposició a l'aspecte anterior la cançó espanyola forma part del gust d'un 34,2% de persones que no tenen estudis, en un 25,7% dels que són inactius, en un 27,7% dels

que tenen ingressos baixos i en un 21,8% de les famílies homogàmiques. Els que tenen estudis secundaris i universitaris són els que gaudeixen més de la música clàssica, pop, rock i, en menor mesura, de la música moderna. També aquests gèneres musicals són, llevat de la música pop, més propis de la nova classe mitjana que de la resta de classes socials i dels que tenen ingressos alts o molt alts. La tipologia familiar varia segons es tracti de música clàssica o de música pop, la clàssica es troba més vinculada amb les hipergàmiques mentre que la pop és més pròpia de les hipogàmiques.

En relació amb la pràctica d'instruments, la guitarra predomina amb un 48% en els que tenen estudis universitaris i el piano en un 17,6% en els que tenen el mateix nivell d'estudis. Per contra, la flauta amb un 16,9% és més pròpia dels que tenen estudis primaris, del grup d'inactius i de la classe treballadora. La resta de variables no ens aporten informació significativa.

L'assistència a concerts se situa al voltant del 29,8%. Majoritàriament, els que tenen estudis secundaris han assistit a concerts en un 45,1%, així com els que pertanyen a la classe treballadora en un 37,5% i a la nova classe mitjana amb un 23,7%. El tipus de concerts ha estat de música moderna, pop i rock en un 42,7% i la música clàssica en un 18,8%.

Què en podem deduir de les dades anteriors? En primer lloc es fa patent una falta de tradició cultural musical que es mostra en la no acumulació de discs, CD i cassettes. En segon lloc s'evidencia la peculiar evolució històrica dels darrers 50 anys, on la gent ha passat d'una economia de subsistència resultat de la desfeta de la guerra civil a una economia de consum desafortat fonamentada en la mateixa dinàmica de la societat però on es troben poc arrelades les pràctiques específicament culturals.

Taula n.47 Gèneres musicals preferits. Percentatges

Cançó catalana	14,2
Cançó espanyola	22,6
Folklòrica	8,1
Jazz/blues	4,7
Música clàssica	18,5
Música folk	2,8
Música lleugera	22,9
Música pop	20,3
Música rock	17,1
Òpera/sarsuela	4,3

Altra música moderna	9,8
NS/NC	3,2

Taula n.48 Pràctica d'algun instrument. Percentatges

Si	12,1
No	86,5
NS/NC	1,4

Taula n.49 Pràctica d'instruments. Percentatges

Guitarra	48,0
Piano	17,6
Flauta	16,9
Orga	9,5
Trompeta	5,4
Armònica	4,7
Acordió	3,4
Violi	2,0
Gralla	2,0
Altres percussió	5,4
Altres corda	2,0
Altres	,7
NS/NC	5,4

2.3.3.2. El cinema

En els darrers tres mesos un 28,8% de la població declara haver anat al cinema amb una freqüència d'una o dues vegades al mes. D'aquest percentatge, el 84,0% recorda o bé el títol de la pel·lícula o bé el director. El gènere cinematogràfic preferit el constitueixen les pel·lícules d'acció, aventura o intriga i el lloc majoritari d'assistència és a la ciutat de Lleida.

Una observació interessant que pot explicar l'haver obtingut un percentatge reduït en una activitat quasibé tradicional pot explicar-se per la progressiva desaparició del cinemes als pobles; actualment, només es pot gaudir de sales de cinema en algunes capitals de comarca i en la ciutat de Lleida.

Per sexes, observem una lleugera tendència de les dones a anar més al cinema que els homes tot i que, les diferències són poc significatives. Quant a preferències els homes prefereixen en un 38,8% les pel·lícules d'acció, intriga i aventura i les dones prefereixen el drama en un 16,2%. Per contra, els homes tendeixen a desplaçar-se més que les dones.

Si agafem la variable edat constatem que s'estableix una relació estadísticament significativa entre anar al cinema i tenir menys de 35 anys, a partir d'aquesta edat els percentatges van disminuint progressivament. L'edat també és susceptible d'indicar una freqüència per exemple, els joves de 16 a 20 anys van al cinema durant els caps de setmana, els que tenen entre 26 i 30 anys ho fan 1 o 2 vegades al mes i els que tenen entre 31 i 35 anys només hi van algunes vegades a l'any. A nivell de preferències els joves de 16 a 20 anys prefereixen les comèdies mentre que els que se situen entre els 21 i 30 anys prefereixen les pel·lícules d'acció, intriga. En relació al lloc d'assistència al cinema Lleida ciutat atreu el nombre més elevat, especialment entre els 26 i 30 anys, seguida de les capitals de comarca.

Pel que fa a l'interès que pot tenir la variable origen cal puntualitzar l'existència d'una relació estadísticament significativa entre haver nascut a Lleida i anar al cinema i haver nascut a la resta de l'Estat espanyol i no anar al cinema. Per una altra banda, l'hàbitat condiona el grau d'assistència, contràriament al que es pot pensar, els que més van al cinema viuen en pobles menors de 2.000 habitants amb uns percentatges del 13,6% els caps de setmana, del 30,0% algunes vegades al mes i del 44,5% algunes vegades a l'any, per contra en les poblacions de més de 100.000 habitants (Lleida en concret) el 3,1% hi va els caps de setmana, el 53,3% algunes vegades al mes i el 17,8% algunes vegades a l'any. S'observa en les poblacions que van dels 5.000 als 50.000 habitants una certa tendència a anar al cinema a la capital de comarca.

L'única diferència que observem en relació al comportament entre els diferents grups d'estudis és la freqüència amb què van al cinema. Sembla ser que les persones amb estudis secundaris i universitaris manifesten una lleugera tendència a anar-hi els caps de setmana. Per contra, no es manifesta cap altra diferència en la resta de grups socials. La importància de la variable classe social és relativa sobretot si observem la contradicció que es produeix amb la nova classe mitjana i els inactius. Ambdós grups obtenen una relació estadísticament significativa tant si s'analitza des de la perspectiva dels que van al cinema com dels que no van al cinema. Els percentatges són d'un 39,3% per a la nova classe mitjana i d'un 23,3% per als inactius per als que sí van al cinema. Les dades que

obtenim relatives a la freqüència resulten força homogènies per tots els grups socials. Quan es tracta del gènere, les pel·lícules d'acció, aventura i intriga són les més preferides per tots els grups socials.

La relació entre l'índex cultural i l'anar al cinema és directament proporcional a mesura que augmenta l'índex augmenta la freqüència en anar al cinema. Els que tenen un índex cultural molt elevat van al cinema amb una freqüència d'una o dues vegades al mes, mentre que els que tenen un índex cultural baix hi van amb una freqüència d'una o dues vegades a l'any. A més observem que els que tenen un índex cultural molt alt elegeixen els drames com a gènere dramàtic.

Taula n.50 El consum de cinema. Percentatges

Sí	28,8
No	71,0
NS/NC	,2

Taula n.51 Els gèneres cinematogràfics preferits. Percentatges

Acció/aventura	32,8
Comèdia	24,8
Ciència-ficció	13,7
Drama	11,1
Infantil/dibuixos	2,6
Terror	2,0
Històrica	1,1
Romàntica	1,1
Eròtica	,6
Musical	,6
Policiaca	,6
Documental	,3
NS/NC	10,3

Taula n.52 Lloc on s'assisteix al cinema. Percentatges

Al mateix poble	8,8
A la capital de comarca	25,1

A la ciutat	58,1
A Barcelona	3,4
A Andorra	1,7
Capitals de comarca	5,1
Barcelona provincia	,6
Tarragona provincia	,6
NS/NC	2,0

2.3.3.3. El teatre

En relació al teatre, l'11,7% de la població declara haver-hi anat en els darrers tres mesos, això no obstant, un 32,2% no recorden ni el títol ni l'autor de l'obra que han vist. En un 70,6% el teatre que s'ha vist ha estat fet per professionals i en un 28,0% per amateurs, això no obstant, els homes veuen teatre professional en un 81,3%, mentre que les dones van al teatre amateur en un 35,4%. El lloc on s'assisteix al teatre és, fonamentalment, a Barcelona amb un 28,0%. La fira del teatre de Tàrraga obté un 9,1%. Altres dades d'interès fan referència a que un 17,5% declaren anar al teatre al mateix poble i un 16,1% a la capital de comarca. La freqüència majoritària és d'algunes vegades a l'any i el gènere preferit, molt especialment per la vella classe mitjana, és la comèdia en un 62,2%. Els musicals obtenen un 11,2% i el teatre clàssic un 11,2%.

Les característiques de les persones que més van al teatre són tenir entre 16 i 25, ser universitaris en un 24% i pertànyer a la nova classe mitjana en un 14,5%. En oposició a aquest grup el 95,2% de les persones que no tenen estudis, els que pertanyen a la classe treballadora en un 92,2% i els inactius en un 90,2% no van mai al teatre. També observem comportaments diferenciats segons les tipologies familiars; les llars hipergàmiques van en un 16,4% al teatre mentre que les llars homogàmiques no hi van en un 93,4%. Com a dada anècdotica destacar que les dones van més al teatre amateur que els homes i que, a més, ho fan al mateix poble, cosa que indica una major mobilitat dels homes.

Taula n.53 Assistència al teatre. Percentatges

Si	11,7
No	88,2
NS/NC	,1

Taula n.54 Gènere teatral preferit. Percentatges

Clàssic	11,2
comèdia	62,2
Drama	2,1
Experimental	3,5
Infantil	3,5
Musical	11,2
Varietats	2,1
Diversos	2,1
NS/NC	7,0

Taula n.55 Lloc d'assistència al teatre. Percentatges

Al mateix poble	17,5
A la capital de comarca	16,1
A la ciutat	24,5
A Barcelona	28,0
A Andorra	9,1
Capitals de comarca	2,8
Barcelona província	4,2
Tarragona província	1,4
NS/NC	2,1

2.3.3.4. La lectura

Un 65,8% declara posseir entre 100 i 500 llibres i només el 7,5% en posseeix més de 500. Un 25,3% de la població declara llegir cada dia, mentre que un 55,5% de la població declara llegir esporàdicament o mai. Aquestes dades s'apropen a les que es van obtenir en l'Enquesta Metropolitana de Barcelona al 1990 en relació als mateixos aspectes. Per exemple en aquesta enquesta el 25,2% de la població llegeix cada dia i un 17,2% ho fa alguns dies. En aquesta comparació cal tenir en compte la diferència de temps de vuit anys, temps suficient perquè en l'actualitat s'hagin modificat els hàbits.

Si comparem els nostres resultats amb una enquesta sobre els hàbits de lectura realitzada pel CIS al 1998 observem algunes diferències relatives a la freqüència de lectura. En aquesta enquesta un 36,1% de la població declara llegir amb molta freqüència i un 14,8% amb bastant freqüència. Els motius que s'addueixen fan

referència a la falta de temps i al poc gust per la lectura. Curiosament quan es pregunta pel tipus de llibres que es llegeixen un 45,2% declara llegir llibres en català.

Una anàlisi més crítica se situa quan es pregunta als entrevistats per l'autor o el títol del darrer llibre que han llegit, en aquest cas, un 49,7% dels que afirmen llegir no recorden cap de les dues dades. El gènere preferit és la novel·la actual.

Pel que fa a la lectura de la premsa, constatem que és un hàbit que no posseeix la majoria de la població. Els diaris d'abast nacional obtenen uns percentatges de lectura molt baixos, llevat de La Vanguardia que obté un percentatge del 16,6% en les categories freqüentment i molt freqüentment. A nivell local, Segre gaudeix d'una acceptació relativament bona en comparació a la resta de diaris. Observem la presència d'un diari comarcal: Regió 7 que es publica en la comarca del Solsonès. Malgrat les dades sobre la lectura de premsa esportiva que es publiquen freqüentment, observem que en el nostre territori tampoc obtenen uns percentatges de lectura elevats.

Si comparem aquestes dades amb les obtingudes en l'enquesta del CIS (1998) relatives a la lectura de la premsa, observem diferències considerables ja que un 71,3% declara llegir, al menys, un diari i el 14,8% declara llegir-ne dos. També en l'Enquesta Metropolitana (1990) es plantegen diferències importants amb el nostre territori en el sentit que La Vanguardia obté un 27,7% de lectura diària i el Periódico un 21,3%.

Pel que fa als trets característics de les diferents tipologies que llegeixen alguns dels diaris que acabem d'esmentar observem que, en la seva gran majoria, són persones amb estudis universitaris i que pertanyen a la nova classe mitjana. Això no obstant, La Vanguardia i Segre obtenen força difusió entre la vella classe mitjana. Per contra, els diaris esportius són més propis de la classe treballadora i de la vella classe mitjana. Destaquen per haver obtingut un percentatge estadísticament significatiu les llars hipergàmiques en la lectura del Periódico i La mañana.

Pel que fa a les revistes, els resultats no són essencialment diferents dels que s'obtenen a nivell de premsa, més aviat els percentatges i la freqüència de lectura són inferiors. Destaquen lleugerament les revistes del cor i els seus lectors són majoritàriament persones sense estudis, inactius i que pertanyen a llars homogàmiques. La resta -revistes de divulgació, informació, moda i decoració, tècniques, d'economia i científiques, de TV, satíriques, culturals, locals, magazines i dominicals- obtenen uns percentatges gens significatius.

Cap	3,7
Menys de 10	5,3
De 10 a 25	16,2
De 26 a 100	38,1
De 101 a 500	27,7
Més de 500	7,5
NS/NC	1,5

Taula n.57 Freqüència de lectura. Percentatges

No sap llegir	1,1
Cada dia	25,3
Alguns dies a la setmana	13,0
Un dia a la setmana	4,3
Esporàdicament	32,2
No llegeix mai	23,3
NS/NC	,7

Taula n.58 Preferències en la lectura. Percentatges

Novel·la actual	46,1
Història, biografia	17,2
Novel·la clàssica	10,1
Tècnic, científic	10,1
Poesia actual	4,2
Autoajuda	3,4
Assaig	2,6
Viatges, turisme	2,0
Cuina, casa, pesca	1,6
Religió	1,4
Teatre actual	,2
NS/NC	1,8

Taula n.59 La lectura de diaris. Percentatges verticals

	Mai	Algun cop	Freqüentment	Molta freqüència	NS/NC
ABC	6,9	,3	,3	,2	92,2
Avui	6,1	2,0	2,1	2,8	87,0
El mundo, El correo catalán	6,6	1,5	1,4	1,2	89,3
El país	5,4	2,2	3,6	1,6	87,2
El periódico	5,3	3,0	6,6	6,1	79,1
Sport, El mundo deportivo	5,2	2,5	5,9	8,7	77,7
La mañana	4,7	4,1	8,7	11,4	71,1
La Vanguardia	5,1	3,8	6,6	10,0	74,4
Segre	3,2	7,1	20,2	34,3	35,4
Regió 7	2,6	,8	1,4	2,4	92,8

2.3.3.5. El consum audiovisual

La televisió esdevé l'element que obté els percentatges més elevats de consum. Es pot afirmar que el consum audiovisual -que es realitza a l'interior de la llar i que no té límits en el temps- ha substituït moltes activitats de relació comunitària caracteritzades per una interacció recíproca entre els subjectes de la comunicació per un altre tipus d'activitats més individualitzades, més adreçades a l'estimulació del consum on la informació adquireix característiques de pseudocultura. També ha substituït les activitats de cultura popular que en aquests moments malden per subsistir i n'ha substituït unes altres més allunyades del coneixement popular com les relacions amb l'art o amb altres aspectes catalogats com alta cultura.

Els ítems que s'han introduït en aquest qüestionari fan referència als canals que obtenen més audiència, els programes més seguits i un càlcul de temps aproximat a partir del relat que l'entrevistat ha fet dels programes que veu a diari. Així doncs, TV3 és el canal que obté percentatges més elevats d'audiència seguit, a distància, d' Antena 3. Els programes més seguits són els de notícies, informatius i cinema i a més de 20 punts de distància, els esports. Pel que fa al temps de consum un 38% de la població consumeix una hora de TV i un 19,6% en consumeix dues. Més d'un 30% de la població en consumeix més de tres diàriament.

Pel que fa al resultat que obtenen els diferents canals en ser analitzats des de la perspectiva del nivell d'estudis, la classe social o els ingressos entre altres variables destaquem els trets següents: TV3 obté un percentatge d'audiència entre els universitaris que se situa al voltant del 74,9%, Antena 3 obté més audiència entre els que tenen estudis primaris i secundaris un 30,8% i un 30,5% respectivament, també segueixen aquest canal els que pertanyen a la nova classe mitjana en un 30,6%. Curiosament s'estableix una certa coincidència entre els que segueixen Tele 5 i TV1, són persones sense estudis, inactius, amb ingressos baixos i formen part de llars homogàmiques amb uns percentatges que se situen entre el 23 i el 26%. També s'estableix un paral·lelisme entre els que segueixen el Canal 33 i TV2 en el sentit que són fonamentalment universitaris i que pertanyen a la nova classe mitjana amb uns percentatges que oscil·len entre el 10 i el 22%.

En relació al tipus de programes, els universitaris, la nova classe mitjana i els que pertanyen a les llars homogàmiques segueixen de manera significativa els programes informatius; per contra el cinema obté un públic més divers de l'anterior en el sentit que s'hi han d'afegir els que posseeixen estudis secundaris i els que pertanyen a llars hipogàmiques amb percentatges que oscil·len entre el 55 i el 60%. La classe treballadora segueix els programes esportius amb un 31,3%; els documentals obtenen més audiència entre els universitaris amb un 32,7% i en la nova classe mitjana amb un 25,4%; per contra les sèries són més pròpies de les persones sense estudis i inactius amb uns percentatges que oscil·len al voltant del 14 i del 16%.

El temps d'audiència supera les tres hores en els que tenen estudis primaris i en els que no tenen estudis, per contra disminueix en els que tenen estudis universitaris. També el tipus de llar hi juga un paper important, les llars homogàmiques consumeixen més temps davant el televisor que les llars hiper i hipogàmiques.

Taula n.60 Els canals amb més audiència. Percentatges

TV3	68,3
Antena 3	24,3
Tele 5	21,2
TV1	18,7
Canal 33	12,8
TV2	6,6
Canal Plus, Via digital	6,4

Canals estrangers	,5
Canal 9	,2
Canals locals	,1
Tots	6,4
Cap	1,9
NS/NC	,3

Taula n.61 Els programes més seguits. Percentatges

Notícies, informatius	45,1
Cinema	43,9
Esports	19,4
Documentals	17,6
Sèries	17,5
Concursos	12,8
Magazines	10,3
Musicals	7,1
Debats	1,6
El que fan	1,1
Infantils	,6
NS/NC	2,7

Taula n.62 El consum de TV en hores. Percentatges

1 hora	38,6
2 hores	19,6
3 hores	18,1
4 hores	11,9
5 hores	1,1
6 hores	2,1
7 hores	,2
8 hores o més	,6
NS/NC	7,9

Els resultats obtinguts en les emissores de ràdio són molt més dispersos en el sentit que obtenim molta varietat d'emissores que tenen audiència i uns percentatges d'audiència molt reduïts; per exemple entre el 17 i el 12% tenim Catalunya ràdio, Cadena Dial, Ràdio Lleida Cadena 40, la resta d'emissores obtenen percentatges inferiors al 7%. Els

programes amb més audiència són els musicals amb un 48,3% seguits dels de notícies i informatius amb un 28,0%. La resta obtenen percentatges molt reduïts tal com es pot apreciar en les taules següents. Pel que fa al còmput del temps de ràdio, un 33,1% declara consumir-ne una hora i un 11,8% en consumeix dues i més d'un 20% en consumeix més de tres, tot i que, més d'un 30,4% se situa en el NS/NC.

Els trets més significatius de les persones que segueixen Catalunya ràdio són tenir estudis secundaris o universitaris, pertànyer a la nova classe mitjana i a una llar hipogàmica amb percentatges que oscil·len entre el 22 i el 26%. Cadena Dial rep més audiència de les persones que no tenen estudis en un 17,5%, mentre que Ràdio Lleida Cadena 40 la segueixen més els que tenen estudis primaris i secundaris en un 22%, els que pertanyen a la classe treballadora en un 25% i a la nova classe mitjana en un 16%.

En relació al tipus de programes no s'observen resultats significativament diferents ni per nivells d'estudis, ni per classes socials pel que fa als programes musicals. En referència als programes de notícies o informatius els prefereixen els que tenen estudis universitaris i els que pertanyen a la nova classe mitjana; mentre que els magazines atreuen més als que tenen estudis universitaris o pertanyen a llars hipogàmiques.

Taula n.63 Audiència de les emissores de ràdio. Percentatges

Catalunya Ràdio	16,9
Cadena Dial	15,0
Ràdio Lleida cadena 40	12,6
RACC 105 FM	7,8
Ràdio Lleida Cadena SER	6,9
Onda Cero	6,1
Ràdio Nacional	5,9
Cadena Cien	5,2
Cadena Cope	4,4
Cadena musical Tàrraga/Cervera	4,3
Catalunya Informació	3,9
Segre Ràdio	3,8
Emissores locals	3,6
Ràdio Valira	2,5
Catalunya Música	2,1
Ràdio Tàrraga	1,6

Flash FM	1,5
Onda Rambla	1,2
Cadena catalana	,7
Ràdio 4 FM	,4
Cadena Nova	,2
Ràdio Associació	,1
Cap/ no arriben les ones	21,0
NS/NC	4,2

Taula n.64 Els programes de ràdio més escoltats. Percentatges

Música	48,3
Notícies/informatius	28,0
Magazines	13,5
Informació esportiva	3,4
Debats	3,3
Retransmissions esportives	2,6
Concursos	,9
Teatre Novel·les	,1
El que fan	3,2
NS/NC	23,6

Taula n.65 Càlcul del temps de ràdio. Percentatges

1 hora	33,1
2 hores	11,8
3 hores	10,5
4 hores	5,6
5 hores	1,3
6 hores	2,5
7 hores	,5
8 hores o més	4,3
NS/NC	30,4

2.2.3.6. Els esports

Un altre tipus de consum i pràctica cultural té relació amb els esports. L'esport, tot i constituir un fenomen de la societat moderna, presenta unes característiques de retrobament tribal i de lluita simbòlica sense precedents. En aquest sentit, podem desenvolupar una anàlisi a tres nivells:

1r. Malgrat l'oferta dels mitjans de comunicació, especialment la TV, no podem contrastar en el nostre qüestionari audiències molt significatives en relació a aquest aspecte (els esports a la TV reben una audiència d'un 19,4%).

2n. Tampoc l'assistència a espectacles esportius obté uns percentatges molt elevats, ja que només una tercera part de la població, concretament el 30,2%, declara assistir a espectacles esportius amb una freqüència d'algunes vegades a l'any.

3r. El futbol és l'espectacle que obté percentatges molt per sobre de la resta amb un 73,6%, mentre que el basquet només obté el 10% i la resta d'esports percentatges inferiors al 5%. Aquesta constatació pot explicar, en part, el fenomen televisiu que s'està vivint en relació al futbol.

En relació a la tipologia de persones que assisteixen a aquests espectacles, tenen estudis secundaris en un 39%, pertanyen a la nova classe mitjana en un 32,4% i tenen ingressos mitjans i mitjans baixos. El lloc on s'assisteix majoritàriament a aquests espectacles és Lleida ciutat en un 30,25 i al poble en un 37,4%. Els que declaren no assistir a cap espectacle esportiu representen el 69,7% i són majoritàriament persones sense estudis en un 77,3%, inactius en un 76,4% i amb ingressos baixos en un 75,4%. La freqüència és d'una o dues vegades al mes en un 24,7% i alguna vegada a l'any en un 51,4%.

En relació a la pràctica esportiva un 37,9% declara practicar algun esport amb determinada freqüència, així doncs, els que fan bicicleta o cicloestàtic representen el 23,6% de la població sense que s'estableixin diferències significatives entre nivells d'estudis i classe social, per contra, en aquest cas, les famílies homogàmiques sí que obtenen significació estadística. Els que practiquen la caça o la pesca representen el 22,7% de la població, són fonamentalment persones sense estudis en un 29,4%, inactius en un 29,4%, i de llars hipergàmiques en un 38,6%. Els que participen en esports d'equip representen el 20,6%, tenen estudis secundaris en un 34,1% i no reben cap ingrés en un 30,4%.

La natació i el submarinisme que representen el 17,7% de la població, els realitzen els que tenen estudis universitaris en un 30,3%, els que pertanyen a la nova classe mitjana

en un 24,5% o bé formen part d'una llar hipogàmica en un 29,7%. Els que realitzen esports individuals representen un 16% i són fonamentalment persones amb estudis secundaris en un 22% i universitaris en un 24,7%, també els inactius practiquen aquest tipus d'esports en un 10,3%.

La resta d'esports presenten percentatges molt inferiors a les quantitats anteriorment exposades.

La freqüència amb la que practiquen l'esport és de 2 o 3 vegades a la setmana.

Taula n.66 Assistència a espectacles esportius. Percentatges

Si	30,2
No	69,7
NS/NC	,1

Taula n.67 Els espectacles esportius preferits. Percentatges

Fútbol	73,6
Basquet	10,6
Motociclisme	4,9
Tennis	4,3
Fútbol sala	4,3
Gimnàstica	3,8
Automobilisme	2,2
Esports aventura	2,2
Atletisme	1,6
Ciclisme	1,6
Hoquei patins	1,6
Hàndbol	1,4
Patinatge artístic	1,1
Natació	,8
Hoquei Herba	,5
Volei	,5
Arts marcial	,5
altres	2,2
NS/NC	,5

Taula n.68 Pràctica d'esports. Percentatges

Si	37,9
No	62,0
NS/NC	,1

Taula n.69 Els esports més practicats. Percentatges

Bicicleta/cicloestàtic	23,6
Pesca/caça	22,7
Esports equips	20,6
Natació/submarinis.	17,1
Esports individuals	16,0
Esquí	11,9
Gimnàstica/aerobig	10,6
Caminar/atletisme	8,4
Senderisme/excursio nisme	6,1
Golf/equitació	1,5
Petanca/bitlles	1,3
Altres	,9
NS/NC	2,6

2.2.3.7. L'associacionisme

Constatem l'existència d'un percentatge força elevat de persones que pertanyen a algun tipus d'associació, concretament el 53,4%. Observem també l'existència d'un ventall molt ampli quant a tipus d'associacions tot i que els percentatges d'afiliació són molt petits. Això no obstant, tampoc les associacions amb més afiliats gaudeixen de xifres elevades com ara les associacions esportives amb un 10,7% d'afiliats i les de jubilats amb un altre 10,4% i les de veïns amb un 6,9%. Destaquem les associacions amb funcions específicament culturals amb un 6,1%, i les culturals i recreatives amb un 4,9%. Els partits polítics obtenen l'1,7% i els sindicats el 2,1%.

Pel que fa al perfil dels que declaren pertànyer a alguna associació són, bàsicament, amb estudis universitaris en un 64,9%, de la nova classe mitjana amb un 58,1% i de llars hipergàmiques en un 63,6%; per contra els que declaren no pertànyer a cap associació tenen estudis primaris en un 47,9% i de la classe treballadora en un 60,9%.

Observem, per una altra banda, una certa similitud entre els que pertanyen a les associacions esportives i a les associacions culturals en el sentit que són universitaris o amb estudis secundaris i de la nova classe mitjana, en oposició a aquests grups les associacions de jubilats estan formades per gent sense estudis, inactius i amb ingressos baixos.

Taula n. 70 Percentatges d'afiliats a alguna associació. Percentatges

Cap	43,1
A. esportiva	10,7
A. jubilats	10,4
A. de veïns	6,9
A. cultural	6,1
A. professors /cooperativa	5,7
A. pares	5,1
A. cultural o recreativa	4,9
A. benèficosocial	4,6
A. de dones	3,9
NS/NC	3,5
Penya/colla	2,5
A. juvenil/estudiants	2,3
A. religiosa	2,3
Club esportiu	2,3
sindicat	2,1
A. o partit polític	1,7
Grups d'animació/teatre	,9
Ecologista	,9
A. excursionista/viatges	,8
Corals	,6
A. científicofilosofica	,2
A. gastronòmica	,1

2.4. Conclusions

En síntesi, les variables més determinants a l'hora de definir tendències en els consums, hàbits i pràctiques culturals són, en primer lloc, els nivells d'instrucció, la classe social, en segon lloc i l'edat en tercer lloc. Observem que al voltant d'aquestes variables s'apleguen uns grups d'individus que mantenen un comportament cultural similar tot i

que no constatem una sensació de refinament cultural tan exacerbat com el que presenta Bourdieu en *La distinció* a propòsit de la societat francesa.

