

La cultura popular en un projecte d'identitat nacional

1998

RPEO 309 a

ÍNDIX

I - LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL EN UN PROJECTE D'IDENTITAT NACIONAL

I - I CULTURA POPULAR I TRADICIONAL I IDENTITAT

I - II LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL
EN EL MARC SOCIAL ACTUAL

II - PLA DE DINAMITZACIÓ CULTURAL

II - I MISSIÓ/OBJECTIUS GLOBAIS I OBJECTIUS ESPECÍFICS

II - II DESTINATARIS

II - III DIVISIÓ TERRITORIAL I DINAMITZADORS CULTURALS

II - IV RECURSOS

-PLANIFICACIÓ I PROGRAMACIÓ
-PRODUCCIÓ
-COMUNICACIÓ
-RECERCA
-FINANÇAMENT

III - PROJECTE DE CREACIÓ DE L'INSTITUT CATALÀ DE CULTURA POPULAR

III - I ANTECEDENTS I NATURALESA JURÍDICA

III - II CREACIÓ ENTITAT AUTÒNOMA

III - III ESTRUCTURA I FUNCIONS

IV - ANNEXOS



Generalitat de Catalunya
Institut d'Estadística de Catalunya
Centre d'Estudis d'Opinió

RPEO núm. 309
Data 16/01/06

**I. LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL
EN UN PROJECTE D'IDENTITAT NACIONAL**

**I-I CULTURA POPULAR I TRADICIONAL I
IDENTITAT**

**I-II LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL
EN EL MARC SOCIAL ACTUAL**

"El model de país que volem i podem oferir va lligat a la nostra identitat. De fet no hi ha cap país amb personalitat i creativitat que no tingui ben conservada i forta la seva identitat. No es tracta per tant de sacrificar la nostra catalanitat ni a la modernitat ni a la competitivitat. De fet estic convençut que si perdéssim la nostra personalitat col·lectiva perdríem en tots sentits capacitat i voluntat d'iniciativa i, per tant, competitivitat."

"...més que mai, (en el marc d'una creixent internacionalització), Catalunya ha de fer un esforç per enfortir la seva identitat com a poble, i és això el que jo entenc com a nacionalisme. Però aquest nacionalisme no es pot definir en termes negatius, -és a dir, contra els altres- ni en termes defensius -és a dir, buscant la salvació en la reclusió-, sinó, d'una banda, en el terreny de la competitivitat, i de l'altra, en el conreu dels propis valors positius."

"La nostra identitat va lligada a la llengua, a la cultura, a la vivència de la nostra història i al sentiment col·lectiu de catalans."

Jordi Pujol, President de la Generalitat de Catalunya.
Debat de política general al Parlament de Catalunya.
25 de setembre de 1.990.

I. LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL EN UN PROJECTE D'IDENTITAT NACIONAL

El projecte **La cultura popular i tradicional en un projecte d'identitat nacional** que aquí presentem, constitueix el programa d'actuació que el Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana ha elaborat per contribuir al que hauria d'esdevenir un Projecte Global Nacional d'Identitat, que s'hauria d'elaborar per a la consecució dels objectius de govern en matèria d'identitat manifestats repetidament en els discursos del M.H. President de la Generalitat.

La realitat social actual -realitat que més endavant analitzarem-, comporta un seguit d'amenaques que posen de manifest el preocupant fenomen que els **fets diferencials** de Catalunya s'estan aprimant, s'estan afeblint. És per això que considerem indispensable elaborar **un projecte global nacional d'identitat** que asseguri la nostra llengua, la nostra cultura, la vivència de la nostra història i els sentiment col·lectiu de catalans. Ens hem de preguntar si podríem seguir visquent amb cohesió i alhora defensar els interessos comuns del nostre poble sense allò que ens ha estat donat en el passat: les nostres arrels, els nostres orígens, les nostres tradicions compartides, els nostres trets culturals particulars, la manera d'organitzar-nos; a la fi, sense aquell llegat que tant estimem i fem nostre i que ens ha fet el què avui som.

Des d'aquestes pàgines plantejem, doncs, la necessitat de desvetllar les institucions perquè s'impliquin amb la ciutadania en un projecte nacional comú de futur. Es tracta d'elaborar un projecte institucional que procuri els mecanismes polítics per tal de nodrir la societat catalana de sentiments de vinculació i per tal de reforçar --fins i tot crear, segons el cas-- la nostra identitat. Considerem que caldria portar a terme una acció política, no sobre la identitat fonamentada en el SER, que exclouria als qui no són i que sobrecarregaria les consciències, sinó una acció política sobre la identitat fonamentada en el FER: no es tracta, per tant, d'apel·lar ni apretar la consciència de ningú, ans al contrari, es tracta de "reforçar la consciència nacional sense problemes de consciència", d'una manera absolutament "natural". La idea és prendre com a punt de partida el FER per arribar com a punt final al SER. I les institucions, que són motors teòrics de la consciència nacional, són les responsables de fer possible que la teoria esdevingui pràctica.

Estem parlant d'una acció política decidida i urgent per part dels poders públics. Estem proposant un marc global d'actuació de futur on cada organisme aporti els aspectes d'identitat que li pertocuen per la seva especialitat: ensenyament, medi ambient...

Ens referim, doncs, a una acció que, aprofitant i implicant-hi les estructures polítiques de la Generalitat, funcioni com un paraigua que abrigui totes les accions departamentals i així, conjuntament, es treballi en la configuració de la Catalunya que volem en l'esdevenidor. Un projecte general que enforteixi la nostra identitat col·lectiva per tal de garantir el nostre lligam amb la modernitat.

Un projecte, a la fi, que assumint la combinació de l'herència del passat --el llegat de la TRADICIÓ-- amb l'anhel de la nostra projecció cap al futur faci sentir tots els ciutadans de Catalunya implicats i compromesos en un projecte de país. Cal veure que mentre que a Catalunya, tot i el bagatge de mites, símbols i herois, tenim oblidada la nostra pròpia tradició, hi ha pobles que destinen molt d'esforç en consolidar i fins i tot crear una tradició: països d'història curta en el temps com els Estats Units han inventat, exagerat i magnificat la seva tradició, tradició que la societat sent com a molt seva. A Catalunya cal, doncs, estructurar una tradició nacional que ens permeti anar més enllà del què som. I el passat d'una nació és tant necessària com la voluntat de futur, ja que cada generació recull la identitat dels que l'han precedit, la recrea i la projecta cap el futur.

L'associacionisme ha tingut i té un paper fonamental en la promoció de la cultura a les capes populars. És una eina insubstituïble de formació cívica, social, participativa i democràtica: Es comença pertanyent a una entitat i experimentant, amb les fites assolides, l'orgull de formar-ne part. L'entitat pertany a una ciutat, a un barri, a un poble; la pertinença a l'entitat aferma la pertinença al col·lectiu local al que sovint vol representar i del col·lectiu local a la nació.

Vistes així les coses, en la cultura hi ha una bona part dels factors diferenciadors d'un poble, el qual és el dipositari de tot el que fonamenta l'esperit d'una nacionalitat. I el que és evident és que la **cultura popular i tradicional** és la que expressa millor els signes essencials del poble, el caràcter que ha marcat la identitat d'una col·lectivitat humana perquè és la **cultura del poble**.

Així doncs, la cultura popular i tradicional **és decisiva com a eina de reforçament de la identitat, d'enfortiment i vitalització de la consciència nacional i del sentit de pertinença a la col·lectivitat i al territori.**

Resulta, però, que avui la cultura popular i tradicional és una realitat que cal veure-la com a realitat que no té garantida la seva supervivència per tota la problemàtica que l'envolta: la **realitat estructural de la pròpia cultura popular** i la **realitat social actual conjuntural d'arreu del món**, que no afavoreix precisament el desenvolupament de les identitats pròpies de les comunitats existents arreu.

Enunciarem i analitzarem tot seguit les possibles determinants d'aquesta problemàtica, tot començant a donar línies d'actuació per a la normalització i dinamització de la cultura popular. Més endavant presentem el conjunt de programes intergeneracionals i interdisciplinars que conformen el **PLA DE DINAMITZACIÓ CULTURAL**, que proposem per a la normalització i dinamització de la cultura popular i tradicional a tot el territori català.

OBJECTIUS ESPECÍFICS

1. FOMENT I RENOVACIÓ DE L'ASSOCIACIONISME CULTURAL
2. FOMENT DE LA RECERCA, CONSERVACIÓ I DIVULGACIÓ DE LES FORMES DE VIDA PRESENTS A CATALUNYA, TANT EN LES SEVES VESSANTS PRETÈRITES COM ACTUALS, AIXÍ COM LA SENSIBILITZACIÓ DE LA SOCIETAT PER A LA VALORACIÓ DEL PATRIMONI ETNOLÒGIC
3. COL·LABORACIÓ EN LA NORMALITZACIÓ DE LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL EN TOTS ELS ÀMBITS DE L'ENSENYAMENT
4. OPTIMITZACIÓ DE LA COMUNICACIÓ DE LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL, AMB ESPECIAL ATENCIÓ A LA SENSIBILITZACIÓ DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ
5. IMPULS D'UNA NOVA CULTURA POPULAR DE MASSES DE SIGNE PROGRESSISTA, QUE INTEGRI LA TRADICIÓ EN LA REALITAT SOCIAL ACTUAL I L'AFERMI PELS REPTES DEL FUTUR
6. CREACIÓ DE MECANISMES AMB ELS AGENTS COMERCIALS I EL SECTOR TURÍSTIC PER MILLORAR LA DIVULGACIÓ DE LA CULTURA POPULAR I DIFONDRE UNA IMATGE PROPERA A LA REALITAT DE CADA TERRITORI DE CATALUNYA
7. PROJECCIÓ EXTERIOR DE LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL CATALANA, AMB ESPECIAL ATENCIÓ A ESPANYA I EUROPA
8. POSICIONAMENT DEL CENTRE COM A REFERENT PER A ASSESSORAR I POTENCIAR PROJECTES COMUNS DE CULTURA POPULAR AMB ELS AJUNTAMENTS I ELS CONSELLS COMARCALS

Aquests 8 objectius queden sintetitzats a la taula següent, taula que utilitzarem al llarg del projecte per destacar els objectius a què van encaminades les nostres accions.

1 ASSOCIACIONISME	5 CULTURA DE MASSES
2 RECERCA	6 AGENTS TURÍSTICS
3 ENSENYAMENT	7 PROJECCIÓ EXTERIOR
4 COMUNICACIÓ	8 CORPORACIONS LOCALS

NOTA:

No s'han dissenyat objectius específics per atendre segments socials com el jovent, la tercera edat o les dones, atès que l'associacionisme que es vol impulsar des del Centre es basa en la participació de tothom i la relació intergeneracional i no es vol fomentar un associacionisme específic per a cada segment que, a mig termini, presenta problemes d'isolament

I - I CULTURA POPULAR I TRADICIONAL I IDENTITAT

El Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana vol contribuir a la idea del reforçament de la identitat amb una proposta que partint d'una acurada anàlisi de l'actual situació, suposa la normalització i dinamització de la cultura popular i tradicional de tot el territori català.

Parlar de cultura popular suposa evidentment parlar de **CULTURA**. I des del camp de la Sociologia Guy Rocher¹ ha definit així la cultura:

"Cultura és un conjunt lligat de maneres de pensar, de sentir i d'actuar més o menys formalitzades que, apreses i compartides per una pluralitat de persones, serveixen, d'una manera a la vegada objectiva i simbòlica, per constituir aquestes persones en una col·lectivitat particular i distinta".

Així doncs, un poble, una nació o qualsevol col·lectivitat humana deuen la seva **IDENTITAT** a la cultura que comparteixen les persones que la integren. Per tant, si es perdés la fidelitat a la nostra cultura, perdríem també els nostres signes d'identificació personal i col·lectiva, perdríem els nostres referents, perdríem una part de nosaltres mateixos.

La cultura neix sempre de la tradició, del *conjunt lligat de maneres de pensar, de sentir i d'actuar* que ens constitueix. Els referents culturals de la col·lectivitat particular i distinta que formem els catalans, doncs, no són fruit de la improvisació ni de l'atzar, ni el resultat d'una teoria intel·lectual més o menys brillant. Els nostres referents culturals són el pòsit de les generacions que ens han precedit i que han anat teixint en el transcurs de la història una mentalitat pròpia i un sentiment col·lectiu nacional.

La cultura, que neix de la tradició, del *conjunt lligat de maneres de pensar, de sentir i d'actuar*, és un concepte viu, dinàmic. És una cultura que, a partir d'un nucli central de continguts permanents i inalterables, va matisant les seves formes i contorns perquè està sotmesa a les influències del progrés i de la civilització i és, per això, una cultura que sempre és actual, dinàmica i evolutiva. És la síntesi de la personalitat d'un poble immers en la modernitat, que ve de lluny i que es projecta amb fermesa i amb voluntat de ser, cap el futur.

De la cultura, que neix de la tradició, el *conjunt lligat de maneres de pensar, de sentir i d'actuar* en destaca també l'organització, la iniciativa, l'empenta i la vitalitat de la societat civil catalana. És un element essencial de la nostra tradició cultural. Aquesta tradició es manifesta en multitud d'iniciatives organitzades per la societat civil i que es dota d'instruments de participació col·lectiva per a fer-les realitat: és **L'ASSOCIACIONISME**.

¹ Guy Rocher. L'action sociale. París, HMH, 1968.

I - II LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL EN EL MARC SOCIAL ACTUAL

1. ELS SECTORS SOCIALS QUE PARTICIPEN O CONSUMEIXEN ESPORÀDICAMENT CULTURA POPULAR HAN DERIVAT CAP A UN RELAXAMENT QUE FA NECESSARIS MECANISMES PER AFERMAR, PROJECTAR I POTENCIAR LA CREATIVITAT DE LA CULTURA POPULAR
2. ELS SECTORS SOCIALS INDIFERENTS O REACIS A LA CULTURA POPULAR ESTAN DESATESOS D'ACCIONS ESTRUCTURADES I GLOBALES ENCAMINADES A LA MODIFICACIÓ D'ACTITUDS
3. LA UNIVERSALITZACIÓ I HOMOGENEÏTZACIÓ MUNDIALS AMENACEN LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL. LA CORRECTA ADAPTACIÓ ALS MECANISMES DE TRANSMISSIÓ DE LA CULTURA DE MASSES CONVERTIRAN LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL EN UN ELEMENT DE CULTURA POPULAR DE MASSES
4. LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL CATALANA NO ÉS, ENCARA, PROU CONEGUDA PER ALTRES CULTURES: CAL PROJECTAR-LA AMB ESPECIAL ATENCIÓ A ESPANYA I A LA RESTA D'EUROPA
5. L'ASSOCIACIONISME CULTURAL PRESENTA SÍMPTOMES D'ESTANCAMENT I DIFICULTATS PER REACCIONAR ALS CANVIS O A LES INQUIETUDS SOCIALS. LA DINAMITZACIÓ DE LA MASSA SOCIAL ÉS ESTRATÈGICA PER ESTIMULAR LA PRODUCCIÓ CULTURAL PRÒPIA.
6. LA RECERCA ETNOLÒGICA ES TROBA DISSEMINADA I DESCOORDINADA. UNA ACCIÓ QUE COORDINI TERRITORI I GRUPS DE RECERCA POT POTENCIAR-NE ESPECTACULARMENT ELS RESULTATS
7. LA IMPLEMENTACIÓ DE LA REFORMA DEL SISTEMA EDUCATIU CONVIDA A VALORAR EL DIMENSIONAMENT DE LA CULTURA POPULAR ALS PROJECTES CURRICULARS I A PLANTEJAR-SE SI AQUESTA PRESENCIA POT AFAVORIR-SE AMB LA COL·LABORACIÓ DEL CENTRE
8. ELS PROJECTES DE CULTURA POPULAR PROMOGUTS PER AJUNTAMENTS I CONSELLS COMARCALS PODEN POTENCIAR-SE I COORDINAR-SE POSICIONANT EL CENTRE COM A REFERENT PER A L' ASSESSORAMENT
9. CAL PROPORCIONAR ALS SECTORS TURÍSTIC I COMERCIAL EINES I MECANISMES PER PODER VALORAR LA DIVERSITAT I RIQUESA DE LA CULTURA POPULAR I PODER-LA DIVULGAR AMB UNA IMATGE PROPERA A LA REALITAT DE CADA TERRITORI DE CATALUNYA
10. LA COMUNICACIÓ EN LA CULTURA POPULAR ÉS UNA FUNCIÓ ESTRATÈGICA QUE NECESSITA D'ACTUACIONS URGENTS: LA CULTURA POPULAR ES PERCEP ENCARA COM A MARGINAL I ESTANCADA. CAL MOSTRAR EL POTENCIAL D'ATRACCIÓ I L'INTERÈS QUE AQUESTES MANIFESTACIONS TENEN PELS LLENGUATGES DE COMUNICACIÓ
11. LA CULTURA TRADICIONAL ÉS UN VEHICLE ÒPTIM PER A LA TRANSMISSIÓ DE VALORS ÈTICS AL JOVENT I PER ACONSEGUIR LLUR PARTICIPACIÓ CIUTADANA

1. ELS SECTORS SOCIALS QUE PARTICIPEN O CONSUMEIXEN ESPORÀDICAMENT CULTURA POPULAR HAN DERIVAT CAP A UN RELAXAMENT QUE FA NECESSARIS MECANISMES PER AFERMAR, PROJECTAR I POTENCIAR LA CREATIVITAT EN AQUEST SECTOR CULTURAL

En el temps en què l'afirmació de ser català esdevenia per si mateixa una forma de resistència, el sentiment d'identitat existia, si més no latent, i es mantenia actiu per un sentit anímic i inconscient de defensa. El moment actual, en què la identitat nacional catalana ha deixat d'estar amenaçada d'una manera coercitiva, el perill ens arriba pel **relaxament** que provoca aquesta sensació d'aparent normalitat. La responsabilitat de seguir treballant per poder seguir essent catalans i projectar Catalunya endavant, és una tasca que equivocadament sembla que correspongui únicament a les nostres institucions. I és veritat que les institucions tenen el deure de treballar en aquest sentit, però no servirà de res si darrere no hi ha el suficient coixí popular que mantingui l'alçaprem just per no retrocedir.

Cal proporcionar, doncs, als sectors socials favorables a la cultura popular i tradicional, mecanismes que els desvetllin, els il·lusionin i que incentivin la creativitat i la participació en les manifestacions de cultura popular i tradicional. Perquè els que millor poden col·laborar a estendre el consum i a normalitzar la cultura popular arreu, són els sectors que ja senten aquesta cultura com la seva cultura. Perquè els ciutadans siguin conscients que cal treballar en un projecte de consolidació del país, cal implicar-los activament, de forma que les institucions fomenti una participació real que els faci ser i sentir protagonistes, més enllà de discursos institucionals. **La cultura popular és la cultura de la participació i de la creativitat**, amb tot l'atractiu que això suposa.

Des del Centre s'encetarà una línia de treball en aquesta direcció.

2. ELS SECTORS SOCIALS INDIFERENTS O REACIS A LA CULTURA POPULAR ESTAN DESATESOS D'ACCIONS ESTRUCTURADES I GLOBALS QUE ELS PERMETIN LA MODIFICACIÓ D'ACTITUDS

Catalunya ha estat, de sempre, lloc d'acollida de població d'origens diferents. De fet, Catalunya és un clar exemple en el que la pervivència de la seva identitat al llarg dels segles es deu, entre altres factors, a la seva capacitat d'integrar la diversitat i acceptar noves aportacions que l'han anat enriquint i enfortint. Catalunya, doncs, es troba immersa en un context on coexisteixen diverses cultures minoritàries, tancades en sí mateixes i diferents a la cultura del país d'acollida: es tracta de la cultura procedent de la **immigració regional** i les cultures aportades per la **immigració del tercer món**.

Aquest paisatge, tot i que es dona en un marc d'absoluta tolerància i bona convivència, exerceix una acció despersonalitzadora de l'expressió cultural catalana i afavoreix, per tant, el debilitament, la dilució de la nostra identitat i ens porta al preocupant fenomen comentat per Àngel Castiñeira²: "**a mesura que les concepcions, valors i estils de vida aliens se'ns van fent familiars, gradualment se'ns fan estranys els nostres compromisos tradicionals**".

La **immigració regional**, que ha trobat en el poble català un espai de desenvolupament personal i professional, va arribar massivament a Catalunya en una època en que la cultura popular i tradicional catalana es trobava silenciada. Aquesta circumstància va impedir als nouvinguts el coneixement i l'experiència de la cultura del nostre país, fet que va dificultar llur integració i que explica les actituds d'indiferència o de rebuig a la nostra cultura.

Cal valorar com la bona convivència existent és un punt fort per implantar aquelles actuacions que es consideren necessàries per a modificar aquestes actituds. Qualsevol acció que suposi utilitzar la cultura popular i tradicional com a eina de dinamització ho afavorirà: **la cultura popular i tradicional és un instrument de primer ordre en el procés d'integració sociocultural**. Amb programes dinàmics adreçats als col·lectius d'origen immigrant i basats en la TRADICIÓ adaptada als nous temps, i implantada a través de l'associacionisme, s'afavorirà el civisme i la integració intercultural. Serà la gradual assumpció dels valors aportats per la tradició el que substituirà, progressivament, les actituds de rebuig o indiferència per actituds d'estima al país.

Per altra banda, la **immigració procedent del tercer món** està configurant un nou mapa social, el de la **multiculturalitat**, el de la **diversitat**, el de la **barreja ètnica**. I d'aquí se'n deriva el discurs que pretén que totes les cultures siguin iguals, uniformes. Aquest discurs que està fent seus els valors de tolerància i respecte a la diversitat, és el discurs que s'està imposant i sembla no trobar resistència. Cal tenir present que aquest discurs, a mig termini, pot condicionar la identitat catalana.

Catalunya no es pot permetre veure amenaçats els trets diferencials que li permeten ser algú en un món de pobles diversos; cal que oposi resistència a aquesta tendència a la uniformitat i a la despersonalització. Aquesta resistència només la pot trobar en allò que l'ha constituït fins avui, només es podrà estructurar en el discurs de la **TRADICIÓ**, que cal situar en el mateix terreny de debat ideològic de la multiculturalitat.

Això suposarà reactivar i potenciar el concepte de **TRADICIÓ** en direcció a una cultura tradicional innovadora, modernitzada, actualitzada, al servei dels nous temps, i suposarà també reforçar la seva potència de futur, aprofitant les pautes de vida i els valors de la societat tradicional: de tolerància, de convivència, d'integració, de respecte i d'acceptació de la diversitat, que sempre han destacat en la nostra història i que han estat característics d'aquell *conjunt lligat de maneres de pensar, de sentir i d'actuar* que constitueix la nostra cultura. A partir del bon ús dels elements tradicionals podem participar en la configuració d'una nova cultura alternativa, una cultura de contestació al discurs uniformitzador de la multiculturalitat.

Cal estar disposats, doncs, a aprendre, a comprendre i a compartir de tothom. Reivindicar el dret a la pluralitat cultural, a la pluralitat de les cultures "diferents", suposa acceptar que Catalunya està esdevenint una comunitat heterogènia i que aquesta és la nostra realitat. Voler ésser un mateix no significa "tancar-se" als altres, perquè cada cultura té necessitat de les altres.

L'assimilació d'elements d'altres cultures, siguin regionals, siguin del tercer món, per part del nostre entorn cultural, és un fet que cal situar en la mateixa dinàmica de la cultura, no és sinònim de desintegració cultural, ans al contrari, integrar nous materials suposa enriquiment i suposa evolucionar sense perdre per això la consciència de la identitat de dit entorn cultural. **Cal acceptar, doncs, certa penetració de cultures alienes, PERÒ SEMPRE SOBRE UNA ESTRUCTURA CATALANA.**

3. LA UNIVERSALITZACIÓ I HOMOGENEÏTZACIÓ MUNDIALS AMENACEN LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL. LA CORRECTA ADAPTACIÓ ALS MECANISMES DE TRANSMISSIÓ DE LA CULTURA DE MASSES CONVERTIRAN LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL EN UN ELEMENT DE CULTURA POPULAR DE MASSES

La cultura, des d'una perspectiva internacional, s'universalitza i s'homogeneïtza gradualment suposant una amenaça per a les identitats, de les que n'esborra les diferències. La transmissió cultural es vehicula a través dels mitjans de comunicació de masses d'abast mundial que, per criteris de rendibilitat, difonen valors universals i no recullen la diversitat i la riquesa del patrimoni cultural dels pobles. Aquest context suposa un veritable handicap per totes aquelles cultures mancades d'una sòlida administració pròpia, d'uns mitjans econòmics suficients o d'una societat civil prou forta.