L'anàlisi dels resultats de la nostra enquesta deixa entreveure l'aparició de dos grups amb hàbits i pràctiques culturals diferenciats. Això no obstant, aquesta oposició s'atenua quan es tracta de valorar els equipaments ja que, en general, llevat de les persones més grans, la mostra reflecteix una població equipada.

Així doncs, constatem que els que tenen *estudis universitaris* i els que pertanyen a la *nova classe mitjana* són més assidus al cinema i al teatre -amb les reserves pertinents-, escolten programes informatius de Catalunya Ràdio, llegeixen habitualment premsa i novel·les actuals, segueixen programes informatius, pel·lícules i documentals dels canals TV3, TV2 i canal 33, són socis d'una entitat cultural, els agrada la música clàssica, pop i rock, toquen la guitarra i en menor grau el piano i practiquen la natació i el submarinisme. Cal dir, però, que aquestes variables s'accentuen quan es tracta de població jove o jove-adulta.

Amb lleus diferències amb el grup que acabem de descriure observem que els que tenen *estudis secundaris* i pertanyen a la *nova classe mitjana* van al cinema i al fútbol, escolten Catalunya Ràdio, veuen Antena 3, especialment el cinema. Pel que fa als gustos musicals prefereixen música clàssica, moderna i rock, llegeixen habitualment novel·les actuals i el Periódico i són socis d'alguna associació esportiva.

Per contra, no tenir estudis i estar inactiu significa tenir un tarannà cultural força diferent. Aquest grup prefereix la música espanyola (molt especialment la de ball), llegeix revistes del cor, segueix les sèries de TV1 i Tele 5, pertany a associacions de jubilats i practica la caça i la pesca.

Un grup força heterodox el componen els que tenen *estudis secundaris* o *primaris* i pertanyen a la *vella classe mitjana* o a la *classe treballadora*. En aquest grup la conjunció de variables nivell d'estudis i classe social no sempre és significativa. Per exemple, els que tenen estudis secundaris i pertanyen a la vella classe mitjana llegeixen el diari Segre, mentre que els que tenen estudis secundaris i pertanyen a la classe treballadora escolten la Cadena 40. Per contra els que pertanyen a la vella classe mitjana i a la classe treballadora llegeixen diaris esportius i en el cas d'aquests segons veuen programes esportius. Així també els que tenen estudis primaris es caracteritzen per no pertànyer a cap tipus d'associació.

Tal com podem observar els tipus de consum determinen l'existència de grups socials. Ara bé, cal fer tota una sèrie de precisions al voltant d'aquesta constatació:

1a. Malgrat l'aparició de diversos grups, les diferències que es produeixen entre ells no són tan àmplies per poder parlar de l'existència d'una forta jerarquia entre grups d'estatus.

2a. La variable nivell d'estudis es configura com a determinant d'un cert estil cultural, ara bé cal relativitzar el pes d'aquesta variable i contraposar-la amb la vulnerabilitat que tots els grups presenten enfront la influència de les modes i dels mitjans de comunicació (recordem que tots els grups sense excepció escolleix la música pop, per exemple)

3a. Es produeix una coincidència entre els resultats obtinguts en la nostra enquesta i els que presenta Massats (1998) en el seu estudi "El lleure a Catalunya". Les similituds, en aquest cas, esdevenen importants en el sentit que desdibuixen a grans trets, tal com es podria esperar, la diferència entre territoris, molt especialment entre el que és rural i el que és urbà. D'aquesta constatació se'n pot deduir dos fets: per una banda el desaprofitaement que una població fa dels recursos culturals que té més a l'abast i per una altra banda la influència del mercat i de la societat de consum. A grans trets, no s'acompleix la premissa establerta per Bourdieu (1979) on afirma que la proximitat als recursos potencia el seu consum i implícitament constitueix una font de capital cultural.

4a. Cal tenir en compte la variable econòmica. L'accés al món de la cultura té un preu (vegem el que paguem per anar a un concert de música clàssica o a una representació d'òpera, per exemple). Si l'accés es facilita a tothom, la cultura especialment les manifestacions corresponents al que anomenem alta cultura deixen de tenir valor distintiu.

En síntesi, podem concloure aquesta anàlisi tot dient:

1r. La població analitzada mostra comportaments i hàbits culturals diferenciats en funció de les variables nivell d'estudis, classe social i edat. Si el grau de modernitat es mesura en funció del nombre d'equipaments, cal dir, però, que es tracta d'una població força equipada que progressivament va integrant els nous avenços tecnològics (ordinador, CD...) tot i que tenim seriosos dubtes sobre l'ús que se'n fa. En relació a la valoració de les pràctiques culturals catalogades com alta cultura constatem que no han arrelat en profunditat en la població i que continuen sent "una qüestió" relacionada amb determinats grups socials. Per contra, determinades pràctiques de caràcter comunitari com passejar, anar de copes o amb els amics, tot i no ser objecte d'estudi del nostre qüestionari, predominen per sobre de les altres la qual cosa ens permet reconsiderar la nostra concepció de modernitat.

2. Pel que fa a la constatació de l'existència de grups d'estatus caracteritzats per un estil de vida diferent i diferenciador prou homogeni observem la consolidació de dos grups socials molt diferenciats en els quals intervenen les variables nivell d'instrucció, classe social i edat; Dit d'una altra manera els sectors de població més jove, més instruïda i que pertanyen a la nova classe mitjana consumeixen més activitats culturals (música, cinema, teatre) i realitzen més pràctiques i més variades (lectura de diaris, assistència a concerts, més pràctiques esportives); per contra, el grup d'inactius - a excepció dels estudiants que presenten un bon nivell de consums culturals- es contraposa a l'anterior en el sentit que el seu nombre de consums i pràctiques culturals és molt reduït. De l'observació directa de les pràctiques i consums que realitzen aquest darrer grup es desprèn un marcat caràcter comunitari com anar a ballar, d'excursió o a fer menjades per una banda i per un altra l'assistència a activitats de cultura tradicional com les plantades de gegants, les visites als pessebres o als mercats medievals. A aquests dos grups cal afegir-ne un tercer format per les persones amb baix nivell d'estudis, de la vella classe mitjana o de la classe treballadora i en edat adulta caracteritzat per la poca consolidació i el nombre reduït d'hàbits i pràctiques culturals.

Malgrat les observacions que acabem d'exposar que mostren un canvi de tarannà cultural en la població més jove i més instruïda, cal destacar que la peculiar evolució històrica i el pes de la societat de consum determinen, en gran manera, aquest tarannà, cosa que ens permet recuperar algunes de les afirmacions realitzades per Bourdieu en *La distinció* en el sentit que no n'hi ha prou amb què les institucions acadèmiques ofereixin uns determinats coneixements culturals estàndards, la distinció, el gust o el refinament cultural és més qüestió d'herència que d'una altra cosa. Bourdieu ho defineix tot dient que es tracta de mantenir una certa familiaritat amb la cultura més pròpia d'aquells que en el si de la família hi han estat iniciats.

3. En relació a la dicotomia modernitat-tradició, formes comunitàries o formes societàries constatem una certa dualitat en determinats grups socials. Si bé acabem de constatar l'aparició d'un tarannà cultural diferenciat de les èpoques anteriors, les formes de relació comunitària continuen predominant, molt especialment, en el temps de lleure. Són significatives les respostes a les preguntes sobre com els individus ocupen el seu temps de lleure i el pes que les activitats específicament culturals tenen en aquest temps a banda d'escoltar música o veure la TV. És a dir, si es vol saber si desenvolupen algun tipus d'activitat cultural cal que es faci explícit en la pregunta, en tot cas si es pregunta pel lleure i no s'indueix cap tipus de resposta concreta s'obté una enumeració de les

activitats molt variades des d'anar a l'hort o a prendre el sol o no fer res; és a dir el lleure no s'associa d'entrada a activitat cultural.

Aquestes observacions, així com els resultats de l'anàlisi estadística fan palès la importància de les activitats de caire comunitari així com posen en evidència una certa concepció de modernitat fonamentada més en les formes externes, en les aparences (cotxes de luxe, cases grans) o en la possessió d'equipaments.

4. Si bé és cert que tradicionalment el nivell econòmic ha definit la classe social dels individus, també és cert que actualment és insuficient a l'hora d'adscriure un individu a una classe social. En primer lloc el concepte de classe social és més aviat restringit i tal vegada seria més convenient parlar d'estrat social; és a dir, en lloc de classes socials caldria parlar d'estratificació social. En segon lloc la definició d'estrat social és més complexa en el sentit que les posicions que ocupen els individus no estan únicament determinades pel capital econòmic sinó també pel capital cultural.

Les conclusions a què ens permet arribar la nostra anàlisi posen en dubte el pes del capital econòmic en la determinació de les sensibilitats culturals i dels estils de vida ja que la pregunta sobre els ingressos és la més distorsionada de tot el qüestionari, mentre que el nivell d'instrucció i l'ocupació apareixen com les variables amb més capacitat d'objectivació i amb un pes específic important en la definició dels estils de vida. La idea elaborada per Bourdieu sobre la importància del capital cultural en els processos d'adquisició d'estatus es revela clau tot i que, implícitament, per adquirir capital cultural cal tenir capital econòmic; no hem d'oblidar que l'adquisició de cultura suposa una important despesa de diners.

5. La manca d'una tradició cultural consolidada es manifesta en la importància, més aviat escassa, de les activitats catalogades com alta cultura. Malgrat que el seu nombre ha augmentat en els darrers anys i certament se situen en un pla més assequible, el seu públic no ha augmentat substancialment. Observem que el públic de les exposicions d'art, o dels concerts de música clàssica, per posar un exemple, és un públic específic, podria dir-se d'iniciats, moguts per interessos (els beneficis que les relacions socials establertes en aquestes situacions aporten) diferents del pròpiament culturals. Tot i això, constatem que és un públic fragmentat en els diversos corrents i modes amb una certa incapacitat de transcendir-se ells mateixos i amb uns habitus opacs a la resta de la població. El primer hàndicap per a la socialització de la cultura se situa en el mateix artista que creu la seva obra devaluada quan els seus àmbits de significació han transcendit més enllà dels iniciats. Com a conseqüència del primer hàndicap n'apareix un

altre que té a veure amb l'opacitat dels significats de l'obra d'art realment inassequibles a la gran majoria de la població i, per tant, el segon handicap és el desinterès o la desmotivació de la població pel coneixement de les activitats catalogades com a alta cultura. Per tant, en aquest cas, observem un decalatge entre el discurs cultural dels intel·lectuals i les actituds i motivacions de la població. Destacar que aquest discurs només serveix a qui el produeix i als polítics que vesteixen els seus discursos d'allò que hom creu que dona prestigi.

Enfront aquesta concepció de cultura les activitats de cultura tradicional, que, actualment, malden per sobreviure no exigeixen aquest procés de reflexió, són més populars i, en el fons, presenten uns elevats valors de cohesió social; això no obstant, es troben totalment desprestigiades i en declivi. El principal problema rau en la pròpia concepció de cultura de les instàncies polítiques i en uns sistemes de potenciació d'activitats tancats en cercles concèntrics: alta cultura, cultura tradicional i en l'oblit de potenciar la creativitat de la ciutadania.

6. Tal com diu Carabaña (1997) l'augment de l'oferta d'escolarització tant en els nivells secundari com universitari no manté una correspondència directa amb l'augment del nombre d'individus que hi assisteixen, és a dir, hi ha molta més oferta que demanda real. Això no obstant, el nivell d'estudis de la població jove ha augmentat -ja no tenim analfabets joves, en tot cas tenim al voltant d'un 40% d'analfabets funcionals- tot i que no ho ha fet en la mateixa mesura que l'oferta prometia, per tant la pregunta escaient és fins a quin punt aquest augment d'escolarització ha suposat, realment, un augment significatiu del capital cultural? El que sí observem en l'anàlisi efectuada en aquest treball és un canvi de tendències, la població jove i més educada consumeix bastant més que la població adulta-gran i no tant instruïda, i en això coincidim amb altres anàlisis com la realitzada per Massats (1998) o l'Enquesta Metropolitana (1990). Ara bé, cal parar atenció en la naturalesa dels consums (música pop, pel·lícules de moda...) per constatar la influència del model de societat que vivim. És cert que els joves consumeixen més i assisteixen a més activitats culturals però la gran majoria són consums que vénen molt determinants per la publicitat, les modes i els mitjans de comunicació. L'aportació real del capital cultural escolar cal posar-la en dubte per una banda, perquè la població no està tan instruïda com voldríem i per una altra pel moviment arrabassador de la moda. Així doncs l'efecte cultural distintiu, on queda? Aquesta reflexió ens permet reprendre la concepció de Bourdieu (1979) on afirma que

la distinció cultural és més efecte de l'herència familiar que de l'acció educativa i que la intervenció cultural en la família suposa un procés molt complicat.

7. En aquest punt reprenem de manera intencionada l'afirmació realitzada per Bourdieu (1979) que hem utilitzat a l'hora de formular els objectius. Aquest autor diu que per tal de poder explicar millor les diferències d'estil de vida de les diferents classes o fraccions de classe cal tenir present la seva distribució en l'espai geogràfic. Les probabilitats que té un grup d'apropriar-se de béns singulars depèn, en part, de les seves capacitats d'apropiació específica definides pel capital econòmic, cultural i social que pot utilitzar per apropiar-se materialment o simbòlicament dels béns considerats, de la seva posició en l'espai social, de la seva relació entre la distribució en l'espai geogràfic i la distribució dels béns en aquest espai. Altrament dit, la distància social real d'un grup a uns béns ha d'integrar la distància geogràfica que alhora depèn de la distribució del grup en l'espai. En aquest sentit, continuàvem dient, l'oposició urbà/rural pot furnir informació diferenciada en relació al comportament cultural.

Enfront aquesta afirmació volem matisar els aspectes següents:

- a) No observem l'oposició rural/urbà com a especialment significativa, en tot cas constatem l'existència d'uns determinats enclavaments de població situats en barris de la ciutat i en nombre molt reduït en el territori que mantenen uns comportaments culturals diferenciats. Aquests comportaments són resultat de variables alienes a la situació geogràfica com el nivell d'estudis o l'ocupació. Per tant, el supòsit expressat per Bourdieu no s'acompleix quan es tracta d'una població poc sensibilitzada culturalment.
- b) Actualment, en les zones rurals es potencien des de la pròpia ciutadania activitats i manifestacions culturals com exposicions, concerts o obres de teatre amateurs per posar uns exemples. El significat d'aquestes dinàmiques no és estrictament cultural, és més aviat lúdic, de gaudi, de recreació, de punt de trobada. Aquest aspecte es revela quan s'analitzen la naturalesa i la tipologia dels agents socials que dinamitzen culturalment el territori. En aquesta anàlisi s'observa l'elevat nombre de societats recreatives i culturals que tenen com a finalitat organitzar festes majors, exposicions, obres de teatre..., tot plegat objectius que oculten el veritable sentit de les associacions que és el de ser punt de trobada, de reunió amb els amics amb un marcat caràcter recreatiu.
- c) La diferència entre els àmbits rurals i urbans no es troba tant en els individus com en el tipus d'oferta. En les zones urbanes l'oferta és molt més variada i qualitativament superior.

8. En les societats modernes avançades, l'accés a la cultura s'hauria de contemplar com un dret inalienable de tot individu de la mateixa manera que es considera l'educació, la sanitat o l'habitatge prestacions bàsiques de l'Estat del Benestar social. Aquest fet hauria de contrarestar la potencia del model cultural que imposen els mitjans de comunicació. Enfront la passivitat que inculquen els mitjans, cal generar accions que dinamitzin la creativitat de la ciutadania de tal manera que, en oposició a un consumisme antiigualitari -recordem la potència de la imatge de marca- es fomenti el desenvolupament de les sensibilitats individuals i col·lectives independentment de la diversitat ètnica, generacional o sexual com un mitjà de desenvolupament, satisfacció personal i d'adaptació al moment històric.

III PART

3. PRÀCTIQUES CULTURALS I PERCEPCIONS SUBJECTIVES SOBRE LA CULTURA

3.1. La perspectiva qualitativa: motivacions i pràctiques culturals

En la línia de la complementarietat metodològica una de les tècniques que podem utilitzar per aprofundir l'estudi, des d'una perspectiva qualitativa en la temàtica d'interès, és l'entrevista en profunditat. Les entrevistes qualitatives requereixen un disseny flexible d'investigació: ni el nombre ni el perfil dels informants s'especifica amb anterioritat. L'investigador comença amb una idea general sobre les persones a les quals entrevistarà, i està alhora disposat a canviar després de les entrevistes inicials. Per això i després d'haver considerat que calia obtenir entrevistes de diferents perfils vam iniciar el treball de camp pensant utilitzar l'estratègia de mostratge teòric: aquesta estratègia no dona gaire importància al nombre d'entrevistes realitzades, el que és important és el potencial de cada cas per ajudar en l'evolució de les comprensions teòriques. Després de completar les entrevistes amb diferents informants, es diversifica intencionadament el perfil de les persones entrevistades en profunditat. Ens referirem sempre als entrevistats amb noms ficticis, ja que cadascuna d'aquestes entrevistes té assignat un acrònim que representa alguna de les característiques identificatives dels interlocutors i que són també utilitzats en la transcripció de fragments en les nostres conclusions.

Cal especificar que totes les entrevistes han estat gravades amb audio, aquesta gravació ha estat transcrita literalment per procedir a l'anàlisi. Després d'haver obtingut un document fruit de la transcripció de les entrevistes en profunditat, hem seleccionat l'anàlisi de contingut, que s'inseriu dins el que s'ha anomenat mètodes documentals.

A continuació presentem una taula amb les dades més importants referents a les 30 persones que han estat entrevistades:

Acrònim	Edat	Nivell d'estudis	Ocupació
AD 37	37	Est.superiors	Advocat
C 55	55	Sense estudis	Cosidora
D 43	43	Est.primaris	Dependent
AP 39	39	Est.secundaris	Artista
HT 53	53	Est.secundaris	Empresari
BX 65	65	Est.secundaris	Obrer qualifica
PU 57	57	Est.superiors	Professor
DB 40	40	Est.superiors	Director banca
MP 33	33	Est.superiors	Metge
UP 50	50	Est. superiors	Periodista
AF 52	52	Est.superiors	Funcionari
PC 50	50	Est.superiors	Professora
PG 54	54	Est.secundaris	Artista
EU 21	21	Est.secundaris	Estudiant
PC 32	32	Est.superiors	Professor
BF 50	50	Est.secundaris	Funcionari
ES 24	24	Est.secundaris	Estudiant
P 35	35	Est.superiors	Periodista
RP 67	67	Est.superiors	Jubilat
E 40	40	Est.superiors	Educadora
B 56	56	Est.secundaris	Empleat banca
T 60	60	Est. primaris	Transportista
E 37	37	Est.secundaris	Empresària
P 40	40	Est.superiors	Periodista
AB 22	22	Est.secundaris	Administrativa
E 51	51	Est. superiors	Empresari
DF 39	39	Est.superiors	Funcionari
PA 31	31	Est.secundaris	Pagès
FE 36	36	Est.superiors	Professor

L'esquema de treball en cadascuna de les entrevistes ha girat al voltant de quatre eixos: la concepció de cultura, les motivacions per a la pràctica cultural, els consums i una valoració crítica sobre l'estat actual de la ciutat.

3.2. La concepció de cultura. Variants, consciència cultural, consciència dels diferents nivells culturals

Abans de parlar de les diferents concepcions de cultura, cal fer esment del marc sociohistòric en el qual els entrevistats han construït les seves percepcions ja que, la construcció del concepte que fan els individus no s'ha de veure com una entitat aïllada i independent del context social i històric. Malgrat l'aparició de noves tendències d'anàlisi que desproveixen tot discurs de les variables històriques transformant-lo en un simple joc de paraules o d'estructures, en aquest cas, volem destacar la necessitat de plantejar tots els relats des d'una perspectiva històrica atès que creiem que la seva influència és determinant en la pròpia construcció del concepte. En cap cas es poden obviar els següents trets de caràcter històric:

1r. La persistència durant bona part del segle XX de taxes d'analfabetisme força elevades. L'escolarització gratuïta i obligatòria no és possible fins ben entrat el segle XX, més concretament els anys 70. Si el grau d'educació facilita l'accés o la comprensió de la cultura podem observar un dèficit històric significatiu en aquest sentit.

2n. La coincidència de l'expansió de l'escolarització amb l'expansió dels mass media, sobretot pel que fa als mitjans audiovisuals, ha provocat una espècie de salt cultural que ha anat de l'existència d'un grau cultural molt primari a una cultura fonamentalment recreativa i basada en la imatge. La població espanyola no viu un espai històric entremig que va des del creixement de l'albabetització al boom dels mass media per tant no viu aquell espai històric on se solidifiquen tota una sèrie de pràctiques i hàbits culturals sedimentats en la lectura. Per una altra banda, l'expansió de l'escolarització, molt concretament la seva extensió als nivells universitaris, s'assoleix en uns moments en els quals el pragmatisme predomina per sobre de qualsevol altra concepció. A la universitat no s'hi va a fer cultura sino a aprendre unes habilitats precises que han de possibilitar l'accés a una ocupació. És per això que s'observa, massa sovint, universitaris sobretitulats però amb nivells culturals molt baixos. No s'han de confondre els nivells acadèmics amb els nivells culturals, tot i que, els nivells d'escolarització han de facilitar l'accés a la cultura.

3r. Altres característiques històriques fan referència a la situació viscuda després de la Guerra Civil espanyola per un gran gruix de població que va haver de lluitar per la supervivència i, en conseqüència, no va tenir altra opció més que la de desenvolupar la cultura de la supervivència mentre que, per una altra banda, des del poder només es desenvolupaven accions encaminades a la pervivència d'un determinat model polític-ideològic. Altres tipus de cultura com la cultura obrera romanen, pràcticament, en la

invisibilitat, són inexistents a nivell popular. Així hem de dir que durant la dictadura es viu en una sequera cultural que explica la pobresa de matisos de moltes de les respostes que hem revisat i, per una altra banda, també, la multitudinària presència de respostes estereotipades.

En l'àmbit de la nostra investigació si fem una classificació de la diversitat de significats que els estudiosos han conferit al concepte de cultura, observarem que en podríem extreure tres característiques fonamentals:

1a. La cultura com a excel·lència en el sentit utilitzat per Adorno; és a dir, com a ampliació de les facultats humanes per mitjà del coneixement racional. Aquesta concepció és a la base de l'origen del concepte cultura i s'aproxima al que Williams definiria a propòsit de la Revolució Industrial com aquell estat general o hàbit mental que manté relacions pròximes amb la perfecció humana. Tammateix però, amb l'extensió dels processos d'urbanització, les elits urbanes utilitzen aquest terme com expressió de l'autoconsciència, posició social i ideologia d'aquells sectors que es troben en plena ascensió social i basen les seves estratègies en l'educació formal.

2a. La cultura com a manera de viure en el sentit antropològic del terme pel qual la cultura configura les formes com la gent es nodreix, fa política, i intercanvia productes i relacions en el mercat. En aquest sentit, la gent no solament actua d'acord amb la realitat percebuda sino que sembla no tenir sentit parlar de realitat bruta amb independència de la cultura.

3a. La cultura com un àmbit específic. Tal com ja hem esbossat en la nostra introducció, la cultura esdevé a principis del segle XX un àmbit cada cop més independent i autònom. Es configura com una nova esfera social amb lleis específiques alhora que progressivament apareixen nous fenòmens i manifestacions culturals. En la consolidació de la cultura com un àmbit específic, les indústries culturals tenen un paper rellevant en el sentit que difonen en sèrie els nous productes que produeixen. Els ciutadans esdevenen possibles consumidors d'aquests productes que lluny d'homogeneïtzar la població la classifiquen en funció dels tipus de consum.

3.2.1. L'anàlisi del concepte de cultura

La primera qüestió que s'ha tractat en l'entrevista ha estat sobre el concepte de cultura. La finalitat ha estat esbrinar no solament la pròpia concepció del concepte sinó també

les possibles variants. L'anàlisi de les entrevistes posa en evidència quatre concepcions diferents:

1r. Una concepció humanística que comprén totes aquelles definicions que plantegen la cultura com aquells fets, actes o manifestacions que tendeixen a la millora de la condició humana en el sentit que li dona Adorno.

2n. Des d'una vessant més lúdica que entén la cultura com aquell seguit de manifestacions externes que serveixen per desenvolupar la sensibilitat o per a l'entreteniment dels individus .

3r. Des d'una vessant crítica que posa en evidència la necessitat d'adquirir capital cultural i, alhora, la dificultat d'accedir o comprendre determinades manifestacions.

4. Des d'una vessant que diferencia cultura i educació.

Destaquem, però, la inexistència d'una concepció cultural arrelada en la mateixa forma de viure i per una altra banda, el desconeixement generalitzat de l'àmbit de la cultura com un nou àmbit econòmic. El que si es fa palès de manera reiterada és la necessitat de ser educats per comprendre les manifestacions culturals.

Observem a continuació els diferents matissos que adquireix el concepte en les diferents entrevistes:

a) Un nombre considerable d'entrevistats se situen en una concepció de cultura humanista tal com ho podem constatar en els exemples següents:

- la cultura com a font de coneixement:

"La cultura és el més important de les persones, és lo que integra realment, que et pugui alliberar d'una sèrie de lligams que històricament l'home ha anat suportant...Sempre s'ha relacionat cultura amb progrés, amb llibertat, amb l'abans...els aspectes humans, els aspectes de l'ètica, els aspectes culturals han d'afrontar un protagonisme personal..."(DB40)

- la cultura com a font de llibertat, tolerància i respecte:

"La cultura et fa més lliure, més tolerant, et fa més respectuós, més dialogant" (DF52).

- la cultura com a informació:

"Una persona amb informació és una persona amb opinió..."(UP50)

- la cultura com una activitat de reflexió:

"Moltes vegades la cultura tampoc no és lo que et vulguin vendre com a cultura, moltes vegades la cultura pot ser simplement asseure't una tarda i mirar el cel, i pots estar fent cultura, pots estar reflexionant, pots estar fixant-te en coses concretes, pots estar badant o com jo dic moltes vegades, filosofant..." (MP33)

b) La cultura com a àmbit específic:

- la cultura com a desenvolupament de la sensibilitat:

"...qualsevol manifestació cultural ha d'aportar sensibilitat i a través de la sensibilitat...una manera diferent de relacionar-te amb qualsevol altra cosa..."(PC32)

- la cultura com a dimensió estètica

"...la dimensió humana té molts components i, un d'ells és aquest component de la sensibilitat estètica que no és reduïble a res més i que quan no hi és, doncs, probablement aquella persona ha perdut de les seves potencialitats com a persona humana..."(FE36)

- la cultura com activitat de lleure:

"... si només ens hem de dedicar a treballar...hi ha algo més a fer en el lleure i la cultura popular és lo que ens està lligant una miqueta...lo conservar les arrels..."(EF50)

- la cultura com activitat específica

"...Cultura què vol dir? que tens balls regionals, tens exposicions...totes aquestes coses són molt gratificants..."(XP 65)

- la cultura entesa com a cultura tradicional

"...i la cultura popular és el que ens està lligant una miqueta...lo conservar les arrels...sense arrels ja no parlariem de cultura..."(EF50).

c) El cost de la cultura:

- cultura i capital econòmic: un fre per a la cultura:

"...per a mi la cultura és un valor, un valor absolut. Una altra cosa és l'aspecte econòmic de la cultura, hi ha hagut un economicisme en els béns culturals no? El fet que molts béns culturals passin per la compra vol dir que, prèviament, hi ha capacitat econòmica. I és aquí on m'oposo que aquesta capacitat sigui un fre..."(M33)

- la cultura com un article de luxe

"...jo crec que la cultura és important, el que passa és que per a molta gent és un article de luxe..."(P54)

- la cultura com a manifestació d'elitisme

"...el problema de la cultura, actualment, és molt cara...s'ha fet una cultura elitista. A nivell cultural no hem aconseguit crear aquesta consciència de necessitat de conèixer..."(AF52)

d) La distinció entre cultura i educació

"...Una altra cosa és ensenyament, això és un altre tema, que els nens sapiguin escriure, sapiguin llegir...com més educació més carreres...això és una cultura d'ensenyament, cultura de professionalització, que la gent es pugui desenvolupar al carrer, que tingui mitjans econòmics i per tirar endavant la seva vida. L'altra cosa és la cultural, anar a veure una exposició de quadres...(RP 67)

e) Absència del concepte de cultura

Volem destacar que en 14 de les 30 entrevistes no s'esbossa cap concepte de cultura ni directa o indirectament. Aquest fet que, inicialment, podria atribuir-se a la manca d'un nivell d'estudis adequat i a una situació típica de persona adulta madura educada després de la postguerra no és així. Observem que només dos dels quatorze entrevistats són persones amb estudis primaris o sense estudis, la resta es reparteixen proporcionalment entre els que tenen estudis secundaris i superiors. Per una altra banda l'edat sembla ser un factor important en el sentit que ser més jove i més instruït no constitueix un indicador fiable del capital cultural. Una constatació com la que acabem de realitzar posa en qüestió la relació entre el nivell d'estudis i el capital cultural assolit i planteja un bon nombre de problemes que poden sintetitzar-se en la incidència de les institucions acadèmiques i els currículums escolars en la formació d'un capital cultural i en la sensibilització per la cultura. Per una altra banda, la universitat sembla complir una tasca més instrumental que difusora de la cultura i malgrat que el nombre d'activitats augmentin no esdevé el mateix fenomen amb el públic, és a dir, amb els alumnes que cada cop tenen una visió molt més pragmàtica.

En síntesi, predominen els individus que no donen ni explícitament, ni implícita, cap definició sobre el què consideren què és la cultura (14 sobre un total de 30). Aquest grup es caracteritza per la seva heterogeneïtat pel que fa al nivell d'estudis, l'ocupació i l'edat. Cap d'aquestes tres variables constitueixen indicadors fiables per determinar el nivell del capital cultural. El que sí sembla ser determinant en la construcció individual del concepte de cultura és l'existència d'una relació emocional entre l'individu i l'haver realitzat o desenvolupar de manera activa algun tipus d'activitat cultural. Molt especialment, aquest factor és determinant en la població de més de 40 anys.

En relació a qüestions com l'anàlisi de la magnitud de la cultura com una dimensió que abasta la totalitat dels fets humans és a dir com aquell conjunt de pràctiques que permeten integrar-se en una societat determinada, s'observa que no apareix en cap de les

entrevistes; per contra, tots els entrevistats realitzen algun tipus de pràctica cultural sigui escoltar música, sigui anar al cinema. Aquest fet implica una concepció més restringida del concepte cultural.

Sobre el desenvolupament de la consciència cultural cal dir que aquesta apareix arrelada en els casos en què es considera la cultura tradicional com la base de tota la dinàmica social, ja que, el conreu d'aquest tipus de cultura significa el manteniment dels arrels; és a dir, se situa en el pla identitari, saber qui som. Paral·lelament, els entrevistats no consideren l'existència de diferents nivells culturals (manifestacions d'alta cultura o cultura popular i tradicional), sí que, en alguns casos, es manifesta que el desenvolupament de pràctiques culturals es troba relacionat amb factors de caràcter econòmic; és a dir, la cultura és cara. En relació amb aquest aspecte, cap dels entrevistats no mostren tenir el sentiment o la consciència que la realització de determinades pràctiques culturals implica tenir el sentit de la distinció que aquestes poden suposar.

Altres aspectes com els relacionats amb una visió global de les pràctiques culturals es detecta, sense que això es faci explícit en cap moment, una tendència cap al sectarisme cultural; és a dir, tothom considera gairebé de manera exclusiva la seva parcel·la.

3.2.2. Motivacions i dificultats en el desenvolupament o en la realització de pràctiques culturals

En relació a la pregunta sobre les motivacions que els duen a desenvolupar hàbits o pràctiques culturals podem classificar les respostes obtingudes en tres grups:

a) Inexistència de motivacions

Quatorze dels trenta entrevistats no responen a la pregunta sobre quines motivacions tenen per realitzar pràctiques culturals. El perfil d'aquesta població és divers en edat, nivell d'instrucció, i ocupació. Aquesta constatació contradiu vells estereotips pels quals atribuïm la no motivació cap a la cultura a persones sense estudis i de baix nivell d'estudis. En l'anàlisi de les entrevistes es constata que la motivació per assistir o realitzar activitats culturals es deriva en tots els casos de la participació molt directa en experiències de caràcter cultural que constitueixen per aquestes persones o bé una font d'identitat o bé un desig de conèixer millor el món i interpretar-lo.

b) Motivacions que responen a la necessitat d'augmentar el coneixement a nivell individual. Aquestes motivacions adquireixen en cadascun dels entrevistats matisos diversos com es pot observar a continuació:

- Com a millora de la condició individual:

"...la cultura no té preu, la cultura quan vas a un concert...a escoltar un conferenciant o a una exposició de quadres, és una sensació personal i espiritual..."(T60)

- La cultura com aprenentatge:

"...sempre que llegeixes un llibre, vas a veure una obra teatral, un recital...són petites coses que van deixant un pòsit...A cada cosa que assisteixes, d'alguna manera en treus alguna lliçó. encara que no sigui immediata, aprens coses..."(AP39)

- Més comprensió sobre la condició humana, més criteri i informació:

"...la cultura hace que cuando tú ves una cosa la entiendas, te hace mejor, cuando lees un artículo hace que tú puedas opinar con un mínimo de criterio, es una aportación para esto para saber". (AP 37)

-També es poden utilitzar els coneixements adquirits per millorar o procurar-se avantatges professionals:

"M'agrada estar al dia en tot el que es va publicant sobretot en el meu àmbit. D'aquí trec recursos per a la meva feina, puc escriure articles..."(E36)

- Interés per tot allò que és nou:

"...m'interessen molt les coses noves...és un enriquiment personal..."(P35)

- El coneixement de la pròpia cultura com a element fonamental per a la integració en altres cultures (cultures d'adopció)

"...Per integrar la gent cal potenciar la seva cultura de procedència, i a partir d'aquesta es pot integrar en la seva cultura d'adopció". (AF52)

- Les pràctiques culturals constitueixen una manera d'augmentar el capital cultural, la cultura pot entendre's com una inversió:

"...La cultura ens enriqueix, com més fem, doncs més història i cultura tindrem". (EU21)

També:

"...crec que s'ha de tenir com una inversió, no s'ha de considerar com una pèrdua de temps. És una inversió de temps que ha de repercutir en benefici teu..." (P35)

- La cultura com a història compartida que cal conservar i com a símbol d'identitat:

"...deixar constància de la cultura que es feia... i, alhora, interès per donar a conèixer i promocionar la ciutat..."(BF50)

c) Motivacions relacionades amb la consideració de la cultura com un àmbit específic com:

- Desenvolupar la sensibilitat o incentivar sensacions:

"...qualsevol manifestació cultural t'aporta sensibilitat..."(PC32)

"...qualsevol manifestació cultural té com a finalitat incentivar sensacions..."(FP39)

d) La realització d'activitats culturals permet tenir criteris de valoració de la producció cultural:

"...jo crec que el background cultural és una condició necessària per tal de tenir una determinada sensibilitat i criteris de valoració..."(FE36)

e) Permet de gaudir de la subtileza de l'art

"La cultura aporta l'enriquiment personal...el gaudir de la subtileza de l'art..." (PC50)

f) Respostes de caràcter genèric.

- La cultura com una primera necessitat:

"...tenir cultura, avui per avui, és el primer que s'hauria de tenir..."(E 40)

- Ha d'encertar el gust individual:

"...que t'agradi..."(ES24)

En síntesi, es constata l'existència de tres posicions clarament diferenciades: la formada per aquells que no senten cap motivació per a participar o realitzar activitats culturals, una altra seria aquells que consideren l'adquisició de cultura com una font d'enriquiment personal amb matisos molt diversos mentre que la tercera estaria formada per aquells que consideren les diverses manifestacions culturals com una font d'enriquiment de la sensibilitat. Es posa de manifest que la relació amb la cultura neix d'haver establert prèviament una relació molt personal amb aquesta normalment mitjançant algun tipus de col·laboració o participació. Ha estat aquesta participació la que posteriorment els ha permès d'elaborar algun tipus de discurs sobre la cultura malgrat que aquest sigui molt limitat o parcial.

Això no obstant, un cop s'han sintetitzat les diferents posicions cal destacar que són nombrosos els entrevistats que posen de manifest la peremptòria necessitat d'educació en aquest sentit. Tres idees es van repetint de forma reiterada en tots els discursos:

1a. la necessitat de ser educats per poder entendre el món cultural i la incapacitat que han manifestat les institucions per difondre o estendre la sensibilitat cap a la cultura.

2a. la insuficiència del sistema escolar per pal·liar aquest fet. Molt especialment la població de menys de quaranta anys agraeix l'entrevista perquè els obre la porta a una reflexió que no havien fet anteriorment malgrat que en la seva gran majoria tots són persones que tenen, al menys, estudis secundaris.

3a. la idea de cultura com un producte car i de luxe al qual, tot sovint, no s'hi pot arribar.

3.2.3. L'espai de la cultura en el temps de lleure

Tal com ja s'ha comentat en els apartats anteriors la consciència cultural és més aviat escassa. Per aquest motiu, en cap de les entrevistes es constata la relació entre el temps de lleure i les possibilitats de desenvolupar activitats culturals en un sentit més estricte. Ningú concep aquest temps com un temps apropiat per anar de manera periòdica al cinema, desenvolupar activitats teatrals o anar a veure exposicions per posar uns exemples. Les respostes a aquesta qüestió fan més evidents que mai una concepció de cultura molt restringida, allunyada de la vida quotidiana i molt particular pel que fa a condicions i circumstàncies.

La literatura sociològica vincula a la Modernitat tardana l'aparició de determinats models de vida que actuen com a codis de conducta i que s'adrecen a l'exploració de tot allò que és innovació en la nostra societat i que s'apliquen als àmbits de la moda, del disseny, o a tot allò que té un significat u origen ètnic. Aquests models de vida propis de les classes instruïdes i acomodades no se'n constata cap indicatiu en les nostres entrevistes. En síntesi, de l'anàlisi de les nostres entrevistes se'n desprenen les següents constatacions:

La primera constatació i la més general de totes la constitueix la queixa reiterada d'un excés d'hores de feina i la pràctica inexistència d'hores de lleure. Aquest fet és comú a totes les condicions i edats tal com ho podem observar en les afirmacions següents:

"De temps lliure pràcticament no en tenim. De vegades jo me'n busco per anar a veure alguna pel·lícula" (PC 50).

"La feina que faig fa que tingui poc temps lliure i el que tinc el dedico a cuidar el jardí..." (UP 50)

En aquest mateix apartat apareix la indiferenciació entre el temps de feina i el temps de lleure tal com ho podem apreciar en el paràgraf següent:

"No estableixo diferència entre la feina i el temps de lleure... Això del lleure es deu haver convertit en una indústria a les zones urbanes que es on viu la major part de la

població en els països rics, hi ha un nivell bastant estressant i posar la ment en blanc davant d'una pantalla on uns marciàns liquiden els altres ...doncs relaxa i tranquil.litza..." (FE36)

A banda de la constatació anterior, tot seguit oferim un llistat d'activitats que apareixen en les diferents entrevistes. Aquestes activitats es realitzen en la seva gran majoria esporàdicament i les podríem classificar en quatre grups:

1r. Estaria format per tots aquells que realitzen activitats de caràcter lúdico-esportiu com ara:

- fer gimnàstica
- fer bicicleta o mountain bike
- passejar, caminar
- anar a pescar i a caçar durant la temporada

2n. Activitats relacionades amb algun tipus d'hàbit o pràctica cultural de caràcter passiu com:

- llegir
- escollir música
- mirar alguna pel.lícula o la tele

3r. Activitats relacionades amb la realització d'estudis

- acabar una carrera (tot treballant)
- anar a l'escola oficial d'idiomes

4t. Activitats de caràcter divers tot i que relacionades amb la llar com:

- fer bricolatge
- fer feines de casa
- tenir cura del jardí
- fer l'hortet

Això no obstant, si transforméssim numèricament en percentatges les activitats anteriors, les respostes no arribarien a obtenir l'1% en el sentit que no s'observa cap unitat en les respostes, a banda d'aquells que diuen no disposar de lleure i no matisen cap tipus de resposta.

També es fa molt evident en el cas dels que diuen realitzar algun tipus d'activitat cultural que es troba molt vinculada amb la seva feina tal com es fa palès en les afirmacions posteriors:

"...les meves pràctiques culturals giren bastant dins del món artístic. En èpoques que no tinc una feina en concret vaig a conferències, llegeixo moltes més coses..."(PG52)

"...procuro anar a algun concert o a alguna obra de teatre o sigui el meu temps lliure està relacionat amb el món amb el que estic..."(PA 39)

En síntesi, segons els entrevistats, l'amplitud de l'horari de treball dificulta tenir un temps fix i permanent per poder desenvolupar de manera periòdica i continuada activitats. En qualsevol cas, les activitats esportives predominen per sobre de les culturals que en la majoria dels casos tenen un caràcter molt rutinari.

3.2.4. Les pràctiques culturals

a) La lectura

La diversitat de situacions, interessos, gustos i matisos es fan molt evidents en aquesta pràctica cultural. Hom té la impressió que cadascun dels entrevistats manté una relació personal, íntima, amb el material de lectura que té a les mans. La diversitat d'eleccions que fan els entrevistats explica aquesta relació especialment subjectiva que cadascun d'ells manté amb les lectures que realitza. Són pocs els que confessen que no els agrada llegir tal com ho declara l'entrevistat següent:

"...soc home de no agradar-me massa la lectura i pràcticament els llibres em cansen...com a molt soc home de premsa local perquè potser soc lleidatà...m'interessen més els problemes que pot tenir el meu barri, la meua ciutat"(B56)

En tot cas, molts diuen disposar de molt poc temps i aquesta condició els priva de llegir tal com ho podem observar en:

"...abans llegia bastant, bé, llegia, fa temps que no llegeixo un llibre perquè no tinc temps...La premsa, doncs, és possible que la llegeixi una vegada a la setmana i no sencera..." (E40)

També:

"...llegir és una cosa que m'agrada fer però que per desgràcia no puc fer mai..."(PC50)

Altres es cansen de llegir:

"...Llegeixo més premsa perquè els llibres els començo i em canso...He llegit molt durant molts anys fins que vaig començar a escriure i al mateix temps vaig començar a deixar de llegir, començo i els deixo..." (P40)

En un altre sentit de coses, els que llegeixen, l'elecció de les lectures que fan, obeeix a motius molt diversos alguns dels quals els exposem a continuació:

a) lectures relacionades amb el treball:

"...leer, leo todo lo que está relacionado con el derecho o con materias complementarias. Casi todo lo que leo está directa o indirectamente relacionado con mi profesión..."(SA 37)

"...he de llegir molts articles concrets sobre una temàtica específica perquè estic en la fase final de la meua tesi doctoral..."(MP33)

"...llegeixo sobre història de l'art, temes pictòrics o artístics, arquitectura també...catàlegs, exposicions...anàlisi de crítica especialitzada..."(PG54)

"...Llegeixo els llibres que em manen llegir a la facultat que són molts..." (EU21)

b) lectures relacionades amb afeccions:

"...llegeixo bastant obres de teatre o llibres per readaptarlos..." (RP67)

c) lectures relacionades amb interessos específics:

"...llegeixo llibres de tipus social, sociològic, polític i filosòfic..."(PF39)

d) lectures relacionades amb el plaer de llegir:

"...M'agraden els best-sellers. Acostumo a llegir-ne cada dia abans d'anar a dormir..." (ES24)

"...per relaxar-me agafo un llibre d'història i em poso a llegir..." (AF 52)

"...llegeixo amb molt de gust les novel·les i les biografies, llegeixo diàriament els periòdics, i el cap de setmana en compro dos o tres entre nacionals i locals. M'interessen molt les editorials i la informació econòmica" (DB 40)

En síntesi, tres quarts parts de la població entrevistada declara tenir preferència per l'assaig bé sigui de caràcter científic-social, tècnic, relacionat amb les noves tecnologies o sobre els nacionalismes, també la lectura de novel·les es troba força difosa entre els entrevistats. Tanmateix però, també apareixen gustos molt particulars com el plaer de llegir cròniques urbanes, llibres d'història, biografies, llibres sobre salut, medicina i herbes, contes o llibres sobre coses de Lleida.

En relació amb la premsa cal destacar que el 80% dels entrevistats llegeixen o fullegen quotidianament els diaris locals, això no obstant apareixen nombroses crítiques envers aquests diaris que podrien sintetitzar-se en declaracions similars a la següent:

"...llegeixo per estar una mica al dia els diaris locals tot i que cada vegada em fan més angúnia...el sensacionalisme que fan és nefast, no verifiquen la informació..."(PC 50).

"la premsa...cal anar amb molt de compte, jo sempre em miro les coses amb segones ja que molt sovint les tergiversen..."(D 43)

El 50% de la població entrevistada llegeix, al menys un cop a la setmana, un diari nacional majoritàriament El País, també La Vanguardia i El Periódico. Els interessos que els mouen a llegir aquests diaris són diversos però hi ha coincidència en llegir els articles d'opinió, editorials, o política internacional, així també hi ha coincidència en no mostrar cap interès pels apartats esportius d'aquests diaris.

En relació amb les revistes destaquem l'escassa subscripció llevat d'algun entrevistat (2 entrevistats concretament) que manté la subscripció per motius professionals. En general, la població entrevistada ni compra ni llegeix revistes més que esporàdicament. Cal destacar però que les entrevistades joves són afeccionades a les revistes de moda o de "cotilleos" tal com ho podem observar en les següents declaracions:

"...Compro Woman cada més pels reportatges d'actualitat, moda, bellesa..."(ES 24)

"...Miro les revistes de moda...me'n compro una i les altres les vaig a veure a la biblioteca pública un cop a la setmana" (EU 21)

Les declaracions anteriors sorprenen en el sentit que es tracta d'una població jove i educada la que utilitza aquestes revistes en la seva necessitat de buscar models, tanmateix però, molt dependents de la societat de consum.

En síntesi, tal com afirmavem a l'inici d'aquest apartat les motivacions que indueixen a la lectura són diverses com diverses també són les lectures que fan.

b) El consum audiovisual

La gran majoria d'entrevistats disposen de poc temps per mirar la televisió degut a que realitzen uns horaris de treball molt amplis. Així MP33 metge i professor diu: *"Si puc arribo a casa a l'hora del telenotícies, si arribo més tard ja l'han fet i moltes vegades ni l'encenem (la tele)..." P.C. 50 professora diu la TV ni la veiem, ni les notícies, encara estem treballant..."*

Alguns escolten amb més freqüència la ràdio perquè els ho permet el seu lloc de treball o també quan van amb cotxe o simplement perquè les notícies s'aprofundeixen més i són més fiables tal com diu AF52 de professió funcionari: *"la ràdio l'escolto molt, però més amb tipus de notícies, però més amb tipus de notícies, perquè penso que la ràdio dona una informació molt més àmplia i molt més fiable..."*

De les entrevistes es despren sensació de decepció per la gran quantitat de "telebasura" o un cansament per l'abús que fan de determinats esports, així BX65 diu *"abans el*

futbol m'agradava moltíssim, ara en passo olímpicament..." En definitiva, FE36 considera que el vídeo és un invent genial ja que et permet enregistrar solament aquells programes que t'agraden i així no cal veure la TV ja que *"...la TV és infame l'espanyola, l'estrangera, la catalana...els informatius enlloc d'explicar el que passa són d'una superficialitat enorme i només generen ideologia...si vols tenir bona informació has de recórrer a determinats reportatges..."*

Els programes més seguits pels nostres entrevistats són:

- els informatius, telenotícies
- debats, tertúlies, entrevistes
- programes culturals o documentals
- pel·lícules, especialment les antigues, aquelles no que no es veuen en els cinemes
- concerts de música clàssica

Observem un rebuig total als concursos per part de tots els entrevistats.

c) El consum musical

Tots els entrevistats manifesten tenir afecció per la música, ara bé l'elecció d'un u altre tipus de música resulta ser molt personal tal com ho demostra el repertori de preferències que apareix en preguntar sobre aquest aspecte i que a títol indicatiu exposem a continuació:

- música clàssica
- jazz
- sarsuela
- molts grups puntuals dels anys 70
- balades, rock o pop
- música moderna
- representació operística
- música dels 60
- música simfònica
- grups de les comarques de ponent
- Els solistes americans
- la música americana dels anys 50
- música d'orquestra com la Principal de la Bisbal
- la cançó protesta
- la música de relaxació

- blues
- country
- música llatina, salsa
- les havaneres
- el New Age

En relació a l'assistència a concerts aquesta és molt més limitada. El 80% dels entrevistats no han estat a l'auditori més que dues o tres vegades, dos dels entrevistats no hi han estat mai i alguns ho fan amb relativa freqüència. Les motivacions que els han induït a anar a l'auditori són molt diverses, ara bé, podríem arribar a classificar-les en dos grups: aquelles que són explícitament musicals perquè els entrevistats senten veritable afecció per la música i aquelles que responen a motivacions molt diverses però que no són explícitament les musicals. Per exemple PC32 diu: *"...La veritat és que no vaig a molts concerts, però de tant en tant quan l'intèrpret m'atreu si que hi vaig. Els grans directors poques vegades venen aquí a Lleida, pots trobar-los a Barcelona, a Barcelona sí, pot venir Mutti o gent així. Gent que està davant de l'orquestra i notes alguna cosa especial...en canvi en els intèrprets és més fàcil de trobar...No és una contradicció que sigui músic i no vagi a concerts, perquè busco una sonoritat per sentir música que la puc sentir a casa..."*

RP67 diu: *"...A l'auditori hi vaig per escoltar totes les orquestres..."* També P.V.57 declara *"...vaig a molts concerts de música clàssica, no a tots soc selectiu, però m'agrada la música clàssica en directe amb una gran orquestra..."*

Altres pensen que l'oferta de l'auditori, sobretot pel que fa a la varietat, no és massa elevada, DB40 declara *"...assisteixo a Lleida a alguns concerts que fan a l'auditori...De jazz he anat a veure a algun grup...de totes maneres, l'oferta és poc variada, hi ha massa música clàssica, i no hi ha massa programació (per no dir gens) d'altres classes de música com jazz o blues... trobo que l'oferta s'hauria d'eixamplar en aquest sentit..."*

També hi ha entrevistats que pensen que a l'auditori hi fa falta música lleugera, d'orquestra tal com diu B56 *"...la música m'agrada tota...la música m'agrada sempre que estigui ben feta per orquestres com la Principal de la Bisbal, la Maravella, m'agrada escoltar-los perquè porten uns cantants bons que estan escollits i són tios que saben estar dalt d'un escenari i m'agraden principalment perquè fan música de casa nostra. La música catalana m'agrada molt..."*

Això no obstant, altres entrevistats manifesten tenir interessos molt allunyats del que és pròpiament musical tal com diu AB22: *"...He anat a algun concert a l'auditori perquè*

m'ha interessat, he anat a audicions més que res, perquè tinc amics..." D43 explica que "a l'auditori no hi vaig sino és forçós, si no t'inviten o hi va l'associació de dones..."

Pel que fa a l'assistència a concerts a altres llocs, les motivacions són també diverses ja que depén dels propis interessos i del tipus de concerts; per exemple AP39 diu *"...he assistit a grans concerts que són com grans bogeries que es consumeixen en una nit, i que són ben bé un foc d'artifici...el que més m'interessa d'aquests concerts és la posada en escena, el muntatge que envolta aquests grans artistes..."*

Les situacions en les quals els entrevistats escolten música són diverses, molts escolten música quan viatgen o van amb el cotxe, quan estudien (sobretot música clàssica), quan treballen o quan fan la feina de casa o bé el cap de setmana.

En síntesi, la diversitat d'opcions que apareixen constitueix un indicador del que s'hauria de tenir present en les programacions musicals excessivament tancades en un sol tipus de música. Cal destacar que, la gran majoria d'entrevistats aprecien la música clàssica tot i que lamenten que a l'auditori no s'ofereixi una programació alternativa. Per contra, la música rock o la màquina, llevat de dos casos, són objecte de rebuig. Probablement si la mostra fos més àmplia en la franja d'edat més jove els resultats serien diferents per la gran influència que la societat de consum té sobre aquest sector de població.

d) El cinema

La població entrevistada es divideix en dos grups:

- a) aquells a qui agrada el cinema
- b) aquells que, per motius personals o per desafecció, no hi van

En relació a la població que afirma que li agrada el cinema les motivacions que expressen són diverses tot i que, fonamentalment, coincideixen en dos factors:

1. El rebuig general de determinat tipus de produccions com la ciència ficció, o el terror que fa que no s'arrisquin a veure qualsevol cosa.
2. La preferència de la sala de cinema a la pantalla del vídeo

En relació al primer dels factors alguns diuen necessitar orientar-se per mitjà d'alguna referència prèvia sigui la lectura d'una crítica o que prèviament algú de la seva confiança l'hagi vist i els ho hagi recomanat, per exemple PC50 diu: *"...m'agrada tenir una referència prèvia de la pel·lícula que pugui interessar-me, vull dir, arriscar-me a veure qualsevol cosa, no ho sé...tinc bastant sensibilitat, diria que m'impacta molt el cinema agressiu..."*

En una línia similar respon PC32 que procura obtenir informació per mitjà d'un altre sistema: *"...A mi m'encanta el cinema. Un dels programes que més m'agraden i que no em perdo mai és "Qué grande que es el cine"...T'obre el ulls en molts aspectes, t'ajuden a captar molts més detalls...i se't fa molt més digerible i trobo interessantíssim mirar la pel·lícula de tots els punts possibles..."*

De tota manera alguns se senten decebuts de la poca qualitat de les produccions actuals fet que els provoca un canvi d'hàbits: *"...Potser fa un parell d'anys que no vaig sistemàticament al cinema a les sales comercials. Penso que el cinema és una aportació comercial interessant, però d'altra banda, estic força decebut, en el sentit que tens la sensació de què has perdut el temps que no pas haver vist una cosa que val la pena..."* També EU21 diu: *"...m'agrada molt anar al cinema. Hi vaig una vegada a la setmana. El problema és que moltes pel·lícules que vaig a veure no valen la pena..."*

Altres, malgrat que consideren que els avenços tècnics produeixen uns certs efectes a nivell de creació troben a faltar un cinema amb misatge més profund com eren les pel·lícules d'art i assaig: *"....M'agrada molt el cinema. Des de molt jove he variat els gustos, perquè primer anava a les d'art i assaig, a fòrums... després amb els avenços tècnics, els efectes especials ha evolucionat d'una manera bastant creativa...Però abans, el cinema d'art i assaig m'aportava informacions, conceptes que no tenia a l'abast. Avui en dia, amb la lectura tinc la informació com més propera i potser no ho necessito tant emotivament ni cultural com llavors"* (PG54)

En relació a la preferència entre la sala de cinema i la pantalla de vídeo hi ha una coincidència clara en tots els casos en l'argumentació donada: *"...som bastant cinèfils, hi solem anar una vegada a la setmana. el fet d'anar al cine i seure en una butaca és diferent i veure la pantalla gran, el so..."*

Aquesta concepció va molt en detriment dels lloguers de vídeo, els que declaren llogar pel·lícules amb una certa assiduitat són molt escassos i en tot cas, només ho fan quan es tracta de pel·lícules de segona fila, ja que les bones prefereixen veure-les a la pantalla gran com declara AB22: *"...Acostumo a anar a veure les pel·lícules que n'he llegit la crítica i m'interessen. Acostumo a veure les bones pel·lícules al cine i les altres, les de segona fila, les agafem amb vídeo..."*

En referència al segon grup cal distingir alhora dos subgrups:

a) Aquells que es troben en un moment del cicle familiar amb nens petits i no poden tenir cap regularitat per anar al cinema.

b) Aquells que diuen que no els hi agrada.

En relació al primer subapartat, una manifestació molt clara la tenim en MP33 que diu: *"...L'última vegada que vaig anar al cinema fa 6 o 7 mesos o un any. el cinema m'agrada, el que passa que ara amb nens no pots sortir, l'avantatge que tens ara amb això del Canal Satèl.lit és que tens la pel.lícula a casa i això si que ho faig de vegades..."*

En relació al segon subapartat, observem que prop d'un 30% de la població no manifesta cap afecció pel cinema ni el de pantalla gran ni el de pantalla petita, B56 n'és una bona mostra: *"...el cinema si que és una de les coses que no m'agrada gaire, no és que no m'hagi agradat és que mai no hi he tingut afecció..."*

Pel que fa al gènere de les pel.lícules, la gran majoria rebutgen les pel.lícules de por, terror així com les excessivament fantàstiques plenes d'efectes especials. Prefereixen més un cine amb personatges i situacions més quotidianes. Alguns entrevistats fan una especial valoració de les produccions espanyoles actuals. Una bona mostra del que estem dient la tenim en l'entrevistat PC50 que diu: *"...Actualment hi ha coses dins del cinema espanyol que són molt interessants, penso que hi ha directors de molta qualitat i actors també molt bons..."*

En síntesi, referent a l'assistència al cinema la població es troba dividida en dos grups amb un percentatge similar: aquells que senten afecció pel cinema tot i que lamenten que malgrat la gran producció no sempre aquesta obeeix a uns paràmetres de mínima qualitat i aquells que per motius diversos no hi assiteixen amb una certa periodicitat o no hi assisteixen perquè simplement no els agrada.

e) El teatre

En el teatre com en el cinema trobem un elevat percentatge (més d'un 40%) que diu no anar mai a teatre o anar-hi molt poc. De manera subjacent a les entrevistes trobem que la manca de formació en aquests àmbits determina comportaments de rebuig o, senzillament, indiferència molt especialment cap al tipus de produccions modernes. Alguns entrevistats manifesten la seva incapacitat per valorar les produccions modernes com ara PU57 declara: *"...El teatre és una de les coses que no, veus, no m'acaba de...el tipus de teatre que es fa, no sé si és que estic al marge d'això no l'acabo d'entendre, la*

veritat és que moltes de les peces que he anat a veure no em fan el pes..., la veritat és que no els hi he trobat l'entrellat. El tipus de teatre que he vist darrerament, sobretot experimental, no m'acaba de convèncer. Llavors he optat per no assitir-hi normalment..."