Catalunya, igualment, es troba immersa en diversos processos de globalització. Tenim que la societat actual, abocada a un consumisme que creix a un ritme frenètic, es veu encaminada a una **cultura uniformadora i estàndard** que els que dominen i controlen els mecanismes de poder culturals i els mitjans de comunicació intenten imposar-nos. Es tracta d'una cultura programada per a fer grans negocis de la cultura i que es produeix al marge del poble, al marge dels seus interessos i de les seves inquietuds; es tracta en definitiva de la **cultura de masses** que, entesa com una cultura tecnològica, industrialitzada i mercantilista, està destinada al consum de masses.

La cultura popular tradicional es troba, doncs, en una situació de gran inferioritat respecte a la cultura de masses, aclaparadorament hegemònica i que n'esborra les diferències i l'ofega.

És indispensable, per evitar que la cultura popular i tradicional es converteixi en quelcom residual, apropiat-se dels mecanismes institucionals de cultura, inserir-la en la tecnologia de la cultura de masses i aprofitar els potents canals de distribució actuals per aconseguir que la nostra cultura arribi a tothom. Com apunta Isidor Marí³ : "**Hem de fer una nova cultura popular de masses que sigui progressista, que neixi des de baix, des de la pròpia història i que no arribi per importació des dels centres de poder cultural.**

En el projecte de dinamització cultural del Centre es contempla cercar aquelles fórmules que permetin endegar una línia d'actuació que faci presents els nostres referents culturals en l'actual cultura de masses.

4. LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL CATALANA NO ÉS, ENCARA, PROU CONEGUDA PER ALTRES CULTURES: CAL PROJECTAR-LA AMB ESPECIAL ATENCIÓ A ESPANYA I A LA RESTA D'EUROPA

Malgrat l'estructuració autonòmica de l'Estat, Catalunya té dificultats per presentar la seva cultura arreu del món, amb la legislació actual. La projecció exterior de la cultura per part de l'administració central, a més, ha fet poc més que actualitzar els tòpics que defineixen la *marca* Espanya a l'estranger i no reflecteix la realitat plurinacional i pluricultural de l'Estat. La conjuntura política ha provocat, a més, una visió molt distorsionada de la nostra cultura als diferents pobles d'Espanya.

És per tot això que cal, d'una banda, aprofitar el procés d'integració europea per posicionar la cultura popular catalana en el marc de les regions europees. El Centre empenirà accions per facilitar l'intercanvi, la implantació de projectes de dimensió europea a través de les associacions presents a Catalunya, així com tot aquelles accions que permetin presentar la vitalitat de la societat civil catalana a Europea i la riquesa i diversitat de la cultura popular i tradicional. Pel que fa als diferents pobles d'Espanya, el Centre impulsarà accions d'intercanvi que permetin el coneixement directe de la nostra realitat a la ciutadania dels diferents pobles d'Espanya, corregint la imatge distorsionada actual.

Des del Centre s'ha de realitzar un pla de promoció exterior de la cultura popular i tradicional que divulgui la realitat catalana a l'estranger i a la resta d'Espanya, en coordinació amb el COPEC, amb el Comissariat de Relacions Exteriors i amb els Casals Catalans. S'afavorirà el contacte i la relació mútua entre grups de cultura popular i tradicional catalana i entitats de semblant naturalesa de regions i països en els quals la Generalitat manté relacions preferents.

5. L'ASSOCIACIONISME CULTURAL PRESENTA SÍMPTOMES D'ESTANCAMENT I DIFICULTATS PER REACCIONAR ALS CANVIS O A LES INQUIETUDS SOCIALS. LA DINAMITZACIÓ DE LA MASSA SOCIAL ÉS ESTRATÈGICA PER ESTIMULAR LA PRODUCCIÓ CULTURAL PRÒPIA.

Estat de la qüestió de l'associacionisme actual

La força de Catalunya és la seva gent i el que ha mantingut viva l'empenta del país en moments difícils és la societat civil, que a partir de la responsabilitat individual i col·lectiva, dedicada al servei del país, ha estat un pilar de reconstrucció nacional. La crisi del que podríem anomenar associacionisme cultural clàssic (el d'arrel ateneista) pot implicar la pèrdua dels valors tradicionals, inherents en el món associatiu i per tant, és essencial que l'associacionisme mantingui la seva vitalitat, tant com un valor simbòlic, com una eina al servei del país.

Analitzem tot seguit, els possibles determinants de la crisi de l'associacionisme, fent-ne a la vegada un diagnòstic, en clau positiva:

A) L'associacionisme de cultura popular i tradicional, la millor eina en el procés d'integració sòcio-cultural

L'**associacionisme cultural**, a través de la participació en les manifestacions tradicionals, és un **immillorable instrument integrador** de persones d'orígens, edats, interessos, afeccions i professions diverses, en un mateix espai relacional compartit. La cultura tradicional permet al col·lectiu immigrant introduir-se al nou grup social per la via de la participació. Algunes entitats de cultura tradicional (castellers, grallers...) ja han demostrat una gran capacitat integradora de manera natural i gens traumàtica.

Això és doblement important ja que per un cantó es van assimilant i estimant aquells elements tradicionals que més endavant es prendran com a referents comunitaris i identitaris. Per un altre cantó, en la seva participació es posa en pràctica el treball en conjunt dels valors tradicionals de solidaritat, tolerància, superació, convivència....que es troben en la base de qualsevol manifestació tradicional. Estem parlant, doncs, que **la cultura popular és una eina d'identitat i de civisme amb molta rendibilitat social.**

Perquè existeixi una integració plena és important parar compte en el model dels grups de cultura popular i tradicional que, d'una manera efectiva, integren amb iniciatives de l'entitat i amb programes dinamitzadors i incentiven el sentit de pertinença a la mateixa entitat i per extensió, el de pertinença al barri i al país. Cal donar suport, potenciar i multiplicar aquest model d'iniciatives integradores, ajudant amb recursos de dinamització, comunicació i financers, administrats des del Centre. Per altra banda és important obrir les **associacions clàssiques**, facilitant la possibilitat que amb una oferta renovada i amb un model integrador, accedeixin a una possible massa d'associats o s'interrelacionin amb associacions d'immigrants per endegar projectes comuns. Pel que fa a les associacions amb un excessiu zel integrador, que pot resultar contraproduent, és necessari l'assessorament des del Centre.

No podem oblidar la tasca realitzada pels casals cívics de la Generalitat en el procés d'integració de les zones altament immigratòries i poc vertebrades al conjunt de la societat.

Cal valorar i reflexionar sobre aquest iniciativa. Aquests equipaments, tot i que la seva creació suposà un nivell de dinamització i vertebració on no hi havia associacionisme cultural, creació necessària doncs en una primer etapa, no sembla que ara afavoreixi l'aparició d'entitats. Més aviat són vistos com una amenaça i com a possibles competidors.

El casal cívic respon a un patró preestablert, amb professionals de l'animació cultural al davant, amb una gran oferta de programes estandaritzats. Tot això que es presenta tan bé comporta, però, mancances. És un espai creat des de dalt per la voluntat de l'Administració pública i no des de baix per la voluntat del poble. I això es nota: no hi ha dubte que l'oferta dels casals i centres cívics troben demanda, però els manca la vivacitat, el sentit de pertinença a un estament comú, el sentit de convivència i d'esforç comú que caracteritza la interrelació a les associacions.

Cal, per consegüent, aportar esforços perquè les associacions, encara que es trobin en situació precària, però emergents i amb veu pròpia en el seu barri, es vagin consolidant. És més raonable i fàcil rendibilitzar els recursos ja existents, ajudant les associacions per mitjà d'accions que fomentin la interrelació i la integració que no seguir mantenint infraestructures costoses, que no han sorgit del propi barri, i que no sempre poden detectar i canalitzar les inquietuds creatives dels ciutadans.

Pel que fa a les entitats regionals, cal destacar que és legítima la voluntat de mantenir uns referents culturals i d'identitat, sempre i quan no es mantinguin al marge de la societat on viuen. D'aquest tipus d'associacions n'existeixen dels més diferents graus de permeabilitat i la seva relació amb l'Administració es limita tot sovint a rebre la subvenció talment com una quota. Per això cal una acció diversificada afavorint les iniciatives integradores d'aquestes entitats i amb una tasca lenta i persistent, anar incidint en les menys permeables, en una acció de perfecta simbiosi entre col·laboració, comprensió i integració.

B Foment i protecció de totes les activitats culturals no només de les de cultura tradicional, sino de totes les activitats populars de cultura

La Llei de foment i protecció de la cultura popular i tradicional i de l'associacionisme cultural (2/1993 de 5 de març) encarrega al Centre la dinamització social mitjançant, no només del foment i la protecció de la **cultura tradicional i popular**, sinó també a través de les **manifestacions populars de cultura**, dutes a terme per les entitats populars de cultura.

Cal tenir clara aquesta distinció perquè, fins ara, hi ha hagut al respecte certa confusió que ha justificat l'aplicació d'accions globals sense atendre les particularitats de cada tipus de manifestació cultural. La frase **cultura tradicional i popular** té un problema de concepte: sovint sol confondre's cultura popular amb cultura tradicional. És evident que la cultura tradicional és cultura popular. Però cal precisar que no tot quan configura la cultura popular forma part de la cultura tradicional. La **cultura tradicional i popular** és tot aquell conjunt de coneixements, manifestacions i creences passats i presents de la nostra identitat col·lectiva i que presenta gran vivacitat en tot l'àmbit festiu. És l'àmbit del **folklore** i de l'**etnologia** i no hi ha dubte de l'aspecte **popular** d'aquesta cultura identitària i comunitària. La cultura popular, en canvi, conté moltes manifestacions que no formen part de la cultura tradicional i, a més del coneixement general acumulat per la societat, tracta de tota l'activitat amateur, no professional, de les arts escèniques i plàstiques (teatre, música, dansa, pintura, escultura, cinema, geografia, història...)

La responsabilitat de donar resposta adient als dos tipus de cultura --**cultura tradicional i popular** i **cultura popular**-- porta al Centre a dues formes d'actuació diferenciades, en les que les funcions de **protecció, difusió i foment** destaquen en el tractament de la cultura popular i tradicional. Per al tractament de la cultura popular, per apropar tots els ciutadans a les ciències humanes i les arts i estimular la participació cal, sobretot, **potenciar, fomentar i divulgar**.

És clar, doncs, que des del Centre s'ha de fomentar i protegir, a més a més de les activitats de cultura popular i tradicional, les activitats populars de cultura. La cultura popular és la cultura del poble i per al poble; és tot allò que ha sorgit del poble, allò que neix de nosaltres com a poble. Per tant, la cultura popular ha de poder englobar tota la cultura i, en tot cas, fer-ne cultura popular. Aflora, doncs, la necessitat de democratització cultural, la necessitat de fer efectiu el dret de tots el ciutadans a conèixer i participar del saber, fins i tot de l'anomenada cultura d'èlit.

C) El consum individual de la cultura i l'associacionisme

Una de les funcions bàsiques que de sempre ha tingut l'associacionisme, ha estat la de crear **espais de relació**. Durant molts anys, l'oferta de les associacions facilitava els espais de relació, dinamitzava el cos social i enfortia la vida interna de l'entitat.

Actualment a Catalunya, com a tot Europa i des de fa temps, es produeix un procés d'individualització dels models de consum cultural (TV, vídeo, culte al cos, informàtica, moda...) És a dir, el consum de la cultura ja no és col·lectiu com abans, quan requeria de la interrelació humana i la resposta més comú de la gent era associar-se. Avui el consum cultural és majoritàriament individual i té lloc a casa. Aquest fet ha generat una crisi en la cultura de participació. I avui, paral·lelament al consum individual de la cultura, es dona de nou la necessitat de contacte humà i la gent busca espais de relació.

Cal buscar fórmules per tal que l'associacionisme cultural esdevingui un motor eficaç de comunicació humana. Una associació ha de ser un organisme que permeti encabir en el mateix espai una pluralitat d'activitats integradores de persones d'orígens, edats i interessos diferents. La fórmula d'associacionisme que més s'hi apropa és l'ateneïsta. Cal estudiar les seves possibilitats i donar el suport necessari a les gairebé 3.000 entitats pluridisciplinars o amb funcions ateneïstiques que hi ha arreu de Catalunya per tal que esdevinguin altra vegada espais relacionals, i incentivar la resta d'associacions a obrir-se a la polivalència i a la pluralitat per tal de donar cabuda a les necessitats reals d'interrelació humana.

D) Millora i obertura de l'oferta cultural de les associacions clàssiques al seu entorn social immediat

L'associacionisme clàssic va néixer amb voluntat de cobrir les deficiències governamentals del moment, oferint als seus associats per al consum col·lectiu, aquells serveis i béns culturals inexistents, que no eren coberts per l'Administració. L'oferta d'aquells moments era de plena actualitat, però amb el temps no s'ha renovat i avui és una **oferta obsoleta**. Gairebé tots els serveis pels quals van ser creades les associacions clàssiques, avui són públics i estan a càrrec de l'Administració.

La manca d'una oferta actual que sigui atractiva als associats, no facilita l'ingrés de nous socis i en no produir-se relleu generacional a l'entitat, tampoc no hi ha renovació a les juntes directives ni de directrius. I així per acabar de tancar aquest cercle viciós, en no renovar-se la direcció de l'associació, tampoc sorgeixen ofertes noves amb atractiu que puguin atreure nous associats.

Pel que fa a la majoria de socis de sempre de les entitats clàssiques, es limiten a pagar la quota, sempre i quan no augmenti gaire, només per un sentit romàntic de pertinença. D'aquests socis, l'entitat rep ben poca participació en les activitats organitzades i nul·la implicació en els afers socials. Per a ells, el pagar la quota com a forma de lligam amb la resta d'associats, es converteix en gairebé l'únic acte associatiu.

Per un altre cantó l'oferta cultural d'una entitat és normalment molt tancada i destinada al seu soci. És important que les activitats estiguin al servei del seu entorn immediat. Els estatges socials de les entitats existents a cada barri i a cada poble han de ser també punt d'acollida d'iniciatives i activitats d'altres associacions sense local. La manca de socis i l'encariment general fan cada vegada més difícil el manteniment de les associacions, especialment aquelles que tenen patrimoni i que per tant estan subjectes a pressió fiscal. Una oferta associativa atractiva pot generar també noves formes de finançament.

Per tot això, cal facilitar a les associacions mitjans de renovació i d'adequació a la vida moderna, que impliquin també una renovació de l'oferta associativa que es projecti més enllà de l'entitat, i així, convertir-se en veritables associacions culturals privades amb voluntat de servei públic; com sempre han estat.

E) Locals i equipaments de les associacions

L'associacionisme de caire ateneístic iniciat al segle passat, ha generat un patrimoni immoble considerable, tant per la seva singularitat com pel nombre d'instal·lacions escampades pel país. Són espais que han estat i encara són, l'espai físic on es generen bona part de les activitats culturals, tant en l'àmbit rural com en l'urbà. Aquest patrimoni cultural és indispensable per la vida cultural i cívica dels pobles.

Els equipaments i els estatges socials de les entitats necessiten una renovació urgent. Cal una política de reacondicionament dels locals culturals, convertint-los si s'escau en polivalents. Les economies de les associacions no en tenen prou amb els recursos ordinaris per fer front a la renovació dels locals. Per altra banda, moltes associacions joves tenen una necessitat de local social i perfectament podrien ser acollides en les seus d'associacions clàssiques. Per altra banda, la manca d'espais relacionals podria ser coberta en bona part per aquests locals, sempre i quan, tal com s'apunta més amunt, que la oferta sigui atractiva.

La nova **Llei d'Arrendaments Urbans (LAU)** ha afegit un problema que en vuit anys pot ser molt greu per l'associacionisme. En aquest espai de temps, els contractes de lloguer podran ser rescindits o renovats, amb el consegüent perill que el nou cost dels lloguer no estigui a l'abast de les associacions, moltes de les quals paguen un lloguer mínim. També cal comptar amb aquells propietaris que esperen que acabi aquest temps de carència per despatxar els llogaters i vendre's l'immoble. En pocs anys ens podem trobar amb un bon nombre d'associacions sense local, accentuant encara més la necessitat d'espais relacionals.

Cal tenir en compte en àrees rurals i en algunes zones urbanes, l'existència dels **centres culturals dependents de parròquies**, creats amb una intenció tant pastoral com cultural, però que en aquests moments, en general, tenen poca activitat. Malgrat el divers estat d'aquests centres, amb reformes i remodelacions poden omplir el buit d'espais relacionals o de seus associatives.

Seria convenient una via de conveni que facilités obres de manteniment i readequació tant dels centres parroquials com de les associacions culturals, per tal que esdevinguin altra vegada espais dinàmics i resolguin el problema d'associacions sense estatge.

F) El necessari autofinançament de les associacions

La consolidació de les dràstiques retallades en els capítols de subvencions de les administracions territorials i dels organismes de la Generalitat competents en la matèria, pot accelerar la desaparició d'un nombre important d'entitats, difícil de quantificar, acostumades fins ara a la còmoda posició de finançar-se a través de la via de la subvenció.

Globalitzant, podem dir, econòmicament parlant, que existeixen dos grans tipus d'associacions. Les que mantenen la seva activitat per mitjà de les quotes dels socis i altres formes de finançament internes, i les que la base de la seva economia són els ingressos que reben per les seves actuacions i serveis.

Les primeres, en crisi moltes d'elles i que tenen o poden tenir problemes de fiscalitat patrimonial, necessiten urgentment la reconversió per accedir a noves formes de finançament. Les altres, amb problemes de fiscalitat perquè les seves activitats són susceptibles de ser considerades professionals, necessiten una acció política que aclareixi la seva situació, fins i tot legislant de forma específica que contempli l'exempció o règim especial per aquestes activitats que actualment són considerades professionals, dels del punt de vista fiscal.

S'ha de fugir de la subvenció sistemàtica i formar el món associatiu, ajudant-los a generar i a consolidar formes d'autofinançament, que estan estretament lligades a l'atractiu i la qualitat d'oferta que han d'oferir les associacions. Aquesta formació es fa evident i urgent amb les esmentades retallades de les administracions, que minven les possibilitats econòmiques de les associacions.

Una altra forma possible de finançament seria el patrocini empresarial, sempre i quan les empreses trobessin en aquest patrocini uns avantatges que l'actual Llei de Fundacions i d'Incentius fiscals a la Participació Privada en Activitats d'Interès General (30/1994, de 24 de novembre) no contempla. Caldria un desplegament de la llei que permetés acostar l'empresa a les associacions culturals per dur a terme les seves activitats.

G) Les associacions i la fiscalitat

Moltes de les associacions que tenen un local propi tenen problemes per fer front als impostos municipals sobre immobles, atès que les fonts d'ingressos es limiten a les quotes dels socis.

Els grups de cultura popular i les associacions que tenen la seva principal forma de finançament en el cobrament de les actuacions que fan, tenen problemes fiscals relacionats amb la seva aparent activitat lucrativa. Des d'un punt de vista estrictament legal, aquestes associacions són susceptibles de ser donades d'alta a l'IAE, amb la consegüent tributació d'aquest impost i de l'IVA.

Per altra banda i malgrat que un cert nombre d'associacions han aconseguit l'exempció d'IVA, la resta han de tributar-lo. Les disposicions sobre l'exempció d'IVA són poc concretes, a més de susceptibles d'interpretar-se tant positiva com negativament i per aquest motiu es denega a moltes de les associacions que demanen l'exempció, malgrat que d'altres amb les mateixes característiques ho tenen concedit. La fórmula és la presentació d'un recurs administratiu que serà contestat amb un informe explicant les causes de la denegació, llavors és quan es pot tornar a demanar, fins i tot refent els estatuts.

Cal una campanya formativa i informativa per aclarir la situació fiscal de les associacions. Seria convenient la col·laboració amb la **Direcció General de Dret i Entitats Jurídiques, del Departament de Justícia**, per tal que les noves associacions culturals, tinguessin aprovats els estatuts amb les fórmules que faciliten l'exempció d'IVA.

La Llei de Fundacions i d'Incentius fiscals a la Participació Privada en Activitats d'Interès General (30/1994, de 24 de novembre) només dona la possibilitat d'exempcions tributàries a les associacions declarades d'Utilitat Pública.

H) La gestió de les associacions

Gairebé totes les associacions es gestionen mitjançant una junta directiva i per administradors amateurs, que dediquen a l'associació les seves estones de lleure. Fins i tot en el cas de gent que percep alguna compensació econòmica per la seva tasca, es tracta de quantitats simbòliques i sense que la feina d'aquestes persones sigui considerada una activitat professional.

La societat actual obliga cada vegada més a que tant l'administració interna de l'entitat, com les relacions amb administracions, empreses i altres entitats mantinguin un nivell d'especialització en la gestió. Per resoldre aquestes tasques, cada vegada més es perfila la figura d'un gestor amb un nivell de capacitat professional. Des del Centre s'ha d'emprendre una acció decidida per facilitar la **formació** a futurs directius en els aspectes tècnics de la gestió i a futurs animadors en l'aspecte d'organització d'activitats. Només d'aquesta manera s'ampliarà l'oferta de les entitats pel que fa a la qualitat i capacitat d'atracció.

A més a més, una de les fórmules que facilitaria el funcionament habitual de les associacions és la incorporació a les tasques administratives de persones que realitzin la Prestació Social Substitutòria. La gent de la PSS, tot i que no poden suplir la feina de gerència, poden simplificar bona part de la tasca administrativa de l'associació.

1) La qualitat i els espectacles populars

Una part molt important de la cultura popular té connotacions d'espectacle, tant la que té lloc al carrer en el context de la festa, com la que té lloc en un escenari; fins i tot la pròpia festa quan té una base d'espectacle. Antigament, quan la demanda d'espectacles de cultura popular era inexistent o mínima, la majoria d'aquests grups no es movien de la pròpia població, ni del context de la festa. Actualment amb les facilitats de comunicació territorial, la pervivència i el creixement d'aquests col·lectius es deu en bona part a la projecció que tenen més enllà del lloc de residència.

La música, la dansa, els aspectes teatrals, la imatgeria... requereixen una preparació prèvia per tal d'oferir el bo i millor de la seva activitat. Malgrat ser amateurs, els seus objectius públics són d'oferir un espectacle el més digne i atractiu possible. El creixement desmesurat d'aquests grups des d'inicis dels anys vuitanta per una banda i per l'altra la inèrcia de la precarietat de mitjans dels grups existents d'abans, fa que bona part dels espectacles populars tinguin una manca de qualitat que no anima a ser valorats pel públic i fins provoquen un rebuig.

La necessitat de la renovació de l'oferta passa també per la qualitat de les activitats d'aquests col·lectius. Per tant, cal facilitar els mitjans de formació i de renovació, ajudar-los a renovar o a redissenyar els seus equipaments tècnics i facilitar-los la interrelació, implicant-hi les seves federacions. Cal finalment ajudar-los a que les seves accions de promoció general i amb els mitjans de comunicació siguin efectives i dignes.

J) L'associacionisme compromès en un projecte de país

Des del segle XVIII fins avui, malgrat que Catalunya ha viscut amenaçada o coaccionada pels governs, els catalans hem trobat mecanismes d'organització per conduir les inquietuds i la identitat nacional. L'associacionisme ha estat, doncs, una de les formes que han fonamentat el moviment polític nacional, a vegades polititzadament o d'altres de manera apolítica, però sempre amb un concepte de servei al país i amb compromís nacional. Concretament, l'eina bàsica de resistència en el franquisme ha estat l'associacionisme cultural, a partir del qual la pràctica cultural esdevé polititzada.

L'arribada de la democràcia, la necessitat de reconstrucció nacional i la necessitat d'obtenir el reconeixement del poble, va traslladar a l'Administració bona part de les accions que duïen a terme les associacions, intervenint plenament en el camp cultural. També molts dels dirigents de les entitats entren a la carrera política i tècnica, emparats en la seva trajectòria associativa. El moment produeix de manera brusca un cert buit en el món associatiu, que veu com els primers anys de la democràcia i fins avui encara, l'Administració ha substituït el protagonisme popular de les entitats, assumint la major part d'activitats col·lectives.

La pèrdua de protagonisme i el zel de l'Administració han provocat un desencís en el món associatiu, que gairebé ha deixat de banda el compromís de país d'una manera pública.

Les associacions segueixen essent un potencial important, potser el que més, pels seus pocs interessos més enllà dels associatius i els nacionals. És important que no se sentin excloses d'aquest procés col·lectiu de país, per mitjà d'un discurs de país per damunt del partidista i amb accions de sensibilització per ambdós costats. El potencial humà que agrupa al gran nombre d'associacions existents a Catalunya és essencial per a la consolidació del país.

Cal que l'associacionisme no tingui sensació d'intervencionisme o de competència respecte a l'Administració i torni a tenir un paper important com a grup d'opinió i fins de pressió, al mateix temps que recupera el seu compromís públic de país, amb el reconeixement de l'Administració.

6. LA RECERCA ETNOLÒGICA ES TROBA DISSEMINADA I DESCOORDINADA. UNA ACCIÓ QUE COORDINI TERRITORI I GRUPS DE RECERCA POT POTENCIAR-NE ESPECTACULARMENT ELS RESULTATS

Catalunya té una llarga trajectòria en l'àmbit de la recerca etnològica; val a dir que el recorregut històric ha estat força accidentat, poc estructurat, amb notables mancances metodològiques, però fet amb un gran esperit altruista i grans dosis de sacrifici personal. No ha estat fins a la dècada dels vuitanta que la recerca patrimonial de caràcter etnològic ha començat a adquirir una nova fisonomia, amb resultats més contrastables.

En els nostres dies, la recerca etnològica es realitza a partir d'un ampli seguit d'actuacions que van des de les universitats fins a les administracions públiques passant per un nombre gens menyspreable d'entitats culturals. Cal destacar les diverses iniciatives que han sorgit arreu del país per tal de formalitzar i aplegar esforços al voltant de l'estudi de la cultura popular i tradicional.

Però, malgrat les noves perspectives que han anar sorgint, la dispersió ha continuat sent un tret destacat: la coordinació entre les diferents institucions i instàncies implicades no és encara, un fet inqüestionable. Tanmateix, avui, cada vegada hi ha una consciència més gran de la urgent necessitat d'aplegar esforços per tal d'optimitzar els recursos i, per tant, d'obtenir resultats veritablement contrastats i vàlids.

El Centre ha posat en marxa, amb moltes dificultats, el projecte més ambiciós de tots els que fins ara s'han iniciat a Catalunya en aquest àmbit: **l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya (IPEC)**, actuació que es planteja des d'una òptica força innovadora: aprofitar la recerca etnològica per desvetllar interessos culturals i socials a l'entorn del país i les seves formes de vida. Iniciar aquesta nova línia d'actuació ha estat realment difícil davant la necessitat d'establir el marc operatiu degut a la manca absoluta de precedents en el camp de la recerca dins el Departament de Cultura.

Malgrat tot s'ha aconseguit iniciar **12 programes de recerca** (6 l'any 1994 i altres 6 l'any 1995), amb un pla de desenvolupament màxim de trenta mesos cada un, però **no se n'ha pogut completar cap**. L'any 1995 ja van produir-se dificultats de caire pressupostari, que es van solventar amb la col·laboració de la CIRIT, però **enguany l'Inventari s'ha hagut de suspendre** per manca de recursos i també per l'estat de frustració que ha afectat els diferents equips de treball davant la situació produïda per la lenta tramitació administrativa en la formalització dels contractes i en la poca agilitat dels pagaments.

Cal tenir en compte que la no realització de l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya constitueix un incompliment del mandat establert en la Llei 2/93 de foment i protecció de la cultura popular i de l'associacionisme cultural. Tant per aquest fet com per les bones perspectives d'obtenir uns resultats cultural i socialment molt interessants, que ja s'han pogut copsar en el desenvolupament inicial de l'Inventari, cal donar un nou impuls a la seva realització i reprendre les tasques i els resultats inicials. No podem oblidar que el patrimoni cultural permet la interpretació del passat i és un dels testimonis més rics per consolidar la nostra identitat.

La promoció del coneixement del patrimoni necessita, a més, d'esforços per tal de sensibilitzar la societat sobre la importància del patrimoni com a factor simbòlic, d'identitat i de desenvolupament territorial. És necessari, doncs, que tota la població valori la importància i senti com a seu el patrimoni. Només així es podrà enfortir la nostra identitat. Des del Centre es realitzaran accions -formació, activitats...- adreçades a les associacions, les corporacions locals i a la societat en general, per tal d'incrementar la sensibilització envers el nostre patrimoni.

7. LA IMPLEMENTACIÓ DE LA REFORMA DEL SISTEMA EDUCATIU CONVIDA A VALORAR EL DIMENSIONAMENT DE LA CULTURA POPULAR ALS PROJECTES CURRICULARS I A PLANTEJAR-SE SI AQUESTA PRESÈNCIA POT AFAVORIR-SE AMB LA COL-LABORACIÓ DEL CENTRE

Actualment la cultura popular i tradicional en conjunt té una presència explícita però molt relativa en els currículums escolars. L'aplicació de la reforma del sistema educatiu obligatori inaugura una etapa que convida a valorar el dimensionament de l'àmbit de la cultura popular en els projectes curriculars, així com a plantejar-se si aquesta presència pot afavorir-se mitjançant accions promogudes pel CPCPTC.

La circumstància de trobar-nos de ple en l'etapa d'implementació de la reforma ha de considerar-se com un avantatge per a qualsevol proposta de modificació o ampliació de continguts, atès que encara no s'han generat inèrcies difícils de desviar amb el pas del temps. El grau d'especialització i de professionalitat en l'ensenyament són molt elevats. Això implica que qualsevol proposta d'acció per a la promoció de la cultura popular a l'escola requereixi interlocutors en el propi camp de l'ensenyament que tinguin un paper clau en la producció de projectes.

Cal destacar la importància que té, per als nostres infants d'avui, que els arribi la cultura popular per mitjà de l'escola. Són els millors moment i manera de facilitar-los el poder entrar en contacte amb els signes d'identitat, tals com la cultura, les tradicions, els costums,... El coneixement i la vivència de tots els elements populars els possibilita aprofundir en el descobriment del substrat del seu propi entorn, així com del coneixement d'una manera de ser i de fer, assumint el fet diferencial de la nostra col·lectivitat i per tant prenent consciència del país i, el que és més important, aprenent a estimar-lo.

Des de l'escola cal que s'impulsi aquesta dinàmica, tot implicant-hi els mestres i professors. Aquesta podria ser una gran labor que es podria portar a terme de manera conjunta amb el Centre i el **SEDEC** (Departament d'Ensenyament), des d'on s'hauran de crear materials didàctics de suport i organitzar activitats que afavoreixin la presa de contacte dels infants amb la nostra cultura popular.

S'han de crear unes eines generals bàsiques que permetin treballar millor i d'una manera més completa la cultura popular, però no com un element independent, sino perfectament imbricat en les matèries. Per altra banda, el Centre s'ha d'implicar amb els Centres de Recursos Pedagògics, facilitant-los uns materials bàsics i assessorant-los des del Centre, per tal que els infants puguin conèixer les particularitats de la cultura popular de la seva població i del seu territori més immediat.

8. ELS PROJECTES DE CULTURA POPULAR PROMOGUTS PER AJUNTAMENTS I CONSELLS COMARCALS PODEN POTENCIAR-SE I COORDINAR-SE POSICIONANT EL CENTRE COM A REFERENT PER A L'ASSESSORAMENT

L'increment de participació en les manifestacions de cultura popular i tradicional depèn, en bona mesura, de l'impuls que portin a terme les corporacions locals. L'actitud dels ajuntaments envers la cultura popular i tradicional no és homogènia: des d'ajuntaments que han potenciat tant com han pogut la documentació, recuperació i actualització de llurs elements tradicionals a corporacions molt estancades i impermeables a aquest tipus de cultura. De ben segur que l'existència i la vitalitat de les associacions, els animadors i els estudiosos de cada municipi és un bon indicador de les diferents actituds dels ajuntaments.

De fa anys que els ajuntaments, a més de sol·licitar recursos financers, demanen assessorament i col·laboració per portar endavant les accions que volen promoure o que els proposen les associacions i altres organismes del poble o de la ciutat. El Centre té el deure d'assumir aquest rol. Interrelacionar ajuntaments per projectes d'abast supramunicipal, presentar les solucions aportades per altres ajuntaments davant problemes similars als que plantegen, estructurar la formació necessària per als tècnics en cultura municipals, posar en contacte consells comarcals i municipis, assessorar i donar resposta, en definitiva, a llurs inquietuds i suggerències en cultura popular i tradicional, suposarà incrementar l'eficàcia dels recursos que s'hi destinin, així com aconseguir sensibilitzar tothom del pes de la cultura popular per mantenir la identitat nacional i promoure la integració cultural.

9. CAL PROPORCIONAR ALS SECTORS TURÍSTIC, INDUSTRIAL I COMERCIAL EINES I MECANISMES PER PODER VALORAR LA DIVERSITAT I RIQUESA DE LA CULTURA POPULAR I PODER-LA DIVULGAR AMB UNA IMATGE PROPERA A LA REALITAT DE CADA TERRITORI DE CATALUNYA

Sector Turístic

És del tot evident la importància del turisme com a fenomen social. Amb més de 13 milions de visitants estrangers a Catalunya cada any, i amb una oferta d'allotjament turístic que supera els dos milions de places, el turisme constitueix un sector econòmic primordial pel progrés del país. El mercat del lleure --oferta turística de primer ordre-- es percep com la principal indústria pels propers anys i Catalunya és capdavantera pel que fa a equipaments

Complementari al turisme tradicional, noves formes de turisme emergeixen o es consoliden: turisme natural (parcs naturals, itineraris, ...), turisme rural (residències-cases de pagès, ecomuseus,...), turisme cultural... Tot plegat, símptoma d'una societat en transformació però en la que la realitat del país es mostra a visitants del país i estrangers, a mode d'aparador.

S'ha constituït en un tòpic la necessitat de reestructurar el sector turístic. Millorada notablement la qualitat dels equipaments (hotels, càmpings, ports esportius, camps de golf...), l'òptica de les necessitats es focalitza ara en la qualitat dels serveis especialment els de lleure cultural; és significatiu, en aquest sentit, que el principal tret que expressen els visitants estrangers en relació a la seva visita a Catalunya és la manca d'informació existent al respecte. La cultura popular pot contribuir notablement a fer possible el coneixement d'un país amb pluralitat de costums, lúdic, amb una extraordinària riquesa d'elements festius... El disseny d'iniciatives que, amb aquesta finalitat, fomentin i potenciïn la dinamització turística de la cultura popular i tradicional, a més de contribuir a consolidar els punts forts de l'oferta turística, constituirà un vehicle de projecció exterior de la cultura popular i tradicional catalana.

Sector Industrial

En els darrers anys, ha anat emergint un incipient sector industrial que ha confiat en la cultura tradicional, com a un possible àmbit econòmic que complementi la seves ofertes de producció; així editorials gràfiques i discogràfiques, empreses artesanals, de serveis i espectacles... lluiten per mantenir un incipient mercat laboral, malgrat tots els malgrats. Amb una atenció especialment sensible vers aquesta indústria, encarrilada a fomentar la autocupació i ha assegurar els grans riscos econòmics d'aquests moments, aquests sectors industrials podrien complementar perfectament les tasques divulgadores d'aquest projecte, ja que crearien un efecte d'interès recíproc.

Pel què fa els sectors industrials que volen seguir creant i produïnt una realitat tergiversada de la realitat cultural catalana, caldran mètodes molt llaminers i

persuasius per anar sembrant i provocant les necessitats del mercat que els esperoni a modificar els criteris errònics.

Sector Comercial

El sector del comerç ha viscut profundes transformacions en els darrers anys. L'espectacular increment del comerç de grans superfícies ha fet entrar en crisi el model tradicional del petit comerç. El comerç de grans superfícies, a més de productes de consum, incrementa cada vegada més l'oferta de serveis de lleure i alguns especialistes han batejat el sector com el futur "temple de l'oci". Destaca d'aquest sector l'homogeneïtat que presenta, la poca implantació al territori, i de vegades només la llengua ens permet endevinar en quin país ens trobem.

Com a reacció a la crisi del comerç tradicional, moltes botigues han trobat una via alternativa de supervivència amb l'oferta de productes més arrelats al país, amb una presentació artesanal com a sinònim de llur qualitat, més propers, en definitiva, als ciutadans.

Solucions com les que acabem de presentar han de fer pensar en les possibilitats de l'Administració de plantejar accions globals per oferir coherència a la imatge que els turistes perceben de la realitat del nostre país. Accions que suposin d'aconseguir, gradualment, que el comerç de grans superfícies reflecteixin els nostres costums i ajudar al petit comerç en la difusió de les nostres tradicions i menges repercutirà positivament en afermar-lo pel futur. És per tot això que des del Centre creiem en la necessitat d'emprendre un projecte d'actuació de forma conjunta amb el **Departament d'Indústria, Comerç i Turisme**. No hi ha dubte que la conscienciació dels agents turístics i comercials i dels responsables turístics dels diferents nivells de l'administració, ha de contribuir a la fidelització dels visitants, a la constitució d'elements d'atracció i a un posicionament en el mercat que reflecteixi la forma d'organització i de vida d'una societat secular.

10. LA COMUNICACIÓ EN LA CULTURA POPULAR ÉS UNA FUNCIÓ ESTRATÈGICA QUE NECESSITA D'ACTUACIONS URGENTS: LA CULTURA POPULAR ES PERCEP ENCARA COM A MARGINAL I ESTANCADA. CAL MOSTRAR EL POTENCIAL D'ATRACCIÓ I L'INTERÈS QUE AQUESTES MANIFESTACIONS TENEN PELS LLENGUATGES DE COMUNICACIÓ

a) La imatge i la comunicació de la cultura popular i tradicional

- La cultura popular i tradicional, tal i com ja s'ha indicat, té pel sector públic que menys coneix la cultura popular una imatge avorrida, anclada en el passat, poc dinàmica; és la imatge de la "peça de museu", de la "cultureta". I segurament ha esdevingut així per la concepció excessivament sacralitzada de la cultura popular, moltes vegades propiciada pels mateixos practicants que condiciona qualsevol procés de modernització.

Mantenint-se en aquesta línia, la cultura popular no està a l'alçada de les necessitats comunicatives actuals. No hi ha hagut per part de la cultura popular i tradicional l'esforç d'entrar en la dinàmica comunicativa dels nous temps en els que la informació, la imatge, la publicitat... són eines indispensables per a la projecció i la promoció pública de qualsevol iniciativa, tant en el camp amateur com en el professional. La imatge corporativa i el disseny tenen avui una **força espectacular**; la imatge és fonamental per interessar el públic.

- A més a més, a nivell de comunicació, la cultura popular que ha de competir amb la mateixa tipologia de mitjans del potent món empresarial comercial, del potent món de la indústria del lleure, tant hispànica com anglosaxona, es troba en inferioritat de condicions.

De la mateixa manera que en altres camps de la cultura s'ha optimitzat la imatge mantenint l'essencial i renovant l'enfocament, en la cultura popular cal un **PLA DE MÀRQUETING**. Es tracta de crear una línia pròpia d'estil, una línia de comunicació que posi en relleu la modernitat de la tradició. I això vol dir anar des dels logotips i marques a publicacions i material gràfic (tal com cartells, desplegable, programes) passant pel material de promoció de marxandatge (gorres, patacons, samarretes...). Tot impregnat d'una imatge actual i moderna lluny de l'obsoleta i antiquada que normalment presenten.

- Per aconseguir resultats el pla de màrqueting ha de treballar en dues direccions:

1. Endegant accions que serveixin per modernitzar la imatge dels àmbits associatius de la cultura popular.

Cal mentalitzar, incentivar i assessorar la cultura popular perquè surti del ciclostil i formi part de la nova cultura de la comunicació. Cal sensibilitzar el món associatiu de la utilitat d'equiparar la cultura popular a qualsevol altra oferta cultural, lluny de sacralitzacions, autocomplaença o victimisme i de la necessitat d'utilitzar de manera normalitzada les noves tecnologies, la publicitat i el màrqueting. Només així podrà millorar la capacitat de comunicació de les seves accions i productes i trencar amb la imatge avorrida de la cultura popular i revitalitzar-la tot obrint-la a noves generacions i col·lectius.

Cal fer un estudi personalitzat de la imatge de cada àmbit de la cultura popular. La tasca de renovació de la imatge s'ha de promoure en primer lloc en els diferents àmbits associatius, possibilitant la renovació de la seva imatge interna, els seus productes visuals (publicacions, cartelleria, programes...) i destacant les potencialitats de cadascun d'ells.

Després s'ha de crear una imatge externa global i actual de la cultura popular. Pel que fa a aquesta imatge externa, és necessària una **iniciativa global coordinada des del Centre**, però és essencial que les mateixes entitats estiguin al davant del desplegament, actuant al mateix temps d'impulsors i d'agents legitimadors. El protagonisme del món associatiu i la seva implicació en aquestes accions és la garantia de consolidació i de manteniment.

- No cal dir que el Centre s'ha de moure en la mateixa línia. El mateix discurs d'actualització d'imatge és aplicable al propi Centre configurant una nova línia d'estil que respongui adequadament a les necessitats d'atracció de nous i vells destinataris, creant un pla d'imatge visual propi.

2. Endegant campanyes de sensibilització adreçades als sectors socials permeables a la cultura popular per tal que reforcin el sentiment d'identitat i campanyes de sensibilització adreçades als sectors indiferents o reacs per facilitar la integració cultural. Malgrat que el producte a promocionar és el mateix per a tothom, la manera efectiva d'arribar a cada tipus de públic és adequant-se als llenguatges quotidians i comprensibles de cada sector de població.

La resultant d'aquest pla hauria de ser la identificació del ciutadà amb el país per mitjà de la cultura popular, de tal manera que s'incrementi la pràctica de les tradicions, la participació en les diverses manifestacions de la cultura popular i l'associacionisme.

b) La cultura popular i els mitjans de comunicació

Som a l'era dels massmèdies. Ningú no pot discutir l'enorme importància que aquests tenen en les nostres vides, la informació circula a una velocitat impressionant en els mitjans. Tot allò que no hi és present, es pot dir que no existeix.

I malauradament, el **gran volum d'activitats** que genera el món associatiu, malgrat que poden arribar a ser veritables espectacles, no troba el ressò merescut i esperat en els mitjans de comunicació de gran abast. La gent que es mou en la mateixa cultura popular demana més presència als mitjans i, en especial, un tractament semblant al de qualsevol altre camp noticiable. De fet, la cultura popular, en totes les seves manifestacions, és una altra oferta, com ho són el cinema, el teatre, ... I resulta que molta gent no assisteix a actes populars perquè no els troba ni en els llocs de consulta de lleure normals. La cultura popular no rep cap mena de consideració en aquest sentit.

Però si bé els mitjans de comunicació mantenen equivocadament la idea que la cultura popular és marginal, els mateixos protagonistes de la cultura popular no estan com ja s'ha dit a l'alçada de les necessitats comunicatives actuals. El problema entre la cultura popular i els mitjans de comunicació sembla ser doncs un problema de comprensió, de la temàtica per part dels mitjans de comunicació i del llenguatge periodístic per part de la cultura popular.

En no existir un material bàsic informatiu sobre les diferents matèries de cultura popular, els mitjans de comunicació que desconeixen el tema es limiten en general a informar sobre el fet puntual i encara amb mancances. Com que per altra banda l'associacionisme tampoc genera aquest material bàsic, pressuposant que els mitjans de comunicació són autosuficients, es tanca un cercle viciós.

Cal trencar aquesta incomunicació entre mitjans de comunicació en general i la cultura popular, facilitant l'acostament d'uns i altres en funció dels interessos comuns. La cultura popular és sempre una notícia útil periodísticament per molts motius, només cal presentar-la d'una manera atractiva al públic en general.

Per aconseguir la implicació dels mitjans, cal que disposin d'informació periòdica de tot el que fa l'entitat, es divulgui o no. De la mateixa manera, les associacions han d'adonar-se de les limitacions dels mitjans de comunicació, comprenent que els entesos en valoració periodística no són elles i en qualsevol cas, poden pactar o treballar junts per crear la notícia. És important que les entitats prenguin consciència que cada vegada més els fa falta un responsable de comunicació, una figura que poc a poc s'està imposant en les associacions més actives. Per aconseguir aquesta sensibilització, cal engegar iniciatives de formació i d'orientació adreçades al món associatiu per tal que optimitzin les seves relacions amb els mitjans de comunicació.

Per aconseguir plenament una implicació dels mitjans de comunicació en la cultura popular i l'associacionisme, el paper cohesionador del **Centre** és bàsic. Si cada sector associatiu treballa individualment es poden produir friccions, en funció dels resultats obtinguts pels uns i pels altres, sense comptar que encara accentuarien més la diferència entre els àmbits modernament preparats i els altres. El Centre ha de ser el vehiculador de la informació treballant en ambdues direccions, establint canals de comunicació personalitzada entre la gent de la cultura popular i els mitjans.

Per fer efectiva la presència de la cultura popular en els mitjans de comunicació, s'elaborarà des del Centre un **pla estratègic** de relacions amb ells que fomenti la bona relació, amb actuacions conjuntes i coordinades, aplicades a la promoció de la cultura popular i en especial de l'associacionisme. I també accions concretes tals com el foment del contacte amb els mitjans de comunicació, concretament la implicació directa amb els mitjans de comunicació locals que afavoreixin la constant presència de la cultura popular en diverses formes (entrevistes, monogràfics, articles d'opinió,...).

c) La cultura popular i la informació

Un dels problemes bàsics de la divulgació de la cultura popular és les poques possibilitats que té el públic en general d'accedir fàcilment a la informació, tant la puntual d'activitats i manifestacions, com la de temàtica especialitzada. La demanda d'informació sobre la cultura popular oscil·la des del ciutadà particular fins a les institucions estrangeres, passant pels mitjans de comunicació, les mateixes entitats, institucions, escoles, comerços... I pel que fa a les matèries sobre les que es demana informació, la gamma va de la informació mínima d'un acte, fins a la informació científica del mateix, passant per material per divulgar a l'estranger, adreces, bibliografia, ...

Una gran part de la demanda d'informació que en aquests moments s'atén de manera voluntariosa però precària es resoldrà quan s'atengui d'una manera eficaç, en benefici de la imatge del Centre i del mateix Departament. L'altra part de la demanda d'informació es resoldrà mitjançant publicacions genèriques de caire divulgatiu, les mateixes que es creïn amb funció promocional. Es tracta d'informació més àmplia, sovint concreta i personalitzada, sobre les temàtiques més diverses de la cultura popular.

Per una altra banda, la societat actual es caracteritza per la força de comunicació, i les **xarxes digitals** són el més modern mitjà per comunicar-se, que s'imposa dia a dia. Aquestes xarxes són una via que ja ha agilitzat la relació internacional, facilitant l'intercanvi tant a nivell d'estudi com de divulgació. Si es vol promocionar la cultura popular tant a nivell d'interrelació com d'oferta, cal que sigui present a **Internet**, així com a d'altres possibles xarxes de comunicació que existeixin o puguin existir.

Llevat d'accions puntuals que han fet associacions concretes, la cultural popular i l'associacionisme no són autosuficients per engegar una acció global. Des del Centre es pot coordinar una iniciativa global per tal que la cultura popular sigui a Internet d'una manera efectiva i coherent, que sota la tutela del Centre, permetrà compensar la presència d'aquells col·lectius o actes que sense ajuda quedarien marginats.

Inicialment, la presència de la cultura popular a Internet per mitjà del Centre, consolidaria la imatge d'aquest com a motor de la cultura popular catalana, donant una imatge global de la vitalitat del món associatiu català.

11 LA CULTURA TRADICIONAL ÉS UN VEHICLE ÒPTIM PER A LA TRANSMISSIÓ DE VALORS ÈTICS AL JOVENT I PER ACONSEGUIR LLUR PARTICIPACIÓ CIUTADANA

Amb el temps i el ritme accelerat en què es troba immersa la societat, no és estrany que els nuclis de les poblacions no ofereixin, a voltes, l'escalf i l'acolliment necessaris. Si a aquests fets hi sumem l'etapa crua i difícil que pateix per naturalesa l'adolescent i el jove, no se'ns pot fer estrany que en determinats nuclis urbans, bàsicament, la joventut opti per unes postures i estètiques fredes i agressives envers el seu entorn: autormarginació, violència juvenil, delinqüència, drogoaddicció, ...

És en aquests llocs on els referents culturals i d'identitat propis del nostre país poden i han de donar una nova perspectiva de futur al jovent.

Cal dir, un cop més, que el model associatiu tradicional català sempre ha afavorit la culturalització de les persones sense distinció d'edats, sexes i ideologies. És un model que ajuda al treball i a la col·laboració intergeneracional, on el jove hi té un paper molt important; fomenta el coneixement i la sensibilització envers altres cultures de nous nadius; propicia que el jovent assumeixi responsabilitats i càrrecs de presa de decisions, i per tant els ajuda a madurar; i fomenta la consciència d'identitat i pertinença dels joves al nostre país.

Bons exemples de tot això en serien les característiques que presenten les colles castelleres, en què persones de totes les edats, totes les estatures i tots els pesos; l'acceptació d'indumentàries roqueres, punki's... entre les colles de grallers i de balls de diables; la participació en la mateixa activitat de tota la família en els grups geganters; la presència en balls tradicionals oberts a tothom i especialment als joves... i així podríem anar enumerant una llarga llista d'exemples i virtuts ètiques i humanístiques. Totes aquestes opcions de cultura tradicional són, sense cap mena de dubte, la millor alternativa sociocultural per al jovent.

Si les accions del CPCPTC assoleixen una bona implantació territorial, és de ben segur que s'assolirà un dels millors camins per donar a conèixer i fer estimar la llengua i la cultura catalana entre tots els nostres joves d'una manera absolutament natural.