Altres creuen que es produeix una confusió i el fet que es faci un teatre experimental no vol pas dir que aquest sempre sigui de qualitat. Un dels entrevistats entès en la matèria diu: *"...perquè vagi al teatre ha de tenir interès perquè avui en dia al teatre també et foten pel boc gros moltes coses, en foten cada una que dius: para noi... que perquè sigui teatre experimental o teatre més modern no vol dir que sigui bo o tot el que facin m'interessi..."* (PC50)

També n'hi ha que ho centren en la manca de professionalitat dels actors i en el fet que no s'hagi generat més cultura teatral, per exemple PG54 afirma: *"...no m'agrada el teatre que es fa. El teatre sí, però crec que actuen molt malament. Jo he vist obres de teatre que m'han recordat Els Pastorets però en dolent. Vull dir, que no crec que haguem generat més cultura teatral. Crec que continuem fent un teatre molt de pa sucat amb oli. Crec que hi ha uns ajuts i unes pretensions i no s'arriba a un nivell..."*

La manca de qualitat de les obres que es fan a Lleida és una altra de les raons que addueixen; n'hi ha que pensen que si vols veure una bona obra de teatre has d'anar a Barcelona. AB22 diu: *"...el teatre aquí a Lleida és una mica xungo, per veure segons quines obres t'has de desplaçar a Barcelona, tot i que, aquí a Lleida quan hi ha hagut l'oportunitat de veure una bona obra també hi he anat..."* En aquest sentit, acaba d'arrodonir la seva declaració explicant quines motivacions la duen a anar al teatre: *"...potser vaig al teatre a veure obres pel nom que tenen, pels actors que hi surten, per la crítica que han tingut, la durada o perquè d'aquells obra me n'han parlat molt bé"*.

Per una altra banda, també observem que les valoracions són força diferenciades i molt més matisades quan la persona ha tingut una formació com AP39: *"...m'interessa molt tot el treball una mica contemporani i que tindria a veure amb aquests moviments que van nèixer a Alemanya pot ser amb la Pinabauch que estan centrats amb la dansa i el teatre, un treball corporal d'una manera molt expressiva...m'agrada molt el teatre de*

text sobretot aquesta cosa que és difícil, que no es molt habitual de veure que és el vers. En aquest país, no sé si per sort o per desgràcia no hi ha gaire tradició de llegir..."

L'anàlisi de les respostes ens permet constatar altres motivacions com per exemple que en el grup de teatre que faci la representació hi hagi amics, per exemple PC40 diu: *"...acostumo a anar-hi sobretot a les estrenes del Zum Zum que és un grup de teatre d'aquí que són amics meus..."* Altres se senten atrets quan els actors de l'obra són coneguts especialment els personatges de telesèries o bé que les obres tinguin una certa popularitat, DB40 declara: *"...la veritat és que vaig a veure obres d'una certa popularitat...que no siguin les del Boulevard, la veritat és que aquests no m'acaben d'interessar. M'agrada més l'obra de més publicitat..."*

Quan es pregunta als entrevistats quan van al teatre responen de manera genèrica quan l'obra val la pena o si ha de fer riure o plorar. Un 30% s'estimen més els musicals perquè els troben més animats. En relació a on van al teatre, bastants responen que a Barcelona, Madrid, Reus o a la Fira de Tàrraga o a la pròpia ciutat quan l'obra creuen que és interessant.

En síntesi, la formació en els diferents àmbits culturals es determinant en el moment de tenir afecció o desenvolupar una determinada pràctica cultural. Com molt bé alguns comenten el fet de tenir més coneixements o d'estar més informats fa que les obres siguin més enriquidores. En relació a les noves formes de producció teatrals hem d'analitzar els comentaris des d'una perspectiva més global de la concepció de l'art o de les manifestacions artístiques actuals, i ho hem de relacionar amb l'opacitat dels llenguatges artístics i dels seus discursos.

f) L'art

En aquest apartat hem analitzat tot allò que fa referència a l'art: visites a museus, exposicions, gustos, preferències, actituds de compra. Sorprenentment la resposta ha estat, llevat de dos casos molt positiva. Gairebé tothom manifesta sentir gust per l'art malgrat que, en molt casos, els entrevistats es lamenten que no hi entenen. Una bona mostra del que estem dient la constitueixen algunes de les declaracions que exposem a continuació: per exemple, SA37 diu: *"...me gusta el arte, siempre que voy a un sitio donde hay un museo procuro ir a visitarlo...me gusta la pintura, me gusta la escultura aunque no tenga ni pasión ni obra preferida..."* AB22 respon: *"m'agradaria saber*

apreciar bé una pintura...acostumo a anar a exposicions per curiositat, per veure quadres. Penso que tota la pintura és bona, que cada pintor, cada escultor vol plasmar coses diferents...m'agrada molt la pintura clàssica i, alhora, també hi ha alguna cosa d'aquestes rares que m'atreu molt..."

PU57 declara respecte a l'art, *"...la veritat és que la meva actitud és positiva ...em costa acceptar les avantguardes. No compro art, entre altres coses perquè no puc. Tinc algunes petites coses comprades, jo penso que si tingués diners una de les inversions que faria seria això. No per posseir sino simplement perquè hi ha algunes coses que t'agraden i penso que pot formar part del teu entorn..."*

DB40 : *"Normalment, intento anar a veure els museus, també els museus amb una certa dimensió. L'últim que vaig estar fa quinze dies: el Guggenheim...també el museu d'art contemporani. Aquí a Lleida intento anar a alguna galeria però no soc un gran especialista. M'agrada una mica l'abstracte com Tàpies o Guinovart, després l'obra clàssica com Velazquez, Goya, Kandinsky com a propulsor de l'art abstracte"*

Les preferències són per les pintures clàssiques, el realisme o l'art figuratiu, per contra hi ha un rebuig manifest, en gairebé el 90% dels casos de l'art abstracte i les noves produccions artístiques no solament perquè no s'entenen sino que hom pensa que encobreixen una mala dissimulada incapacitat artística, i que, en nom de de la creació, podem encabir-ho tot. Així MP33 metge de professió diu: *"Hi ha moltes coses que no entenc, jo tinc clar el que m'agrada i el que no m'agrada. Vaig llegir una cita a La Vanguardia que deia que hi ha dues formes de triomfar a la vida, o per la teva sabiduria o per la imbecilitat aliena. Jo penso que en això de l'art hi ha molta imbecilitat aliena, que hi ha gent que diu que bonic i tothom diu "que bonic"... Totes aquestes figures abstractes, més rares que no les entenc, no m'agraden i penso que em foten el pèl.*

Vam estar a París fa dos anys, al museu d'art modern, una pintada de balu amb un quadre roig al mig, i 50 milions de pessetes...No ho entenc i per tant no m'agrada...soc molt crític..."

També molt entrevistats coincideixen en què l'art és un luxe que s'ha de pagar massa car. Les declaracions en aquest sentit són força abundats: AF 52 *"M'encanta...però el que passa és que quan veig un quadre molt bonic i vaig allí i dic, quan costa això? dues-centes mil, ja he begut oli, m'entens..."* Evidentment a alguns dels entrevistats no

se'ls escapa que això de l'art és un mercat amb dos valors molt importants el del prestigi. Alguns arriben fins i tot a l'extrem de pensar que les manifestacions artístiques són operacions purament comercials: HT53 diu: *"Avui comprar art és una inversió total. Sé que la pintura i tot això és purament comercial..."*

Altres manifesten posicions que podríem, fins i tot, qualificar de revolucionàries en el sentit que suposen una ruptura radical amb les concepcions tradicionals en les quals l'art només és per aquelles classes socials potents que poden utilitzar-lo com a símbol de distinció. En aquest sentit trobem dues manifestacions dignes de destacar ja que consideren que l'art hauria de destinar-se al públic en general i d'aquesta manera hauria de formar part de la cultura popular tal com ens ho demostra la declaració següent: PC50: *"...jo penso que l'art hauria de formar part de la cultura popular...de vegades ens ho mirem, el que és art, d'una forma elitista...que és que només poden mirar una exposició doncs persones molt erudites o quan anem a escoltar concerts només hi poden ser les persones que saben molta música...El que passa és que a nosaltres no ens han educat per gaudir de tot el que és art..."*

Una altra reivindicació comuna a molts entrevistats és fonamenta en la necessitat de ser educats per poder comprendre i gaudir de l'art i la poca incidència que les institucions educatives tenen en aquesta funció. AP31 declara: *"...És un món que no l'entenc gaire tampoc no el se gaudir...és un món que se m'escapa de les mans, per falta d'una cultura o d'uns coneixements...això fa que no hi para massa atenció tant en pintura com en escultura, no és un tema que pugui parlar amb els meus amics. No estem treballats en això; ens fa falta una educació a l'escola; si de petit ens haguessin explicat més coses suposo que ara ho podríem aprofitar molt més ja que has de tenir uns coneixements per poder extreure-li el suc i això sense coneixements em sembla una mica difícil..."*

Per una altra banda, els museus haurien de realitzar una tasca més didàctica que no pas promoure la compra, únicament. PU57 diu: *"... a més jo penso que la política museística hauria de ser més didàctica que no pas una política de promoure la compra..."*

Altres entrevistats se senten atrets per l'art perquè d'alguna manera han viscut algun fet que els ha implicat; per exemple, BX 65 ha col·laborat en la confecció d'un diable: *"L'art sempre m'ha agradat i he participat en algunes coses com la creació d'un diable,*

un dimoni fet com a gegant..." C55 declara: "Acostumo a anar a les exposicions al barri o a altres barris, quan fan treballs de les dones...em vaig posar a pintar, treballs manuals, una temporada; i quan vaig fer uns quants quadres vaig pensar, ara que faràs ompliràs la casa de quadres..."

En síntesi, l'art sembla atreure tothom tot i que manifesten reiteradament la necessitat d'estar més educats en aquest sentit. Pel que fa a les motivacions que apareixen explícites o implícites fan referència al gaudi dels sentits, a la visió dels colors o de les imatges. En general, desestimen comprar art per inversió, tot i que la gran majoria els agradaria comprar-ne però més pel plaer de gaudir-ne que com a inversió, això no obstant, troben que es tracta d'un assumpte car que està a l'abast de poca gent.

g) La cultura popular

Cal especificar que per cultura popular entenem tot allò que fa referència als costums i tradicions. En l'actualitat, el terme popular es presta a confusió en el sentit que, freqüentment, s'utilitza per designar la cultura dels mitjans de comunicació de masses. Evidentment, les característiques d'ambdós tipus de cultura són diferents: mentre la primera al·ludeix a aquells aspectes de la història que han pres cos de manifestacions culturals i s'han caracteritzat per ser patrimoni i creació del poble que s'han anat reproduint en el decurs del temps amb variacions que han afectat les formes i el territori -desplaçament o importació de tradicions d'unes contrades a unes altres- En aquest sentit, el terme tradicional és més escaient que el terme popular. Per contra, les noves manifestacions de la cultura de masses, si bé són consumides per una gran majoria de la població, no tenen el seu origen ni en la història, ni en el poble. Les noves manifestacions de cultura popular, també anomenada cultura de masses, es produeixen en el que actualment s'anomena indústries culturals. Aquest tipus de producció es produïda per uns sectors minoritaris de la població que mantenen una vinculació potent amb les lleis del mercat i, tot i que, s'adrecen a la majoria, el poble no intervé en la seva creació.

Així doncs, aclarida la terminologia, nosaltres utilitzarem amb relativa freqüència el terme popular però en el sentit de cultura tradicional ja que aquí el que es tracta d'analitzar és la importància que té per als entrevistats aquest tipus de manifestacions culturals.

Un acord comú al 80% dels entrevistats és que aquestes manifestacions culturals són importants perquè reflecteixen aspectes de la història d'un poble i, en aquest sentit, cal fer un esforç per mantenir-les i participar-hi, per exemple PA 31 diu: *"...algunes vegades intentem anar a totes les festes tradicionals que es fan aquí al voltant de Lleida...totes aquestes festes són molt representatives de moltes ciutats i pobles. És una cosa que si ha de participar perquè són costums i tradicions que no s'han de deixar perdre..."* En el mateix sentit UP 50 repeteix: *"...em sembla que són costums que no s'haurien de perdre, és l'única manera de mantenir-les a través de tots els col·lectius que es dediquen a això a mantenir una mica viva la tradició del país..."*

Per una altra banda, un percentatge minoritari d'entrevistats (20%) destaca les dues vessants més importants que té la cultura tradicional com són la participació i la relació humana sense condicions tal com ho podem observar en la declaració següent: *"La cultura popular té una vessant humana molt important que és la de la participació, també la relació humana. Els membres que componen aquests col·lectius d'altres zones és un bon sistema per participar, per poder conèixer i per poder relacionar-se...per potenciar valors fonamentals, però importants com la solidaritat, l'amistat..."*(DF39)

Això no obstant, són bastants els que mantenen una visió crítica des de diverses vessants:

a) amb el tipus de manifestacions que es produeixen tal com queda reflectit en la següent declaració: *"Soc crític amb aquestes coses, soc crític amb això. A mi em sembla que aquest tipus de cultura popular s'ha convertit una mica en cultureta popular i una mica allò de buscar les arrels del poble; la veritat és que em sembla bastant artificial, en el sentit que m'agradaria que es fes un tipus de cultura popular més integradora... Per una banda hi ha d'haver una salvaguarda de la cultura, jo penso que hi ha de ser, un poble que no tingui arrels és un poble que no...i dins dels arrels hi ha tots aquests aspectes culturals. El que no m'acaba de convèncer és que sigui aquest tipus d'activitats, no? (referint-se a sardanes, a gegants...)"* (PU57)

b) la "desnaturalització" o la mercantilització de la tradició que esdevé únicament espectacle tot perdent de vista tota la càrrega històrica que conté. La societat de consum invaeix també aquests espais que perden tot el significat emotiu per esdevenir actes lúdics que la població utilitza per al seu consum. PG54 diu: *"m'ha deixat d'interessar...m'interessaven molt aquestes coses quan es van popularitzar incloses les*

festes locals. Els grallers, els castellers...jo ho trobo perfecte, però té uns altres continguts, més que la gresca, passar-s'ho bé. Té tota una història però actualment sembla que s'hagi oblidat..."

c) Com a producte de consum, poden esdevenir productes efimers tal com ho destaca AP39: *"...el que passa és que amb això hi ha com booms. Que a mi em fa una mica de por perquè sembla que quan deixi de ser una moda què farem? No m'agradaria que això fos una moda perquè hi ha el perill que s'acabi de seguida".*

d) necessitat de canalitzar les produccions i de produir més qualitativament tal com ho indiquen BF50 i PC50 en les següents manifestacions:

"Això de la cultura popular, per mi, és una cosa que s'ha de canalitzar bé. Els grallers, parlo a nivell de Lleida, és una música que no hi era, era inexistent i ara veus grups de gralles, grups de recerca que ho barregen tot; fan diables, fan gralles, fan moltes coses...A nivell popular ja ho respecto, però trobo que haurien de fer una mica més d'estudi...Potser al Vendrell...o a segons quins llocs puguin tenir moltes arrels però aquí a Lleida capital? Els diables és una altra cosa que tampoc era nostra..." (BF 50)

En relació a la qualitat dels espectacles que s'estan produïnt PC50 diu: *"...Jo penso que està bé que es faci, que s'ha de fer, sinó perdriem una mica la nostra...a veure...la nostra identitat. Però també penso que s'està oferint una cosa de molt baixa qualitat. A veure, popular no vol dir baixa qualitat, sinó que popular vol dir que lo que és tradicional pot tenir molta qualitat també...és a dir, lo que és popular no s'ha de convertir en "populachero".*

En aquest procés de revifalla de les tradicions s'aprecia, segons alguns entrevistats, un cert dirigisme cultural tal com ho manifesten FE36 i PU 57. En relació a la superació de la mera existència local de les tradicions FE36 diu: *"El que normalment s'anomena cultura popular, grallers, castellers...és un producte de la societat de principis de segle, principalment en els nuclis rurals, on es desenvolupaven activitats lúdiques, no diré culturals de signe molt divers. Algunes d'elles, potser per raons polítiques s'han desenvolupat, s'han fomentat més enllà del seu àmbit local d'actuació. Una cosa molt respectacle és que tal comarca o tal nucli tinguin una cultura tradicional lligada a un determinat tipus de producte o a un determinat tipus d'activitat, Un altre és que des de les instàncies polítiques, l'administració és fomenti perquè s'extengui molt més enllà, i avui en dia trobem castellers fins i tot en zones que mai no hi ha hagut ni un".*

Per una altra banda, el dirigisme polític pot tenir una vessant positiva. Això ho veu PU57 quan diu: *"...llavors que aquesta revifalla de les qüestions populars doncs tenen un cert dirigisme al darrera d'algú potser de formar més aquesta societat catalana que està bastant desculturalitzada, entre cometes, popularment..."*

Pel que fa a l'assistència, la població entrevistada es troba dividida, molt pocs són els que senten total indiferència davant aquest tipus d'activitats, la gran majoria (el 80% aproximadament) consideren que són activitats que tenen el seu propi interès però només la meitat d'aquests asseguren assistir-hi amb una certa periodicitat, la resta no hi assisteix perquè no s'hi troba prou identificada.

En relació a l'aspecte sobre si cal donar-los-hi més subvencions la població entrevistada es troba igualment dividida per meitats: una meitat creu que s'han de potenciar aquestes activitats i per tant cal dotar-los de més subvencions com D43 que diu: *"...aquestes coses han de ser més potenciades. les institucions, Ajuntament, Generalitat haurien de donar una mica més d'ajuda..."* Altres creuen que els pressupostos no s'han de centrar tant en la cultura popular com P40 que declara: *"Se'ls dona massa importància i hi ha altres coses que s'han de tirar endavant...per mi és perfecte que es facin coses com els bastoners, els castellers, els moros i els cristians...però no s'ha de centrar tant el pressupost en la cultura popular com s'està fent últimament amb el pressupost de cultura"*.

En síntesi, observem que hi ha força discussió al voltant de la cultura tradicional tal vegada i com ja s'ha dit anteriorment, les pulsions de la mundialització provoquen que les poblacions ofereixin factors de resistència i la revifalla de les pròpies tradicions en sigui un bon exemple. Però no podem analitzar-ho únicament des d'aquesta vessant. L'interès manifestat d'antuvi per les coses comunitàries ha estat present en la cultura del nostre país per tant no és d'estranyar que en una situació de relatiu benestar de la població, amb una certa mobilitat i amb un gust ancestral per mostrar-se i posicionar-se socialment a través de l'aparentar ser, aquestes activitats trobin un caliu no conegut fins ara.

h) L'associacionisme

El grau d'associacionisme de la població entrevistada és força elevat en comparació als percentatges que habitualment solem obtenir. En la nostra mostra 21 persones formen

part d'alguna associació mentre que, 9 no en formen part de cap. D'aquestes 21 persones, 8 formen part d'associacions veïnals en les quals, llevat d'un cas, tots mantenen una participació activa, 6 formen part d'associacions de caràcter cultural (associacions de teatre, musicals, l'Ateneu i Caliu llerdenc), 2 formen part d'associacions esportives, 2 pertanyen a associacions de caràcter gremial, 1 forma part d'una associació per a la defensa dels animals i 2 pertanyen a associacions de caràcter divers.

A banda del predomini de les associacions gremials per sobre les de qualsevol altre tipus, una variable sobresurt per sobre de totes les altres, és la variable edat. Podríem dir que afiliats i no afiliats es corresponen a dos talls d'edat força diferenciats la línia divisòria dels quals se situa als quaranta anys aproximadament; és a dir a menys de quaranta anys el nivell associatiu és escàs (1 cas està afiliat a una associació, té 37 anys) per contra els que si pertanyen a associacions tenen tots (llevat d'un cas, però que està afiliat amb una associació de defensa pels animals salvatges) més de quaranta anys. De l'anterior constatació en podem deduir que, a més edat, percentatges d'afiliació més elevats i, a menys edat, percentatges d'afiliació molt poc significatius.

Les motivacions que duen als entrevistats a afiliar-se són diverses, aquí en destacarem les més significatives:

a) Les associacions com agents dinamitzadors de la societat amb un elevat valor integrador i de difusió cultural. En aquest sentit PC50 declara:

"Conec el tema associatiu i a més hi crec. Llavors penso que els mòbils d'una ciutat són les associacions. A veure, vull dir que els polítics fan una feina d'execució i la gent...constitueix els focus, els nuclis importants que mobilitzen la societat són les associacions. Jo sempre he estat en associacions de tipus musical...penso que és molt enriquidor, perquè vas integrant gent, de manera de ser molt diferents i hi ha una fita comú que els uneix. Llavors hi ha com un valor comú que és fomentar la cultura a partir de, en aquest cas, una coral. Han servit també per integrar gent que potser no han sentit parlar mai de música i arrel d'això s'han introduït a la música, i ara no solament van a escoltar els concerts que fem nosaltres sinó que se'n van a l'auditori o a La Caixa o allà on sigui. I això s'ha aconseguit a partir d'això d'aquest nucli tan enriquidor com l'associació".

b) Pertànyer a associacions és una activitat cultural bàsica en el sentit d'educar el nivell col·lectiu comunitari. La implicació de AF52 és total en el món associatiu, es confessa

un activista nat, per ell el món associatiu veïnal té molts valors i li ha permès conèixer moltes facetes: *"...vaig engrescar-me en aquest món i m'encanta, el món associatiu i sobretot el veïnal. És molt heterogeni, amb un ventall molt ampli de possibilitats, de facetes que toques. Tot, la faceta cultural, l'associativa, la social, la urbanística, l'ecològica...vull dir, que el moviment associatiu veïnal, ho toques tot, tot el que afecta al ciutadà...Hem d'intentar una cosa tan elemental com que la gent participi i perquè la gent participi l'hem de fer sortir de casa seva, com? apropant-li les coses...hem d'educar la gent per trencar l'individualisme perquè la vida mateixa és una associació amb altres..."*

c) L'associacionisme com una forma de relació econòmica i personal. PU 57 creu en una recuperació del que n'anomena les xarxes d'intercanvi com una forma de trencar el sistema individualista: *"...l'he viscuda molt d'aprop amb uns amics meus, aquestes xarxes d'intercanvi que tornen a aparèixer en les nostres terres, tenen bastant d'implicació. Jo penso que és una de les formes de trencar el sistema, de tornar aquest intercanvi, de dir jo soc solidari amb la societat, i per tant allò que jo tinc, ho poso a l'abast al mateix temps que intento rebre dels altres".*

d) L'associacionisme com a forma de col·laboració i participació en la planificació o realització d'activitats. Alguns entrevistats es mouen amb l'única pretensió de treballar pel barri i poder anar endavant tal com ho demostren BX 65 i D43.

BX65 diu: *"Tinc el càrrec de president de l'associació de veïns...i l'associació m'absorbeix moltes hores...Sempre m'ha agradat poder servir a la ciutat, amb moltes coses, perquè aquí nosaltres a dins de l'associació tenim un grup de diables, tenim els gegants i això ens comporta moltes estones...el món associatiu m'absorbeix el 99% de les hores..."* També D43 explica: *"...el poc temps lliure que tinc el dedico a la vocalia de la dona de Balàfia, on planifiquem les activitats que es fan dins de l'àrea de la dona a nivell de barri...Soc una dona que pel barri ho donaria tot, em preocupà moltíssim tot lo del meu barri: sigui la parròquia, l'institut, les escoles...de fet sempre hi he estat involucrada dins dels col·lectius de tots els llocs, he lluitat moltíssim, he anat on s'hagi d'anar..."*

D'entre els que declaren no estar afiliats, les seves actituds van des del desconeixement, la indiferència o la crítica que alguns fan de l'opacitat de determinats líders o determinades associacions. En aquest sentit, AD37 diu: *"El movimiento asociativo me parece bien, mientras los que esten se dediquen a defender o promover el fin social. En*

el momento en que las personas estén para salir ellos en la prensa o van en contra del fin de promover, no me parece bien. Hay asociaciones que no sabes cual es el fin que tienen y ves que su presidente sale cada día en la prensa...pero hay que ver los resultados".

3.3. La influència de la universitat en el desenvolupament cultural de la ciutat

En general, llevat d'alguns casos, les respostes d'alguns entrevistats mostren confusió entre el nivell i l'oferta d'estudis amb el nivell i oferta culturals. En el primer cas, tothom considera molt positiva la presència de la Universitat perquè permet als joves estudiar a la ciutat sense haver de desplaçar-se i en aquest sentit, fins i tot, els entrevistats demanen encara més varietat d'estudis. En el segon cas, totes les respostes que obtenim podem catalogar-les com a crítiques o molt crítiques, algunes de les quals s'exposen a continuació, en relació a la dinàmica cultural que la Universitat genera.

Els entrevistats destaquen els aspectes següents:

a) És una Universitat massa tancada en ella mateixa, falta connexió entre la Universitat i la ciutat. En aquest sentit PC50 diu: *"Encara està molt tancada en ella mateixa, aleshores no hi ha una projecció de dinamització a fora, o sigui, d'aportar coses a la vida ciutadana. Es fan cosetes però no es fa el que s'hauria de fer. Hi ha gent que no sap on és la Universitat...Aleshores no hi ha, ni fins i tot entre els mateixos estudiants, una dinamització de projectar els estudiants cap en fora. Vull dir, es limiten a anar a classe..."*

En la mateixa línia R.P. 67 afirma: *"...Jo sols diré que el 99,99% és positiu, carreres, nous títols, els xiquets estudien...L'única cosa que hi veig i visc una mica és una mica de distència entre la Universitat i la ciutat. Hi ha com un aïllament, allò és una Universitat on s'estudia però a les tardes la gent marxen als pobles i es desvinculen. Per exemple, jo he estat a conferències, teatres, quadres o lo que sigui, llavors no hi veus 50 xicots amb keds que siguin estudiants...La Universitat està aportant coses a Lleida però s'ho fan ells, fan el seu teatre, fan el seu cine, fan les seves coses".*

b) La nostra Universitat no ha assolit encara un nivell prou satisfactori com per esdevenir el motor tan econòmic com cultural de la ciutat. Els entrevistats ho atribueixen a la falta de temps. En aquest sentit UP50 manifesta: *"S'està notant però jo crec que es notará més en els propers anys. El pes específic de la Universitat jo crec que és molt*

important, encara que potser no ha acabat d'arrelar o de tenir la força que necessitaria una Universitat com Lleida. Encara ens falta, som una mica joves i encara ens falta més rodatge...Culturalment crec que la Universitat és molt important, encara que per a mi no està en el nivell que hauria d'estar. Jo demanaria un major nivell educatiu dins de les diferents carreres. Sembla que hi ha mancances, n'hi ha que diuen que està molt per sota del que són altres universitats". Altres creuen que la nostra Universitat s'hauria d'especialitzar d'acord amb les possibilitats que ofereix l'entorn i dinamitzar-ho en aquest sentit". Així DB40 declara: "Si tenim en compte que volem convertir aquesta ciutat en àrea de serveis, amb una ciutat regió on l'economia agroalimentària tingui un pes, em sembla que la universitat ha de ser una porta vital i necessària. Jo crec que encara no ho és, jo veig que la UdL no està en la posició que hauria de tenir..."

c) La Universitat hauria de facilitar l'accés a la cultura a tothom, tal com ho exposa AF52 quan diu: *"La Univesitat té uns mitjans enormes, tindria que entendre que la seva capacitat amb els seus mitjans culturals és per donar als seus estudiants, però és per compartir amb tota la ciutat i tindria que fer un treball molt descentralitzador també per dir com pot la Universitat ajudar a la gent a créixer, no sols ha de ser una educació reglada que s'ha de donar que això és important que la donin sinó que caldria intentar reanimar i educar a nivell comunitari...La universitat hauria de ser la que aglutina una mica la tasca de què els coneixements i la cultura que té pogués arribar a més gent a través d'una descentralització potenciant les conferències, les exposicions. com ho diria? fer dos parts la part d'educació reglada i la part d'educació comunitària que té que elaborar la cultural..."*

d) La Universitat hauria de ser el motor d'anàlisi de l'entorn immediat tal com ho afirma PU57 quan manifesta: *"Jo penso que la universitat ha de ser un punt de reflexió crítica de la realitat. això ha de tenir una sèrie d'elements previs que són els ensenyaments bàsics i mitjans. La universitat ha de fer el paper d'anàlisi continu de la realitat que ens envolta. En aquest sentit és quan aquesta institució haurà de veure que és el que pot fer i on pot arribar. No es tracta que la univesitat faci una llista de coses i organitzi molts actes, sinó fer aquelles coses que puguin servir l'entorn immediat".*

3.4.Com els entrevistats defineixen les necessitats culturals de Lleida

Tots els entrevistats, sense excepció, realitzen una valoració molt positiva de tot el que s'està fent a la ciutat amb el convenciment que s'està duent a terme un ritme en activitat cultural ajustat a les possibilitats de l'Ajuntament. Això no obstant, tots manifesten determinades preocupacions per tal de millorar alguns aspectes. UP50 declara en aquest sentit: *"Lleida ha evolucionat molt en els últims 10 o 12 anys en el camp cultural, erem una ciutat molt provinciana, que s'ho ha tret una mica de sobre i que l'evolució ha estat molt positiva encara que falta molta participació ciutadana. Fins que no passi una generació, uns anys, no s'acabarà de notar. No sé si perquè som una regió eminentment agrària o perquè ens ha influenciat i bastant".*

Una síntesi de totes les manifestacions que realitzen l'exposem a continuació:

1. Falta de coordinació entre les institucions la qual cosa duria a una racionalització de la despesa pública en cultura. En matèria de cultura cal anar més enllà dels protagonismes polítics. En aquest sentit P35 manifesta: *"...jo no sé perquè les institucions que fan les activitats no es posen d'acord perquè la gent que vulgui a anar a coses no tingui un dia cinc coses a la mateixa hora i l'endemà no ni hagi cap. Falta coordinació en aquest sentit que, alhora, hauria de suposar més estalvi en la despesa en cultura. Jo proposaria una reunió entre entitats que organitzen activitats i llavors fer un calendari".*

En la mateixa línia RP67 diu: *"...més que aportar coses noves s'hauria d'organitzar aquesta cultura nostra que hi ha a Lleida, perquè això és un desbarajuste, que no hi ha qui l'entengui. Agafes la premsa i on posa actos para hoy, no es pot seguir allò, massa conferències, dos exposicions, una obra de teatre. dius hi ha una gran varietat però de vegades és una llàstima...de cultura aquí a Lleida en sobra el que falta és organització..."*

2. Necessitat de no oferir més activitats sinó consolidar i potenciar tot el que s'està fent. Molts entrevistats coincideixen en aquest sentit. Una mostra d'això la tenim en PU57 o SA37 que manifesten: *"Jo penso que més del que es pot fer, és potenciar el que s'està fent..."* (PU57) o bé *"...lo ideal seria que hubiese una temporada de música...Lleida tiene al menos infraestructura tanto para hacer música como para hacer teatro lo que hace falta es consolidar lo que tiene más que buscar cosas nuevas".* (AD37)

3. Treballar més els aspectes de difusió. ES24 diu: *" a nivell d'informació o potser és que jo no em vull informar. D'actes en deuen haver perquè se sent que s'ha fet tal xerrada, tal obra de teatre...però el nivell d'informació crec que tampoc està molt adequada fins i tot els actes que es poden arribar a oferir".*

4. Necessitat de donar més protagonisme a la societat. En aquest sentit les manifestacions són rotundes ja que consideren que els polítics haurien de ser únicament els executors de les demandes de la societat. PC50 diu: *"Jo diria que s'haurien de fomentar una mica més les institucions, bé fomentar, potser donar més suport a les institucions, a les associacions, i a veure...els polítics s'haurien de dedicar més a executar, a canalitzar. Jo diria que des de les institucions s'estan fent coses que haurien de fer les associacions. Crec que les institucions organitzen coses perquè tenen els diners, perquè tenen el poder, en canvi les associacions de vegades no poden fer coses perquè no tenen els diners. Crec que això és un error, la tendència es seguir aquest camí, però és totalment contrària, que el que s'hauria de fer és potenciar les associacions. Els polítics no haurien de suplantar les coses que poden fer altres associacions"*.

5. Produir un procés de renovació i facilitar l'accés als càrrecs importants de gent nova. En aquesta línia PG54 realitza la crítica més punyent en aquest sentit quan manifesta: *"Aquí hi ha gent molt vàlida, però tot sovint veig que les institucions més emblemàtiques i més importants estan portades per gent de segona i s'envolten de gent de tercera que no deixen surar la gent de primera...i aquesta gent de primera han de marxar, sinó marxen acaben morint...No es pot dir és que Lleida no dona més de si, nosaltres fem que no doni més de si. Perquè en cap moment estudiem l'obra dels artistes d'una forma consistent o que opinen fora d'aquest artista. Potser som nosaltres els que no li donem importància...Estem fem moltes coses però hi ha molta ferralla pel mig i està tot molt mediatitzat per institucions molt concretes... Llavors ja no és el que tu fas, és si tu agrades o ets de la seva corrent..."*

6. Una altra de les demandes que es realitza és al voltant de la necessitat de descentralitzar els actes culturals. en aquest sentit AF52 opina: *"Jo sempre he cregut en la descentralització cultural, jo crec que hi ha una gran diferència entre el centre i la perifèria... hi ha una inèrcia de treball centrada en el centre cultural de la ciutat com pot ser la Universitat, com pot ser L'IEI, com pot ser els actes que fa l'ajuntament...la perifèria viu un món totalment diferent, llavors el que passa és que mentre no entenguen la ciutat com un tot que hem de descentralitzar i compartir amb tots...Penso que s'ha de potenciar que tota l'activitat municipal que es faci sigui més descentralitzada perquè arribi a més gent"*.

7. En relació a la manca de més infraestructures alguns creuen que l'Escorxador ha vingut a pal·liar cert dèficit en l'àmbit de les sales de teatre per contra, a nivell

d'exposicions, n'hi ha que sol·liciten un sala d'exposicions més gran i més polivalent per poder fer coses de més pes. En la mateixa línia es recomana de potenciar al màxim els equipaments que ja es tenen. UP50 declara: *"...faltaria potser potenciar més el tema dels equipaments, perquè pogués fer representacions o més exposicions per evitar que si volem veure una exposició o una obra d'art moltes vegades hem de sortir de Lleida per tenir-ho"*

8. Altres recomanacions s'adrecen a potenciar un tipus de manifestacions culturals que ens permetin conèixer la ciutat, PU57 així ho declara: *"...D'altra banda, jo penso que també un aspecte de la cultura és conèixer les pròpies coses, les coses que tenim, conèixer la ciutat. A mí em dona una mica la impressió que estem una mica al marge de tot això..."* Això no obstant, no solament és conèixer la ciutat sinó també donar-la a conèixer tal com manifesta MP33: *"Penso que tenim l'obligació de donar a conèixer que és la ciutat de Lleida, potser el sortir de la ciutat de l'oblit et recorda o el facilita una sèrie de coses que no sabies..."* Altres pensen que cal potenciar les manifestacions pròpiament de la ciutat com DB40: *"...un aspecte de la cultura lleidatana que crec que s'hauria de potenciar, perquè m'agrada i perquè considero que si es fa una mica identificador de la música lleidatana. És la que s'ha vingut a denominar la música carrinclona de Lleida, la que fan personatges com el Marqués de Pota o Carlos Busto crec que si que se'ls hauria de potenciar per donar aquesta imatge de diferenciació entre les diferents tradicions catalanes..."*

3.5.Conclusions

A manera de síntesi, constatem:

a) La concepció de cultura: observem l'existència de molta varietat de significats en la percepció d'aquest concepte. Bàsicament, a nivell humanístic la cultura és font de coneixement, informació i reflexió; com a àmbit específic ajuda al desenvolupament de la sensibilitat i l'eixamplament de la concepció estètica de la vida, pot constituir-se en activitat de lleure i necessita potenciar-se, sobretot, tot allò que fa referència a la cultura tradicional, els arrels.

Una dificultat significativa en l'àmbit de la cultura és el seu cost, aquest aspecte constiuéix un fre i provoca que la cultura esdevingui un article de luxe amb un marcat caràcter elitista.

Finalment, pel que fa aquest aspecte cal distingir entre cultura i educació i el que cal és potenciar una educació per a la cultura.

b) Les motivacions: distingim motivacions de diferent naturalesa, tot i que amb un predomini clar de les que presenten un caràcter més humanista, d'aprofundiment en el coneixement. En aquest sentit la cultura suposa una millora de la condició individual, és font d'aprenentatge, facilita més comprensió de la condició humana, alhora que forneix més criteri i més informació. El coneixement de la pròpia cultura esdevé un element fonamental per la integració d'altres cultures o en altres cultures. La cultura, a més, és una manifestació de la pròpia identitat.

En un altre sentit, la motivació per la cultura adquireix matisos lleugerament diferents i més pragmàtics com aquells que assenyalen que la seva possessió procura avantatges professionals i per tant la cultura ha de ser un factor important d'inversió personal o bé permet tenir criteris de valoració personal sobre la producció cultural. També, cal destacar les motivacions que se centren en el desenvolupament de la sensibilitat o com a incentiu de sensacions per gaudir de la subtileza de l'art.

c) Les relacions entre la cultura i el lleure: es produeix una queixa generalitzada no específica sobre la manca de temps de lleure. La precarietat generalitzada dels sous fa que la gent hagi de comptabilitzar dos treballs: l'oficial i el submergit per tal de fer front a les despeses de la llar. Aquest és un fenomen comú a totes les professions i a totes les edats. Per una altra banda, en altres casos es produeix una indiferenciació entre el temps de feina i el temps de lleure. Aquests dos fenòmens dificulten mantenir de manera periòdica i continuada les activitats culturals. Destaquen en aquesta relació: lleure i pràctiques culturals, aquelles pràctiques de caràcter lúdico-esportiu i les realitzades a la llar amb caràcter passiu.

d) Pel que fa a la lectura: la manca de temps dificulta poder dur a terme aquesta activitat amb asiduitat. En aquest àmbit, els gustos són molt variats i heterogenis, les lectures que es fan es troben relacionades amb el treball, les afeccions o bé el plaer de llegir. En relació amb la lectura de la premsa local mostren un elevat grau d'insatisfacció pels baixos nivells de qualitat.

e) En relació amb la TV: els horaris de treball continuen sent un handicap, això no obstant, es mostra una gran decepció per la gran quantitat de "telebasura" i pel gran abús que en fan dels esports, especialment, el fútbol.

f) Cinema, concerts i teatre. Pel que fa al cinema es manifesta una clara preferència per la sala gran de cinema, tot i que, es posa de manifest una certa decepció per l'escassa

qualitat de moltes de les produccions actuals arribant al rebuig de determinats gèneres com el de ciència ficció. Pel que fa al teatre, les al·legacions manifestades es fonamenten, bàsicament en tres aspectes: la falta de comprensió de les produccions modernes, la manca de qualitat dels actors, especialment els grups de la pròpia ciutat, i la manca de qualitat de moltes de les obres. Finalment, cal destacar l'escassa assistència a concerts i la manca de programacions alternatives a la clàssica -que s'ofereix a l'auditori- i als cicles de rock -per a la gent jove.

g) L'art: tothom participa del gust per l'art, això no obstant, la gran majoria lamenta no entendre'l. En general, es manifesta una forta preferència per l'art clàssic, realista o figuratiu i un clar rebuig per l'art modern. Destaquem l'existència de la consciència que l'art esdevé un luxe pel seu cost només assequible a entitats o institucions amb elevats recursos econòmics. Això no obstant, constatem tres aspectes: el primer fa referència a l'aparició d'un gran corrent que considera que l'art hauria de formar part de la cultura popular, el segon la necessitat que es produís més educació en aquest aspecte i el tercer que al·ludeix a la tasca pedagògica que haurien de fer els museus.

h) La cultura popular: en general es valora aquest tipus de produccions culturals atès que es considera que es tracta de la història d'un poble i la configuració dels seus trets d'identitat. A més, aquest tipus de manifestacions culturals faciliten la participació i la relació humana. Això no obstant, es creu que en l'actualitat aquest tipus de cultura ha sofert una certa desnaturalització atès que:

1. Moltes manifestacions es troben penetrades pel mercat i, per tant, s'han mercantilitzat.
2. Necessitat de canalitzar més les produccions i produir més qualitativament, això provoca que no s'aconsegueixi sempre un nivell satisfactori d'audiència i que molta gent no s'hi trobi identificada.
3. Rebuig de la població al dirigisme cultural i polític.

Els factors anteriors, així com la necessitat de considerar l'existència d'altres nivells de producció cultural fan que la població es trobi dividida quant al criteri subvencions.

i) L'associacionisme: existeix la creença que les associacions són els agents dinamitzadors de la vida d'una societat pel seu caràcter integrador, de difusió cultural i contribució de manera decisiva a l'educació del nivell col·lectiu comunitari. Tanmateix però, no sempre s'aprecia aquesta funció i es considera que els líders associatius mantenen un caràcter opac, poc transparent amb massa interessos personals.

j) La universitat: malgrat el caràcter de motor econòmic i cultural que se li atribueix no sembla que la universitat de Lleida hagi assolit un nivell satisfactori en aquest sentit, molt especialment, perquè roman molt tancada en ella mateixa i mostra molta falta de connexió amb els interessos i necessitats de la societat que l'envolta. És considera essencial que la universitat esdevingui un motor cultural del territori facilitant l'accés a la cultura a tothom i un motor d'anàlisi de la societat que l'envolta.

K) Les necessitats culturals de Lleida: la valoració de la dinàmica cultural que s'ha establert en la ciutat és molt positiva. Això no obstant, es recomana més coordinació entre les institucions, i la potenciació i consolidació del que ja s'està fent tot procurant que hi hagi una difusió més àmplia. També es considera la necessitat de renovar els càrrecs que ocupen llocs en la dinamització i gestió cultural per gent nova i més preparada amb visions més integradores i dinàmiques. Es mostra satisfacció per l'estat i el nombre de les sales de teatre i insatisfacció per la no existència d'un gran espai o sala d'art que permeti dinàmiques diferents a les actuals. Cal potenciar, molt especialment, totes aquelles manifestacions culturals que donim a conèixer la ciutat.

VI PART

DIMENSIONS I ESTRUCTURA DELS SECTORS: ARTS ESCÈNIQUES, ARTS PLÀSTIQUES, ARTS MUSICALS, ARTS LITERÀRIES, CULTURA POPULAR

4. Producció cultural i producció econòmica

Atès que les possibilitats de progrés de les economies occidentals es fonamenta en els recursos culturals és interessant plantejar l'àmbit de la producció cultural en el seu sentit més ampli com un àmbit que vincula el desenvolupament cultural al desenvolupament econòmic. En aquest sentit, en un informe realitzat a la ciutat de Barcelona sobre la dimensió i l'estructura del sector cultural²² s'analitzen les estratègies de desenvolupament de l'economia cultural que se centren, fonamentalment en tres aspectes: la producció, el consum i la imatge.

Les finalitats del sector cultural com a àmbit productiu són les de tendir a generar la màxima activitat dins del sector cultural i maximitzar les possibilitats d'ocupació. Per aquests motius, la generació d'un empresariat susceptible d'apostar pel desenvolupament d'aquestes indústries, i la preparació especialitzada de personal qualificat sigui per mitjà de la universitat o dels cicles formatius que pugui desenvolupar amb garanties d'èxit les noves tasques productives, són factors essencials. L'acció d'un empresariat eficaç ha d'anar acompanyada d'una actuació adreçada a aconseguir els mecanismes de finançament adequats. En aquest sentit, és positiva la creació de vincles entre la universitat, els centres educatius i les empreses que treballen per a la innovació.

Paral·lelament, s'ha d'impulsar la creació de centres de serveis (moda, disseny, mitjans de comunicació...) que treballin amb profunditat els aspectes relacionats amb la gestió, el marketing, les noves tendències així com la implantació de les noves tecnologies en el sector. També és important gaudir d'una massa crítica de persones i empreses amb capacitat d'innovació tendent a compartir idees i equipaments.

En relació al consum i a la imatge, les estratègies han d'orientar-se cap a l'exterior i la política cultural ha de plantejar-se també des de la vessant turística, cal desenvolupar programes de grans esdeveniments, encoratjar el comerç al detall, atreure empreses,

²² Vegeu Comdia Consultancy, Londres INITS, SA (1992) Dimensió i estructura del sector cultural a Barcelona, Ajuntament de Barcelona, Estudis i Recerques, Investigació cultural 4.

crear un entorn favorable per atreure la indústria del coneixement. Això suposa una planificació acurada i coordinada entre les administracions i la societat civil. Per aquest motiu és important la coordinació d'aquesta vessant de la política cultural amb la política comercial o amb la política empresarial per a l'establiment i la consolidació d'empreses.

En definitiva, és necessari establir un equilibri entre les diferents estratègies per tal de poder tenir una evolució continuada en el temps. Si la ciutat només se sosté en campanyes d'imatge o en el consum i no té una bona base productiva i innovadora tendirà a davallar en el temps; per contra, si la base productiva és important - qualitativament parlant- tendirà a consolidar-se i a elevar el seu estatus i el seu prestigi.

4.1. La cultura com atractiu turístic

Habitualment les ciutats utilitzen diferents estratègies per a potenciar-se turísticament. Aquestes estratègies acostumen a prendre com a referència tres eixos de caràcter temporal: el passat, el present i el futur²³. Les ciutats que tendeixen a situar-se fonamentalment en el passat corren el risc de quedar-se congelades en aquesta imatge i per tant, perdre tota una sèrie de possibilitats i de riquesa en el futur. Així també una excessiva promoció del present pot ser passatgera. La renovació permanent que demana el consum pot ser negativa si no es pot sostenir d'una manera continuada. La solució més adient consisteix a buscar un equilibri entre els tres eixos de tal manera que forneixen la diversitat suficient com per a satisfer totes les necessitats.

També, en el desenvolupament d'aquestes estratègies s'ha de tendir cap a un equilibri entre la promoció del talent local i l'exterior²⁴ i s'ha de procurar que constitueixi un aspecte important per a l'atracció d'empreses d'alta tecnologia. Factors com el sentit de

²³ Lleida, encara avui, és una ciutat poc coneguda a nivell nacional, podríem dir que és una ciutat que passa desapercebuda. Això no obstant, a Lleida s'hi poden trobar elements corresponents als tres eixos de caràcter cultural que acaben d'anomenar. El que cal és fer-los visibles, atorgant-los-hi un espai significatiu i procurant una oferta de qualitat. També cal treballar molt a nivell de difusió externa.

²⁴ Les polítiques culturals són molt importants en aquest sentit ja que, massa sovint, tendeixen als extrems, és a dir, a fer una política de protecció únicament i exclusiva de caràcter local tancant-se a qualsevol innovació o factor exterior i utilitzant excessivament el victimisme, molt popular en determinats sectors culturals, que pretenen ocultar la seva mediocritat tot al·legant un seguit de dificultats i greuges a què són sotmesos des de posicions externes. Aquest fet produeix que s'erigeixin com a semideus personatges de vàlua més que dubtosa amb visions molt restringides del fet cultural i amb posicions excloents i exclusives; o bé, per una altra banda, a tendir a valorar únicament el que és forani com allò de qualitat; fet que produeix el mateix resultat que l'anterior però de signe oposat i que sol respondre a interessos particulars del polític del moment. Aquests dos corrents, entenem, doncs, que s'han de compatibilitzar en benefici d'uns i altres, perquè solament aquest procés pot produir una producció de qualitat.

la localitat, unicitat i, alhora, diferenciació, fàcil accés, les relacions amb la universitat, una oferta cultural viva, facilitats esportives i d'accés a l'entorn rural, factors indicadors de la qualitat de l'entorn físic i social poden constituir atractius a tenir presents en la planificació futura de les ciutats.

4.2. Diferents models d'estratègies per la intervenció en l'economia cultural

La relació entre producció cultural i producció econòmica ens permet parlar d'economia cultural. A continuació, i tot basant-nos en l'estudi anterior, oferirem diferents models d'estratègies d'intervenció amb una doble finalitat: proposar diferents àmbits d'acció on es poden desenvolupar intervencions i establir un barem que ens permeti saber en quin punt estem de desenvolupament i què hem de fer per obtenir una millor planificació en aquest àmbit. Així doncs, es proposen diferents models:

- a) Un model basat en l'increment dels recursos financers locals per a la cultura. Aquest model prioritza la identificació de fonts de finançament local que inclouen fonts públiques i privats. En aquest sentit s'ha d'actuar amb un cert caràcter empresarial i establir una certa regulació en les indústries culturals en termes d'ocupació, facturació, fluxes de capital i altres indicadors.
- b) Un model basat en l'atracció financera de recursos i tècniques externes. Aquest estudi es fonamenta en la imatge externa dels equipaments i activitats culturals de la ciutat, i l'avaluació de les necessitats de suport financer i tècniques forànies per a la infraestructura cultural. Cal formular una política cultural exterior.
- c) Un model dirigit a informar als possibles finançadors locals. Aquest model se centrarà en les necessitats de la comunitat artística local.
- d) Un model orientat als equipaments, model de desenvolupament físic, que generalment s'inicia amb la realització d'un inventari dels equipaments existents i la identificació de necessitats per al desenvolupament de les activitats culturals.
- d) Un model de desenvolupament econòmic-turístic.
- f) Un model amb una orientació comunitària de base que prioritzarà l'anàlisi de la demanda d'activitats culturals entre les audiències artístiques i entre la població en general.

Evidentment, tots els models anteriors són sectorials atès que abasten la intervenció únicament des d'una perspectiva. El model òptim és aquell que intenta conjugar

intervencions en tots els sectors per tal d'obtenir un desenvolupament armònic de la ciutat i una intervenció tant a nivell públic com a nivell privat²⁵.

També en l'estudi *Dimensió i estructura del sector cultural a Barcelona* es proposen tres àmbits d'actuació: l'oferta, la distribució i la demanda. En cadascun dels àmbits s'estableixen una sèrie d'estratègies algunes de les quals es concreten a continuació:

a) L'oferta:

1. Tenir actualitzada tota la informació i facilitar-ne la seva difusió utilitzant tots els mitjans electrònics a l'abast per una banda, i, per una altra, la realització de seminaris, punts de trobada o qualsevulla activitat que suposi l'augment del nivell de comunicació i coordinació entre sectors i a l'interior d'ells.
2. Establiment de serveis d'assessoria i de suport a la producció ja existent i a la innovadora.
3. Desenvolupament d'espais d'investigació, producció i gestió que cobreixin una infraestructura bàsica per al desenvolupament de les produccions culturals.
4. Desenvolupar i potenciar un sistema de formació actualitzat i competent, base de tot el sistema productiu fort.
5. Creació d'agències i comissions culturals per a la promoció cultural i/o específica de certes activitats i sectors en línia amb les intervencions dirigides a l'especialització i/o internacionalització de les produccions.
6. Desenvolupament d'una política industrial global a nivell local, regional o nacional, amb un clar suport a la innovació i la competitivitat -suport a les estrelles i líders sectorials-, i establiment de xarxes conjuntes per al desenvolupament de projectes d'alt risc.

b) La distribució

1. Iniciatives públiques-privades amb l'establiment d'objectius comuns i de mecanismes de col.laboració.
2. Realització d'una anàlisi sectorial i establiment d'una estratègia de desenvolupament.
3. Desenvolupament de sistemes d'accés preferent dels productors culturals als circuits comercials, a incentius financers, etc.
4. Inversió directa en la compra de xarxes de distribució de radiodifusió, companyies fonogràfiques, xarxa de cable, etc.

²⁵ Alguns poden pensar que desenvolupar estratègies en tots els sectors forma part d'una utopia. Però això no és així si es té present que les planificacions culturals són planificacions que presenten resultats a llarg termini i que, per tant, estableixen uns marges d'intervenció molt amplis que poden permetre, en el cas de les ciutats com Lleida, desenvolupaments integrals.

c) La demanda

1. Promoció directa del servei cultural o d'alguna activitat en concret a nivell local i a nivells superiors, intentant aprofitar els avantatges comparatius existents.
2. Realització d'estudis de mercat sobre el públic existent i les audiències potencials. el coneixement de la demanda pot ajudar a definir l'oferta.
3. Desenvolupament del mercat a través de l'adquisició directa de productes culturals.
4. Organització de festivals, fires...que representin una gran concentració d'activitats i acostin l'oferta a la demanda.
5. Desenvolupament d'iniciatives d'educació del públic potencial a través de campanyes als mitjans de comunicació, i establiment de mecanismes d'avaluació de la política cultural.
6. Creació de sistemes de subvenció als equipaments i a la modernització dels equipaments ja existents, així com als projectes pilot o aquells que apareguin com a projectes d'avantguarda.
7. Canvis en la política fiscal quant als impostos sobre el valor afegit, les taxes d'interès, les desgravacions, els impostos municipals...etc.

4.3. Dimensions i estructura dels sectors: arts escèniques, arts plàstiques, arts musicals, arts literàries, cultura popular a la ciutat de Lleida

4.3.1. Metodologia d'anàlisi

Els sectors que s'analitzen en aquest treball són els següents: sector arts escèniques, sector arts musicals, sector arts literàries, sector arts plàstiques i sector cultura popular.

La metodologia emprada per a l'anàlisi dels diferents sectors ha estat la següent:

- 1r. Elaboració d'una fitxa que contingues informació sobre la producció, difusió i audiència per cadascun dels sectors. Se n'adjunta un model per a cadascun dels sectors al final d'aquest apartat.
- 2n. Tramesa de la fitxa a particulars i col·lectius registrats fins 1999 per tal d'obtenir la informació necessària per al nostre treball
- 3n. Recollida de dades i anàlisi. S'han obtingut percentatges en els casos en els quals això ha estat possible; en altres, la disparitat de les dades ha provocat que ens haguéssim de remetre a la lectura linial de les dades obtingudes.
- 4r. Extracció de conclusions per sectors.

L'ús d'aquesta metodologia per sectors ens ha suposat nombrosos avantatges per a l'expressió de les diferències entre les diverses estructures dels diferents sectors i així poder establir una visió més acurada de la situació real de cadascun. Això no obstant, les dificultats han estat significatives en la recollida de dades ja que no es tracta de sectors tancats i ben acotats en els seus processos i en els seus productes sinó que les definicions són ambigües. Per una altra banda, el grau d'industrialització dels sectors analitzats és molt diferent; per tant, els resultats no són generalitzables. També es produeixen entrecreuaments entre els diferents sectors i entre diferents estructures empresarials.

Però, possiblement, la dificultat més gran ha estat la manca d'informació fiable, tot i que en el nostre treball hem acudit directament als col·lectius i les persones en particular, la vulnerabilitat (en un mateix any una mateixa companyia pot aparèixer amb tres noms diferents) i variabilitat (la inestabilitat dels treballs que presenten aquests sectors fa que les altes i baixes siguin molt freqüents de tal manera que, en no estar degudament registrades, poden alterar tota la informació) que presenten els diferents sectors fan que el nivell d'informació sigui, només, relativament fiable. Per una altra banda, els conceptes (a qui considerem com artista?) o bé el fet que una mateixa persona pugui actuar en diferents sectors (un artista pot pintar i fer disseny, per exemple) dificulta la seva ubicació. També poden entrecreuar-se diferents àmbits com ara el cas de l'artista que fa una exposició i a banda de les persones que necessita per al seu muntatge, necessita també del dissenyador que li fa el catàleg, que, a la vegada, necessita de la impremta o de l'editorial i, alhora, l'exposició ha de tenir uns mitjans de difusió.

Altrament, la quantificació en termes econòmics de sectors com les arts plàstiques, per posar un exemple, no reuneix els requisits mínims per poder ser considerada representativa ja que aquest sector aplega capitals que escapen al control legal.

4.3.2. Objectius

El primer i més important dels objectius que ens vam proposar en aquest treball era esbrinar els recursos culturals existents a la ciutat de Lleida. Això significava analitzar els sectors culturals anteriorment ressenyats des de la producció fins a la distribució o venda en les diferents fases que citem posteriorment:

a) Inicial: creadors i artistes. Pot incloure serveis de formació i ensenyament, serveis d'assessorament, associacions i entitats.