II - PLA DE DINAMITZACIÓ CULTURAL

**II - I MISSIÓ/OBJECTIUS GLOBALS I OBJECTIUS
 ESPECÍFICS**

II - II DESTINATARIS

**II - III DIVISIÓ TERRITORIAL I DINAMITZADORS
 CULTURALS**

II - IV RECURSOS

- PLANIFICACIÓ I PROGRAMACIÓ**
- PRODUCCIÓ**
- COMUNICACIÓ**
- RECERCA**
- FINANÇAMENT**

II - PLA DE DINAMITZACIÓ CULTURAL

Cadascun dels apartats que hem presentat en la introducció són aspectes que reflecteixen la fragilitat en què es troba la cultura popular i tradicional catalana i dels que se'n desprèn la necessitat de reforçar-la per tal de refermar la consciència d'identitat nacional.

Aquesta situació, que va ser prou explícita en el II Congrés de Cultura Popular i Tradicional Catalana, ens porta, com ja hem indicat al principi, a contribuir al reforçament de la identitat nacional amb un PLA DE DINAMITZACIÓ CULTURAL que intitulem "La cultura popular en un projecte cultural nacional" i que suposa l'actuació decidida i global a tot Catalunya. Es tracta de reactivar el concepte de tradició, tot alliberant-lo del conformisme i conjuminant les potencialitats del passat amb el dinàmic present. Es tracta de normalitzar la cultura popular catalana de tal manera que aquesta assoleixi plena presència en tot el territori català, en tots els camps i en tots els sectors socials i s'integri dinàmicament en un sistema cultural complet i plenament català.

Això requereix transformar el Centre en una veritable "agència d'agitació cultural", orientada a revitalitzar, reforçar i expandir les **manifestacions de la cultura tradicional i popular** i a impulsar les **activitats populars de cultura** de qualsevol signe. El Centre ha d'esdevenir:

- un nucli productor d'iniciatives
- un punt d'informació i difusió
- un centre de formació per a directius i dinamitzadors d'entitats
- un servei de promoció econòmica per a les associacions
- un òrgan de promoció i difusió de la vida associativa, de les activitats de cultura tradicional i de les activitats populars de cultura
- un centre de màrqueting operatiu de la cultura popular i de l'associacionisme cultural
- un espai que faciliti, sense entrebancs, activitats lúdiques pels infants i joves dels barris amb problemes d'estructura identitària
- una oferta integradora a través de la cultura tradicional catalana.
- un espai de relació per a les entitats
- un servei d'assessorament per a les Corporacions locals

- Cal preveure les fases de l'aplicació del Pla de dinamització cultural.

II - I **MISSIÓ**
OBJECTIUS GLOBALS
OBJECTIUS ESPECÍFICS

MISSIÓ-FINALITAT

INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓ ACTIVA I EXTENDRE EL CONSUM DE CULTURA POPULAR I TRADICIONAL A TOTA LA SOCIETAT CIVIL CATALANA PER INCENTIVAR I CONSOLIDAR LA COHESIÓ SOCIAL I LA CONSCIÈNCIA D'IDENTITAT NACIONAL

OBJECTIUS GLOBALS

1. NORMALITZACIÓ DE LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL CATALANA EN ELS SECTORS SOCIALS PERMEABLES PER TAL DE REFORÇAR EL SENTIMENT D'IDENTITAT A PARTIR DE LA PARTICIPACIÓ
2. SENSIBILITZACIÓ DELS SECTORS SOCIALS INDIFERENTS O REACIS A LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL QUE FACILITI LA INTEGRACIÓ CULTURAL I AJUDI A CREAR UN SENTIMENT D'IDENTITAT, REACTIVANT EL CONCEPTE DE TRADICIÓ EN UN MARC INNOVADOR

II - II DESTINATARIS

Per la pròpia definició del Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana, el receptor de les activitats i recursos que generi és la societat civil en general.

Per incrementar, però, l'eficàcia de les actuacions compreses en el Pla, és necessari segmentar la societat. La segmentació que hem elaborat, i que presentem a la taula de la pàgina següent, respon al tractament diferenciat que cal establir pels diversos agents socials: mitjans de comunicació, administració pública, col·lectiu educatiu, agents econòmics, l'associacionisme i una primera segmentació de la població basada en llur actitud envers la cultura popular. Aquesta primera segmentació permetrà crear els canals adients per a relacionar-nos amb cada agent social amb el màxim d'eficàcia, així com amplificar la repercussió de les accions del Centre i rendibilitzar al màxim les infraestructures i serveis ja existents a l'Administració de la Generalitat.

DESTINATARIS	
SOCIETAT EN GENERAL	SECTORS INDIFERENTS I IMPERMEABLES
	SECTORS PERMEABLES: SEGMENTACIONS - MAILINGS
ASSOCIACIONS SENSE FINALITAT DE LUCRE (1)	ASSOCIACIONS CULTURALS
	ASSOCIACIONS D'ATENCIÓ SOCIAL
	ASSOCIACIONS DE COOPERACIÓ INTERNACIONAL
AGENTS ECONÒMICS	SECTOR INDUSTRIAL
	SECTOR COMERÇ
	EMPRESSES EDITORES
	EMPRESSES TURÍSTIQUES
COL·LECTIU EDUCATIU	ESCOLA PÚBLICA
	CENTRES DE RECURSOS
	ENSENYAMENT PRIMARI I SECUNDARI
	ENSENYAMENT UNIVERSITARI
	ESCOLA PRIVADA
	ENSENYAMENT NO REGLAT
ADMINISTRACIÓ PÚBLICA	AJUNTAMENTS
	ENTITATS MUNICIPALS
	CONSELLS COMARCALS
	DEPARTAMENTS DE LA GENERALITAT
	DIPUTACIONS
	ADMINISTRACIONS AUTONÒMIQUES
	GOVERN CENTRAL
UNIÓ EUROPEA	
MITJANS DE COMUNICACIÓ	PREMSA
	RÀDIO
	TELEVISIÓ
	AGÈNCIES D'INFORMACIÓ
	XARXES DIGITALS

(1) La classificació pormenoritzada de les associacions sense finalitat de lucre està desenvolupada a l'ANNEX 1

II - III DIVISIÓ TERRITORIAL I DINAMITZADORS TERRITORIALS

DIVISIÓ TERRITORIAL

La cultura popular a Catalunya és molt diversa i presenta característiques molt diferenciades en cada un dels seus territoris. En aquest sentit, la voluntat del Centre és posicionar-se amb un tractament molt acurat de les manifestacions populars i tradicionals en cada territori.

Per tal que la societat civil sigui la gran protagonista d'aquest pla de dinamització, cal descentralitzar les ofertes i els serveis i apropar-los directament al ciutadà. I això suposa que el PLA DE DINAMITZACIÓ CULTURAL, amb una gestió coordinada des del mateix Centre, es basa en una divisió territorial amb agrupacions d'una o més comarques, ciutats o barris -en dependència de la seva dimensió i complexitat-. Atenint-nos a les particularitats de cada territori s'elaboraran Plans de Dinamització Cultural específics per a cada lloc, projectes que es complementaran amb accions globals per a tot el país. Aquesta voluntat d'acostament suposa la creació de la figura del DINAMITZADOR CULTURAL, en concert amb les consells comarcals o entitats culturals de cada zona. Només així el pla s'aplicarà de manera òptima.

DINAMITZADORS CULTURALS TERRITORIALS

El perfil dels dinamitzadors és molt específic quan a la necessitat de conèixer la realitat i els potencials del territori en cultura popular i associacionisme. Es requereix professionalització del gestor, amb experiència de planificació i discerniment de criteris, però es requereix també caràcter i voluntat decidida de compromís en el desenvolupament de la zona, atesa la necessitat de fluidesa de relació amb els grups, associacions i entitats locals del seu territori. També es requerirà la seva participació en cursos de planificació i de gestió, i en el seguiment i l'avaluació de projectes.

Durant el període d'aplicació d'aquest Pla de Dinamització, el dinamitzador serà una peça clau per assegurar l'adequació a les característiques de cada zona. Fent una tasca conjunta amb els grups, associacions i entitats locals, i coordinats i dirigits des del Centre. Els dinamitzadors hauran de fer el treball de camp que permeti avaluar la dinàmica sociocultural de la comarca, diagnosticar les necessitats existents a les organitzacions i indicar els camins de suport més adequats per a cada cas per poder programar tot un pla de dinamització a la carta, particularitzat per a cada territori.

II - IV RECURSOS

Els recursos que el Centre pretén oferir a través del Pla de Dinamització Cultural es classifiquen en 5 grans blocs:

PLANIFICACIÓ I PROGRAMACIÓ
PRODUCCIÓ
COMUNICACIÓ
RECERCA
FINANÇAMENT

Aquests blocs tenen paral·lel amb les funcions analítiques dels models d'aplicació de la UNESCO (producció-difusió-recerca-finançament)

Cadascun d'aquests blocs de recursos, que es subdivideix en àmbits d'actuació, pretén donar suport a cada un dels objectius específics

RECURSOS I ÀMBITS D'ACTUACIÓ DEL CPCPTC	
RECURSOS	ÀMBITS
PROGRAMACIÓ	PLANIFICACIÓ I PROGRAMACIÓ EXTERNA
	ESTUDIS
PRODUCCIÓ	FORMACIÓ
	ACTIVITATS
COMUNICACIÓ	IMATGE
	INFORMACIÓ
	DIFUSIÓ
	EDICIÓ
RECERCA	DOCUMENTACIÓ
	RECERCA
FINANÇAMENT	AJUTS PER A PROGRAMES DE RENOVACIÓ ASSOCIATIVA
	AJUTS PER A PROGRAMES DE DINAMITZACIÓ CULTURAL (PRODUCCIÓ D'ACTIVITATS)
	AJUTS PER A ACCIONS D'EDICIÓ I DIFUSIÓ
	AJUTS PER A RECERCA
	AJUTS PER A INFRASTRUCTURA

El disseny d'accions que es generaran a partir dels àmbits presentats es caracteritzen pel següent:

- Els **recursos** de programació, producció, comunicació, recerca i finançament s'adrecen a assolir els **objectius específics** que es detallaran en cada bloc.
- Sempre que sigui possible, la implantació d'accions es gestionarà a través de les **Associacions sense ànim de lucre** presents a la societat civil. La canalització a través d'aquestes organitzacions assegurarà la **flexibilitat** i **agilitat** que han de caracteritzar les nostres accions, així com l'òptima gestió de recursos.
- La implantació d'accions s'adaptarà a les necessitats i requeriments de cada comarca de Catalunya. La voluntat de **descentralitzar** tan com es pugui la nostra acció es farà efectiva amb la participació dels Consells comarcals, els ajuntaments, les associacions de cada zona i els **dinamitzadors culturals territorials**, figura de nova creació que tindrà un paper clau en el diagnòstic de necessitats i la coordinació d'accions.
- Les accions específiques pel **sector social jove**, basades en aconseguir la seva participació activa en les entitats, vital pel futur de l'associacionisme, es portaran a terme fomentant la relació intergeneracional, bàsica per a la transmissió de valors i per acostar la cultura popular a llurs referents. Propiciar l'associacionisme exclusivament juvenil comporta efectes d'isolament, efectes que no es donen en els col·lectius amb participació de diferents generacions.
- Les accions específiques per a la població de procedència **immigrant** es fonamenten en una integració cultural que es porti a terme de forma *natural*, sense posicionar aquests segments socials com a *problema*. En tot cas, la diferència de tractament entre territoris de població autòctona i territoris amb percentatges de sector immigrant molt elevats, consistirà en una programació personalitzada per a cada cas confeccionada a partir de les accions previstes en el menú de les actuacions que el Centre ofereix a tothom i en la intensitat de l'aplicació d'aquestes accions.
- Les accions específiques per la revitalització de les més de tres mil entitats pluridisciplinars amb arrel ateniàstica de Catalunya i que han de constituir l'alternativa a la proliferació dels casals cívics, es portarà a terme amb la mateixa tipologia d'accions que la resta d'associacions. La diferència de tractament, en tot cas, serà també una programació personalitzada per a cada cas i confeccionada a partir de les accions previstes en el menú d'actuacions del Centre i en la intensitat de l'aplicació d'aquestes accions.

▪ Si bé sembla que la forma més idònia de presentar en aquest projecte els recursos que el Centre vol oferir a la societat fóra que a cada objectiu específic li correspongués un desplegament de recursos, les accions que el Centre vol portar a terme estan tant cohesionades i imbricades les unes amb les altres, que ho fan molt difícil. És per això que els recursos es presenten en funció de la **tipologia d'accions** i dels **destinataris** i no pas com a solucions específiques per atansar-nos, acció a acció, a cadascun dels **objectius específics**.

▪ Els recursos de **producció-formació** adreçats a l'associacionisme responen a les diferents necessitats plantejades a la introducció.

▪ Les accions es materialitzen en diferents estàndards que hem anomenat **formats d'activitat**. Presentem, doncs, la relació de formats d'activitat que aniran apareixent al presentar cada bloc de recursos:

FORMAT	Abreviatura	FORMAT	Abreviatura	FORMAT	Abreviatura
CURS	CU	FESTIVAL	FTV	TALLER	TA
CONGRÉS	CON	CONFERÈNCIA	CO	JORNADA	JOR
EXPOSICIÓ	EX	FESTA	FES	PREMI	PR
MOSTRA	MOS	AUDICIÓ	AU	SEMINARI	SEM
CERTAMEN	CE	ESPECTACLE	ES	CONCERT	CON
TAULA RODONA	TR				

▪ La presentació de les accions inclou, força vegades, exemples d'**entitat gestora** amb les quals s'ha mantingut alguna relació. Aquesta presentació no té altra pretensió que la de servir de proposta, que, a partir del diàleg amb els diferents territoris, s'anirà modificant.

▪ En totes les accions que endegarà el Centre s'especifica els **destinataris** o segments socials als que van dirigides, i que poden ser molt específics en determinats àmbits -gestors d'associacions, professionals, col·lectiu educatiu....- o molt generals, com és el cas d'accions destinades a tota la societat en general.

▪ L'oferta d'accions s'estructura en **continguts** homòlegs, que s'han dissenyat de forma conjunta i que responen a temes o conjunts de recursos semblants.

RECURSOS DE PLANIFICACIÓ I DE PROGRAMACIÓ

Els recursos de planificació i programació que ofereix el Centre s'agrupen en dos àmbits d'actuació:

ÀMBIT DE PLANIFICACIÓ I PROGRAMACIÓ TERRITORIAL

ÀMBIT D'ESTUDIS

ÀMBIT DE PLANIFICACIÓ I PROGRAMACIÓ TERRITORIAL

La planificació i programació són funcions bàsiques per a l'activitat de qualsevol organització o empresa. La situació de precarietat en què es troba la pràctica de cultura popular i tradicional, les transformacions que amenacen a curt termini elements de la nostra identitat, i la dispersió dels col·lectius que promociónen la cultura popular, converteixen els recursos de planificació en una estratègia indispensable per ajudar a la societat civil a programar la seva pròpia acció cultural. Aquesta necessitat es fa molt més palesa si tenim en compte la limitació dels recursos econòmics de l'administració, que converteixen la col·laboració entre administracions i la societat civil en indispensable per a la dinamització social.

1 ■ OBJECTIUS: Es pretén assolir els següents objectius específics:

1 ASSOCIACIONISME	5 CULTURA DE MASSES
	6 AGENTS TURÍSTICS
4 COMUNICACIÓ	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ DESTINATARIS:

Els destinataris de la planificació i la programació són els col·lectius següents:

- GESTORS D'ASSOCIACIONS
- CORPORACIONS LOCALS
- CONSELLS COMARCALS

3 ■ ACCIONS

Les línies de recursos que el Centre oferirà són:

- Planificació i programació dels plans de dinamització cultural territorial, de forma conjunta entre el Centre, els consells comarcals, els ajuntaments i les associacions i amb la col·laboració dels dinamitzadors territorials.
- Col·laboració amb les associacions per a la planificació estratègica de línies d'acció i elaboració de projectes (promoció associativa, patrocini...) conjuntament amb els dinamitzadors comarcals.
- Elaboració d'indicadors per a l'avaluació d'impacte de les accions formatives, d'activitats, de recerca i de comunicació promogudes pel Centre. Coordinació de l'avaluació de la implantació de recursos i reprogramació.
- Suport a les associacions per a l'elaboració de projectes de dimensió europea: identificació de socis, facilitació de la relació i de l'assumpció conjunta de projectes entre associacions, sector privat i administracions.

ÀMBIT D'ESTUDIS

Les decisions per a la implantació d'accions al territori necessiten cada vegada més de dades orientatives sobre tendències socials i d'experiències alienes que puguin servir d'exemple per a les nostres accions.

En el sector de la cultura popular i tradicional i de l'associacionisme cultural, els estudis quantitius i qualitius, al nostre país, són molt escadussers. És per això que caldran accions per detectar opinions en diferents territoris i segments socials mitjançant estudis de camp.

1 ■ OBJECTIUS: Es pretén assolir els objectius específics destacats en color blanc:

1 ASSOCIACIONISME	5 CULTURA DE MASSES
	6 AGENTS TURÍSTICS
4 COMUNICACIÓ	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ DESTINATARIS:

Els destinataris de l'àmbit d'estudis està constituït per la societat en general.

3 ■ ACCIONS

Les línies de recursos que el Centre oferirà són:

- Prospecció de moviments socials que impliquin noves expressions de cultura popular
- Obtenció de documentació pel que fa al tractament de la cultura popular i tradicional a altres països i anticipar-se a commemoracions especials de la cultura popular i tradicional a Catalunya.
- Encàrrec o adaptació d'estudis quantitius o qualitius (consum cultural, comportament al temps del lleure, renovació dels models de l'associacionisme...) que aportin informació de tendències pel tractament de la cultura popular i tradicional a Catalunya.

RECURSOS DE PRODUCCIÓ

Els recursos de producció que ofereix el Centre s'agrupen en dos àmbits d'actuació:

ÀMBIT DE FORMACIÓ

ÀMBIT D'ACTIVITATS

ÀMBIT DE FORMACIÓ

La formació, en la societat de canvi frenètic en la que vivim, ja no es defineix com una característica d'una etapa de la vida: adquirir i actualitzar coneixements és una necessitat al llarg de tota la vida.

En l'àmbit de la cultura popular aquesta necessitat es percep avui amb especial agudesa: els esforços de modernització que, inexorablement, ha d'assumir l'**associacionisme cultural** per assegurar la seva presència a la societat mitjançant l'obertura, la millora de la gestió i la renovació del discurs i el requeriment d'accions per millorar la gestió cultural per part dels **tècnics de les corporacions locals** i dels **professionals** del sector privat, fan de la funció formativa un catalitzador que ha portat al Centre -amatent davant d'aquesta demanda social- a dissenyar unes accions formatives pensades, doncs, per assolir els objectius específics que es persegueixen.

El programa formatiu s'ha confegit pensant en una formació **flexible**, amb atenció a la realitat canviant i amb capacitat de reaccionar amb **agilitat** davant propostes d'interès o de detecció de noves necessitats. S'oferirà una formació **popular**, adreçada a amplis col·lectius i en defensa de la participació, des d'una formació **arrelada i integradora**.

Aquest tipus de formació difereix notablement d'aquelles accions en format curs que es presenten en l'àmbit d'activitats. Es tracta d'una formació presencial, avaluable, en la que no es persegueix com a objectiu primordial la divulgació.

Així doncs, la integració d'esforços entre el Centre, les Associacions que oferiran formació, el conjunt de Destinataris receptors de la formació, així com la col·laboració de Districtes, Ajuntaments, i Consells comarcals permetrà portar a terme la veritable dinamització social.

De l'àmbit de formació en parlarem des de la perspectiva TÈCNICA i des de la perspectiva ARTÍSTICA. D'ambdues se'n deriva la classificació de **continguts** que es considera necessari treballar per a una formació òptima que respongui a les necessitats plantejades a la introducció i als objectius que se n'han derivat.

ÀMBITS D'ACTUACIÓ	CLASSIFICACIÓ D'ÀMBITS (1)	CONTINGUTS (2)
FORMACIÓ	TÈCNICA	PLANIFICACIÓ ESTRATÈGICA DE L'ASSOCIACIÓ
		IMPLANTACIÓ DE PROJECTES I RECURSOS
		IMATGE I SO
		RECERCA ETNOGRÀFICA
		SUPORT ARTS ESCÈNIQUES
		FORMACIÓ OCUPACIONAL
		POSTGRAUS I MÀSTERS
	ARTÍSTICA	MÚSICA POPULAR I TRADICIONAL
		DANSA POPULAR I TRADICIONAL
		FESTA I TRADICIÓ
		INTERDISCIPLINAR

(1)

FORMACIÓ TÈCNICA

La formació tècnica transferirà coneixements, habilitats, eines i actituds per millorar la **gestió** en els àmbits d'actuació dels nostres destinataris o segments socials als que van dirigides les nostres accions. S'oferiran tècniques de suport a la recerca. Es pretén, així mateix, aconseguir un millor coneixement de la **realitat territorial i social** i **facilitar la inserció laboral**.

FORMACIÓ ARTÍSTICA

La formació artística transferirà conceptes, habilitats, eines i actituds per incrementar el coneixement i la divulgació de tots aquells elements que vertebraven la identitat de la cultura popular i tradicional catalana.

(2)

CONTINGUTS DE FORMACIÓ TÈCNICA

Planificació estratègica de l'associació

Plantejaments que fan referència a l'estudi de l'entorn, els recursos humans i la gestió estratègica.

Implantació de projectes i recursos

Tècniques i estratègies per a estimular i garantir la qualitat en l'aplicació de recursos i la gestió de projectes

Imatge i so

Continguts per atendre les necessitats dels tècnics en aquests camps

Recerca etnogràfica

Atendre les necessitats dels investigadors en la recerca

Suport arts escèniques

Tècniques per a divulgar recursos de suport a aquells elements d'espectacles d'arts escèniques

Formació ocupacional

Conjunt d'accions formatives orientades al mercat laboral.

Postgraus i màsters

Programes d'especialització en cultura popular i tradicional.

CONTINGUTS DE FORMACIÓ ARTÍSTICA

Música popular i tradicional

Optimitzar l'experiència acumulada des del Centre en aquest apartat i satisfer la demanda actual existent.

Dansa tradicional,

Contingut que oferirà un mestratge i permetrà ampliar el repertori de dansa tradicional.

Festa i tradició

Conjunt de continguts que potenciaran la resta d'elements festius de la cultura popular i tradicional.

Interdisciplinars

Conjunt de continguts que permetran acostar diferents temàtiques als interessats.

FORMACIÓ TÈCNICA

1 ■ OBJECTIUS: Es pretén assolir els següents objectius específics:

1 ASSOCIACIONISME	
2 RECERCA	6 AGENTS TURÍSTICS
4 COMUNICACIÓ	

2 ■ DESTINATARIS:

Tal i com s'indica a la taula de la pàgina següent, els destinataris de la formació tècnica són els col·lectius següents:

- GESTORS D'ASSOCIACIONS
- TÈCNICS DE CORPORACIONS LOCALS
- TÈCNICS DEL SECTOR PRIVAT.
- CREATIUS DE RÀDIO I TV
- INVESTIGADORS I GRUPS DE RECERCA
- GRUPS DE TEATRE I DANSA
- PERSONES EN SITUACIÓ D'ATUR
- LLICENCIATS I EXPERTS

3 ■ ACCIONS

El format d'activitat de les accions de l'àmbit de formació tècnica es materialitzen, tots, en format *curs*. A la pàgina següent es presenta, gràficament, la taula descriptiva en la que es detalla el **temari** dels cursos, els **continguts** que agrupen a cada conjunt de cursos, així com els **destinataris** i les associacions que gestionaran aquests cursos, que s'engloben en l'epígraf **entitat gestora**.