- b) Productiva: persones recursos i capacitats productives capaces de transformar les idees en productes de mercat com ara empresaris, managers, productors, editors, enginyers, distribuïdors, fabricants d'equips, laboratori de cinema...
- c) Circulació: disponibilitat d'estructures i mitjans per a la difusió de la producció: agents, agències, distribuïdors, venedors i intermediaris.
- d) Mecanisme de distribució i repartiment com ara teatres, llibreries, sales de concerts, canals, aparells de televisió...
- e) Audiències i recepció: consum, individus i col·lectius que ho consumeixen, marketing, publicitat, propaganda.

Les fases anteriors ens permeten observar el desenvolupament o subdesenvolupament del sector, constatar les seves mancances i veure les seves possibilitats de futur.

4.3.3. Fases del desenvolupament

El treball es va dur a terme en tres fases:

- 1a. Exploració de la bibliografia existent, preparació del guió, discussió dels conceptes i elaboració de fitxes per a l'anàlisi dels diferents sectors. Posada en pràctica de les fitxes per tal de veure'n les dificultats d'aplicació i posterior correcció i adaptació.
- 2a. Desenvolupament del treball de camp, recollida i introducció de les dades i tractament informàtic.
- 3a. Elaboració de conclusions i redacció final

4.3.4. El treball de camp

Es va realitzar durant l'any 1999 per tant, les dades disponibles corresponen a l'estat de cada sector durant aquest any. Per realitzar aquest treball vam poder comptar amb l'assessorament d' especialistes en els diferents sectors.

4.4. Els sectors

4.4.1. Arts escèniques

- a) Creació i constitució de les companyies teatrals

La creació i constitució de companyies teatrals es produeix en un període molt dilatat en el temps. Del 1920 al 1990 es consoliden sis companyies teatrals a la ciutat de Lleida que representen el 23,3% del total de companyies existents a l'actualitat. Aquestes companyies apareixen de manera esglaonada en el temps; així doncs al 1925 es

constitueix l'AEM i no serà fins al 1948 que es crearà el Cercle Dramàtic Talia. Un període de més de 30 anys separarà la constitució d'aquesta darrera amb la creació de tres noves companyies durant els anys 80: el Xip-Xap (1983), el Centre de Titelles (1986) i El Sidral (1986). Durant aquests anys també es crea la companyia de Teatre Nostre de la qual desconeixem la data de constitució.

Hem de destacar que a l'any 1981 l'Ajuntament de Lleida crea l'Aula Municipal de Teatre. Aquest fet esdevé de gran importància a la ciutat ja que, deu anys més tard de la seva creació, es produeix un esclat en la creació de noves companyies, concretament en un període de deu anys apareixen setze companyies noves que representen el 72,3% del total de les companyies de Lleida ciutat. Cal destacar que el període que va de 1995 al 2000 representa el període més fèril ja que de les setze anteriors, deu es creen durant aquest període.

Aquesta constatació ens permet manifestar que la creació de l'Aula Municipal de Teatre esdevé un motor fonamental en l'impuls de creació de noves companyies atès que el Zum-Zum teatre, l'altra escola de la ciutat, es constitueix l'any 1994.

Moltes d'aquestes companyies, en la seva constitució, no es constitueixen de manera autònoma sinó que apareixen vinculades a entitats de caràcter divers. Els motius que impulsen a adoptar aquesta forma de constitució són fonamentalment deguts a les dificultats de poder trobar infraestructures i uns suports mínims per poder dur a terme la seva tasca. L'esquema següent ens mostra les diferents formes que adopten les companyies en la seva constitució:

Taula n.1 Formes de constitució de les companyies teatrals

Mode de constitució	nombre de companyies	%
Associacions culturals	14	63,63
Associacions de veïns	2	9,1
Societat limitada	2	9,1
Cooperativa	2	9,1
UdL	1	4,5
Cases Regionals	1	4,5

Els tipus de representacions que realitzen obeeixen a gèneres molt variats tal com ho podem constatar en el quadre següent:

Taula n. 2 Gèneres de les companyies teatrals

Gènere	nombre de companyies	%
Teatre textual	8	36,1
Teatre infantil	7	31,8
Titelles	2	9,1
Multimèdia	2	9,1
Teatre musical	2	9,1
Circ	1	4,5
Diablers	1	4,5

En síntesi, en l'actualitat tenim dotze companyies de teatre per adults que representen el 54,5% de total i deu companyies de teatre infantil que representen el 45,5%.

Si fem una anàlisi del nombre de representacions que han realitzat és de 1.748 amb una mitjana de 72,8 ²⁶ representacions per companyia. Si aquesta quantitat la repartim en intervals podrem observar la dinàmica de cadascuna de les companyies.

Taula n.3 Nombre de representacions repartides en intervals i companyies

Intervals	nombre de companyies	%
1 a 25	12	50
26 a 50	2	8,3
51 a 75	3	12,5
76 a 100	0	
101 a 125	1	4,2
126 a 150	1	4,2
151 a 175	0	
176 a 200	3	12,5
+ de 201	2	8,3

Companyies que se situen entre 1 i 50 representacions: Cia Canyeret, Ara Teatre, La Trup Diablers, Espais de Teatre UdL, Artistass.o.s., Inoff Teatre, Aem Teatre, Yin Teatre,

²⁶ La mitjana s'ha realitzat en funció de 24 companyies ja que la companyia La Trup inclou altres grups teatrals com La Pasterada i els Diablers que actuen amb gèneres diferents.

Teatre Nostre, Skrot, VaKombà, 10 Rals, Prou de Brou, Cercle Dramàtic Talia, Bulevard Espectacles.

Companyies que se situen entre les 51 i 150 representacions: Hop-la, La Pasterada, Zum Zum Teatre, La Trup.

Companyies que se situen entre les 151 i 250 representacions: Boira Exprés, La Baldufa, Xip Xap, Centre de Títelles.

Companyies que realitzen més de 250 representacions: El Sidral.

Les dades anteriors ens permeten constatar que la meitat de les companyies només fan entre 1 i 25 representacions amb un total de 141 representacions i una mitjana d'11,75 representacions per companyia. Si aquest 50% el comparem amb el total de representacions que és de 1.748 representen el 8,1% del total. Per contra, 7 companyies realitzen 1.330 representacions que representen el 76,1% de les representacions teatrals en un any. Si ho agrupem en tres nivells, obtenim:

Taula n. 4 Mitjana de representacions de les companyies

Nivell	N. Companyies	Representacions	Mitjana	% sobre el total
Baix	12	141	11,75	8,1
Mig	5	277	55,4	15,8
Alt	7	1330	190	76,1

L'àmbit territorial de representacions és el següent:

Taula n.5 Àmbit territorial de representacions

Territori	Companyies	%
Lleida i província	8	33,3
Catalunya	7	29,1
Catalunya i Estat espanyol	8	33,3
Catalunya, Espanya, estranger	1	4,1

La totalitat de companyies participen a la Mostra de Teatre de Lleida, això no obstant, aquest fet constitueix l'excepció ja que només 4 companyies participen a festivals, 4 en concursos i 7 en fires de teatre.

Pel que fa al nombre de persones que apleguen és de 369 per a produccions de les quals 138 (37,4%) tenen un caràcter permanent i la resta -és a dir, 231 (62,6%) persones- intervenen de forma temporal.

En referència al finançament, la gran majoria ho fan amb recursos propis, solament hi ha 4 companyies (Centre de Títelles, Artistess.o.s. Inoff Teatre i Espai Teatre Udl) que obtenen finançament d'institucions i 2 que tenen conveni amb l'Ajuntament per fer coproduccions (Centre de Títelles, Boulevard Espectacles)

L'anàlisi de les dades anteriors ens permet arribar a les següents conclusions:

1. L'esclat de grups de teatre es produeix deu anys després de la creació de l'Aula Municipal de Teatre.
2. En la seva gran majoria, les companyies creades neixen a l'interior d'associacions culturals (63,63%), llevat de quatre casos d'entre els quals dos es formen com a companyies de societat limitada i unes altres dues es monten com a cooperativa.
3. El 54,5% de companyies es dediquen al teatre d'adults i el 45,5% al teatre infantil.
4. Malgrat el nombre de companyies, només han estat set les que han fet el 76,1% de representacions amb un total de 1330 representacions. Aquestes set companyies realitzen actuacions en l'àmbit de tot l'Estat espanyol.

b) Espais de formació

En l'actualitat hi ha cinc escoles d'ensenyament no reglat de les quals dues són de teatre i tres de dansa. La titularitat d'aquestes escoles és pública en el cas de l'Aula Municipal de Teatre que correspon a l'Ajuntament i L'esbós de Dansa la titularitat de la qual correspon a la UdL, la resta són de titularitat privada.

a) Les escoles de teatre

L'Aula Municipal de Teatre es creada per l'Ajuntament de Lleida l'any 1981 amb voluntat de potenciar un espai de formació i, alhora, de creació cultural; això no obstant, no serà fins al 1994 en el qual Zum Zum Teatre en crearà una de nova. Les persones que la creen han estat formades a l'Aula.

Tanmateix, però, les dues escoles es diferencien pels àmbits de formació que potencien, Zum Zum Teatre realitza cursos de cant, claqué i jazz acompanyats de cursos específics d'interpretació. Per contra, l'Aula es dedica, fonamentalment, a la formació d'actors amb estudis d'art dramàtic amb una duració de tres anys. Després desenvolupa cursos de formació de caràcter monogràfic destinats a públic en general. Així doncs, podem observar que les dues escoles es complementen molt positivament.

El nombre total d'alumnes que assisteixen a les dues escoles és de 670, dels quals 530 corresponen a l'Aula i 140 al Zum Zum Teatre, aquest fet marca una diferenciació en la demanda i una especificitat en l'oferta.

b) Escoles de dansa

Actualment n'hi ha dues de titularitat privada i una de titularitat pública (UdL). La més significativa de totes és l'escola de dansa Mercedes Mor creada al 1961 no solament per la seva tradició sinó pel volum d'alumnat que té que és de 300 alumnes sobre un total de 400 inscrits a dansa en tota la ciutat. Aquesta escola té el 75% de l'alumnat de tota la ciutat. Les altres dues escoles, La Dansa Estudi té 80 alumnes, amb una representació del 20% i Esbós Dansa UdL amb 20 alumnes que representen el 5%. L'ensenyament és no reglat, totes fan dansa contemporània, ara bé L'Escola de Dansa de Lleida i La Dansa Estudi ho completen amb dansa clàssica, moderna i jazz.

c) Infraestructures teatrals

Ens trobem amb un equipament genèric de caràcter polivalent que, en determinades ocasions, ha funcionat com a equipament teatral. No és fins al 1998 que s'inaugura el Teatre Municipal de l'Escorxador, infraestructura preparada per desenvolupar tot tipus d'arts escèniques, fonamentalment el teatre. Aquest equipament té una sala amb un aforament de 310 persones i es troba totalment equipada per desenvolupar la tasca teatral. El mateix equipament disposa d'una sala per poder realitzar teatre experimental de configuració regulable, però dotada de maquinària escènica, il·luminació i so. També, en el mateix equipament, hi ha un cafè teatre, espai reservat per a concerts de petit format, actes i espectacles parateatrals.

A l'any 2.000, l'Ajuntament de Lleida ha inaugurat l'espai 3 resultat de la restauració de l'antic convent de Santa Teresa. Aquest espai que no conté una caixa escènica completa pot desenvolupar teatre de petit format, experimental i de titelles; també disposa de so i llum.

Finalment, cal destacar que el teatre més antic a Lleida és el Principal de titularitat privada amb una cabuda superior a les 1.000 persones. El fet de ser una infraestructura de molts anys fa que, actualment, no disposi dels equipaments necessaris per poder dur a terme representacions teatrals amb garanties suficients. Habitualment, s'utilitza com a sala d'exhibició cinematogràfica, mentre que les representacions teatrals queden reduïdes a un cop al mes coincidint amb la temporada de teatre de gran format que realitza l'Ajuntament i les representacions d'òpera.

Els altres espais són l'Auditori de La Caixa i les sales d'actes de centres d'ensenyament tant de titularitat pública com de titularitat privada, això no obstant, a la majoria, els hi manca caixa escènica tot i que alguns disposen de so i llum.

La compra de Gardeny per part de l'Ajuntament permetrà gaudir en el futur, un cop els espais estiguin restaurats i equipats amb infraestructura específica, de dues sales noves a la italiana.

Atès que l'espai eminentment teatral és el Teatre Municipal de l'Escorxador farem una anàlisi d'espectadors i funcions des de la seva obertura el 8 d'octubre de 1998 fins al desembre de 1999.

En aquest període de temps s'han organitzat 472 actes i hi ha hagut una assistència de 83.189 espectadors repartits de la següent manera:

Taula n.6 Nombre i classificació dels actes realitzats a L'Escorxador

Ars escèniques	70,5%	333 funcions	75,8 %	63.063 espectadors
Arts musicals	14%	66 concerts	15,9%	13.189 espectadors
Altres actes	15,5%	73 actes	8,3%	6.928 assistents

Aquest total d'actes s'han desenvolupat en els programes següents:

Taula n.7 Programes i actes realitzats a L'Escorxador

Temporada de teatre	48 actes
Mostra de teatre	64 actes
Teatre infantil de Nadal	10 actes
Dissabtes als Camps Elisis	5 actes
Nits al Castell	2 actes
Concerts cafè teatre	16 actes
Altres representacions teatrals	204 actes
Altres concerts	50 actes
Altres actes	73 actes

Les dades anteriors sumen un total de 472 actes

a) Arts escèniques

Representen les tres quartes parts de les manifestacions culturals del Teatre de l'Escorxador (el 70,5%) i així com el 75,8% d'espectadors distribuïts de la manera següent:

Taula n.8 Classificació i nombre de representacions teatrals a L'Escorxador

animació	6
animació-castellers	1
dansa	12
infantil	52
òpera	7
poesia	14
show	1
teatre-circ	1
teatre clown	3
teatre gestual	5
teatre llegit	1
teatre mim	2
teatre multimèdia	5
teatre música	2
teatre musical	4
teatre performance	1

teatre revista	2
teatre textual	184
teatre video	1
titelles	29
Total	333

La taula anterior posa en evidència que el teatre textual representa el 55,3% de la programació amb 184 representacions, el teatre infantil amb 52 representacions infantils i 29 de titelles que fan un total de 81 espectacles infantils que representen 24,3%. La resta són representacions varies. La taula anterior ens mostra una programació diversificada amb capacitat per atendre la diversitat de gustos dels espectadors

b) Arts musicals

Amb 66 concerts que representen el 14% d'espectacles i el 15,9 d'espectadors

Taula n. 9 Classificació i nombre de concerts a l'Escorxador

altres	1
audicions	7
cantautors	1
carrinclona	1
clàssica	2
coral	5
ètnica	5
folk	1
gravació de CD	2
havaneres	4
jazz	18
pop	6
recital	2
rock	9
sardanes	1
tecno	1
total	66

D'acord amb les dades anteriors, s'observa una programació diversa on el jazz amb 18 espectacles que representa el 27,27% és el més freqüent. El roc, amb 9 actuacions, és a dir, el 13,6% del global.

c) Altres actes

La polivalència dels espais ha permès desenvolupar uns actes complementaris des de reunions, càstings, debats, congressos amb un total de 73 actes que representen el 15,5%.

Si analitzem la temporalització dels actes observem:

1r. Els mesos d'agost i setembre hi molt poca activitat

2n. La resta de mesos a excepció del juliol són força homogenis amb una mitjana d'actes de 38 i una mitjana d'assistència d'espectadors de 6.419 espectadors.

3r. El mes de juliol amb 12 espectacles té una assistència molt significativa comparant amb la resta dels mesos de 5.080 espectadors i una mitjana d'assistència per espectacle de 423.

Si l'anàlisi la fem a partir dels programes específics observem:

Taula n. 10 Nombre d'actes i d'espectadors per programes específics

Programes	n.actes	%actes	n.especta dors	%especta dors	mitjana
Temporada teatre	48	10,2	7.322	8,8	152,5
Mostra de teatre	64	13,5	12.008	14,4	187,6
Teatre infantil Nadal	10	2,1	1.694	2,04	169,4
Dissabtes als Camps Elisis	5	1,1	3.500	4,2	700
Nits al Castell	2	0,4	1000	1,2	500
Concerts al cafè	16	3,4	2882	3,5	180,1
Altres representacions	204	43,2	37.539	45,1	184
Altres concerts	50	10,6	10.316	12,4	206,3
Altres actes	73	15,5	6.928	8,3	95
Total	472	100	83.189	100	176,2

d) Algunes conclusions

Les dades anteriors ens permeten deduir:

1r. Els programes d'estiu, Nits al Castell i Dissabtes als Camps Elisis són els que obtenen un percentatge més elevat d'assistència; aquests programes són de caràcter gratuït.

2n. El teatre té una mitjana de 180 espectadors per acte, això vol dir que, majoritàriament, no s'omple la sala 1 que té 310 butaques i és on es realitzen la gran majoria d'actes. Observem que la demanda és molt inferior a l'oferta.

3r. D'acord amb les dades anteriors, només sembla pertinent la demanda d'una sala més gran per ocasions molt específiques.

4t. Els grups teatrals de la ciutat no omplen el teatre tal com s'observa en les dades de la mostra amb una mitjana de 187,6 espectadors per representació.

5è S'ha de potenciar el teatre infantil per tal de crear cultura teatral

6è. Els concerts han obtingut una mitjana més elevada d'espectadors de 206,3 espectadors per concert. Això posa en evidència que l'espai és prou compatible per ambdues coses.

Un cop analitzats els espais, companyies, les escoles i les infraestructures teatrals observem els següents dèficits:

1r. La falta d'autors teatrals

2n. La falta d'una formació especialitzada

3r. La manca de professionalitat degut a la inestabilitat laboral dels actors i tècnics

4t. Desajustaments entre l'oferta i la demanda fet que ha de dur a la reflexió sobre el mercat de les audiències i les campanyes de promoció i marqueting

Cal potenciar:

1r. Creació d'un circuit teatral per les companyies de la ciutat

2n. Millorar la comunicació amb l'audiència potencial per mitjà de campanyes de distribució i promoció

3r. Fomentar la iniciativa privada centrada en les esferes de la gestió i el marqueting

4t. Investigació de mercats per adaptar l'oferta a la demanda

5è. Fomentar el consum de les arts escèniques amb campanyes educatives

6è. Replantar les polítiques de les Administracions Públiques per mitjà de:

a) la coordinació entre les administracions

b) la política de subvencions

c) la política d'infraestructures

4.4.2. Arts musicals

Tradicionalment, hi ha hagut una forta manca d'educació musical no superada encara en l'actualitat. Si ens referim a l'educació dels joves hem de destacar tres factors:

1r. L'escassa o nul·la presència durant anys dels ensenyaments musicals en el sistema educatiu

2n. El caràcter restringit d'aquests ensenyaments que s'han hagut de realitzar en àmbits d'escoles privades o públiques però sempre amb un marcat caràcter elitista, no solament pel cost dels estudis, evidentment significatiu, també perquè són ensenyaments que necessiten de suport instrumental. En el cas dels conservatoris, l'elitisme adquireix un caràcter greu, no són solament els numeros clausus que demanen sinó tots els suports extres (instruments, partitures cares...) que els individus han de fer per entrar-hi i romandre-hi. Per tant, hem de dir que no es tracta d'ensenyaments populars.

3r. La influència dels mitjans de comunicació sobretot en el sector jove de la població. Ens hem de preguntar quin tipus de música es ven a través de les emissores més destinades als joves i constatarem fins a quin punt la influència del mercat (indústria potent, per cert, la musical) adquireix un caràcter determinista. Com poden adquirir gust per la música clàssica si en molts casos no n'han escoltat mai.

Realitzada aquesta anàlisi passem a veure quin ventall ens presenta la ciutat de Lleida.

a) Espais de formació: les escoles de música

La ciutat disposa d'un conservatori de caràcter públic per a la formació musical i sis escoles: 1 corresponent a l'àmbit públic i la resta a l'àmbit privat amb la particularitat de tres d'aquestes escoles es troben sota l'aixopluc d'una entitat cultural. La capacitat del conservatori queda establerta per numeros clausus establerts per la Generalitat de Catalunya amb un total de 180 places, és a dir, 30 per curs. En l'actualitat s'aplica la LOGSE amb una matrícula de 146 alumnes i es previst que al 2001 siguin ocupades les 180 places.

Les característiques quan al caràcter, al nombre i al tipus de finançament de les diferents escoles es recullen a continuació:

Taula n. 11 Caràcter, nombre, tipus de finançament de les escoles de música

Caràcter	n.	%	n. alumnes	% alumnes	Finançament
Públic	1	16,6	500	45,8	subven cionat
Privat	2	32,2	337	30,9	propi
Entitats culturals	3	49,8	254	23,3	propi
Total	6		1091		

De la taula es desprenen les següents observacions:

- a) Les entitats culturals tenen tres escoles, això no obstant absorbeixen una quantitat inferior a la de l'ensenyament públic.
- b) El nombre d'alumnes que assisteixen a una escola de música no arriba al 1% de la població tot i que l'oferta educativa s'adreça a totes les edats des de diferents programes.
- c) La formació musical és més aviat escassa i es troba sotmesa a diferents contradiccions com per exemple la manca d'hàbits de les famílies amb nens que assisteixen a conservatori o a escola de música i contradictòriament no assisteixen a concerts.
- d) L'educació musical continua sent una matèria mal considerada en els centres de primària i secundària.

b) Els grups musicals

Ens trobem amb una problemàtica molt específica i molt diversa que va des de la dedicació gairebé exclusiva a la música moderna fins a la configuració d'agrupacions amb poca estabilitat. D'un total de 34 grups, 17 fan música rock mentre que la resta ocupen posicions minoritàries. Observem-ho en la taula següent:

Taula n.12 Distribució de grups musicals per corrents:

Corrent	Nombre	%
Rumba	1	2,9
Jazz	1	2,9
Rock	17	50
Cantautor	2	5,8

Acústica	1	2,9
Punky	2	5,8
Folk	1	2,9
Heavy	2	5,8
Pop	2	5,8
Crossever	1	2,9
Transmetal	1	2,9
Hardcore	1	2,9
Trashcore	1	2,9
Blues	1	2,9

Constatem que sobre un total de 34 grups es defineixen 14 corrents diferents en 9 dels quals només hi ha un grup i 4 amb 2 grups. Per tant, el 50% de grups fan rock i la resta segueixen corrents minoritaris.

Aquests grups presenten la problemàtica següent: existeix un col·lectiu de 26 grups sota l'aixopluc d'una associació anomenada Iler-rock fundada el 1996 composta per grups de caràcter divers. Tanmateix però, aquesta associació no ha desenvolupat capacitat productiva tant en la promoció de grups com en augmentar el nombre de concerts (majoritàriament els fan per iniciativa de les entitats públiques) i malgrat que han enregistrat dos CD la seva difusió (uns 5.000 exemplars venuts) ha estat molt pobre i a càrrec de les institucions. Els resultats haurien de forçar els components d'aquesta associació a replantejar-se objectius i polítiques a seguir si el que es vol és assolir uns nivells de promoció diferents. Aquests col·lectius tindran una base molt precària si no es plantegen tenir una infraestructura mínima a partir de la qual desenvolupar el seu treball i no és gens clar que les institucions hagin de cedir els espais.

c) Infraestructures musicals

Una problemàtica diferent la constitueix la manca d'espais per assaig. La ciutat disposa de tres espais coberts per fer concerts:

- El cafè de l'Escorxador de caràcter municipal amb un total de 32 concerts l'any 1.999 sobretot jazz i pop-rock. La mitjana d'assistència ha estat de 150 persones per concert.
- L'auditori Municipal Enric Granados dedicat majoritàriament a la música clàssica amb un total de 90 concerts i 25 audicions escolars amb un total de 57.922 espectadors. En

aquest espai desenvolupen els seus assatjos les orquestres del conservatori, el Cor de Cambra i la Banda Municipal constituïdes com a entitats culturals.

-L'auditori de la fundació "La Caixa" amb activitats diverses i un total de 20 concerts amb una assistència global de 37.680 espectadors.

c) Les associacions musicals

Segons la seva finalitat, les associacions musicals podem classificar-les en dos grups: les que desenvolupen una activitat eminentment musical tot creant grups i realitzant concerts amb les seves agrupacions. En aquest grup hi ha 8 col·lectius, 5 dedicats exclusivament al cant coral com l'Orfeó lleidatà, la coral Shalom, la coral Sicoris, la coral Estel i el cor de cambra Joliu, 2 col·lectius dedicats a la recerca i a la interpretació d'havaneres i una agrupació musical constituïda com a col·lectiu cultural de la qual en forma part la Banda Municipal amb més de 50 músics i un programa estable de música a l'Auditori i als barris de la ciutat. Aquestes associacions col·laboren a la formació dels seus cantaires tant bucal com musical.

La resta d'associacions musicals, un total de 8, constitueixen entitats que agrupen uns 800 socis aproximadament. Els seus objectius fonamentals són la divulgació de la música des de dues vessants: una com a coordinadora, promotora i difusora de grups musicals com ara el cas d'Iler-rock i les set restants realitzen accions a nivell de societat en general a la qual impliquen en la participació de concerts, òperes, així com difondre el coneixement de les obres interpretades. També, aquestes associacions col·laboren a la difusió dels compositors lleidatans tot organitzant concerts específics amb els autors lleidatans (Granados, Vives).

d) Algunes conclusions

Com a conclusions d'aquest apartat obtenim:

1a. Constatem l'existència de poques escoles de formació musical professionalitzada fet que provoca un nivell molt baix en educació musical.

2a. Cal facilitar l'accés a espais d'assaig accessibles i ajudar en la compra d'instruments que són molt cars

3a. Creació de locals amb uns aforaments adequats per a la difusió dels nous grups.

4a. Fer cursos de formació permanent per aconseguir tècnics de so i d'il·luminació lligats als espectacles i a l'enregistrament.

5a. Polítiques de suport als nous grups diferents de les subvencions.

4.4.3. Arts literàries

a) Els escriptors

D'acord amb el nombre de publicacions realitzades, Lleida compta amb 25 escriptors consolidats que abasten un ampli ventall de gèneres:

Taula n. 13 Distribució d'escriptors per gèneres:

Gènere	Nombre	%
Narrativa,novel·la	9	19,6
Poesia	12	26
Biografia	1	2,2
Viatges	2	4,4
Conte	5	10,8
Periodístic	5	10,8
Assaig	8	17,6
Recerca, investigació	1	2,2
Història, ciència	1	2,2
Crítica literària	2	4,4

De l'anàlisi de les dades es desprèn:

1r. La majoria d'escriptors desenvolupen més d'un gènere.

2n. La poesia és la més nombrosa amb un 26% d'escriptors seguida de la narrativa amb un 19,6% i l'assaig amb un 17,6%. Els contes i el periodisme obtenen un 10,8% per contra, la resta de gèneres són molt minoritaris.

3r. En general, els escriptors no estan especialitzats en un gènere. La manca d'escriptors professionals, és a dir que viuen de l'escriptura, pot ser deguda a la necessitat de compatibilitzar l'escriptura amb una segona o primera feina, fonamentalment, l'ensenyament amb 17 escriptors, 3 són funcionaris mentre que la resta desenvolupa activitats diverses.

En referència al nombre d'obres publicades, vendes i àmbit de difusió ens trobem:

a) Nombre d'obres:

Taula n. 14 Nombre d'obres escrites per escriptor

Obres	N. escriptors	%
d'1 a 5	9	36
de 6 a 15	10	40

més de 15	6	24
-----------	---	----

b) Vendes per obra

Taula n. 15 Exemplars venuts per escriptor

Vendes	N. escriptors	%
Fins 1.000 exemplars	7	28
de 2.000 a 3.000	9	36
més de 3.000	4	16
NS/NC	5	20

c) Àmbit de difusió

Taula n. 16 Nombre d'escriptors per àmbit de difusió

Àmbit	N. escriptors	%
Lleida i comarques	6	24
Catalunya i Països Catalans	16	64
Espanya/Altres	3	20

Les dades anteriors en podem deduir:

- a) Més del 50% d'escriptors ha escrit més de 10 obres fet que podem considerar força significatiu.
- b) Més del 50% té un tiratge superior als 2.500 exemplars, cal destacar que 4 autors tenen un tiratge superior als 3.000 exemplars
- c) L'àmbit de difusió ve determinat per la llengua emprada que en la seva gran majoria és el català; aquest fet limita l'àmbit de difusió a Catalunya i els Països Catalans; això no obstant, el 24% de la producció té un caràcter exclusivament localista.

c) Algunes conclusions

Com a conclusió podem dir que ens trobem amb un grup força important d'escriptors que desenvolupen diversitat de gèneres gairebé exclusivament en llengua catalana amb un àmbit de difusió de Catalunya o Països Catalans. Per contra, la xarxa de distribució és arcaïca, atomitzada amb uns punts de venda poc modernitzats i amb un excés d'oferta editorial.

Per aquest motiu pensem que cal potenciar els hàbits de lectura i el mercat editorial, en síntesi:

- 1r. Fomentar l'hàbit de la lectura
- 2n. Modernitzar els punts de venda especialitzats i la xarxa de distribució
- 3r. Elaborar estudis de mercat i marqueting
- 4t. Reduir el nombre de títols publicats i ampliar el tiratge.

4.4.4. Cultura popular

Entenem per cultura popular aquelles activitats que estan destinades a la recuperació i pervivència de la tradició. En els darrers anys s'ha produït una revifalla de grups que han fet un esforç considerable en la difusió d'aquest tipus de cultura que ha esdevingut un dels eixos més importants de festes majors i activitats similars. Dues qüestions caracteritzen aquest sector; una la constitueix la proliferació de grups a l'empara de subvencions oficials i la difusió de tradicions fora de les contrades que les han vist nèixer i l'altra, l'escassa possibilitat de ser un sector amb prou capacitat econòmica autònoma com per sobreviure més enllà del temps en què aquests grups han estat privilegiats per part de les administracions. Aparellat a aquestes constatacions ens trobem amb un sector poc professionalitzat i amb nul·la capacitat d'adaptació a noves situacions, en aquest sentit pensem que aquest sector té poques probabilitats de desenvolupar-se com a indústria cultural.

L'anàlisi d'aquest sector ens permet saber que a la ciutat de Lleida hi ha 26 entitats dedicades al conreu de les festes populars i de les tradicions; més concretament, les entitats es distribueixen entre el següent tipus d'activitats:

a) Entitats dedicades a les festes populars i tradicions:

- mon geganter: 1
- cultura popular en general: 2
- dansa: 1
- difusió de la tradició de moros i cristians: 1
- mon casteller: 1

Els seus objectius específics són la difusió de la cultura popular, la conservació i promoció del fet geganter, la recuperació de la tradició de moros i cristians, la difusió de la cultura castellera i la promoció de la dansa catalana.

Aquestes associacions no aglutinen una massa social significativa, actualment compten amb 1.332 socis amb una distribució molt heterogènia ja que, castellers i moros i

cristians representen més del 50% dels associats. En general, els associats romanen actius en actes puntuals i passius durant la resta del temps.

Aquestes entitats, generalment, viuen de la subvenció de les administracions, tanmateix però, aquest no és l'únic problema que tenen, també pateixen manca d'infraestructures. Habitualment aquests problemes són solventats per part de les administracions que utilitzen aquest fet per justificar la promoció de la cultura popular ja que, aquests actes es viuen com una manifestació més de la festa sense més projecció social.

b) Un fenomen paral·lel es produeix amb les entitats dedicades a les sardanes. Lleida té quatre entitats sardanístiques de les quals dues es dediquen a fomentar el ball i participar en concursos i les altres dues a una educació del lleure a partir de la sardana a la seva promoció, enaltiment i difusió. La massa social total és de 212 socis entre totes.

El seu escàs arrelament social ens permet dir que existeix una desmotivació profunda de la ciutadania cap aquest tipus de manifestació cultural i tot i que pugui semblar reproable permet de posar en qüestió l'acció subsidiària que exerceixen les diferents administracions ja que totes les ballades que organitzen estan pagades pels ajuntaments fins i tot els mateixos monitors que realitzen la tasca d'engrescar la gent i ensenyar a la població jove aquest ball.

c) Les cases regionals (La Casa de Aragón, El Centro Gallego, La Casa de Andalucía, La Casa de Extremadura, La Casa de Castilla y León) representen un altre dels col·lectius dedicat a la recuperació, manteniment, difusió i promoció de les pròpies tradicions. Paral·lelament, intenten que aquestes tradicions es vinculin a les pròpies de la cultura catalana. Aquestes entitats presenten tota una sèrie de característiques que les diferencien de la resta d'entitats dedicades a la promoció de la cultura tradicional com ara:

1a. Totes disposen de local propi pels seus associats on desenvolupen les seves activitats. Tres el tenen en propietat i dos a lloguer.

2a. El nombre d'associats és de 1.500 i tots, sense excepció, paguen quota. Alhora, també disposen d'un bon nombre de simpatitzants que participen en els seus actes de promoció de la gastronomia i activitats culturals.

3a. Totes les entitats s'han implicat en els actes de les festes de la ciutat com La Festa Major i la Setmana Santa amb la voluntat de donar a conèixer a la ciutat la seva riquesa folclòrica.

Els trets anteriors faciliten el seu coneixement i identitat a nivell de ciutat, alhora, motiven la integració de les diferents tradicions i cultures d'Espanya.

d) Finalment, constatem l'existència d'un grup d'entitats (concretament 6) que tenen uns objectius específics com:

- promoure i defensar la cultura catalana
- divulgar i promoure iniciatives culturals
- formació humana i cristiana
- defensa dels costums de Lleida
- foment de la recerca i de l'estudi

Les activitats que realitzen per tal de dur a terme els seus objectius són:

- classes de llengua catalana
- debats, taules rodones, presentació de llibres
- cicles de teatre i de música
- activitats de lleure
- edicions de revistes
- festes populars
- promoció de textos inèdits d'autors novells

Aquestes entitats, malgrat que totes compten amb espais propis, es financien per mitjà de les institucions que els atorguen subvencions. Aquest fet constitueix un clar indicador de la precarietat en la qual viuen.

Els àmbits (social, econòmic i cultural) excessivament reduïts en els quals es mou la cultura popular posa en evidència que es tracta més d'una entelèquia política que d'una realitat objectiva és a dir, mentre el polític es justifica davant la societat tot acordant subvencions a aquells grups que enlairen la bandera dels arrels, costums i tradicions, la societat té absències significatives de participació en la promoció d'aquestes activitats.

d) Algunes conclusions

A la vista de la precària situació d'aquest sector cultural es podrien formular una sèrie de mesures com ara:

- despolititzar la cultura popular
- fomentar el retrovament dels fets culturals adequats a les demandes socials i, a partir d'aquí, trobar les seves pròpies arrels i la seva pròpia identitat
- crear un institut de cultura popular per facilitar-ne la recerca i la difusió arreu del territori.

4.4.5. Les arts plàstiques

a) Els artistes

La dificultat de localització dels artistes i les resistències a respondre per part d'aquest col·lectiu fan que només haguem treballat sobre una mostra de 30 artistes. Sobre aquesta mostra, el 62,8% són pintors, el 8,5% es dediquen a l'escultura, el 5,7% al gravat, el 2,8% al dibuix o a la il·lustració i el 20% a produccions diverses. Aquests artistes poden caracteritzar-se pel tipus de producció que podríem classificar en tres grans blocs:

1. Els que desenvolupen temàtiques i tècniques tradicionals com els paisatges, natures mortes o retrats. En aquest grup trobem 9 artistes que representen el 30% de la mostra.
2. Els que desenvolupen el seu art dins de les avantguardes com l'expressionisme, l'abstracció o el surrealisme. Aquest grup aplega un total de 13 artistes, és a dir, el 43,3% de la mostra.
3. Aquells que dirigeixen la seva creació a àmbit de les arts experimentals o conceptuals. Formen part d'aquest grup un total de 8 artistes, és a dir, el 26,67% de la mostra.

La seva trajectòria artística la podem dividir en tres grans blocs:

1. La producció: en aquest bloc considerem la qualificació, la quantificació de l'obra i la disponibilitat de taller.
2. Les exposicions pel que fa al nombre, a l'espai on es realitzen i el lloc.
3. La venda de les obres fa referència al nombre d'obres venudes, al lloc i als compradors.

b) La producció

El nombre d'obres produïdes no defineix la condició d'artista com a única ocupació. En aquest sentit, observem tres posicions diferenciades: aquells que manifesten que la producció artística és la seva principal ocupació però no la principal font d'ingressos, representen el 53,3% de la mostra (un total de 16 artistes), aquells que manifesten que l'ocupació artística és la seva única ocupació amb un 26,6% (8 artistes), i aquells que manifesten que l'ocupació d'artista no és la seva única ocupació amb un 16,6% (5 artistes en total).

En un altre àmbit de coses, la quantificació de la seva producció la podem definir de la manera següent:

Taula n. 17 Obra produïda per artista

Obra produïda	N. artistes	%
Entre 0 i 25 obres	10 artistes	33,33%
26-50	8	26,67
51-100	2	6,67
101- 500	3	10
més de 500	2	6,67
Ns/nc	5	16,67

De les dades anteriors podem deduir que més de la meitat dels artistes, concretament el 60%, han produït entre 0 i 50 obres; que prop d'una quarta part, el 22,34%, han produït més de 50 obres i que la resta no manifesten la seva producció. Aquestes dades ens permeten constatar que la majoria d'artistes tenen una producció poc significativa. Aquest fet repercuteix negativament en el nombre d'exposicions i, consegüentment en la difusió de la seva obra. Aquestes dades semblen contradir-se amb l'elevat percentatge d'artistes que disposen de taller propi que se situen prop del 90%.

Les exposicions

En relació amb les exposicions realitzades trobem unes dades molt significatives relacionades amb la producció i difusió d'obres, tal com es constata en la taula posterior:

Taula n.18 Nombre d'exposicions per artista

	0	1	2	més de 2
Individuals	16	7	5	2
Individuals %	53,3	23,3	16,7	6,7
Col.lectives	8	6	6	10
Col.lectives%	26,7	20	20	33,3

Observem que prop de la meitat dels artistes entrevistats, concretament el 53,3% no han fet mai cap exposició individual, mentre que el 40% n'han fet una o dues. Aquest fet significa que l'artista plàstic de Lleida té poca incidència en el seu entorn.

En relació amb les exposicions col.lectives, el 26,7% no hi han participat en cap ocasió; per contra, es manté el mateix percentatge del 40% en relació als que han fet una o dues exposicions i el 33,3% ha fet més de dues exposicions, majoritàriament a la ciutat de Lleida i en sales institucionals. Només 4 artistes han realitzat exposicions en galeries de fora de la ciutat.

La venda

Les dades obtingudes en relació a la venda d'obres són les següents:

1. Nombre d'obres venudes: observem la taula següent:

taula n. 19 Obra venuda per artista

Obra venuda	N. artistes	%
Entre 0 i 5 obres	20	66,7
6 i 25	7	23,3
més de 25	3	10

2. Lloc de la venda: observem les dades següents:

Taula n.20 Lloc de la venda

Lloc de la venda	N. artistes	%
Lleida	13	43,4
Fora de Lleida	7	23,3
Ns/nc	10	33,3

3. Els compradors: observem la següent distribució

Taula n.21 Els compradors de l'obra

Els compradors	N. artistes	%
Particulars	15	50
Sales comercials	2	6,7
Institucions	10	33,3

Les dades anteriors ens permeten constatar que es tracta d'una producció reduïda, localista i de venda directa sense incidència de marxants i galeristes.

c) Col·lectius i associacions d'artistes

Aquests artistes s'agrupen majoritàriament en les associacions: Arts de Ponent, Cercle de Belles Arts, Central creativa (associació d'artistes de tota mena), Arts Plàstiques,

Nonom, gravadors i artistes gràfics "Calcogràfic" i el Col·lectiu d'artistes de l'Ereta. La majoria d'aquestes associacions s'han creat a finals dels anys 90, llevat del Cercle de Belles Arts que es va crear al 1947. Són entitats que no depenen de cap institució i es caracteritzen per agrupar artistes que utilitzen tècniques similars. Així constatem l'existència de tres grans grups:

- Tècniques i temàtica tradicional (paisatges, natures mortes, retrats): Associació d'Arts de Ponent, Cercle de Belles Arts o el grup d'artistes de l'Ereta.

- Tècniques relacionades amb les avantguardes (expressionisme, abstracció, surrealisme): Arts de Ponent, Central Creativa, Arts Plàstiques, Nonom, Associació de gravadors i Artistes gràfics "Calcogràfic".

- Tècniques experimentals i/o conceptuals actuals com la Central Creativa, Arts Plàstiques, Nonom, Associació de gravadors i artistes "Calcogràfic".

Els objectius d'aquestes associacions es fonamenten en la formació, la informació i donar suport a l'artista plàstic mitjançant el desplegament d'activitats culturals varies com promoure cursos i exposicions, assessorar els seus associats sobre aspectes formals de les arts plàstiques i editar butlletins d'informació general amb la finalitat de donar suport col·lectiu a la creació artística dels seus membres, a l'intercanvi i a la col·laboració amb altres col·lectius d'arreu.

d) La formació

L'any 1980 es crea l'Escola Municipal de Belles Arts amb dos objectius ben definits: el de donar formació reglada per tal de formar professionals en el món de les Belles Arts mitjançant l'ensenyament dels estudis d'arts i oficis artístics -actualment d'acord amb la Reforma, cicles formatius mitjos i superiors- i el d'obrir l'escola a la realitat lleidatana per totes aquelles persones que tinguin motivacions artístiques i no puguin accedir a l'ensenyament reglat. Amb aquesta última finalitat es van crear els cursos monogràfics tant per adults com per a infants amb l'objectiu de fomentar la creativitat de forma espontània i guiada perfeccionant la tècnica i obrint noves possibilitats a nivell personal dins de la creació artística.

Actualment, l'escola de Belles Arts, ubicada a l'edifici del Roser desenvolupa tallers de cicles formatius de pintura, escultura, disseny gràfic, fotografia, vídeo, gravat, ceràmica.

e) Algunes conclusions

Després de la descripció anterior relativa als artistes d'arts plàstiques, als col·lectius i a la formació hem arribat a la conclusió que existeix una gran dificultat d'accés per part dels artistes als circuits comercials ja que, les galeries i sales d'art privades mantenen un cert caràcter elitista. L'experiència ens demostra que, en nombroses ocasions, són les institucions públiques les que adopten aquest rol, això no obstant, els cercles de difusió continuen mostrant-se excessivament tancats a persones o sectors. Un altre fet que agreuja la situació és la manca d'una legislació reguladora del sector que fa que l'artista campi per on pugui.

Des d'aquesta perspectiva creiem que caldria potenciar:

- Facilitar la instal·lació d'artistes a través de projectes d'habitatge social com ara el cas de la casa dels artistes del carrer Cavallers.
- Fomentar espais alternatius a les galeries que permetin als artistes joves iniciar la comercialització de la seva obra.
- Promoure l'adquisició d'obra d'art tot desenvolupant la demanda per mitjà d'una bona difusió (catàlegs, vídeos, exposicions)

4.5. Conclusions

Arts escèniques

En síntesi:

1r. Els programes d'estiu, Nits al Castell i Dissabtes als Camps Elisis són els que obtenen un percentatge més elevat d'assistència; aquests programes són de caràcter gratuït.

2n. El teatre té una mitjana de 180 espectadors per acte, això vol dir que, majoritàriament, no s'omple la sala 1 que té 310 butaques i és on es realitzen la gran majoria d'actes. Observem que la demanda és molt inferior a l'oferta.

3r. D'acord amb les dades anteriors, només sembla pertinent la demanda d'una sala més gran per ocasions molt específiques.

4t. Els grups teatrals de la ciutat no omplen el teatre tal com s'observa en les dades de la mostra amb una mitjana de 187,6 espectadors per representació.

5è S'ha de potenciar el teatre infantil per tal de crear cultura teatral

6è. Els concerts han obtingut una mitjana més elevada d'espectadors de 206,3 espectadors per concert. Això posa en evidència que l'espai és prou compatible per ambdues coses.

Un cop analitzats els espais, companyies, les escoles i les infraestructures teatrals observem els següents déficits:

- 1r. La falta d'autors teatrals
- 2n. La falta d'una formació especialitzada
- 3r. La manca de professionalitat degut a la inestabilitat laboral dels actors i tècnics
- 4t. Desajustaments entre l'oferta i la demanda fet que ha de dur a la reflexió sobre el mercat de les audiències i les campanyes de promoció i marqueting

Arts musicals

Com a conclusions d'aquest apartat obtenim:

- 1a. Constatem l'existència de poques escoles de formació musical professionalitzada fet que provoca un nivell molt baix en educació musical.
- 2a. Cal facilitar l'accés a espais d'assaig accessibles i ajudar en la compra d'instruments que són molt cars
- 3a. Creació de locals amb uns aforaments adequats per a la difusió dels nous grups.
- 4a. Fer cursos de formació permanent per aconseguir tècnics de so i d'il·luminació lligats als espectacles i a l'enregistrament.
- 5a. Polítiques de suport als nous grups diferents de les subvencions com ajudes per a la publicitat o reducció de les taxes municipals per aquells locals que ofereixin algun tipus de manifestació cultural.

Arts literàries

Com a conclusió podem dir que ens trobem amb un grup força important d'escriptors que desenvolupen diversitat de gèneres gairebé exclusivament en llengua catalana amb un àmbit de difusió de Catalunya o Països Catalans. Per contra, la xarxa de distribució és arcaïca, atomitzada amb uns punts de venda poc modernitzats i amb un excés d'oferta editorial.

Per aquest motiu pensem que cal potenciar els hàbits de lectura i el mercat editorial, en síntesi:

- 1r. Fomentar l'hàbit de la lectura
- 2n. Modernitzar els punts de venda especialitzats i la xarxa de distribució
- 3r. Elaborar estudis de mercat i marqueting
- 4t. Reduir el nombre de títols publicats i ampliar el tiratge.

Arts plàstiques

Després de la descripció anterior relativa als artistes d'arts plàstiques, als col·lectius i a la formació hem arribat a la conclusió que existeix una gran dificultat d'accés per part dels artistes als circuits comercials ja que, les galeries i sales d'art privades mantenen un cert caràcter elitista. L'experiència ens demostra que, en nombroses ocasions, són les institucions públiques les que adopten aquest rol, això no obstant, els cercles de difusió continuen mostrant-se excessivament tancats a persones o sectors. Un altre fet que agreuja la situació és la manca d'una legislació reguladora del sector que fa que l'artista campi per on pugui.

Des d'aquesta perspectiva creiem que caldria potenciar:

- Facilitar la instal·lació d'artistes a través de projectes d'habitatge social com ara el cas de la casa dels artistes del carrer Cavallers.
- Fomentar espais alternatius a les galeries que permetin als artistes joves iniciar la comercialització de la seva obra.
- Promoure l'adquisició d'obra d'art tot desenvolupant la demanda per mitjà d'una bona difusió (catàlegs, vídeos, exposicions etc)

La cultura popular

Aquestes entitats, malgrat que totes compten amb espais propis, es financien per mitjà de les institucions que els atorguen subvencions. Aquest fet constitueix un clar indicador de la precarietat en la qual viuen.

Els àmbits (social, econòmic i cultural) excessivament reduïts en els quals es mou la cultura popular posa en evidència que es tracta més d'una entelèquia política que d'una realitat objectiva és a dir, mentre el polític es justifica davant la societat tot acordant subvencions a aquells grups que enlairen la bandera dels arrels, costums i tradicions, la societat té absències significatives de participació en la promoció d'aquestes activitats.

A la vista de la precària situació d'aquest sector cultural es podrien formular una sèrie de mesures com ara:

- despolititzar la cultura popular
- fomentar el retrovament dels fets culturals adequats a les demandes socials i, a partir d'aquí, trobar les seves pròpies arrels i la seva pròpia identitat
- crear un institut de cultura popular per facilitar-ne la recerca i la difusió arreu del territori.

V PART

V. REFLEXIONS I PROPOSTES PER A L'ANÀLISI I LA GESTIÓ CULTURALS

5.1. Vers un concepte ampli de cultura

Les conclusions i propostes que es presenten a continuació es fonamenten en un concepte ampli de cultura. Per tal d'il·lustrar el que volem dir proposem de fonamentar-nos en el concepte expressat en la Conferència Mundial sobre Política Cultural realitzada a Mèxic al 1982 per la UNESCO on es proposa la següent definició: "En un sentit ampli es pot dir que la cultura són tots els complexos trets distintius espirituals, materials, intel·lectuals i emocionals que caracteritzen una societat o un grup social. No inclou únicament l'art i la literatura, sinó també els estils de vida, els drets fonamentals de l'ésser humà, els sistemes de valors, les tradicions i les creences..."²⁷ Dit això, en l'actualitat cal matisar la definició anterior en el sentit que tots els trets culturals seran mediatitzats pels efectes contraposats per tota una sèrie de factors presents en les societats actuals com ara:

- La globalització tant econòmica com cultural tendeix a diluir les influències dels estats tant a nivell econòmic com a nivell cultural; aquest darrer, especialment accentuat pels efectes de les noves indústries culturals i els mitjans de comunicació de masses.
- Per contra i com un efecte del fenomen anterior, les comunitats nacionals es resisteixen a ser anorreades pels forts corrents globalitzadors i resorgeixen amb més força –i en alguns casos amb més violència- que mai.
- L'aparició de les noves tecnologies i el seu correlat immediat, és a dir, les noves indústries culturals també no estan exemptes de contradiccions ja que, per una banda, faciliten la difusió dels béns artístics permeten una certa democratització però per una

²⁷ Els lectors es preguntaran per què insistim en formular una i altra vegada el concepte de cultura. La resposta ens la forneix la mateixa anàlisi de la realitat. Des de l'àmbit de les polítiques i la gestió culturals observem unes concepcions molt limitades a determinats aspectes de la cultura. La realitat cultural projectada des de les institucions apareix fragmentada, dividida o sectoritzada. Aquest fet té unes conseqüències molt manifestes a nivell de població, molt especialment, revesteix un caràcter d'exclusió per una gran majoria de la població a la qual s'acusa de no estar motivada per res o no estar interessada en la cultura. És per això que no endebades hem inclòs en la nostra introducció la diferenciació entre els tres nivells culturals en el sentit de fer evident que des de les instàncies polítiques se'n promou més un tipus que una altre de cultura que no es té en compte les característiques de la població i que la concepció cultural és monolítica.

altra, en situar-se sota els auspicis del mercat, presenten una forta tendència a l'homogeneïtzació de la informació cultural²⁸.

Les reflexions anteriors sobre la complexitat i la importància del fenomen cultural en les societats actuals ens duen a pensar en la necessitat d'establir uns principis que haurien de regir totes les polítiques culturals alguns dels quals els enunciem a continuació:

1.Promoció de la identitat cultural²⁹. Aquest és un concepte complex i plural que pot abastar des de la llengua, la manera de vestir, els costums, les tradicions, també els moviments relacionats amb el gènere o l'alliberament sexual entre molts altres. El que sí és clar que es produeixen en la construcció de la identitat gran diversitat de vincles que poden tenir un caràcter ètnic, religiós, cultural i que poden expandir-se des del nivell local al nacional. La identitat cultural comporta sempre una ideologia de la diferència que no es pot reduir a l'etnia o al tribalisme o a la separació d'una comunitat respecte d'una altra. Un sentiment confiat de pertinença reforça els valors i permet que s'obrin a la resta del món.

2.Promoció de la diversitat cultural. Totes les cultures tenen el seu propi llegat, les seves tradicions, llengües i formes contemporànies d'expressió. Ara bé, cal parar atenció amb concepcions que aparentment es presenten com a inofensives tal és el cas del relativisme cultural. La idea que totes les cultures tenen dret a ser considerades com a sistemes coherents és especialment important com ho és la necessitat que totes siguin descrites a partir del seu propi sistema de valors i a ser considerades com a tals. Ara bé, en un sistema social estratificat aquesta concepció oculta dos tipus de fenòmens: els que es deriven de conceptes com dominació, hegemonia, desigualtats, cultures minoritàries i els seus efectes i aquells que, emparats sota aquesta concepció relativista poden caure en la desviació; els exemples més clars els podem tenir en l'alemanya nazi o en els Balcans. La imposició d'un únic model cultural pot suposar una aturada al desenvolupament cultural dels pobles. Cal fer plantejaments pluralistes, acceptar els

²⁸ Malgrat els avantatges que suposa l'ús de les noves tecnologies, els perills són manifestos atès que aquests nous sistemes de comunicació poden dur cap a noves formes d'exclusió. Alguns sociòlegs creuen que amb l'aparició de la societat semiòtica només hi haurà dos classes socials: una classe mitjana cognoscitiva i la resta. Els integrants de la primera establiran la seva identitat i afirmaran la importància de les seves vides mitjançant una recerca constant de coneixement, mentre que la resta faran el mateix a través de la immersió en col·lectius imaginaris mediatitzats pels mitjans de comunicació audiovisual.

²⁹ La identitat cultural ha estat sempre fonamental per al benestar psíquic dels individus. Recordem, per exemple, a principis de segle i com a conseqüència dels processos d'urbanització de les ciutats com els individus s'inicien al consum com un procés diferenciador i que confereix identitat als grups socials. Actualment, aquest moviment de diferenciació a través del consum és més potent que mai atès que és el mateix sistema econòmic i social que fonamenta aquest valor. Ara bé, els processos de construcció de la identitat són enormement complexos en una societat regida per un individualisme creixent i per una inestabilitat en els valors considerable.

valors i els nous reptes de la multiculturalitat, qüestionar-se els conceptes de minoria i majoria i incrementar els contactes entre les cultures. Els valors culturals han de reflectir la diversitat cultural dels pobles³⁰.

3. Promoció de la creativitat, la innovació i l'art: Les cultures s'han de nodrir del seu passat però s'han de renovar mitjançant la creativitat contemporània. Les poitiques culturals han donar un suport públic a la creativitat tot promocionant els nous talents i acceptant la necessitat d'una formació artística de qualitat. La creativitat pot contribuir al desenvolupament sostenible atès que les aportacions artístiques són tan valuoses com les dels enginyers, investigadors o empresaris. La creativitat, la innovació, la investigació i l'ensenyament són els motors del desenvolupament social, econòmic i cultural , invertir en cultura és invertir en economia. L'art, a més de contribuir a l'acumulació de sabers i coneixements representa un font d'equilibri entre la ciència i la tecnologia. Invertir en l'adquisició de coneixements artístics és invertir en capital humà ja que l'art i la cultura potencien i diversifiquen les capacitats intel·lectuals, i cognitives que proporcionen educació i experiència.

4.Promoure la participació. La cultura és patrimoni de tothom, no només d'un elit social o d'un cercle d'especialistes. Cal fonamentar l'animació sociocultural atès que aquesta suposa un estímul de la vida mental, física i afectiva que facilita que la gent d'una determinada zona o comunitat s'involucri en una sèrie d'experiències i assoleixi un major grau de satisfacció, expressió personal i consciència de pertànyer a una societat sobre la qual poden exercir una influència. La participació constitueix l'instrument essencial per mantenir una ciutadania activa ja que la riquesa cultural no depèn exclusivament dels artistes creatius, sinó també dels nombrosos grups i associacions que treballen activament en l'àmbit cultural sense afany de lucre.

La participació ha de permetre establir un equilibri adequat entre el poder de l'Estat, les empreses multinacionals i les llibertats individuals. És important mantenir un tercer sector (associacions voluntàries, grups d'interès) que faciliti les relacions entre els ciutadans i les administracions.

5.Equilibri entre la innovació i la tradició. Actualment, els processos culturals són sotmesos a una dialèctica permanent entre la innovació i la preservació de la tradició.

³⁰ Encara en l'actualitat es continua establint diferenciacions punyents entre les diferents manifestacions culturals ja que, mentre unes són elevades al rang de cultura de l'excel·lència i reben un tracte econòmic molt favorable altres són reduïdes a pur folclor i anècdota.

Els elements de la tradició constitueixen la font bàsica d'identitat del grup, ara bé, les noves forces culturals fan que aquests elements siguin posats en qüestió permanentment i objecte de crisis contínues. Per una altra banda, aquests símbols i manifestacions són enlairats per comunitats i estats ja que sobre ells construeixen els fonaments de la seva raó d'existència. Tanmateix però, les noves societats multiculturals necessitaran d'una renovació o reinvençió de les tradicions si el que es pretèn és que els nouvinguts consolidin els seus processos d'integració i la condició de ciutadania. També la tradició s'haurà de revisar enfront a incloure pautes culturals de determinats sectors de ciutadans com ara els joves. Evidentment, els estats hauran de redefinir-se en funció de les noves pautes culturals i només des de la tolerància, el respecte i un ampli concepte de ciutadania es podrà realitzar aquesta tasca.

6. La política cultural s'ha concentrat en l'oferta a expenses de la demanda. Teatres, sales de concert, òperes, museus han estat la base de les estratègies governamentals per impulsar la producció, distribució i accessibilitat a l'art. Actualment es posa en crisi aquest model atès que:

1. El perfil del públic no s'ha alterat gaire al cap dels anys i encara hi predominen els grups més cultes i benestants.
2. Les restriccions pressupostàries han convençut els polítics que cal cercar resultats quantificables que justifiquin la despesa.
3. L'avaluació cada cop té més crítiques ja que hi ha grups que addueixen que la concessió de subvencions es basa en interessos particulars.