FORMACIÓ TÈCNICA				
DESTINATARIS	CONTINGUTS	TEMARI (1)	FORMAT ACTIVITAT	ENTITAT GESTORA
Gestors d'entitats, tècnics professionals, Ajuntaments i Consells Comarcals	Planificació estratègica de l'associació	Informàtica per a la gestió	CURSOS (ÀULA DE GESTIÓ EN CULTURA POPULAR I ASSOCIATIVA)	Fundació Pere Tarrés, associació cultural Bloc, TR prod. culturals, Ready.soft...
		Comunicació interna i externa		
		Gestió de la documentació : la biblioteca i l'arxiu		
		Anàlisi de l'entorn : agents culturals i territori		
		Els recursos humans		
		La planificació estratègica		
		Gestió econòmica : anàlisi i interpretació		
		Diversificació del finançament		
	Implantació de projectes i recursos	El soci: element estratègic de l'assoc.		
		Elements de màrqueting de serveis		
		Marc jurídic		
		Marc fiscal		
		Europa i la cultura		
		El patrocini d'activitats		
		Qualitat en els serveis associatius		
		Internet : buscadors i servidors		
		Actuació en el territori: dinamitzar		
		Valorització del patrimoni cultural		
		Organització de la festa : contractes, assegurances...		
		Itineraris i visites culturals		
Organització d'exposicions				
Recuperació del calendari festiu				
Cultura popular i desenvolupament territorial				
Creatius de ràdio i TV	Imatge i so	Realització i guionatge en cult. trad.	CURSOS	T.V.C.
Investigadors, grups de recerca,...		Audio per a la recerca etnogràfica		Catalunya Radio
		Vídeo i foto per a la recerca etnogràfica		Paral.lel 40
	Recerca etnogràfica	Organització de camps de treball	CURSOS	Museu del Montsià, Camutxa, ...
		Gestió i restitució del patrimoni		
Grups de teatre, dansa, ...	Suport arts Escèniques	Escenografia, maquillatge,...	CURSOS	Federació de grups amateurs de teatre
		Il.luminació artística		
		Sonorització		
Persones en situació d'atur	Cursos ocupacionals	Gestió d'entitats culturals	CURSOS	Col·legi de llicenciats
Llicenciats o experts	Postgraus i Màsters	Gestió i animació de la cultura popular	CURSOS	Universitat Ramon Llull

(1) .- Per al desglossament detallat de cada curs en forma de fitxa, veure ANNEX 5

FORMACIÓ ARTÍSTICA

1 ■ OBJECTIUS: Es pretén assolir els següents objectius específics:

1 ASSOCIACIONISME	
2 RECERCA	
3 ENSENYAMENT	
	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ DESTINATARIS:

Tal i com s'indica a la taula de la pàgina següent, els destinataris de la formació artística són els col·lectius següents:

- MÚSICS I INTÈRPRETS
- DIRECTORS D'ESBARTS, BALLARINS I DINAMITZADORS
- GESTORS D'ENTITATS I ANIMADORS SÒCIO-CULTURALS
- PERSONES INTERESSADES

3 ■ ACCIONS

El **format d'activitat** de les accions de l'àmbit de formació artística es materialitzen, en els formats *curs*, *seminari* i *escola d'estiu*. A la pàgina següent es presenta, gràficament, la taula descriptiva en la que es detalla el **temari** dels cursos, els **continguts** que agrupen a cada conjunt de cursos, així com els **destinataris** i les associacions que gestionaran aquests cursos, que s'engloben en l'epígraf **entitat gestora**.

FORMACIÓ ARTÍSTICA				
DESTINATARIS	CONTINGUTS	TEMARI (1)	FORMAT ACTIVITAT	ENTITAT GESTORA
Músics, intèrprets i especialistes de tots els camps	MÚSICA TRADICIONAL POPULAR	Mestratge en música tradicional i popular	CURSOS (AULA DE MÚSICA TRADICIONAL I POPULAR)	CPCPTC, CAT, Agrupació de Colles Geganteres, ...
		Interpretació i tècnica dels instruments		
		Monogràfics musicals		
		Intercanvis d'experiències		
Directors d'esbarts, mestres, ballarins, dinamitzadors del lleure	DANSA TRADICIONAL	Repertori de dansa tradicional	CURSOS (AULA DE DANSA TRADICIONAL)	Federacions d'àmbits de dansa (Obra Ballet Popular Federació sardanista ...)
		Seminaris monogràfics (balls de saló, sardanes..)		
		Mestratge en dansa trad.		
Gestors, membres d'entitats, APA's, AAVV, animadors socio-culturals	FESTA I TRADICIÓ	Artesania de la festa	CURSOS MONOGRÀFICS	Centre Artesania
		Jocs i esports tradicionals		I.N.E.F.C.
		Gastronomia del cicle de l'any		a concretar
		Foc i pirotècnia		Federació bestiar
		Indumentària i disfresses		a concretar
Persones interessades en aquests camps	INTERDISCIPLINAR	Música tradicional	CURSOS (ESCOLA D'ESTIU)	Totes les entitats implicades anteriorment
		Dansa tradicional		
		Imatgeria i teatre popular		
		Artesania de la festa, jocs i competicions trad.		

(1) .- Per al desglossament detallat de cada curs en forma de fitxa, veure ANNEX 6

ÀMBIT D'ACTIVITATS

L'impuls d'activitats de cultura popular i tradicional és una opció fonamental per a la dinamització de la societat, ja que provoca efectes perceptibles a curt termini, permet impulsar i modificar actituds en territoris on d'altres estratègies no serien possibles i representa la forma més viva de potenciar la nostra identitat front a les tendències homogeneitzadores presents.

De l'àmbit d'activitats en parlarem des de la perspectiva de CULTURA POPULAR I TRADICIONAL i de CULTURA POPULAR que, tal i com hem assenyalat al punt I - II 5B de la introducció.

ÀMBITS D'ACTUACIÓ	CLASSIFICACIÓ D'ÀMBITS (1)	CONTINGUTS (2)
ACTIVITATS	POPULAR I TRADICIONAL	CICLE DE L'ANY I DE LA VIDA
		ELEMENTS DESTIUS TRADICIONALS
		ELEMENTS ASSOCIATIUS TRADICIONALS
	POPULAR	HUMANITATS
		LLENGUATGES ARTÍSTICS

(1)

CULTURA POPULAR I TRADICIONAL

Conjunt de coneixements, manifestacions i creences passats i presents de la nostra identitat col·lectiva

CULTURA POPULAR

Coneixement general acumulat per la societat i activitats amateur d'humanitats i llenguatges artístics

(2)

Cicle de l'any i de la vida

La societat es regeix individualment i col·lectiva per la combinació del cicle de l'any i del cicle de la vida. El primer es repeteix seguint cicles: festes, costums, hàbits, temperatures... es segueixen any rere any. El segon cicle, procés inexorable de la vida, ens porta de la infantesa a la vellesa per estadis condicionats per condicionants personals i socials.

El cicle de l'any, si bé que repetitiu, és diferent cada any pel canvi produït en la persona, en l'entorn immediat i en l'entorn social. Les relacions personals, el treball, el lleure, la festa... tenen, per tant, respostes diferents en la mateixa persona en edats diferents.

Dins d'aquests dos cicles s'hi engloba tota la vida individual i col·lectiva en relació a un mateix territori i una mateixa cultura, que han configurat uns costums i tradicions que emmarquen la manera de ser i els trets d'identitat d'un país.

Presentem a continuació una taula dels apartats que generen aquests cicles

(Per entrar en més detall veure ANNEX 2)

CICLES DE L'ANY I DE LA VIDA	costums socials
	calendari festiu i de celebracions
	festa
	imaginari popular
	religiositat popular
	gastronomia popular
	música i cançons populars
	dansa
	jocs i competicions tradicionals
	dramatúrgies tradicionals
	oficis i artesans
	literatura popular i tradició oral

Elements festius tradicionals

Les festes són la màxima expressió comunitària d'un país, i amb la recuperació de les nostres tradicions s'han impulsat i recuperat molts elements festius autòctons, amb la voluntat de restitució del nostre patrimoni i de la identitat nacional catalana. Aquesta recuperació ha estat possible, principalment, pel moviment popular i aquests elements es mantenen en activitat constant per la tasca de col·lectius de persones organitzats com a associacions sense ànim de lucre o grups artístics semi-professionals, que dediquen el seu temps de lleure a treballar alguna d'aquestes disciplines populars. S'ha realitzat un esforç per agrupar els elements festius tradicionals de la forma que presentem en la taula següent.

ELEMENTS FESTIUS TRADICIONALS	ENTREMESOS CORPORIS	Antropomòrfics	Gegants, nans...
		Zoomòrfics	Dracs, cavallets...
	MÚSICA I CANÇÓ	Música	Grallers, cobles...
		Cançó	Caramelles, cant coral...
	CONSTRUCCIONS HUMANES	Gimnàstiques	Castells, falcons
		Simbòliques	Mobdganges i danses
	TRABUCS I PIROTÈCNIA	Trabucs	Trabucaires, balls de Serrallonga...
		Pirotècnia	Bestiari de foc, diables...
	BALLS I DANSES	Espectacle	Esbarts, balls de gitanes...
		Balls tradicionals	Ball pla, balls de bastons...
Balls populars		Balls de saló, sardanes...	

Elements associatius tradicionals

La força del moviment associatiu català arrenca el segle passat, en tres moviments que, interrelacionant-se, prefiguren l'esquema essencial de l'associacionisme actual i que presentem tot seguit.
(Per entrar en més detall veure ANNEX 3)

ASSOCIACIONS CULTURALS TRADICIONALS	EXCURSIONISTES
	ATENEÍSTICS
	CLAVERIANES

Els continguts d'Humanitats es classifiquen de la forma que es mostra a la taula següent

HUMANITATS	HISTÒRIA
	GEOGRAFIA
	ANTROPOLOGIA
	SOCIOLOGIA
	HISTÒRIA DE L'ART
	HISTÒRIA DE LA LITERATURA

Els continguts de Llenguatges artístics es classifiquen de la forma que es mostra a la taula següent

LLENGUATGES ARTÍSTICS	AUDIOVISUALS
	MÚSICA
	ARTS ESCÈNIQUES
	PLÀSTICA

ACTIVITATS DE CULTURA POPULAR I TRADICIONAL

1 ■ OBJECTIUS: Es pretén assolir els següents objectius específics:

1 ASSOCIACIONISME	5 CULTURA DE MASSES
2 RECERCA	6 AGENTS TURÍSTICS
3 ENSENYAMENT	7 PROJECCIÓ EXTERIOR
	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ DESTINATARIS:

El **destinatari final** de les activitats de cultura popular i tradicional és la societat en general. Aquestes activitats, però, obtenen ressò a la societat a través d'uns **destinataris immediats** tal i com veurem a les taules d'activitats formats pels col·lectius de les Associacions, Fundacions, Agents de turisme, Administració local, monitors de lleure d'hotel, músics, luthiers, programadors...

3 ■ ACCIONS

Les accions de l'àmbit d'activitats de cultura popular i tradicional es materialitzen en activitats de **format d'activitat** *exposició, audició, taller...* A la pàgina següent es presenten de forma exhaustiva, conjuntament els **destinataris** i les associacions que gestionaran aquestes activitats, que s'engloben en l'epígraf **entitat gestora**.

Per al desglossament detallat de cada activitat en forma de fitxa, veure **ANNEX 7**

Destinatari

Associacions, fundacions, administració pública

Format d'activitat

Espectacle

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials		
	Festa		
	Imaginari popular	Joan de l'Os, Pirene, Comte Arnau	La Roda
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu-celebracions	St. Jordi, Castanyada, Caga Tió	La Roda
	Música i cançó	Tradicionàrius al Pallars	Associació cultural TRAM
	Balls i danses	Dansàneu	Municipis aneuencs
	Jocs i competicions trad.		
	Dramatúrgies tradicionals	Els Pastorets, representacions històriques	La Roda
Col·lectius festius tradicionals	Oficis i artesans		
	Literatura popular i trad. oral		
	Entremesos corporis		
	Música i cançó	Xarxa Intercomarcal d'arts escèniques d'arrel tradicional	FUSIC
Balls i danses			
Construccions humanes			
Trabucs i pirotècnia			
Col·lectius associatius tradicionals	Ateneístics		
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

Format d'activitat

Taller

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials		
	Festa	Engalanaments florals : enramades...	La Roda
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars	Àpats dels cicles de l'any	a concretar
	Calendari festiu i celebracions		
	Música i cançó		
	Balls i danses	Reconstrucció de balls del territori	Aula de dansa tradicional
	Jocs i competicions tradicion.	Bitlles. Cucanyes	Federació bitlles tradicionals
	Dramatúrgies tradicionals		
Col·lectius festius tradicionals	Oficis i artesans	Constr. intruments de bufar, picar, rascar	Associació cultural TRAM
	Literatura popular i trad. oral		
	Entremesos corporis	Gegants i nans	Agrupació colles geganteres
	Música i cançó	Caramelles, nades i cors de carnaval	Federació de cors de clavé
	Balls i danses	Bastons, sardanes,	Fed. sardanista i bastoners
Col·lectius associatius tradicionals	Construccions humanes		
	Trabucs i pirotècnia		
	Ateneístics		
Col·lectius associatius tradicionals	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

Format d'activitat	Exposició
--------------------	-----------

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials	Catalunya identitats	CPCPTC i entitats IPEC
	Festa	Records d'una festa major	Ecomuseu Valls d'Àneu
	Imaginari popular		
	Religiositat popular	Deu-nos aigua, si ens convé!	Carrutxa
	Menges populars	Cultura i objectes	CPCPTC
	Calendari festiu i celebracions	Les festes i els calendaris (ramader, ...)	CPCPTC
	Música i cançó	El Cançoner Popular de Catalunya	CPCPTC
	Balls i danses	De lin e de lan. Indumentària festiva	Museu d'era Val d'Aran
	Jocs i competicions tradicion.	Joguines tradicionals del Montsià	Museu del Montsià
	Dramatúrgies tradicionals	Olesa sent la seva Passió	La Passió d'Olesa
	Oficis i artesans	Ceràmica i terrissa catalana	CPCPTC
Literatura popular i trad. oral			
Col.lectius festius tradicionals	Entremesos corporis	Bestiari de Foc a Catalunya	CPCPTC
	Música i cançó	Gegants i dracs de Wallonie (Brusel·les)	
	Balls i danses	The Sprit of Catalonia	
	Construccions humanes	Imatges Castelleres	Museu de Valls
Col.lectius associatius tradicionals	Trabucs i pirotècnia		
	Ateneístics	El Patrimoni cultural de la societat civil	CPCPTC
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

Format d'activitat	Fira, Jornada
--------------------	---------------

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials		
	Festa		
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu-celebracions		
	Música i cançó		
	Balls i danses		
	Jocs i competicions tradicion.		
	Dramatúrgies tradicionals		
	Oficis i artesans		
Literatura popular i trad. oral			
Col.lectius festius tradicionals	Entremesos corporis	Jornades Internacionals Imatgeria festiva	Agrup. Colles Geganteres
	Música i cançó		
	Balls i danses		
	Construccions humanes		
Col.lectius associatius tradicionals	Trabucs i pirotècnia	Jornades de seguretat en grups de foc	Coord. Diables i Bestiari
	Ateneístics	Jornades debat sobre l'associacionisme	Federació Ateneus Catalunya
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

Destinatari

Músics, luthiers, programadors

Format d'activitat

Fira, Jornada

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials		
	Festa		
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu-celebracions		
	Música i cançó	Jornades prevenció lesions en músics	Hospital Gral. de Manresa
	Balls i danses		
	Jocs i competicions tradicion.		
	Dramatúrgies tradicionals		
	Oficis i artesans	Fira Internacional de Luthiers	Centre Artesà Tradicionàrius
Literatura popular i trad. oral			
Entremesos corporis			
Col.lectius festius tradicionals	Música i cançó	Trobades de programadors musicals	Centre Artesà Tradicionàrius
	Bails i danses		
	Construccions humanes		
	Trabucs i pirotècnia		
Col.lectius associatius tradicionals	Ateneístics		
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

Destinatari

Agents de turisme, monitors de lleure d'hotels

Format d'activitat

Taller, Jornada

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials	Jornades d'estudi per agents turístics	a concretar
	Festa		
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu-celebracions		
	Música i cançó		
	Balls i danses		
	Jocs i competicions tradicion.		
	Dramatúrgies tradicionals		
Oficis i artesans			
Literatura popular i trad. oral			
Col.lectius festius tradicionals	Entremesos corporis	Tallers de Tradicions	a concretar
	Música i cançó		
	Balls i danses		
	Construccions humanes		
	Trabucs i pirotècnia		
Col.lectius associatius tradicionals	Ateneístics		
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

Destinatari

Comerç, indústria

Format d'activitat

Expositors

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials	Disseny i producció d'expositors amb productes de cultura tradicional	Distribuidores comercials, editorials, discogràfiques... a concretar
	Festa		
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu i celebracions		
	Música i cançó		
	Balls i danses		
	Jocs i competicions tradicion.		
	Dramatúrgies tradicionals		
	Oficis i artesans		
	Literatura popular i trad. oral		
	Entremesos corporis		
Col.lectius festius tradicionals	Música i cançó		
	Balls i danses		
	Construccions humanes		
Col.lectius associatius tradicionals	Trabucs i pirotècnia		
	Ateneístics		
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

Destinatari

Col·lectiu educatiu

Format d'activitat

Espectacles, Audicions...

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora *
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials		
	Festa		
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu-celebracions	El Curs de l'any	Fundació Torre del Palau
	Música i cançó	La Festa Major	Associació cultural TRAM
	Balls i danses	Ara arriba el ... Carnestoltes	Fundació Eugeni Canas
	Jocs i competicions tradicion.		
	Dramatúrgies tradicionals	El titella tradicional	Associació cultural Pa Sucat
	Oficis i artesans	Amb el flabiol sonant...	Associació cultural TRAM
Col·lectius festius tradicionals	Literatura popular i trad. oral	Carregats de romanços	Associació cultural TRAM
	Entremesos corporis	Ton pare balla el drac	Els cosins del sac
	Música i cançó	a concretar	La Roda
	Balls i danses	a concretar	La Roda
Col·lectius associatius tradicionals	Construccions humanes		
	Trabucs i pirotècnia		
	Ateneístics		
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

Format d'activitat

Taller

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora *
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials		
	Festa	a concretar	La Roda
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu-celebracions	a concretar	La Roda
	Música i cançó	Sons i cançons	Acció Escolar Fund. Congrés
	Balls i danses	Les danses del cicle de l'any	El Sac de Danses
	Jocs i competicions trad.	Bittles. Cucanyes. Joguines	La Roda
	Dramatúrgies tradicionals	Els Pastorets	Federació de colles de teatre
	Oficis i artesans	Constr. intruments de bufar, picar, rascar	Assoc cultural TRAM
Col·lectius festius tradicionals	Literatura popular, trad. oral		
	Entremesos corporis	Gegants i nans	Agrupació colles geganteres
	Música i cançó		
	Balls i danses	Rotllanes i bastons	Acció Escolar Fund. Congrés
Col·lectius associatius tradicionals	Construccions humanes	T'enfiles	Coord. colles castelleres
	Trabucs i pirotècnia	Sant Joan salta pel davant	Tradicions i costums
	Ateneístics		
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

* Totes les activitats seran coordinades amb el Departament d'Ensenyament, a través del Servei d'Ensenyament de Català (SEDEC)

Format d'activitat	Festa
--------------------	-------

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora *
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials	Festa escolar de la tradició	Totes les entitats i Federacions gestores dels tallers, així com les APA's i les pròpies escoles
	Festa		
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu-celebracions		
	Música i cançó		
	Balls i danses		
	Jocs i competicions tradicion.		
	Dramatúrgies tradicionals		
	Oficis i artesans		
Literatura popular i trad. oral			
Col.lectius festius tradicionals	Entremesos corporis		
	Música i cançó		
	Balls i danses		
	Construccions humanes		
Col.lectius associatius tradicionals	Trabucs i pirotècnia		
	Ateneístics		
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

* Totes les activitats seran coordinades amb el Departament d'Ensenyament,
a través del Servei d'Ensenyament del Català (SEDEC)

Destinatari

Públic en general

Format d'activitat

Espectacle, Festa

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials	Trobades nacionals de gegants, bastoners, trabucaires, diables, ...	CPCPTC i Federacions de cada àmbit
	Festa		
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu i celebracions		
	Música i cançó		
	Balls i danses		
	Jocs i competicions tradicion.		
	Dramatúrgies tradicionals		
Oficis i artesans			
Literatura popular i trad. oral			
Col.lectius festius tradicionals	Entremesos corporis	Festa de la Música Tradicional	CPCPTC
	Música i cançó	Festival Int. de Música Popular i Trad.	Ajuntament Vilanova i la G.
	Balls i danses	Jornades Internacionals Folkloriques	ADIFOLK
	Construccions humanes		
Col.lectius associatius tradicionals	Trabucs i pirotècnia		
	Ateneístics	Setmana de l'associacionisme cultural	Federació Ateneus Catalunya
	Excursionistes		
	Cors de Clavé	Trobades de cors, corals, orfeons ...	Federacions d'àmbits

Format d'activitat

Premi

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials	Campionat nacional de botifarra	Món-Barça
	Festa		
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu-celebracions		
	Música i cançó		
	Balls i danses		
	Jocs i competicions tradicion.		
	Dramatúrgies tradicionals		
Oficis i artesans			
Literatura popular i trad. oral			
Col.lectius festius tradicionals	Entremesos corporis		
	Música i cançó	Premi Pallars, música d'arrel tradicional	Centre Artesà Tradicionàrius
	Balls i danses	Reconstrucció i nova creació en dansa	Agrupament esbarts dansaire
	Construccions humanes		
Col.lectius associatius tradicionals	Trabucs i pirotècnia		
	Ateneístics	Premis Ateneus	Federació d'Ateneus
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

Format d'activitat	Activitat globalitzadora
--------------------	--------------------------

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Cicle de l'any i de la vida	Costums socials	Aplec nacional de Catalunya (Mostra nacional de cultura tradicional)	Entitats, Federacions i Institucions públiques
	Festa		
	Imaginari popular		
	Religiositat popular		
	Menges populars		
	Calendari festiu i celebracions	Festa de Maig (Rubí) (convit a les cultures nouvingudes)	
	Música i cançó	Expocultura	
	Balls i danses		
	Jocs i competicions tradicion.		
	Dramatúrgies tradicionals		
	Oficis i artesans	Tamborinada	
Literatura popular i trad. oral			
Entremesos corporis			
Música i cançó			
Col.lectius festius tradicionals	Balls i danses		
	Construccions humanes		
	Trabucs i pirotècnia		
Col.lectius associatius tradicionals	Ateneístics	Aplec Internacional de la Sardana i mostra de cultura popular	
	Excursionistes		
	Cors de Clavé		

ACTIVITATS DE CULTURA POPULAR

1 ■ OBJECTIUS: Es pretén assolir els següents objectius específics:

1 ASSOCIACIONISME	
	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ DESTINATARIS:

El **destinatari final** de les activitats de cultura popular i tradicional és la **societat en general**. Aquestes activitats, però, obtenen ressò a la societat a través d'uns **destinataris immediats** formats pels col·lectius de les Associacions, Fundacions, Administració local, etnòlegs, antropòlegs, col·lectiu educatiu, tècnics de teatre...

3 ■ ACCIONS

Les accions de l'àmbit d'activitats de cultura popular es materialitzen en activitats de **format d'activitat** *exposició, audició, taller...* A la pàgina següent es presenten de forma exhaustiva, classificats per destinataris i formats d'activitat.

Per al desglossament detallat de cada activitat en forma de fitxa, veure **ANNEX 8**

Destinatari

Associacions, fundacions, administració pública

Format d'activitat

Curs, visites

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Humanitats	Història	Conèixer Catalunya	Professors especialitzats
	Geografia		
	Antropologia		
	Sociologia		
	Història de l'art		
	Història de la Literatura		
Llenguatges Artístics	Audiovisuals		
	Música		
	Arts escèniques		
	Plàstica		

Format d'activitat

Conferència

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Humanitats	Història	Història de l'associacionisme	Professors especialitzats
	Geografia		
	Antropologia		
	Sociologia	El fet associatiu a Catalunya	Professors especialitzats
	Història de l'art	El modernisme : Ateneus i cooperatives	Professors especialitzats
	Història de la Literatura	Jocs florals i certàmens literaris	Professors especialitzats
Llenguatges Artístics	Audiovisuals		
	Música	Josep A. Clavé i els cors obrers populars	Professors especialitzats
	Arts escèniques		
	Plàstica		

Format d'activitat

Espectacle

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Humanitats	Història		
	Geografia		
	Antropologia		
	Sociologia		
	Història de l'art		
	Història de la Literatura		
Llenguatges Artístics	Audiovisuals		
	Música	Animació infantil	La Roda
	Arts escèniques	Rodes de teatre de grups amateurs	Federació grups teatre
	Plàstica		

Destinatari

Antropòlegs, etnòlegs...

Format d'activitat

Jornada, Congrés

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Humanitats	Història	Fòrum d'Etnologia	CPCPTC
	Geografia	Jornades d'etnologia de l'Ebre	Museu del Montsià
	Antropologia		
	Sociologia	Congrés d'Antropologia	CPCPTC
	Història de l'art		
Història de la Literatura			
Llenguatges Artístics	Audiovisuals		
	Música		
	Arts escèniques		
	Plàstica		

Destinatari

Gestors de grups de teatre

Format d'activitat

Jornada

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora
Humanitats	Història		
	Geografia		
	Antropologia		
	Sociologia		
	Història de l'art		
	Història de la Literatura		
Llenguatges Artístics	Audiovisuais		Federació de Teatre
	Música		
	Arts escèniques	Jornades de Debat de grups amateurs	
	Plàstica		

Destinatari

Col·lectiu educatiu

Format d'activitat

Taller

Continguts	Classificació	Temari	Entitat Gestora *
Humanitats	Història	Submergim-nos en la nostra història	Acció Escolar Fund. Congrés
	Geografia		
	Antropologia		
	Sociologia		
	Història de l'art		
	Història de la Literatura		
Llenguatges Artístics	Audiovisuals		
	Música		
	Arts escèniques	Circ, xanques, malabars	La Roda
	Plàstica	Papiroflèxia. Estampació	La Roda

* Totes les activitats seran coordinades amb el Departament d'Ensenyament, mitjançant el Servei d'Ensenyament del Català (SEDEC)

RECURSOS DE COMUNICACIÓ

Els recursos de comunicació que ofereix el Centre s'agrupen en quatre àmbits d'actuació:

ÀMBIT D'IMATGE

ÀMBIT D'INFORMACIÓ

ÀMBIT DE DIFUSIÓ

ÀMBIT D'EDICIÓ

En el moment actual, la comunicació és un fet paradigmàtic dels països desenvolupats. La informació, la imatge, la publicitat... són eines indispensables per a la projecció i la promoció pública de qualsevol iniciativa, tant en el camp amateur com en el professional. Són necessàries accions aplicades a mida dels diferents destinataris de tal manera que siguin atractives i capaces de competir amb la cultura comercial o les ofertes de lleure.

Ja hem apuntat a la introducció que avui dia, la cultura popular no està a l'alçada de les necessitats comunicatives actuals, principalment perquè a més de la imatge desfassada, tampoc existeixen els materials divulgatius bàsics necessaris ni se'n fa una difusió correcta. En tant que la cultura popular és un element viu del nostre patrimoni nacional, ha de poder incidir amb els sistemes de comunicació actuals en tots els sectors de la població i entrar en els circuits de consum general.

L'estructuració de la comunicació com a funció estratègica pel Centre obre 4 línies d'acció encaminades a acostar la cultura popular al ciutadà, i que es concreten des de l'àmbit de la imatge en la confecció d'un **Programa d'imatge** de la cultura popular, des de l'àmbit d'informació en la creació del **Punt d'Informació del Centre** -en endavant **PIC**-, des de l'àmbit de difusió en la creació de l'**Oficina de Premsa de l'Associacionisme** -en endavant **OPA**-. Un quart àmbit d'Edició constituirà un suport bàsic per a les 3 funcions esmentades i per a la resta de recursos del Centre.

COMUNICACIÓ			
IMATGE	INFORMACIÓ	DIFUSIÓ	EDICIÓ
Programa d'imatge	PIC	OPA	EDICIÓ

1 ■ OBJECTIUS: Es pretén assolir els següents objectius específics:

1 ASSOCIACIONISME	5 CULTURA DE MASSES
2 RECERCA	6 AGENTS TURÍSTICS
3 ENSENYAMENT	7 PROJECCIÓ EXTERIOR
4 COMUNICACIÓ	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ DESTINATARIS: Cadascun dels ciutadans de Catalunya.

La segmentació de destinataris per a la comunicació coincideix amb la dels destinataris del conjunt del projecte, tal i com s'ha explicat al punt II-II.

La segmentació primària és:

Destinataris: Societat en general
 Associacions sense fin. lucre
 Agents econòmics
 Col·lectiu educatiu
 Administracions públiques
 Mitjans de comunicació

3 ■ TIPOLOGIA D'INFORMACIÓ El Centre gestionarà aquella informació que li assigna el seu àmbit d'actuació i que es desplega a la pàgina següent (Veure 1)

4 ■ ACCIONS (Veure pàgines següents)

(1)

TIPOLOGIA D'INFORMACIÓ			
INFORMACIÓ ARTÍSTICA	CULTURA POPULAR I TRADICIONAL	CICLE DE L'ANY I DE LA VIDA	espai festiu
			religiositat popular
			menges populars
			calendari festiu
			música i cançó
			balls i danses
			jocs i esports tradicionals
			representacions teatrals
			oficis, luthiers i artesans
			ELEMENTS FESTIUS
	imatgeria i entremesos		
	música i cançó		
	balls i danses		
	CULTURA POPULAR	CIÈNCIES HUMANÍSTIQUES	castells, falcons moixigangues
foc i pirotècnia			
història			
geografia			
antropologia			
sociologia			
història de l'art			
literatura			
LLENGUATGES ARTÍSTICS	arts escèniques		
	audiovisual		
	música		
	plàstica		
INFORMACIÓ TÈCNICA	formació		
	laboral		
	econòmica		
	finançament		
	jurídica		
	fiscal		
INFORMACIÓ D'EDICIÓ	publicacions		
	material lleuger		
	marxandatge		
	material audiovisual		
INFORMACIÓ RECERCA	museus		
	centres d'estudi		
	arxius		
	ipec		
	documentació		

ÀMBIT D'IMATGE

És necessari, com es fa en tots els àmbits econòmics i en altres sectors culturals, renovar la imatge de la cultura popular. La imatge és fonamental per interessar al públic.

La imatge ha de ser una constant en totes les accions d'informació, difusió i edició, per impulsar de forma equilibrada les manifestacions de cultura popular. Cal renovar la imatge a tots els nivells, des de les institucions a la imatge de cada associació o col·lectiu: s'actuarà en cadascun dels àmbits associatius per tal que les associacions, amb una imatge actualitzada, esdevinguin els principals agents divulgadors de la cultura popular.

ACCIONS:

Elaborar un **PROGRAMA D'IMATGE** que possibiliti la renovació de la imatge de la cultura popular i tradicional. Aquest programa es diversificarà en diferents direccions interrelacionades, consolidant tres Programes parcials d'imatge:

- P.1. Programa d'imatge de la Cultura Popular adreçat a la comunitat en general.**
Cal endegar campanyes de sensibilització adreçades a tota la població però amb tractament diferenciat en funció del sector social a què es vol arribar.
- P.2. Programa d'imatge amb els Mitjans de Comunicació.**
Cal estructurar les relacions amb els diferents mitjans de comunicació. És necessari fomentar la bona relació i la bona comunicació, així com les actuacions conjuntes i coordinades.
- P.3. Programa d'imatge per a l'associacionisme.**
Programa dirigit a tot l'associacionisme cultural

Això suposarà, entre altres coses:

1. Creació d'una imatge global, atractiva i competitiva del Centre i de la cultura popular en general.
2. Creació d'una imatge visual pròpia per al Centre i una línia d'estil atractiva extensible a l'ús de tots els àmbits de la cultura popular.
3. Modernització i renovació de la imatge interna de l'associacionisme, a partir d'incentius i assessorament especialitzat
4. Creació d'un servei d'assessorament que ofereixi a tots els destinataris consumidors i promotors de la cultura popular, en totes aquelles matèries que guin millorar la imatge: publicitat, mitjans de comunicació, promoció...
5. Per mitjà de l'àrea de producció del Centre, oferiment als agents culturals i a l'associacionisme suport material i formatiu per millorar la pròpia gestió de les entitats en matèria d'imatge, publicitat i comunicació en general.
6. Creació d'un servei de col.laboració amb el món associatiu en disseny, correcció de textos i temes de material imprès.
7. Realització d'activitats conjuntes amb creadors de la cultura anomenada d'elit, que per mimetisme interrelacionin la imatge d'una i l'altra, acostant la cultura popular a un públic inicialment reaci.
8. Per mitjà de l'àrea d'informació, divulgació de la nova imatge als mitjans de comunicació perquè actuïn d'agents multiplicadors.

ÀMBIT D'INFORMACIÓ

ACCIONS

1 ■ CREACIÓ DEL PIC

Amb la creació del PIC (Punt d'Informació del Centre) s'aconseguirà establir un receptacle i amplificador sistemàtic de tota la informació de cultura popular susceptible d'interessar els ciutadans de Catalunya, que derivarà la informació directa i personal al ciutadà.

Al PIC es sistematitzarà tota la informació i se li donarà el tractament adient per tal de seleccionar-ne aquella part susceptible de ser difosa en l'àmbit de difusió.

La creació del PIC suposa generar i establir estructures de proveïdors d'informació (a) i canals d'informació (b).

(a)

PROVEÏDORS D'INFORMACIÓ

Al PIC, a més de la informació generada pel Centre, es recollirà tota aquella informació de cultura popular i tradicional que pugui ésser d'interès pel ciutadà, a partir de la classificació d'organitzacions, que el proveïran, que es presenta seguidament. La precisa selecció dels proveïdors d'informació i la implantació de relacions fluides i permanents amb cadascun d'ells serà l'acció primordial per a una correcta operativitat del PIC.

PROVEÏDORS D'INFORMACIÓ - PIC
ASSOCIACIONS SENSE FINALITAT DE LUCRE
AGENTS ECONÒMICS
COL·LECTIU EDUCATIU
ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES
GENERALITAT DE CATALUNYA
MITJANS DE COMUNICACIÓ
XARXES DIGITALS
DINAMITZADORS COMARCALS
CPCPTC

(b)

CANALS D'INFORMACIÓ

Aquelles dades que el Centre aglutini i sistematitzi s'ofrirà als ciutadans dotant unes noves vies amb mitjans suficients per oferir un servei eficaç. Els canals que integren el Punt d'Informació del Centre permetran oferir als ciutadans de Catalunya una atenció exhaustiva, assequible i pormenoritzada per tal de distribuir tota la informació disponible a l'entorn de la cultura popular i tradicional, així com de l'activitat cultural amateur promoguda per l'associacionisme.

Els canals d'accés a la informació que es generaran es relacionen seguidament.

CANALS D'INFORMACIÓ - PIC
TAULELL D'ATENCIÓ PERSONAL I TELEFÒNICA
TELÈFON 900
CORREU ELECTRÒNIC
INTERNET
FAX

Passem, seguidament, a detallar i especificar les característiques de cada canal d'informació:

TAULELL D'ATENCIÓ PERSONAL I TELEFÒNICA

La creació del taulell atindrà a les funcions següents:

- Atendre el públic de forma personal i telefònica
- Expedir informació
- Orientar i derivar els usuaris -si cal-

Atesa la importància de la relació directa amb l'usuari, es procedirà a una acurada selecció i formació del personal que estigui al seu càrrec.

TELÈFON 900

La voluntat d'apropar l'administració al ciutadà s'expressa en l'oferta de serveis, entre ells la contractació d'un telèfon 900, que es caracteritza per:

- Ser molt fàcil de recordar
- La gratuïtat del servei convida a la seva utilització
- La franja horària d'atenció al públic és molt àmplia

CORREU ELECTRÒNIC

Degut a l'evolució dels suports tecnològics i al creixent nombre d'usuaris, és obligat adoptar aquest canal d'informació, que en forma de bústia permanent atindrà les consultes i apreciacions dels ciutadans i del que se n'ocuparà personal especialitzat.

INTERNET

La contractació d'un servidor i la creació i manteniment de dades a Internet, a més de presentar el Centre al món, es programarà la distribució d'informació de cultura popular i tradicional a través d'Internet.

FAX

Canal indispensable de relació amb els ciutadans

2 ■ CREACIÓ D'UNA XARXA DE PUNTS D'INFORMACIÓ

Una acció decisiva per assolir la **descentralització** efectiva i la **cobertura** de tot el territori, és rendibilitzar aquells equipaments actuals de la Generalitat susceptibles d'oferir serveis d'informació: Oficines de Benestar Social, Oficines de Turisme i Punts d'Informació Juvenil. Amb l'establiment de relacions fluïdes i permanents, aquesta acció permetrà crear una **xarxa de punts d'informació** de la cultura popular i tradicional dinàmica, eficaç i sense increment de la despesa.

ÀMBIT DE DIFUSIÓ

ACCIONS

1 ■ CREACIÓ DE L'OPA

La manca de recursos de l'associacionisme cultural a nivell de comunicació ens porta a crear l'**Oficina de Premsa de l'Associacionisme**, oficina compartida entre el Centre i les Associacions i que gestionarà un periodista. L'Oficina neix per establir canals de comunicació personalitzada entre la gent de la cultura popular i els de mitjans de comunicació i per donar suport **suport** a la **difusió** de tota l'activitat cultural de l'Associacionisme i atindrà tant les activitats de les Associacions de cultura popular i tradicional com les activitats de cultura popular de tot l'associacionisme. En conseqüència, s'establirà una segmentació dels destinataris per optimitzar l'esforç de difusió.

El servei de difusió es facilitarà a totes les associacions de cultura popular i tradicional, i a aquelles associacions no explícitament culturals però que realitzen activitats de cultura popular i tradicional. Aquesta funció està integrada en la difusió de l'activitat del Centre.

La creació del OPA suposa generar i establir les estructures de proveïdors d'informació **(a)** i de canals de difusió **(b)**

(a)

PROVEÏDORS D'INFORMACIÓ

El OPA, a més de la informació generada pel propi Centre, farà difusió de la informació provinent de la tipologia d'organitzacions que seguidament es presenta.

És indispensable, per a l'eficàcia del OPA, l'establir relacions fluides i constants amb les associacions i amb els mitjans de comunicació.

PROVEÏDORS D'INFORMACIÓ - OPA
ASSOCIACIONS DE CULTURA POPULAR I TRADICIONAL
ASSOCIACIONS (ACTIVITATS DE CULTURA POPULAR I TRADICIONAL)
CENTRE DE PROMOCIÓ DE LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL CATALANA
DINAMITZADORS COMARCALS

(b)

CANALS DE DIFUSIÓ

Amb la creació de l'Oficina de Premsa de l'Associacionisme, el Centre oferirà a les associacions un notable increment de la seva capacitat de comunicació. Els canals per vehicular aquesta funció són comuns, en algun cas, amb els d'informació.

CANALS DE DIFUSIÓ - OPA	
MITJANS DE COMUNICACIÓ	
PUBLICACIONS	
SERVEI DE TRAMESA	
SUPORT PUBLICITARI	
ACTES DE DIFUSIÓ	
EQUIPAMENTS I SERVEIS DE LA GENERALITAT	
INTERNET	
TELÈFON 900	
SERVEI INFORMACIÓ CULTURAL DEL DEPARTAMENT DE CULTURA	

Passem, seguidament, a detallar i especificar les característiques de cada canal de difusió.

MITJANS DE COMUNICACIÓ			
MITJANS CONVENIATS		MITJANS NO CONVENIATS	
PREMSA	LOCAL	PREMSA	LOCAL
	COMARCAL		COMARCAL
	NACIONAL		NACIONAL
	ESTATAL		ESTATAL
RÀDIO	LOCAL	RÀDIO	LOCAL
	COMARCAL		COMARCAL
	NACIONAL		NACIONAL
	ESTATAL		ESTATAL
TELEVISIÓ	LOCAL	TELEVISIÓ	LOCAL
	COMARCAL		COMARCAL
	NACIONAL		NACIONAL
	ESTATAL		ESTATAL
AGÈNCIES D'INFORMACIÓ			

PUBLICACIONS	
PRÒPIES	BUTLLETÍ
	REVISTA
EXTERNES	REVISTA CONVENIADA
	DIARI CONVENIAT
	BUTLLETÍ CONVENIAT

Les publicacions pròpies del Centre contribuiran de forma notable a posicionar la imatge del Centre, alhora que permetran difondre aquelles activitats d'associacions i organismes homòlegs que contribueixin a difondre la cultura popular i tradicional. L'establiment de convenis amb les publicacions externes al Centre permetrà assegurar-se espais en aquestes edicions a canvi d'ajut econòmic.

SUPPORT PUBLICITARI - Suport exposició visual	
CARTELLERIA	
VITRINES	
TANQUES, OPIS, BANDEROLES	
PANCARTES	
EXPOSITORS	
ESTANDS	
EXPOSICIONS	
AGENDA	AGENDA COMARCAL MENSUAL
ANUNCIS PUBLICITARIS	ANUNCIS DIARIS
	ANUNCIS BUTLLETINS
	ANUNCIS REVISTES
	FALQUES RÀDIO
	ANUNCIS TELEVISIÓ

La correcta selecció del suport material és un canal de molt interès per a difondre informació. Atesa la sistematització de la recollida de dades, la cartelleria esdevindrà un suport central per donar a conèixer les activitats del Centre i, sobretot, de les Associacions. El servei de cartelleria arrenca de la definició i del disseny de formats base unificats en funció de la tipologia d'activitats i d'associacions, així com amb l'aprofundiment dels sistemes de distribució. Aquesta iniciativa necessita del contacte directe amb les entitats, per tal de poder adequar l'elaboració de la cartelleria al contingut de l'activitat. Els criteris d'aprovació de la difusió per cartelleria s'adequaran als objectius del Centre, gestionada per l'àrea d'edició.

La confecció de l'Agenda comarcal mensual permetrà assegurar la difusió d'accions en tot el territori. L'edició d'aquestes agendes, a més d'informació de base, servirà de cartell en els equipaments de les associacions i en els llocs públics de la comarca, i també de full per la tramesa per correu a mitjans de comunicació i a altres entitats.

SERVEI DE TRAMESA
DESPLEGABLES
PROGRAMES
MATERIAL LLEUGER
ALTRES

A partir d'una acurada elaboració i selecció de mailings de tots els nostres destinataris, el Centre cercarà sinèrgies per facilitar el servei de tramesa per aquelles Associacions de cultura popular i tradicional per les quals el servei de tramesa arreu de les comarques de Catalunya constitueixi un veritable handicap per a la seva activitat.

ACTES DE DIFUSIÓ
RODES DE PREMSA
TAULES RODONES
FIRES
EXPOSICIONS

L'àmbit de comunicació del Centre seleccionarà aquelles accions de difusió que requereixin organitzar actes específics de presentació i participarà en actes aliens, com ara les fires, exposicions...

EQUIPAMENTS I SERVEIS DE LA GENERALITAT
DEPARTAMENT DE CULTURA
DEPARTAMENT DE PRESIDÈNCIA
DEPARTAMENT D'ENSENYAMENT
DEPARTAMENT D'AGRICULTURA, RAMADERIA I PESCA
DEPARTAMENT DE MEDI AMBIENT
DEPARTAMENT D'INDÚSTRIA, COMERÇ, CONSUM I TURISME
DEPARTAMENT DE BENESTAR SOCIAL

Per a la consecució dels objectius del Centre, és bàsic recolzar-se i rendibilitzar les estructures ja existents a la Generalitat de Catalunya, i especialment aquelles que poden generar informació de cultura popular i tradicional. L'àmbit de difusió, en aquest sentit, aprofitarà els àmbits homòlegs, els serveis de difusió i els equipaments desplegats arreu de Catalunya .

El desplegament detallat d'equipaments i serveis de la Generalitat es presenta a l' ANNEX 4

INTERNET

Canal bàsic pel seu abast territorial i la imatge de modernitat que s'assigna als continguts presents en aquesta xarxa.

TELÈFON 900

La voluntat d'apropar l'administració al ciutadà s'expressa en l'oferta de serveis, mitjançant la contractació d'un telèfon 900, que es caracteritza per:

SERVEI D'INFORMACIÓ CULTURAL DEL DEPARTAMENT DE CULTURA

Accessibilitat i facilitat d'un canal ja en funcionament

Altres accions de l'àmbit de difusió:

2 ■ ACOSTAR LA CULTURA POPULAR A TOT EL MÓN A TRAVÉS D'INTERNET. L'ELABORACIÓ I MANTENIMENT DE PÀGINES WEB PERMETRÀ PRESENTAR LES ACTIVITATS I LÍNIES D'ACTUACIÓ DE L'ASSOCIACIONISME CULTURAL AMB UNA IMATGE COHERENT I QUE COMPENSI AQUELLS COL·LECTIUS O ACTES QUE SENSE AJUDA QUEDARIEN MARGINATS, AIXÍ COM LES LÍNIES D'ACTUACIÓ DEL CENTRE (PROGRAMES DE RECERCA, FESTES TRADICIONALS, ACTIVITATS DE DINAMITZACIÓ...)

3 ■ MILLORAR LA COMUNICACIÓ ENTRE LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL I ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ DESENVOLUPANT ESTRATÈGIES ESPECÍFIQUES PER A CADA ÀMBIT DE LA CULTURA POPULAR EN RELACIÓ A CADASCUN DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ.

4 ■ PROPORCIONAR FORMACIÓ I ASSESSORAMENT ALS GESTORS D'ASSOCIACIONS PER OPTIMITZAR LA COMUNICACIÓ INTERIOR I EXTERIOR FENT ESPECIAL INCIDÈNCIA A LA RELACIÓ AMB ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ (VEURE FORMACIÓ TÈCNICA)

5 ■ POTENCIAR EL SERVEI DE PRÉSTEC ÀUDIOVISUAL COM A MECANISME PER A LA DIFUSIÓ DE LA CULTURA TRADICIONAL I DE LA CULTURA POPULAR. AMB MÉS DE 4.000 TÍTOLS I MÉS DE 1.000 SOCIS, EL SERVEI DE PRÉSTEC ÀUDIOVISUAL VA GESTIONAR L'ANTERIOR EXERCICI 11.600 INTERCANVIS, ENTRE FORMAT VÍDEO, CD-ROM I CASSETTE.

6 ■ ACCIONS ESPECIALITZADES EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ:

6.1 ACCIONS AMB LA PREMSA

- Propiciar la col·laboració d'articulistes
- Facilitar la realització d'entrevistes a personalitats del món de la cultura i especialistes de la cultura popular
- Promoure l'elaboració i inserció d'articles de divulgació als suplementes de cultura dels diaris
- Aconseguir la creació i el manteniment constant d'una cartelleria d'espectacles populars a la secció de lleure dels diaris
- Fomentar la redacció i inserció de crítiques a les arts escèniques d'arrel tradicional
- Redactar i inserir cròniques de les activitats de cultura popular realitzades
- Confeccionar i inserir anuncis publicitaris
- Encarregar i inserir una tira de còmics que tracti de forma lúdica, atractiva i divertida els principals aspectes de la cultura popular i tradicional.

6.2 ACCIONS AMB LA RÀDIO

- Facilitar formació als equips de producció i guionatge per actualitzar la cultura popular mitjançant la reconducció d'espais radiofònics i per incentivar la creació de nous programes
- Produir falques publicitàries que tinguin un tractament estètic que connecti amb l'audiència
- Promoure la inserció d'entrevistes i diàlegs en els que es reflecteixi la necessitat d'incrementar la implicació i participació de la societat en la cultura popular
- Promoure debats entre professionals sobre aspectes concrets de la cultura popular.
- Crear agendes culturals comarcals
- Promoure insercions de música tradicional

6.3 ACCIONS AMB LA TELEVISIÓ

- Normalitzar la presència de la cultura popular en aquells programes (informatius, *magazines*) en els que altres sectors culturals hi són presents.
- Promoure la producció, en programes d'actualitat (Actual, 30 minuts, Giravolt...) de reportatges sobre cultura popular i tradicional
- Facilitar l'elaboració i emissió periòdica d'agendes culturals a cadenes locals
- Propiciar la creació d'una sèrie de dibuixos animats.
- Incidir per tal que alguns personatges de programes d'alta audiència (culebrons) formin part de manifestacions associatives culturals.
- Col·laborar amb el programa Super-3
- Facilitar formació als equips de producció i guionatge interessats en endegar programes de cultura popular
- Distribuir periòdicament i deixar en préstec materials audiovisuals de qualitat

6.4 CONVENIS AMB ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

- Elaborar convenis amb els mitjans de comunicació (premsa, ràdio i televisió) d'abast local i comarcal per impulsar programes de cultura popular i tradicional (**Veure projecte AFAC a l'ANNEX 16**)

ÀMBIT D'EDICIÓ

L'edició és un mitjà indispensable per la comunicació efectiva, que ha d'actuar d'estímul adequat a cada públic destinatari. El desenvolupament d'aquest àmbit s'estructura a partir de tres eixos:

- LÍNIES D'EDICIÓ
- TIPOLOGIA DELS MATERIALS
- FORMES D'EDICIONS

LÍNIES D'EDICIÓ

De l'anàlisi dels usos, destinataris, continguts i productes existents fins ara, es poden descriure les quatre línies d'edició següents

LÍNIES D'EDICIÓ (1)
1. Promocional de gran impacte
2. Divulqativa
3. Formativa
4. Tècnica

(1)

1. Promocional de gran impacte

La línia promocional de gran impacte és l'adreçada a tots els públics, amb productes atractius de consum (lúdics, didàctics, marxandatge...) que generin una dependència i creïn col·leccionisme.

2. Divulqativa

La línia divulgativa d'edicions, té una funció informadora i planera que introdueix els temes de cultura popular, sense purismes ni tecnicismes, però amb suficient contingut i adreçada a tot el públic.

3. Formativa

La línia formativa és la de suport a totes les accions adreçades a la formació de les associacions, dels agents culturals, al col·lectiu educatiu i també al públic en general.

4. Tècnica

És la línia de continguts tècnics o científics, sistematitza les accions de recerca, acadèmiques i de creació, així com dona suport a les activitats dels col·lectius de cultura popular.

TIPOLOGIA DELS MATERIALS

Les edicions del CPCPTC s'han projectat com a testimonis d'accions o d'informacions al servei de qui estigui interessat, i com a eines que incideixin activament en els diferents sectors de la població, especialment aquells menys permeables. Per això, s'ha de comptar amb els suports més adequats i més actuals, que rendibilitzin l'esforç i garanteixin resultats.