En l'actualitat cal planificar a qui s'adreça la política cultural i revisar la relació entre l'oferta i la demanda tenint en compte una realitat canviant. Cal abastar els problemes de l'exclusió, invertir en capital humà, i respectar els drets culturals de les minories.

5.2. Les polítiques culturals

Les perspectives anteriors tenen com a finalitat reflexionar la tradicional concepció que associa cultura i distinció o vincula determinats consums culturals a comportaments esnobistes. En les societats actuals, moltes manifestacions culturals es desenvolupen a través de les indústries (vegem sinó la pròspera indústria fonogràfica o la del cinema...); aquest fet implica un canvi en els plantejaments de les polítiques culturals. Aquestes polítiques s'han d'adreçar a:

- 1r. Fomentar l'educació. Un dels aspectes més importants per al desenvolupament cultural és l'educació. Això no obstant, si el sistema educatiu és el vehicle que ha de

fornir aquesta educació en la cultura i per la cultura correm el risc seriós de quedar-nos en l'anècdota sobretot si observem les tendències educatives actuals i els currículs on es privilegia una formació en estratègies o procediments força desproveïda de continguts culturals humanístics. L'educació és important per tota una sèrie de factors com ara:

- a) Ha de permetre el coneixement i reconeixement dels propis trets culturals com a base per identificar els dels altres. Aquesta base s'ha de construir sobre la flexibilitat, la tolerància, el respecte, la curiositat i la participació democràtica.
- b) Una població educada és crítica enfront als nous moviments homogeneïtzadors de les noves indústries culturals i enfront els perills totalitzadors amb els que pot ser utilitzada una cultura.
- c) Ha de millorar la condició humana atès que l'accés al capital cultural ha de ser una de les noves condicions i reptes de les societats del benestar³¹
- d) Ha de facilitar l'accés als nous llocs de treball que forneixen les noves indústries culturals .
- e) També s'educa des de l'àmbit social. L'acció cultural d'associacions, entitats i institucions és capdal en la formació permanent de les persones; una formació que més enllà dels motllos educatius pretèn ser més diversa i adaptada a les necessitats socials més immediates.
- f) En relació als àmbits pròpiament artístics s'observa una manca de formació reglada en pràcticament tots els àmbits; en aquest sentit s'han de potenciar i difondre els estudis superiors relacionats amb aquests. Es tracta de fomentar noves titulacions universitàries o a través de cicles formatius que possibilitin la formació d'especialistes i que perdin el seu caràcter restringit³². En definitiva es tracta de reconciliar l'art amb el gust popular no

³¹ En les societats modernes avançades, l'accés a la cultura s'hauria de contemplar com un dret inalienable de tot individu de la mateixa manera que es considera l'educació, la sanitat o l'habitatge prestacions bàsiques de l'Estat del Benestar. Aquest fet hauria de contrarestar la potència del model cultural que imposen els mitjans de comunicació. Enfront la passivitat que inculquen els mitjans, cal generar accions que dinamitzin la creativitat de la ciutadania de tal manera que, en oposició al consumisme antiigualitari es fomenti el desenvolupament de les sensibilitats individuals i col·lectives independentment de la diversitat ètnica, generacional o sexual com un mitjà de desenvolupament, satisfacció personal i adaptació al moment històric.

³² Els ensenyaments artístics són excessivament restringits; un exemple ben clar el tenim amb la polèmica que ha suscitat la restricció establerta pel Conservatori Superior de la Generalitat ubicat al Consorci de l'auditori de Barcelona. Aquest fet és una bona mostra de la política restringida i elitista que des de la Generalitat s'ha aplicat a alguns d'aquests sectors. Els numeros clausus serien només l'aspecte més visible d'uns ensenyaments que requereixen una inversió (instruments, partitures, classes adaptades) en capital econòmic que se situa molt més enllà de les possibilitats d'una família amb uns recursos estàndards. Aquests tipus de polítiques produeixen un conflicte entre les oportunitats educatives i els

pas com un efecte de degradació sinó com a resultat de l'extensió de la cultura artística a totes les capes de la població.

2. Desenvolupar pràctiques alternatives a les actuals amb l'objectiu de socialitzar la cultura. La socialització de la cultura suposa dos reptes: trencar les pràctiques proteccionistes que les administracions fan en relació a determinats grups o col·lectius determinats i obrir la porta al desenvolupament de la creativitat de la ciutadania. Aquests fets suposen el plantejament de dos conceptes: el de democràcia cultural o el de cultura democràtica. En les democràcies culturals tots els membres d'una societat participen en la vida cultural atès que les condicions d'accés tant al patrimoni com a les activitats de creació són obertes a tothom. Aquest concepte implica processos d'acció cultural en els quals els individus o grups participen activament tant a nivell físic com a nivell intel·lectual. Aquest tipus de cultura es totalment contrària a la que desenvolupen els mitjans de comunicació i determinades actituds polítiques de dirigisme cultural³³ en els quals la ciutadania no participa en la seva creació sinó que tan sols esdevé un cumul d'individus que consumeixen passivament aquests productes. En aquest segon cas parlariem de cultura democràtica. Quan parlem de democratització de la cultura fem referència a l'extensió a tota la població dels beneficis culturals. En les democràcies culturals la societat civil en el seu conjunt té un protagonisme essencial i es defugeix de les actituds monopolístiques que determinats grups o associacions han mantingut i mantenen en relació amb la cultura o amb les institucions polítiques.

Els aspectes anteriors ens duen a repensar el paper de l'Administració en la nova realitat social ja que la cultura s'ha de considerar inscrita en processos de desenvolupament social general i, en aquest sentit, d'acord amb les característiques de la nova societat cal:

a) Establir els mecanismes per tal de fomentar una autèntica democràcia cultural per la qual cosa s'han de revisar les nombroses contradiccions entre la prestació de serveis amb determinats mecanismes socials.

b) Cal considerar la nostra societat com a multiètnica fet que ha de dur a la revisió de determinades polítiques culturals excessivament fonamentades en trets de caràcter

llocs de treball. Els preguntes adients es fonamenten en si cal establir un límit d'estudiants en els ensenyaments artístics o si és just subordinar les aspiracions dels joves i preparar-los per la vida adulta.

³³ Observem que la gran majoria d'accions culturals estan pensades i preparades des de l'àmbit polític no des de la ciutadania; posem per cas qui decideix quina exposició s'ha de realitzar, o per què se'n decideix una i no unes altres, o bé qui tria, majoritàriament, els concerts que es fan a l'auditori... Insistim que tant en el cas dels mitjans de comunicació de masses –malgrat la retòrica perversa de les audiències– com en les instàncies polítiques la ciutadania compta poc o gens a l'hora d'establir les decisions.

etnocèntric i folclòric. Ens hem de preguntar pel concepte de tradició en les modernes societats i què vol dir tradició i manifestacions culturals tradicionals i/o populars.

c) Cal fomentar la realització de polítiques singulars adaptades al context revisant o rebutjant les preestablertes.

d) Cal promoure iniciatives innovadores culturalment i defugir els tradicionals moviments de caràcter reivindicatiu o l'excessiva afecció al folclorisme.

e) Cal considerar l'emergència de les cultures alternatives.

f) Cal crear espais que desenvolupin canals que afavoreixin una interacció permanent entre els sectors dinàmics del discurs cultural (artistes, creadors...) i els sectors socioculturals.

3. En les societats modernes, el paradigma cultural que han regit les societats tradicionals entren en crisi. No solament tenim societats multiculturals sinó que també tenim societats tecnològicament avançades. Hem d'evitar, en aquest context, la construcció d'una cultura dual, és a dir la dels mitjans de comunicació, caracteritzats per la difusió d'una cultura consumista especialment adreçada als sectors joves de la societat i la de determinats sectors artístics que tancats en ells mateixos propugnen un tipus de cultura només pels entesos allunyant-se de la majoria social i conventint la cultura només en un objecte propi d'aquells sectors econòmics i culturals que poden accedir-hi. Des d'aquest àmbit s'han de plantejar estratègies destinades a:

a) Necessitat de protegir els productes culturals propis per tal de fer front a l'acaparadora pressió de tota la indústria audiovisual que ens arriba dels EEUU.

b) Realitzar les accions necessàries per millorar la posició social i la situació dels artistes creatius.

c) Fomentar l'aparició de xarxes d'organitzacions artístiques complementades pels grups d'artistes independents amb una determinada capacitat de gestió empresarial ³⁴

d) Cal posar més a l'abast de la població la música clàssica també el pop, el rock i el jazz formes, aquestes últimes, que tenen cada cop més difusió

e) Cal que les noves formes de creació artística com el disseny, la fotografia, o la moda obtinguin la consideració de producció artística. Així com es consideri l'art amateur.

4. Les polítiques culturals de les institucions siguin a nivell d'estat, comunitat o locals han de sostenir-se en un projecte coordinat que permeti consolidar una estructura de

³⁴ Cal preguntar-se per què en els sectors subvenionats l'oferta creixent no ha produït, igualment, una demanda creixent. Aquesta observació fa sospitar, un cop més, que l'oferta d'activitats culturals no s'ha fet en funció de les necessitats reals de la població.

béns culturals paral·lelament amb una formació de la ciutadania. També, en aquest àmbit cal tenir present els aspectes relatius a la gestió i finançament i a l'aparició de noves formes de govern. Pel que fa a la gestió i finançament atès que el sector artístic subvencionat públicament ha de fer front a nous reptes i la reducció de pressupostos força els governs a enfocar els recursos d'una manera més precisa, és per això que cal definir els objectius d'una forma més explícita i mesurar-ne els resultats. En aquest sentit els ministeris posen l'èmfasi en un control estratègic i no en la gestió diària; paral·lelament es produeix un interès creixent en la creació de fundacions independents o semiindependents.

5.El sector cultural pot assolir en un futur immediat un elevat valor estratègic fonamentalment degut a :

a)L'aplicació dels criteris de creació i innovació. Aquests criteris són especialment valuosos en la producció cultural i econòmica de la nostra societat i, en aquest sentit, cal que els polítics en siguin conscients.³⁵

b)La creació de béns culturals té una funció social identificadora en la producció de béns simbòlics.

c)El sector cultural pot esdevenir un espai privilegiat d'encontre entre tots els components d'una societat: ciutadans a títol individual, organitzacions sorgides de la societat civil sense ànim de lucre, el sector públic, les indústries culturals i altres branques de l'activitat econòmica.

Aquests factors generen una dinàmica de confrontació permanent dels valors culturals que afavoreixen una millor articulació social a través de l'associacionisme i una millora en la qualitat de vida ja que ofereixen la possibilitat de substituir el gran consum de masses en el temps lliure per multiplicitat d'activitats més creatives i enriquidores que, alhora poden ser font de noves capacitats econòmiques.

Amb el benentès que la cultura pot tenir un paper important a l'hora d'estimular els vincles de la societat civil i encoratjar una reacció creativa danvant les qüestions econòmiques i socials és important **potenciar la xarxa d'associacions i fundacions de voluntaris amb la finalitat que el marc legal reconegui la seva situació i realitzi una reforma dels impostos en forma de desgravacions per tal d'atreure les contribucions del sector privat.** Aquestes associacions que sovint fan públics entre els seus membres els

³⁵ En entrevistes recents mantingudes amb primers dissenyadors de la regió milanesa han fet palès la necessitat de cercar noves formes en disseny i moda perquè en elles es troba la clau del prestigi de la moda i el progrés econòmic de la regió. Aquestes persones manifesten una consciència exarcebada de la importància del seu treball pel progrés de la zona.

beneficis comuns i que altres vegades actuen com a grups de pressió constitueixen un component essencial de la societat civil deslligades com estan de l'Administració pública.

6. Potenciar el desenvolupament de caràcter empresarial en el sector cultural. Un altre element molt important fa referència al subdesenvolupament dels sectors en els aspectes de caire empresarial fruit d'una arcaica tradició en el sector cultural que ha tendit a infravalorar el procés productiu i les mateixes fases de comercialització. Les noves indústries culturals forneixen diversitat de noves ocupacions que constitueixen una font de recursos econòmics, tot un capital que necessita d'una gestió professionalitzada, capaç de fer inversions a llarg termini, de realitzar planificació estratègica i de treballar amb valors del mercat. En aquest sentit, les institucions han de crear les condicions d'un entorn productiu i de qualitat, han de facilitar l'establiment d'infraestructures de producció, distribució i comercialització. Paral·lelament a aquest procés, han d'actuar potenciant els serveis culturals que actuen com a referents permanents i dipositaris de la producció pròpia i aliena: biblioteques, museus, hemeroteques, fonoteques, filmoteques, videoteques i d'altres centres d'arxiu especialitzats en l'ordenació i concentració de materials de tipus tècnic.

En definitiva, cal incorporar les modernes tècniques de direcció, planejament i execució amb lògiques i metodologies innovadores tot assumint determinades lògiques del mercat i de la competència.

7. Entorn de qualitat i mà d'obra qualificada. La facilitat de comunicació que permeten les noves tecnologies ha de possibilitar l'establiment d'aquestes noves indústries tant les que tenen un caràcter electrònic com aquelles que produeixen béns de caràcter preelectrònic. Desenvolupar la indústria d'edició de llibres o revistes, la fonogràfica o la de vídeo-edició, per posar uns exemples, no ha de ser una dificultat atès que la producció pot realitzar-se en un lloc i la logística en un altre. Més fàcil ha de ser l'establiment de indústries que produeixen productes semiseriats o únics (com els gravats o les litografies...) però que es basen en sistemes tecnològicament moderns. Aquest tipus d'indústries, malgrat les seves limitacions, faciliten el desenvolupament de la relació producció-consum intern tot dinamitzant una sèrie d'indústries auxiliars i complementàries que van des de l'hosteleria, el comerç al detall o els mateixos transports. Ara bé, cal insistir, però, en un fet: aquestes indústries demanen entorns culturals de qualitat, lligats amb una mà d'obra molt qualificada i que busca una alta qualitat de vida i de l'entorn.

En molts països europeus les ciutats gasten més en cultura que les regions, especialment, aquelles que no tenen identitats culturals, lingüístiques i ètniques reals

La cultura és un instrument per a transformar la imatge de la ciutat o regenerar zones interiors mitjançant la creació de nous barris culturals (els negocis tradicionals llibreries, botigues de discs...) es poden preservar i actualitzar i se'n poden crear de nous fomentant alhora la creació de llocs de treball relacionats amb el món de la cultura.

Calen estratègies integrades que equilibrin les necessitats del centre urbà i les dels barris i que no es basin en una identitat fixa sinó en la diferència i el canvi. Produir una imatge de ciutat amb la qual es puguin identificar diferents col·lectius des de les diferents perspectives: tolerància dels grups dominants i importància de l'educació intercultural.

El turisme cultural també pot constituir una font d'ingressos així pot resultar interessant:

- a) Incorporar els plans turístics a les polítiques culturals, ambientals, i patrimonials de manera que es pugui assolir un equilibri interactiu entre progrés i conservació.
- b) Aplicar mesures fiscals sobre els operadors comercials, els ingressos dels quals es podrien dedicar a prioritats culturals, ambientals i patrimonials.
- c) Introduir mecanismes efectius i sistemàtics de coordinació i finançament.
- d) Les administracions locals haurien de considerar noves formes d'obtenir recursos per a les activitats relacionades amb la cultura, l'entorn i el patrimoni.
- e) Les administracions locals han d'integrar: les arts, els mitjans de comunicació, l'entorn, el patrimoni i el turisme. Han d'implementar programes de desenvolupament econòmic, social i educatiu.

6. BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, T. Y HORKHEIMER, A.(1974) "La industria cultural" a *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monte Ávila.
- ALONSO, L.E. CONDE, F. (1994) *Historia del consumo en España: una aproximación a sus orígenes y primer desarrollo*, ed. Debate, Madrid.
- ARIÑO, A. (1997) *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad*, ed. Ariel, Barcelona.
- BERGER, P. LUCKMANN, TH. (1988) *La construcció social de la realitat*, Herder, Barcelona.
- BOURDIEU, P. (1979) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*, ed Taurus, Madrid.
- BOURDIEU, P. PASSERON, J.C.(1966) *Los estudiantes y la cultura*, ed. Labor, Buenos Aires.
- BOURDIEU, P.(1999) *Intelectuales, política y poder*, ed. Eudeba, Buenos Aires, Argentina.
- CAMPS, V. (1994) "La libertad y la igualdad" a Valcárcel, A. (comp.) *El concepto de igualdad*. Pablo Iglesias, Madrid.
- CARABAÑA, J. (1998) "De cómo la LGE encogió el sistema educativo" Garcés, R.(coord.) *VI Conferència de sociologia de la Educació*, Universidad de Zaragoza.
- CONSELL D'EUROPA (1999) *Des dels marges. Una aportació al debat sobre Cultura i Desenvolupament a Europa*, Interarts, ed. 62, Barcelona.
- DE CERTEAU, M.(1999) *La toma de la palabra y otros escritos políticos*, Universidad Iberoamericana.
- DE CERTEAU,M.(1990) *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana.
- ECO, H. (1965) *Apocalípticos e integrados*, ed. Lumen, Barcelona.
- FLAQUER, L. SOLSONA, M. (1995) *Dossier sobre la situació de la família a Barcelona*.
- FLAQUER, LI. (1996) *El català, ¿llengua pública o privada?*, ed. Empúries, Barcelona.
- FREUD, S. (1970) *El malestar en la cultura*, Alianza ed. Madrid.
- GARCIA CANCLINI, N. (1995 a) "Culturas populares, culturas híbridas,cultura de consumo", A *Causas y azares*, año II, nº 2.
- GARCIA CANCLINI, N. (1995 b) *Consumidores y ciudadanos*, ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina.

- GARCIA CANCLINI, N. (1999) *La globalización imaginada*, ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina.
- GEERTZ, C.(1997) *La interpretación de las culturas*, ed. Gedisa, Barcelona.
- GIDDENS, A.(1995) *Modernidad e identidad del yo*, ed. Península, Barcelona.
- GINER, S. (1979) *Sociedad masa: crítica del pensamiento conservador*, ed. Península, Barcelona.
- GINER, S. (1985) *Comunió, domini, innovació (Per una teoria de la cultura)*, ed. Laia, Barcelona.
- GINER, S. (2000) *La cultura de la democracia: el futuro*, ed. Ariel, Barcelona
- GINER,S. FLAQUER, LI. BUSQUET, J. BULTÀ, N. (1996) *La cultura catalana: el sagrat i el profà*, ed. 62, Barcelona.
- GRAMSCI,A. (1976) *Literatura y cultura popular*, tomo I, Buenos Aires, Nueva visión, Argentina.
- GRIGNON, C. Y PASSERON, J.C.(1989) *Lo culto y lo popular. Miserabilismo y populismo en sociología y literatura*, Buenos Aires, Nueva Visión, Argentina.
- MACDONALD,D. "Masscult y Midcult" a *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monteávila, Venezuela.
- MARÍN, E. TRESSERRAS, J. M. (1994) *Cultura de masses y postmodernitat*, ed. 3 i 4, València.
- MARTIN BARBERO, J. (1993) *De los medios a las mediaciones. Comunicación cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, México.
- MASATS, M. (1998) "El lleure a Catalunya" a *La societat catalana*, Institut d'Estadística de Catalunya, Generalitat de Catalunya.
- MORIN, E.(1984) *Sociología*, ed. Tecnos, Madrid.
- MUÑOZ, B. (1995) *Teoría de la pseudocultura. Estudios de Sociología de la Cultura y de la Comunicación de Masas*, ed. Fundamentos, Madrid.
- OLIN WRIGHT, E. (1994) *Clases*, Siglo ventiuno de España Editores, Madrid.
- ORTÍ, A. (1994) "La estrategia de la oferta y la demanda en la sociedad neocapitalista de consumo: Génesis y praxis de la investigación motivacional de la demanda" a *Política y Sociedad*, n.16.
- RAMA, A. (1982) *Transculturación narrativa en América Latina*, ed. Siglo XXI, México.
- RECOLONS, LI. (1987) "Les migracions a Catalunya en un nou període demogràfic" a *Visió de Catalunya*, Diputació de Barcelona.

- SAMPER, L. MAYORAL D. (1998) "Homogamia educativa y capital cultural" a *PAPERS*, n.54.
- SAMPER, L. MAYORAL, D. (1995) *Equipaments, pràctiques i consums culturals a les llars de la ciutat de Lleida*. Informe de l'Ajuntament de Lleida.
- SAMPER, L. MORELL, R. MOLINA, F. GARRETA, J. MAYORAL, D. (2000) *Continuïtats i canvi en l'estructura social a Lleida*, ed. Pagès, Lleida.
- SATCOVSKY, H. (1995) *Los actores de la cultura*, ed. Hacer, Barcelona.
- TOURAINÉ, A. (1973) *La productions de la société*, ed. du Seuil, Paris.
- TURNER, B. (1988) *Status*, University of Minnesota Press, Minneapolis.
- VALCÁRCEL, A. (2000) "Cultura y democracia" a GINER, S. (2000) *La cultura de la democracia: el futuro*, ed. Ariel, Barcelona
- VEBLEN, T. (1995) *Teoría de la clase ociosa*, Fondo de Cultura Económica, México.
- VVAA (1990) *Enquesta Metropolitana de Barcelona*, Institut d'Estudis Metropolitans de Barcelona.
- VVAA (1998) *Tiempo libre y hábitos de lectura*, CIS, estudio n.2.280.
- WEBER, M. (1964) *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*, Fondo de cultura económica, Méjico.
- WILLIAMS, R. (1994) *Sociología de la cultura*, ed. Paidós Ibérica, Barcelona.
- ZUBIETA, A.M. (2000) *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*, ed. Paidós Ibérica, Barcelona.

ANNEX I

Taules que estableixen el nombre d'habitants i el nombre d'enquestats corresponents a cadascuna de les comarques.

Comarca	Població	Nombre de qüestionaris
Alt Urgell	16,386	66
Alta Ribagorça	3,113	13
Garrigues	16,889	68
Noguera	29,797	119
Pallars Jussà	11,118	45
Pallars Sobirà	4,967	20
Pla d'Urgell	24,827	99
Segarra	14,905	60
Segrià	137,260	549
Solsonès	9,377	38
Urgell	25,653	103
Vall d'Aran	5,722	23

Font: Elaboració pròpia a partir del Cens de 1991

D'acord amb la variable edat, la població de les comarques queda distribuïda de la manera següent:

Comarca	total	15-29	30-44	45-64	+ de 65
Alt Urgell	66	17	16	18	15
Alta Ribagorça	13	4	3	3	3
Garrigues	68	17	17	18	16
Noguera	119	31	29	31	28
Pallars Jussà	45	11	11	12	11
Pallars Sobirà	20	6	5	5	4
Pla d'Urgell	99	26	24	26	23
Segarra	60	16	15	15	14
Segrià	549	143	137	143	126
Solsonès	38	10	9	10	9
Urgell	103	27	25	27	24
Vall d'Aran	23	6	5	6	6

Taules que estableixen el nombre de qüestionaris segons el nombre d'habitants de les poblacions

Població	habitants	qüestionaris
Lleida	88.841	355
Balaguer	10.396	42
Seu	8.379	36
Tàrraga	9.023	36
Almacelles	4.437	18
Borges	4.152	17
Cervera	5.665	23
Mollerussa	7.083	28
Solsona	5.347	21
Tremp	4.460	18
Agramunt	3.939	16
Alcarràs	3.606	14
Alfarràs	2.453	10
Alguaire	2.336	9
Almenar	2.899	12
Alpicat	3.048	12
Arbeca*	1.989	8
Artesa de S	2.626	11
Bell-lloch*	1.760	7
Guissona	2.105	8
Juneda	2.436	10
Linyola*	1.968	8
Oliana*	1.330	7
Pobla de S.	2.646	11
Pont de S.*	1.903	8
Ponts*	1.826	7
Torregrossa*	1.862	7
Viella	2.423	10
Bellvis*	1.941	8
Bellpuig	3.157	13

Font: Elaboració pròpia a partir del Cens de 1991

*Hem assenyalat les poblacions de 1.000 a 2.000 habitants perquè són les úniques que presenta el cens en aquesta franja.

La distribució per edats queda reflectida en la taula següent:

		15-29	30-44	45-64	+ de 65
Població	n. qüest.	26 %	24, 85%	26, 06%	23, 09%
Lleida	355	92	88	93	82
Balaguer	42	11	10	11	10
Seu	36	9	9	9	9
Tàrraga	36	9	9	9	9
Almacelles	18	5	4	5	4
Borges	17	5	4	5	3
Cervera	23	6	6	6	5
Mollerussa	28	7	7	7	7
Solsona	21	6	5	6	4
Tremp	18	5	4	5	4
Agramunt	16	4	4	4	4
Alcarràs	14	4	3	4	3
Alfarràs	10	3	2	3	2
Alguaire	9	2	2	3	2
Almenar	12	3	3	3	3
Alpicat	12	3	3	3	3
Arbeca	8	2	2	2	2
Artesa de S.	11	3	3	3	2
Belloch	7	2	2	2	1
Guissona	8	2	2	2	2
Juneda	10	3	2	3	2
Linyola	8	2	2	2	2
Oliana	7	2	2	2	1
Pobla de S.	11	3	3	3	2
Pont de S.	8	2	2	2	2
Ponts	7	2	2	2	1
Torregrossa	7	2	2	2	1
Viella	10	3	2	3	2
Bellvis	8	2	2	2	2
Bellpuig	13	3	3	4	3

Les poblacions que corresponen a la mateixa comarca s'agreguen. La diferència de qüestionaris entre la suma de les poblacions anteriors i les que s'indiquen per a cadascuna de les comarques es reparteix entre les poblacions inferiors a 2.000 habitants.

Distribució del nombre de qüestionaris per barris a la ciutat de Lleida

Barris grup I: Joc de la Bola, Instituts- Templers, Príncep de Viana-Clot, Humbert Torres, Ferran-Estació, Universitat, Camp d'Esports,

Barris grup I

qüestionaris	15-29 anys	30-44 anys	45-64 anys	+ de 65
174	46	43	45	40

-Barris grup II: Pardinyes, Capponet, Balàfia, La Bordeta

Barris grup II

qüestionaris	15-29 anys	30-44 anys	45-64 anys	+ de 65
97	25	25	25	22

Barris grup III: Mariola, Secà de S.Pere, Magraners, Centre Històric

Barris grup III

Qüestionaris	15-29 anys	30-44 anys	45-64 anys	+ de 65
84	22	21	22	19

Valoracions en l'elaboració dels índexs

Índexs d'equipaments

Equipaments culturals genèrics

Equipaments	Valor
0	0
1	2
2	4
3	6
4	8
+ de 5	10

Equipaments esportius

Equipaments	valor
0	0
1/2	5
3/4	10
5/6	15
7/8	20
9/10	25
11/12	30

-Equipaments culturals específics

Equipaments	Valor
0	0
1	10
2/3	20
4/5	30
6/7	40
8	50

-Altres equipaments

Equipaments	valor
0	0
1	2
2	4
3	6
4	8
5	10

Índex cultural

-variable lectura (P 45) i (P 46)

Valors segons el nombre de llibres posseïts

nombre de llibres	valor
ns/nc, cap	0
- de 10	2
de 10 a 25	4
de 26 a 100	6
de 101 a 500	8
+ de 500	10

Valors segons freqüència de lectura

Freqüència	valor
no sap llegir, mai, ns/nc	0
esporàdicament	2
1 dia a la setmana	4
alguns dies a la setmana	6
cada dia	10

-variable teatre (P 68)

Valors segons freqüència

Freqüència	valor
no sap llegir, mai, ns/nc	0
algunes vegades	2
1 o 2 vegades mes	6
2 o 3 vegades/setmana	10

-variable música (P 31) (P41)

Valors segons el nombre de CD, discs i cassettes posseï

Nombre	valor
cap, ns/nc	0
d'1 a 25	2
de 25 a 75	4
de 76 a 125	6
de 126 a 200	8
+ de 200	10

Valors segons pràctica d'instrument

Pràctica	valor
sí	10
no, ns/nc	0

-variable arts plàstiques (P 82) i (P 43)

Valors segons consums

consum	valor
cap, ns/nc	0
1 activitat	2
2 activitats	4
3 activitats	6
4 activitats	8
5 activitats	10

Valors segons pràctic

Pràctica	valor
sí	10
no, ns/nc	0

-variable audiovisuals: TV i ràdio (P 54) i (P58)

Comput d'hores de TV i de ràdio

hores TV/ràdio	valor
1 hora	10
2 hores	8
3 i 4 hores	6
5 i 6 hores	4
7 i 8 hores	2
ns/nc	0

- variable esdeveniments culturals

Valors segons el nombre d'esdeveniments als quals s'ha assistit

n. esdeveniments	valor
0	0
2	2
3	4
4	6
5	8
6 o més	10