TIPOLOGIA DELS MATERIALS		
PAPERS IMPRESOS	PUBLICACIONS	LLIBRES
		REVISTES
		OPUSCLES
		BUTLLETINS
		QUADERNS
	MATERIAL LLEUGER	CARTELLS
		FULLETONS
		DESPLEGABLES
AUDIOVISUALS	FONOGRAMES	CASSETTES
		DISCS COMPACTES
		MINI DISCS
	IMATGE FÍLMICA	VÍDEOS
		CINEMA
		FOTOGRAFIA
	MULTIMÈDIA	DISQUETS
		CD-ROM
	OBJECTES DE PROMOCIÓ	MARXANDATGE
ADHESIUS		
PÒSTERS		
REPRESENTATIU		TROFEUS
		RECORDATORIS
LÚDIC		JOCS
		COL·LECCIONABLES

FORMES D'EDICIONS

Per rendibilitzar els esforços, tant de les institucions com dels ciutadans, cal tenir en compte diferents tipus d'edicions, que presentem a la taula següent:

FORMES D'EDICIONS
1. Pròpies
2. Coedjcions
3. Conveniades

ACCIONS:

1 ■ ELABORACIÓ DE MATERIALS D'EDICIÓ

A partir d'un estudi del mercat s'ha elaborat una proposta (Veure ANNEX) de tot el material necessari. Aquesta proposta incideix en 2 camps d'actuació:

1. Material de suport a les diferents línies de recursos que ofereix el Centre: de **Producció** (formació i activitats) de **Comunicació** (informació i difusió) i de **Recerca**
2. Material divulgatiu bàsic de cultura popular per a les necessitats del ciutadà en general.

L'efectivitat de les accions d'edició s'aconseguirà integrant els següents elements:

De cada línia d'edició (promocional, divulgativa, formativa i tècnica) i **contingut** es crearan diversos **materials** (papers impresos, audiovisuals, objectes de promoció) en la **forma** que es consideri més adient (pròpia, coeditada o conveniada).

Per exemple:

LÍNIA D'EDICIÓ	CONTINGUTS	MATERIALS	FORMA
DIVULGATIVA	Festes d'Interès Nacional	Llibre-fitxer	Pròpia
		Vídeo	Coedició
		Material promocional	Compartida
		Fonograma	Coedició

Es prioritzaran les següents accions:

1.1 Edicions pròpies

- Publicar des del Centre d'edicions de cultura popular divulgatives i promocionals que arribin a tots els ciutadans i incideixin especialment en els aspectes generals o nacionals de la cultura popular.
- Publicar temàtiques de les que no existeix material per les seves característiques especials o perquè no hi ha un moviment humà organitzat que tingui cura de la seva promoció.
- Editar una revista i un butlletí propis del Centre, que signifiqui una finestra oberta a tots els àmbits de la cultura popular i una plataforma des d'on expressar les seves inquietuds.
- Estudiar la possibilitat de crear un servei de cartelleria de suport a les activitats que organitzi el món associatiu

1.2 Coedicions

- Editar amb d'altres departaments de la Generalitat, adreçat al públic en general o a aquells col·lectius ciutadans amb interessos concrets, que siguin competència d'altres conselleries: turisme, ensenyament, artesanía...
- Produir conjuntament amb les entitats federatives de la cultura popular, material de caire divulgatiu, que sigui útil a nivell general.
- Publicar d'acord amb institucions acadèmiques, estudis i treballs de caire científic sobre temes de cultura popular.
- Coedició amb empreses que tinguin col·leccions o publicacions de cultura popular, que ja disposin de mitjans habituals de divulgació i distribució, a més de comptar amb un públic assidu.
- Coeditar amb empreses que tinguin projectes sobre cultura popular o que de caire general en les que hi pugui tenir cabuda la cultura popular.
- Produir coedicions amb col·lectius professionals, que en els seus projectes monogràfics hi tingui cabuda la cultura popular.

1.3 Edicions conveniades

- Crear una línia d'edicions conveniades amb empreses editores i centres de recerca per col·leccions ja existents, per projectes de difícil consecució, així com per publicacions periòdiques especialitzades.

- Potenciar edicions conveniades amb associacions que tinguin publicacions periòdiques, en les que hi tingui cabuda la cultura popular, en funció dels interessos de l'associació i dels objectius de la publicació.

2 ■ Creació del programa de **Fons de Consulta i Lectura** per tal d'afavorir l'existència de sales de consulta i de lectura en la seu d'aquelles associacions consolidades en en el seu barri o poble, o també en aquelles entitats que per les necessitats de l'entorn siguin aconsellables de crear. Aquesta proposta no abasta només al públic juvenil sinó que és intergeneracional, fet que es tindrà en compte en el moment de definir el tipus de material a distribuir.

RECURSOS DE RECERCA

Els recursos de recerca que ofereix el Centre s'agrupen en dos àmbits d'actuació:

ÀMBIT DE RECERCA

ÀMBIT DE DOCUMENTACIÓ

ÀMBIT DE RECERCA

La restitució de la Generalitat de Catalunya el 1980 va suposar una nova etapa per al desenvolupament científic del país.

En l'àmbit de l'Etnologia catalana, malgrat el nou marc competencial i les accions endegades per l'administració catalana (exposicions, publicacions, projectes de recerca, etc.), no s'ha progressat suficientment.

La recerca etnològica té com a eix la investigació sobre les formes de ser i de vida dels ciutadans; en aquest sentit, el patrimoni etnològic s'ha d'entendre com les formes específiques d'existència material i d'organització social d'un país, els seus sabers, la seva representació del món i, de forma general, els elements que fonamenten la seva particularitat.

L'activitat de recerca etnològica té com a destinatari final el conjunt de la societat. Donades les condicions socioculturals del país, les actuacions recercadores, de caràcter patrimonial etnològic tenen uns destinataris més específics: el món de l'ensenyament per tal d'afirmar els trets identitaris, els grups i els centres d'estudis locals i comarcals per tal d'aprofundir en el coneixement de les formes de vida pròpies, i, finalment, el món acadèmic i intel·lectual per tal que incorpori la dialèctica entre tradició i modernitat en el debat i en la reflexió analítica sobre la realitat cultural i social de Catalunya.

Pel que fa als gestors de la recerca en l'àmbit del patrimoni etnològic, cal fer una divisió entre aquells estudiosos i/o grups de caràcter acadèmic i els estudiosos i/o grups de caràcter amateur. Tradicionalment a Catalunya hi ha hagut una forta divisió entre ambdós àmbits; la intervenció del Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana a través dels seus projectes de recerca i de les seves publicacions (Revista d'Etnologia de Catalunya, Fonoteca de Música Tradicional, etc.) ha propiciat un acostament que, a hores d'ara, cal potenciar per tal de conjuminar els recursos i les potencialitats d'ambdós àmbits. Per tant el Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana pot jugar un paper clau en la definició de la política i de l'actuació etnològica del país.

L'àmbit de Recerca es classifica en 4 branques d'actuació: **Recerca pròpia, Recerca aliena, Foment i Coordinació**. De totes elles se'n deriva la classificació de continguts que es considera necessari treballar per a una recerca òptima que respongui a les necessitats plantejades a la introducció i als objectius plantejats.

ÀMBITS D'ACTUACIÓ	CLASSIFICACIÓ D'ÀMBITS (1)	CONTINGUTS (2) (1r. Pla de Recerca del Patrimoni Etnològic)
RECERCA	RECERCA PRÒPIA (1r. Pla de Recerca del Patrimoni Etnològic)	INVENTARI DEL PATRIMONI ETNOLÒGIC DE CATALUNYA (IPEC)
		FONOTECA DE MÚSICA TRADICIONAL CATALANA
		RECERQUES TEMÀTIQUES
	RECERCA ALIENA	AJUTS
	FOMENT	PREMIS
	COORDINACIÓ	TROBADES
		EXPOSICIONS
PROTECCIÓ	INCOACIONS	

(1) CLASSIFICACIÓ D'ÀMBITS

RECERCA PRÒPIA

És la impulsada pel CPCPTC; té com a objectiu la investigació i l'estudi de les formes de vida a Catalunya, tan en clau pretèrita com actual i especialment aquelles que fan referència a les activitats, coneixements i altres elements immaterials que són expressió de les formes de vida que han estat i són presents a Catalunya.

Aquestes recerques conformen el 1r. Pla de Recerca del Patrimoni Etnològic de Catalunya que vol esdevenir l'instrument que articuli i coordini totes les accions possibles a desenvolupar en el món de la recerca i les pràctiques etnològiques produïdes a les comarques de Catalunya.

Les actuacions que contemplarà aquest 1r. Pla aniran adreçades a:

- 1.- Realitzar i coordinar les activitats de recerca sobre el patrimoni etnològic de Catalunya, promogudes directament o en conveni amb altres departaments, universitats, museus, entitats i grups d'estudiosos.
- 2.- Fomentar la realització d'estudis i treballs d'investigació i difusió del patrimoni etnològic de Catalunya, per mitjà de la convocatòria de diversos concursos públics.

RECERCA ALIENA

És l'activitat de recerca que porten a terme les Universitats, Centres d'Estudis i Entitats culturals en col·laboració amb el CPCPTC, per tal de reforçar les actuacions que desenvolupa el Centre.

FOMENT

Aquest àmbit de treball va adreçat a establir fórmules que incentivin les iniciatives de recerca en els camps de l'etnografia i l'antropologia social i cultural i que es materialitzin en la realització de treballs d'investigació.

COORDINACIÓ

Aquest àmbit de treball abasta dos grans blocs d'actuació:

- a) El primer fa referència a la creació d'uns espais de reflexió i d'estudi per tal de donar a conèixer i debatre la realitat sociocultural del país.
- b) El segon bloc preveu de programar diverses exposicions per tal de donar a conèixer els resultats de les recerques i els estudis impulsats per l'Àrea de Recerca del Patrimoni Etnològic.

PROTECCIÓ

Amb aquest pla de treball es pretén d'establir les mesures de protecció d'elements del patrimoni etnològic, per mitjà de la Declaració de Bé Cultural d'Interès Nacional, en aplicació de la normativa prevista en la Llei del Patrimoni Cultural Català; així com de protecció de les manifestacions festives singulars, per mitjà de la Declaració de Festa Tradicional d'Interès Nacional, establerta en la Llei de Foment i Protecció de la Cultura Popular i Tradicional i de l'Associacionisme Cultural.

(2) CONTINGUTS

RECERCA PRÒPIA

Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya (IPEC)

Recopilació d'informacions sobre els béns mobles i immobles, així com les activitats, els coneixements i els altres elements immaterials que constitueixen el patrimoni etnològic de Catalunya, entès tant en una dimensió pretèrita com contemporània.

Cada programa es desenvolupa segons un pla de treball estructuralment homologat pel CPCPTC, en els àmbits territorials que determini el mateix Centre, i s'estructura a l'entorn de tres blocs concrets: Estructura social, estructura econòmica i funció simbòlica.

Els treballs de recerca han de tenir un pla d'actuació bàsicament territorial i s'hauran de centrar en zones concretes de Catalunya, especialment aquelles que destaquin per les seves necessitats de recuperació social i econòmica (zones deprimides) i identitàries (cultures en contacte, conflictivitat i dispersió identitària). També es preveu desenvolupar alguns projectes de caire temàtic, centrats en aspectes d'interès general (alimentació, sanitat, aprofitament energètic, etc.)

Fonoteca de Música Tradicional Catalana (FMTC)

La FMTC duu a terme la recerca, l'inventari i la conservació de materials de música tradicional i la seva investigació i divulgació consegüents. Al costat de la recopilació de documents sonors, la Fonoteca també es planteja de recollir tots els materials escrits o gràfics que, d'una manera o altra, són elements referencials que aporten informacions sobre la música tradicional i popular: partitures, partitells, fotografies d'instruments, instrumentistes i informants, programes d'activitats, etc. Els treballs de la FMTC els durà a terme l'equip de treball de la pròpia Fonoteca i també per mitjà d'equips de col·laboradors convocats a partir d'un concurs públic per a la concessió de beques específiques. Els treballs de camp (missions de recerca directa) s'efectuaran sempre seguint una metodologia establerta per la FMTC, d'acord amb els interessos etnològics de la Fonoteca, contemplant tot fenomen relacionat amb el món sonor i els seus entorns: música, para-música, paisatges sonors i informacions parlades relatives a fets sonors i musicals.

Recerques temàtiques

Estudis i treballs de recerca sobre temàtiques concretes, adreçades a complementar aspectes del coneixement patrimonial del país que interressi ampliar o assolir i que no estiguin previstes en alguna de les actuacions territorials del Primer Pla de Recerca o que es consideri convenient de plantejar temàticament.

Les recerques temàtiques es desenvoluparan per persones físiques o col·lectius d'investigadors, becats pel CPCPTC. Els estudis i treballs de recerca es desenvoluparan d'acord amb un pla de treball i una metodologia determinada i aprovada prèviament.

RECERCA ALIENA

Ajuts

Convenis i subvencions per a la recerca a institucions científiques i associacions culturals

FOMENT

Premis

Premis per a treballs sobre recerca etnogràfica i recerca antropològica

COORDINACIÓ

Reunions

Organització de cicles de conferències, seminaris, debats, congressos i cursos d'estiu

Exposicions

Organització i realització d'exposicions sobre el patrimoni etnològic

PROTECCIÓ

Incoacions

Formalització d'expedients de declaracions per a la protecció d'elements del patrimoni etnològic

RECERCA PRÒPIA

1 ■ OBJECTIUS: Es pretén assolir els objectius específics següents:

2 RECERCA	6 AGENTS TURÍSTICS
	7 PROJECCIÓ EXTERIOR
	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ DESTINATARIS:

Els destinataris de la recerca pròpia són els següents:

- ESTUDIOSOS I INVESTIGADORS
- INSTITUCIONS CIENTÍFIQUES I ACADÈMIQUES
- CENTRES D'ESTUDIS, MUSEUS
- AJUNTAMENTS

3 ■ ACCIONS

Les accions de l'àmbit de recerca pròpia es materialitzen en **programes**, que es presenten a la taula descriptiva de la pàgina següent

RECERCA PRÒPIA (I Pla de Recerca del Patrimoni Etnològic)				
CONTINGUTS	PROGRAMES	FASE (A)	TIPUS DE RECERCA	ENTITAT GESTORA (B)
INVENTARI DEL PATRIMONI ETNOLÒGIC DE CATALUNYA (IPEC)	IPEC a les Gavarres	3	TERRITORIAL	AAP
	IPEC al Pallars	3		CC VALLS D'ÀNEU
	IPEC al Priorat	2		MSCCB
	IPEC al Montseny	2		MEM
	IPEC al Montsec	1		MASL
	Anàlisi de la cultura fluvial a l'Ebre català	1		URV
	El patrimoni marítimo-pesquer de la Costa Brava	1		ACACCBMP
	Ecomuseus dels Ports de Besseit	*		
	IPEC a la Cerdanya	*		
	IPEC al Solsonès	*		
	IPEC al Ripollès	*		
	IPEC al Berguedà	*		
	IPEC a l'Anoia	*		
	La cultura del foc al Pirineu català	2	TEMÀTICA	IPCA
	Cultures en contacte	2		CUSCP
	Rumors contemporanis	2		GRFO
	Espais de la memòria	2		CEB
	Inventari, classificació i caracterització de productes alimentaris	2		UB
	Els papers de la dona a Catalunya	*		
	Els oficis del vi	*		
FONOTECA DE MÚSICA TRADICIONAL	Treballs de camp a l'Alt Empordà	*	TERRITORIAL	
	Treballs de camp al Baix Empordà	*		
	Treballs de camp al Berguedà	*		
	Treballs de camp a l'Anoia	*		
	Treballs de camp a la Noguera	*		
	La Setmana Santa a Catalunya	1	TEMÀTICA	CPCPTC
	Els concursos de gossos d'atura	1		
	L'espai sonor del nostre món infantil	1		CPCPTC
	Música de carrer a les societats urbanes	*		
RECERQUES TEMÀTIQUES	Inventari de danses vives			
	Creences i religiositat popular *			
	Jocs i esports tradicionals *			
	La festa a Catalunya *			

Per al desglossament detallat de cada programa en forma de fitxa, veure **ANNEX 9**

(A) FASE: 1 (PRIMER ANY) 2 (SEGON ANY) 3 (TERCER ANY) * (PROJECTES NO INICIATS)

(B) ENTITATS GESTORES

AAP	ASSOCIACIÓ D'ACCIÓ PEL PATRIMONI
CC VALLS D'ÀNEU	CONSELL CULTURAL DE LES VALLS D'ÀNEU
MSCCB	MIGDIA SERVEIS CULTURALS C.B.
MEM	MUSEU ETNOLÒGIC DEL MONTSENY
MASL	MONTSEC ACTIU S.L.
URV	UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
ACACCBMP	ASSOCIACIÓ CULTURAL AMICS DEL CAU DE LA COSTA BRAVA-MUSEU DE LA PESCA
IPCA	INSTITUT CATALÀ DE PROSPECTIVA ANTROPOLÒGICA
CUSCP	CULTURES URBANES S.C.P.
GRFO	GRUP DE RECERCA FOLKLÒRICA D'OSONA
CEB	CENTRE D'ESTUDIS DEL BAGES
UB	UNIVERSITAT DE BARCELONA

RECERCA ALIENA

1 ■ **OBJECTIUS:** Es pretén assolir els objectius específics següents:

1 ASSOCIACIONISME	
2 RECERCA	
	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ **DESTINATARIS:**

Els destinataris de la recerca aliena són els següents:

- ESTUDIOSOS I INVESTIGADORS
- INSTITUCIONS CIENTÍFIQUES I ACADÈMIQUES
- CENTRES D'ESTUDIS, MUSEUS
- AJUNTAMENTS

3 ■ **ACCIONS**

Les accions de l'àmbit de recerca aliena es materialitzen en **ajuts i subvencions**, que es presenten a la taula descriptiva següent.

Per al desglossament detallat de cada acció en forma de fitxa veure l'**ANNEX 10**

RECERCA ALIENA		
CONTINGUTS	ACCIONS (1)	ENTITAT GESTORA
AJUTS	CONVENIS D'INVESTIGACIÓ AMB UNIVERSITATS	CPCPTC
		Universitats
	SUBVENCIONS PER ACTIVITATS DE RECERCA	CPCPTC
		Associacions culturals
		Museus
	Centres d'estudis	

(1)

Convenis d'investigació amb Universitats

Per a la realització de recerques territorials i buidatge d'arxius. Igulament per a col·laboracions sobre accions puntuals com: PRIMER CONGRÉS D'ANTROPOLOGIA DE CATALUNYA o el DIRECTORI D'ANTROPÒLEGS DE CATALUNYA

Subvencions per a activitats de recerca

Per a la realització de tasques de localització, coordinació i buidatge d'arxius d'interès etnològic i col·laboracions en el desenvolupament del projecte de l'ARXIU DE LA MEMÒRIA

FOMENT

1 ■ **OBJECTIUS:** Es pretén assolir els objectius específics següents:

2 RECERCA	6 AGENTS TURÍSTICS
	7 PROJECCIÓ EXTERIOR
	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ **DESTINATARIS:**

Els destinataris dels recursos de foment són:

- ESTUDIOSOS I INVESTIGADORS
- INSTITUCIONS CIENTÍFIQUES I ACADÈMIQUES
- CENTRES D'ESTUDIS

3 ■ **ACCIONS**

Les accions de l'àmbit de foment es materialitzen en la convocatòria de **premis**, per estimular les tasques d'investigació en l'àmbit de patrimoni etnològic. Aquests premis es concreten a la taula descriptiva següent:

Per al desglossament detallat de cada acció en forma de fitxa veure l'**ANNEX 11**

FOMENT		
CONTINGUTS	ACCIONS (1)	ENTITAT GESTORA
PREMIS	PREMIS DE RECERCA ETNOGRÀFICA "JOAN AMADES"	CPCPTC
		Estudiosos
	PREMIS DE RECERCA ANTROPOLÒGICA "TOMÀS CARRERAS I ARTAU"	Museus
		Centres d'estudis
		CPCPTC
		Estudiosos

(1)

PREMIS DE RECERCA ETNOGRÀFICA "JOAN AMADES"

Promoure la recerca etnogràfica per mitjà de la realització de treballs sobre qualsevol aspecte de la cultura popular i tradicional catalana, destacant l'originalitat de la recerca, la localització territorial i l'ús acurat de la metodologia etnogràfica

PREMIS DE RECERCA ANTROPOLÒGICA "TOMÀS CARRERAS I ARTAU"

Promoure la recerca antropològica per mitjà de la realització de treballs d'investigació d'antropologia social i cultural sobre qualsevol aspecte de la realitat preindustrial i/o contemporània de Catalunya, destacant l'originalitat de la recerca, l'interès analític i l'ús acurat de la metodologia científica

COORDINACIÓ

1 ■ **OBJECTIUS:** Es pretén assolir els objectius específics següents:

1 ASSOCIACIONISME	
2 RECERCA	6 AGENTS TURÍSTICS
3 ENSENYAMENT	
4 COMUNICACIÓ	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ **DESTINATARIS:**

Els destinataris dels recursos de coordinació són:

▪ ESTUDIOSOS, INVESTIGADORS I ENTITATS

3 ■ **ACCIONS**

Les accions de l'àmbit de coordinació es materialitzen en **reunions** i **exposicions**, i que es presenten a la taula descriptiva següent:

Per al desglossament detallat de cada acció en forma de fitxa veure l'**ANNEX 12**

COORDINACIÓ		
CONTINGUTS	ACCIONS (1)	ENTITAT GESTORA
TROBADES	FÒRUM D'ETNOLOGIA	CPCPTC i Col·lectius implicats
	CONGRÉS D'ANTROPOLOGIA	CPCPTC i Col·lectius implicats
EXPOSICIONS	CULTURES I OBJECTES	CPCPTC i Col·lectius implicats
	EL CANÇONER POPULAR DE CATALUNYA	
	CATALUNYA IDENTITATS	

(1)

FÒRUM D'ETNOLOGIA

Des de la dècada dels setanta, a Catalunya hi ha hagut un important creixement de la recerca antropològica que, fonamentalment, ha tingut com a eix vertebrador el món universitari. Aquesta situació ha produït un creixement significatiu de les investigacions que, en bona part, solament s'han difós en els medis acadèmics i difícilment han arribat a la societat.

Es tracta de configurar un marc de reflexió i de divulgació per tal de donar a conèixer les recerques, projectes, conclusions, etc. dels professionals i de les entitats que treballen en aquest àmbit de coneixement. Les línies d'actuació del Fòrum d'Etnologia han de ser diversificades, d'acord amb els objectius que es vulguin assolir en cada cas. Es contempla l'organització de cicles de conferències, taules rodones, seminaris, cursos d'estiu, jornades d'etnologia, etc.

CONGRÉS D'ANTROPOLOGIA

Organització del Primer Congrés d'Antropologia de Catalunya (o, en el seu cas, dels Països Catalans) entorn del tema: Reptes i desafiaments del segle XXI. Perspectives antropològiques.

PLANIFICACIÓ I PROGRAMACIÓ D'EXPOSICIONS

El Cançoner Popular de Catalunya

Projecte que vol donar a conèixer amb tota la seva amplitud i importància l'Obra del Cançoner Popular de Catalunya.

Catalunya Identitats

Exposició que mostrarà les principals conclusions sorgides arran de l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya, amb un total de 20 programes executats.

Cultures i Objectes

Mostra que difondrà la riquesa museística i etnològica del país per tal de presentar la necessitat, urgència i importància de la creació del Museu Nacional d'Etnologia de Catalunya.

PROTECCIÓ

1 ■ **OBJECTIUS:** Es pretén assolir els objectius específics destacats en color blanc:

1 ASSOCIACIONISME	
2 RECERCA	6 AGENTS TURÍSTICS
3 ENSENYAMENT	
4 COMUNICACIÓ	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ DESTINATARIS:

Els destinataris dels recursos de protecció són:

- AJUNTAMENTS
- TOTA LA CIUTADANIA

3 ■ ACCIONS

Les accions de l'àmbit de protecció es materialitzen en **incoacions**, i que es presenten a la taula descriptiva següent:

Per al desglossament detallat de cada acció en forma de fitxa veure l'**ANNEX 13**

PROTECCIÓ		
CONTINGUTS	ACCIONS (1)	ENTITAT GESTORA
INCOACIONS	DECLARACIÓ DE BÉ CULTURAL D'INTERÈS NACIONAL	CPCPTC i Col·lectius implicats
	DECLARACIÓ DE FESTA TRADICIONAL D'INTERÈS NACIONAL	CPCPTC i Col·lectius implicats

(1)

Declaració de Bé Cultural d'Interès Nacional (BCIN)

Segons la Llei 9/93, formen part del patrimoni cultural català tots els béns mobles i immobles relacionats amb la història i la cultura de Catalunya que per llur valor històric, artístic, arquitectònic, arqueològic, paleontològic, etnològic, documental, bibliogràfic, científic o tècnic mereixen una protecció i una defensa especials de manera que puguin ser gaudits pels ciutadans i puguin ser transmesos en les millors condicions a les generacions futures. En ordre a les esmentades protecció i defensa, la llei estableix la Declaració de Bé Cultural d'Interès Nacional.

Declaració de Festa Tradicional d'Interès Nacional (FTIN)

La Llei 2/93 estableix que les celebracions de la cultura tradicional catalana d'especial arrelament i rellevància poden ser declarades festes d'interès nacional i que el Govern ha de vetllar per la protecció i la promoció adequada de les festes declarades d'interès nacional i per la conservació de llurs elements essencials, sens perjudici de l'evolució natural de cada festa. El Decret 319/1994 regula l'esmentada declaració.

ÀMBIT DE DOCUMENTACIÓ

Avui més que mai, els homes i les dones de Catalunya s'interroguen sobre el seu passat, a la recerca de la seva identitat; recerca que solament es pot fonamentar en la memòria i en el patrimoni cultural, i, en el nostre cas, etnològic.

El segle XX pot ser anomenat, clarament, com la "centúria de la documentació". Ara, en els darrers anys d'aquest segle, la documentació ha esdevingut quelcom més que l'acumulació i la conservació de documents; s'ha convertit en tot un símbol, perquè:

1. Documentar *cultura* esdevé cultura en sí mateix.
2. Referma la voluntat política de conèixer, difondre, projectar i preparar la transmissió cultural i el diàleg entre generacions.

La recopilació documental dels elements i vestigis del patrimoni entològic ha estat una preocupació constant entre els estudiosos que ja es manifestava entre els representants del folklorisme, en l'època de la Renaixença, però també s'ha pogut palesar en els debats i conclusions de sengles Congressos de Cultura Popular i Tradicional Catalana, l'any 1981 i també l'any 1996.

L'àmbit de Documentació diversifica les seves actuacions en 2 branques concretes: **consulta i restitució.**

ÀMBITS D'ACTUACIÓ	CLASSIFICACIÓ D'ÀMBITS
DOCUMENTACIÓ (ARXIU GENERAL DE DOCUMENTACIÓ DEL PATRIMONI ETNOLÒGIC)	CONSULTA
	RESTITUCIÓ

ÀMBITS D'ACTUACIÓ

L'Arxiu General de Documentació del Patrimoni Etnològic de Catalunya ha de garantir la recopilació de materials i possibilitar la referenciació sobre tots els fons existents a Catalunya, i ha d'establir els mecanismes de localització, adquisició, conservació, manteniment i/o consulta dels fons públics o privats d'interès etnològic, en qualsevol tipus de suport. A partir de la documentació recollida o referenciada a l'Arxiu General del Patrimoni Etnològic hom podrà accedir a la seva consulta o podrà promoure la seva restitució a la societat.

CLASSIFICACIÓ D'ÀMBITS

CONSULTA

Els fons de l'Arxiu General han d'estar accessibles al públic que acudeixi directament a les dependències del CPCPTC i/o que formuli consultes per telèfon o per escrit.

Per tal de facilitar l'accessibilitat a la consulta d'aquest fons documental, que actualment integren més de 300.000 documents, s'establiran menús de consulta amb altres xarxes informàtiques, amb terminals a les delegacions territorials del Departament de Cultura, a les seus dels Consells Comarcals, a Centres Universitats i Centres d'estudis, així com també, s'obtindrà una pàgina Web a Internet.

RESTITUCIÓ

La restitució dels fons documentals han de possibilitar la reutilització dels elements del patrimoni etnològic que, a la vegada, són fruit de les accions de recerca. La forma prioritària de restitució serà la producció de publicacions, en qualsevol tipus de suport.

CONSULTA

1 ■ **OBJECTIUS:** Es pretén assolir els objectius específics següents:

1 ASSOCIACIONISME	5 CULTURA DE MASSES
2 RECERCA	6 AGENTS TURÍSTICS
3 ENSENYAMENT	
4 COMUNICACIÓ	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ **DESTINATARIS:**

Els destinataris dels recursos de consulta són els següents:

▪ TOTA LA CIUTADANIA DE CATALUNYA

3 ■ **ACCIONS**

Les accions de l'àmbit de consulta es materialitzen en **fons documentals propis** i **fons documentals aliens**, que es presenten a la taula descriptiva següent.

Per al desglossament detallat de cada acció en forma de fitxa veure l'**ANNEX 14**

CONSULTA			
FONS DOCUMENTALS (1)		ACCÉS	ENTITAT GESTORA
FONS PROPIS	BIBLIOTECA, HEMEROTECA DEL CPCPTC	Lliure	CPCPTC
	ARXIU DE L'INVENTARI DEL PATRIMONI ETNOLÒGIC DE CATALUNYA	En procés d'informatització	CPCPTC
	MATERIALS DE LA FONOTECA DE MÚSICA TRADICIONAL	Lliure	CPCPTC
	OBRA DEL CANÇONER POPULAR DE CATALUNYA	Lliure	CPCPTC
	BEQUES I ESTUDIS	Lliure	CPCPTC
	ARXIU PRIVATS	Lliure i/o restringit	CPCPTC
	NOMENCLÀTOR DE LA DANSA A CATALUNYA	Lliure	CPCPTC
	IMATGERIA: ARXIU FOTOGRÀFIC, AUQUES, GRAVATS, GOIGS	En procés de catalogació	CPCPTC
	ARXIU DE LA MEMÒRIA	En projecte	CPCPTC
	DIRECTORI D'ANTROPÒLEGS: BASE DE DADES DELS ESTUDIOSOS DE L'ANTROPOLOGIA A CATALUNYA	En projecte	CPCPTC
FONS ALIENS	BUIDATGES	En projecte	CPCPTC i col·lectius implicats
	MICROFILMACIÓ	En projecte	
	CATALOGACIÓ	En projecte	

(1)

FONS DOCUMENTALS PROPIS

L'integren aquells arxius i conjunts documentals que han estat adquirits o cedits al CPCPTC. Són els següents:

Biblioteca, Hemeroteca del CPCPTC

El conformen un total de 5.900 registres.

Arxiu de l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya

Els programes de l'IPEC s'informatitzaran a través d'una adaptació del programa informàtic DAC de Museus per facilitar-ne la consulta.

Materials de la Fonoteca de Música Tradicional Catalana

Fonogrames (6.500 registres)

Melodies tradicionals editades (2.500 registres)

Arxiu musical (700 partitures)

Obra del Cançoner Popular de Catalunya (OCPC)

Conjunt de 157.903 fotogrames que configuren aquest important arxiu promogut per Rafael Patxot.

Beques i estudis

Base documental d'estudis inèdits, amb més de 250 treballs fruit de les beques atorgades de l'any 1985 ençà.

Arxius privats

Arxiu Joan Amades (2.200 llibres, 1.000 separates d'articles i treballs diversos, així com un gran recull de materials recopilats per Joan Amades)

Arxiu Josep M. Castells (140 danses tradicionals dels Països Catalans)

Arxiu Joan Bial i Serra (1.121 danses tradicionals dels Països Catalans)

Arxiu Josep M. Vilarmau (800 melodies, a més d'un ampli recull de rondalles, refranys i aforismes, entreteniments, jocs i danses, creences i supersticions populars. La totalitat d'aquest material fa referència a l'àrea geogràfica del Lluçanès)

Arxiu Mn. Joan Sala (427 cançons populars i un apèndix amb altres 84 melodies. Aquest recull fou elaborat entre els anys 1933 i 1936 amb destinació a l'Obra del Cançoner Popular de Catalunya)

Arxiu Enric Mañosas (Microfilmació de materials de l'àmbit de folklore de la important col·lecció bibliogràfica d'Enric Mañosas)

Arxiu sonor del Grup de Recerques Folklòriques d'Osona (90 cintes amb més de 130 hores d'enregistraments fonogràfics efectuats en diversos municipis del Lluçanès, els anys 1982 i 1983. El contingut d'aquest arxiu es desglossa com segueix: 1.500 documents sonors de narracions de tradició oral, 600 cançons i

oracions i recitats diversos; 750 documents orals de remeix i medicina popular, i 250 informacions de gran varietat de costums i festes.)

Arxiu musical de l'Obra del Ballet Popular (2.300 sardanes i danses tradicionals, aprox.)

Arxiu de sardanes de l'Agrupació Cultural Folklòrica Barcelona (5.000 sardanes)

Arxiu de la Cobla-orquestra Barcelona (Documentació històrica)

Arxiu Jaume Vilalta (documentació literària i gràfica sobre sardanes i altres elements de folklore català; pendent de classificació)

Arxiu Joan Comas (recull de danses tradicionals dels Països Catalans; pendent de classificació)

Nomenclàtor de la dansa a Catalunya

Consta de 2.200 registres

Imatgeria: Arxiu fotogràfic, auques, gravats, goigs

En procés de catalogació a través del programari DAC-BIS

Arxiu de la memòria

Base de dades amb documentació oral, escrita i audiovisual, amb registres de testimonis orals d'històries de vida, religiositat popular, medicina popular, gastronomia popular, costumari, llegendes, refranys, cançó i dansa, tècniques i oficis, treball i lleure, jocs, economia i recursos, política, etc.

Directorí d'antropòlegs

Elaboració d'una base de dades, actualitzada permanentment, dels estudiosos de l'antropologia a Catalunya, que ha d'incloure: biografia, bibliografia, recerques en curs i finalitzades, treballs de camp, etc. Igualment ha d'incloure informacions referencials sobre les institucions antropològiques existents a Catalunya.

Aquesta base de dades ha de ser un complement del treball d'elaboració del *Diccionari històric de l'Antropologia a Catalunya*.

FONS DOCUMENTALS ALIENS

Tasques de buidatge, catalogació, informatització i microfilmació subjectes a acords i convenis sobre conservació, manteniment i consulta amb els col·lectius implicats.

RESTITUCIÓ

1 ■ **OBJECTIUS:** Es pretén assolir els objectius específics destacats en color blanc:

1 ASSOCIACIONISME	5 CULTURA DE MASSES
2 RECERCA	6 AGENTS TURÍSTICS
3 ENSENYAMENT	7 PROJECCIÓ EXTERIOR
4 COMUNICACIÓ	8 CORPORACIONS LOCALS

2 ■ DESTINATARIS:

Els destinataris de la restitució són els següents:

- TOTA LA CIUTADANIA DE CATALUNYA

3 ■ ACCIONS

Les accions de l'àmbit de restitució es concreten en un seguit d'**edicions**, que es presenten a la taula descriptiva de la pàgina següent

Per al desglossament detallat de cada acció en forma de fitxa veure l'**ANNEX 15**

RESTITUCIÓ	
EDICIONS (1)	ENTITAT GESTORA
REVISTA D'ETNOLOGIA DE CATALUNYA	CPCPTC
FULLS INFORMATIUS RIDEC	CPCPTC
COL·LECCIÓ DISCOGRÀFICA DE LA FONOTECA DE MÚSICA TRADICIONAL	CPCPTC
COL·LECCIÓ DE CD-ROM DE LA FONOTECA DE MÚSICA TRADICIONAL	CPCPTC
DICCIONARI HISTÒRIC DE L'ANTROPOLOGIA A CATALUNYA	CPCPTC
PUBLICACIONS DE L'INVENTARI DEL PATRIMONI ETNOLÒGIC DE CATALUNYA	CPCPTC
COL·LECCIÓ "ESTUDIS I TREBALLS"	CPCPTC
COL·LECCIÓ "QUADERNS DE CULTURA POPULAR"	CPCPTC
COL·LECCIÓ "DOCUMENTACIÓ I ARXIVS DEL PATRIMONI ETNOLÒGIC"	CPCPTC

(1)

EDICIONS

Revista d'Etnologia de Catalunya

La REC fou creada l'any 1992 com a plataforma de des d'on presentar la recerca i la dinàmica etnològiques que es porten a terme en el nostre país. La seva periodicitat és semestral.

Fulls informatius RIDEC

Establir la relació amb tot el sector d'estudiosos de l'etnologia, donar a conèixer les realitzacions del CPCPTC en l'àmbit del patrimoni etnològic i facilitar informacions sobre activitats i elements d'interès per als lectors/usuaris d'aquest full divulgatiu. La seva periodicitat és trimestral.

Col·lecció Discogràfica de la Fonoteca de Música Tradicional Catalana

Continuació d'aquesta línia editorial, estructurada en cinc sèries.

Col·lecció de CD-ROM de la Fonoteca de Música Tradicional Catalana

Aquesta nova línia de publicacions vol donar una nova dimensió dels fons sonors de la Fonoteca de Música Tradicional Catalana. S'estructura en dues sèries: didàctica i documental.

Diccionari Històric de l'Antropologia a Catalunya

L'objectiu d'aquesta obra és presentar en forma de diccionari històric-temàtic la història de l'Antropologia a Catalunya: autors, institucions, publicacions periòdiques, etc. I també formular una anàlisi rigurosa de termes propis i/o en íntima connexió amb el coneixement antropològic que, a més de proporcionar una correcta comprensió del fet analitzat, obli perspectives.

Publicacions de l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya

Han de servir per a donar a conèixer els resultats dels diferents programes d'execució de l'IPEC.

Col·lecció "Estudis i treballs"

Aquesta línia editorial ha de permetre donar a la llum pública els nombrosos treballs inèdits que configuren el fons documental de l'Àrea de Recerca.

Col·lecció "Quaderns de cultura popular"

Amb aquesta col·lecció es pretén editar breus treballs divulgatius, ben documentats i il·lustrats, dels més diversos temes sobre el coneixement de les formes de vida a Catalunya. Es tracta d'una publicació d'un gran tiratge, en format adient on la il·lustració jugui un important paper i on el text sigui eminentment de caràcter divulgatiu, però sempre fet amb rigor.

Col·lecció "Documentació i arxius del patrimoni etnològic"

Es tracta d'editar les obres bàsiques sobre elements del patrimoni etnològic: catàleg de materials inèdits, indexació d'arxius, etc.

RECURSOS DE FINANÇAMENT

Els recursos de finançament que ofereix el Centre s'agrupen en cinc camps d'actuació:

AJUTS PER A PROGRAMES DE RENOVACIÓ ASSOCIATIVA

**AJUTS PER A PROGRAMES DE DINAMITZACIÓ CULTURAL
(PRODUCCIÓ D'ACTIVITATS)**

AJUTS PER ACCIONS D'EDICIÓ I DIFUSIÓ

AJUTS PER A RECERCA I RESTITUCIÓ DEL PATRIMONI ETNOLÒGIC

AJUTS PER A INFRAESTRUCTURA

RECURSOS DE FINANÇAMENT

I. EL FOMENT DE LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL I L'ASSOCIACIONISME

II. DESTINATARIS DELS AJUTS

III. TIPOLOGIA DE LÍNIES DE FINANÇAMENT

- III.1. Ajuts per a programes de renovació associativa
- III.2. Ajuts per a programes de dinamització cultural
- III.3. Ajuts per a accions d'edició i difusió
- III.4. Ajuts per a la recerca i restitució del patrimoni etnològic
- III.5. Ajuts per a infraestructura

IV. PROCÉS I CRITERIS DE CONCESSIÓ

- IV.1. Procediment
- IV.2. Criteris de concessió

I. EL FOMENT DE LA CULTURA POPULAR I TRADICIONAL I L'ASSOCIACIONISME

La doctrina clàssica del Dret Administratiu reconeix en la funció de foment una de les tres grans formes d'actuació administrativa, juntament amb el servei públic i la policia. El Centre, a més d'oferir serveis a les entitats, portarà a terme una política de foment de la cultura popular i tradicional i de renovació de l'associacionisme cultural a través d'ajuts en forma de subvenció o beca.

La concessió d'ajuts suposarà la redistribució d'una part important dels recursos econòmics del Centre, per la qual cosa és fonamental establir uns criteris rigorosos de concessió, així com fer un seguiment del compliment dels objectius perseguits amb aquests ajuts i ajustar-se a un procediment legal estricte que asseguri la transparència i objectivitat en la seva concessió.

Aquesta funció de foment pot adoptar diferents formes. En primer lloc, tenim els mitjans de foment de caràcter honorífic, com poden ser la declaració de Festes d'Interès Nacional o la concessió de premis a les entitats per les seves activitats. Aquests premis poden tenir o no contraprestació econòmica. Actualment el Departament de Cultura concedeix cada any diferents premis per destacar les accions més destacades en diferents àmbits de la cultura tradicional.

D'altra banda, i com a mitjans de foment amb més pes en l'actuació del Centre, tenim els de caràcter purament econòmic, siguin beques o subvencions, que constitueixen un instrument capital en l'obra de configuració social en què tota administració moderna es troba compromesa.

Amb la concessió de subvencions el Centre pretén potenciar, no només les activitats que les entitats porten a terme, sinó també enfortir i renovar el teixit associatiu de Catalunya i contribuir, en la mesura possible, a la creació de les infraestructures culturals necessàries.

Capítol a part mereixen les beques i subvencions destinats a investigadors per a l'estudi científic de la cultura popular i tradicional, investigacions que complementen els encàrrecs per a l'elaboració de l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya, tasca encomanada al Govern per l'article 5 de la Llei 2/1993, de 5 de març, de foment i protecció de la cultura popular i tradicional i de l'associacionisme cultural.

D'altra banda, el Centre, en col·laboració amb l'Agència de Patrocini i Mecenatge de la Generalitat, oferirà a les entitats el suport necessari per a l'obtenció d'un finançament de les seves activitats a través del patrocini per part d'empreses privades.

Una última funció que complirà el Centre és la de col·laborar amb les entitats per a l'obtenció d'ajuts de la Comissió Europea per al desenvolupament local i territorial mitjançant la realització d'activitats culturals, difusió internacional de la cultura popular i tradicional catalana i estudis de recerca, especialment en la recuperació, conservació, inventari i restitució del patrimoni etnològic català.

II. DESTINATARIS DELS AJUTS

Els ajuts atorgats pel Centre aniran adreçats a les persones físiques i jurídiques següents:

1. Entitats privades sense finalitat de lucre: (forma jurídica d'associació o fundació)

- Associacions de cultura tradicional
- Associacions populars de cultura
- Associacions sòcio-culturals
- Associacions no estrictament culturals però amb activitats de cultura popular
- Centres d'estudis
- Fundacions
- Associacions de veïns
- Associacions de pares d'alumnes

2. Mitjans de comunicació:

- Premsa d'abast local i comarcal
- Ràdio d'abast local i comarcal
- Televisions locals
- Premsa especialitzada en cultura popular

3. Administració pública:

- Ajuntaments i organismes autònoms que en depenguin: museus, centres cívics..
- Consells comarcals i organismes autònoms que en depenguin
- Organismes autònoms de la Generalitat: Entitat Autònoma d'Organització d'Espectacles i Festes, Consorci Català de Promoció Exterior de la Cultura, etc.

4. Subvencions i beques per a persones físiques

5. Entitats amb afany de lucre

- Empreses editorials
- Empreses de recerca
- Empreses de serveis
- Empreses artesanals

III. TIPOLOGIA DE LÍNIES DE FINANÇAMENT

La concessió d'ajuts, siguin en forma de beca o de subvenció, per part del Centre, es desenvoluparà en cinc grans camps d'actuació:

- 1 - Ajuts per a programes de renovació associativa**
- 2 - Ajuts per a programes de dinamització cultural**
- 3 - Ajuts per a accions d'edició i difusió**
- 4 - Ajuts per a recerca i restitució del patrimoni etnològic**
- 5 - Ajuts per a infraestructura**

Al voltant d'aquests cinc grans camps d'actuació s'articularà la concessió d'ajuts a persones físiques i jurídiques, i entitats privades sense finalitat de lucre, així com a diversos organismes administratius (Entitats Autònomes de la Generalitat, Ajuntaments, Consells Comarcals, etc.) Aquests ajuts s'estructuraran en diferents línies de subvenció en funció dels objectius a aconseguir, i es tramitaran a càrrec de les partides del capítol IV i VII del pressupost del Centre. Algunes d'aquestes línies ja existeixen actualment, d'altres caldrà crear-les de nou, redefinint-les periòdicament en funció dels objectius perseguits.

La concessió de subvencions, a més, estarà subjecte a la definició d'uns criteris de concessió, com veurem més endavant, que apareixeran en cada convocatòria, així com al compliment d'unes condicions particulars, en el cas de concessió de subvenció amb conveni; criteris i condicions orientades a aconseguir uns determinats objectius (de promoció d'una manifestació de cultura popular, de dinamització d'una determinada zona, etc.)

Aquests ajuts podran tenir abast anual i plurianual, en funció de les activitats subvencionades. En aquest últim cas, mitjançant Acord de Govern. A més, moltes d'aquestes subvencions, especialment les més importants, es tramitaran a través d'un conveni de col·laboració amb les entitats per fer el seguiment de les activitats subvencionades.

III.1. Ajuts per a programes de renovació associativa

Dins la seva tasca de foment, un dels objectius fonamentals del Centre és el suport a l'associacionisme cultural, concretat en ajuts a les associacions per a la formació en gestió cultural i incorporació de jovent a les tasques directives, programes d'increment i renovació de la base social, obertura de l'entitat al seu entorn, dinamització de la massa social i incorporació de gestors culturals a les tasques de gestió.

Aquestes subvencions aniran adreçades a entitats privades sense finalitat de lucre, amb forma jurídica d'associacions o fundacions de tipus divers:

- Federacions i coordinadores
- Entitats d'abast territorial ampli
- Entitats d'abast territorial local o comarcal
- Entitats religioses

III.2. Ajuts per a programes de dinamització cultural

Dins la seva línia de foment de la cultura popular i tradicional, el Centre tindrà diverses línies de subvenció de programes d'activitats de dinamització cultural a les diferents comarques de Catalunya, realitzades tant per entitats públiques com privades, i excepcionalment per a persones físiques, d'acord amb l'esquema següent:

2.1. Subvencions a entitats privades sense finalitat de lucre: (en forma jurídica d'associacions o fundacions)

- Federacions i coordinadores
- Entitats d'abast territorial ampli
- Entitats d'abast territorial local o comarcal
- Entitats religioses

2.2. Subvencions a persones físiques (per a programes de dinamització cultural d'especial interès)

2.3. Subvencions a corporacions locals per a programes de dinamització territorial

- Subvencions a Consells Comarcals
- Subvencions a Ajuntaments

III.3. Ajuts per a accions d'edició i difusió

Aquests ajuts estan pensats per a les entitats que realitzen tasques de difusió i edicions, per tal de fer conèixer la nostra cultura popular i tradicional.

Bàsicament, estan dirigides a mitjans de comunicació, públics o privats, als organismes autònoms del Departament de Cultura que organitzen activitats de difusió de la cultura popular i a editorials o entitats per a edicions especialitzades en cultura popular.

3.1 Subvencions a entitats privades sense finalitat de lucre

3.2 Subvencions a mitjans de comunicació locals i comarcals

- Televisió
- Premsa
- Premsa especialitzada en cultura popular
- Ràdio

3.3 Subvencions als organismes autònoms de la Generalitat

- Subvencions al Consorci per a la Promoció Exterior de la Cultura (difusió a l'estranger)
- Subvencions a l'Entitat Autònoma d'Organització d'Espectacles i Festes

3.4 Subvencions a empreses editorials per a edicions especialitzades en cultura tradicional

III.4. Ajuts per a recerca

El centre potenciarà una política d'ajuts per a la realització d'estudis i treballs de recerca que s'integrin en l'Inventari del Patrimoni Etnològic de Catalunya.

Aquestes subvencions estaràn obertes a tots els especialistes del món de la cultura popular, siguin públics (institucions acadèmiques) o privats.

4.1. Beques a persones físiques per a la realització de treballs de recerca del patrimoni etnològic.

4.2. Subvencions a entitats per a la realització dels treballs de recerca que s'integrin a l'Inventari del Patrimoni Etnològic.

4.3. Subvencions a entitats privades i persones físiques per a la conservació del patrimoni etnològic.

4.4. Convenis d'investigació amb institucions acadèmiques.

4.5. Subvencions a corporacions locals per a la realització de treballs de recerca, catalogació i conservació del patrimoni etnològic.

4.6 Subvencions a entitats privades, persones físiques i corporacions locals per a la restitució del patrimoni etnològic i que condueixin a crear xarxes de treball estables i arrelades als seus territoris.

III.5. Ajuts per a infraestructura

Aquests ajuts són bàsics per tal de mantenir l'important patrimoni immobiliari de les entitats culturals de Catalunya, molt deteriorat en molts casos. S'ha de tenir en compte que la recent aprovació de la Llei d'Arrendaments Urbans suposarà la necessitat d'aconseguir de nou un local per a moltes entitats, si volen continuar existint. Es tracta d'un greu problema que requereix una decidida actuació pública.

D'altra banda algunes d'aquestes entitats, per al manteniment o millora de la seva infraestructura, han de demanar préstecs a l'Institut Català de Finances, el qual els hi concedeix previ informe favorable del Centre.

Cal preveure la necessitat d'ajudar les entitats al pagament d'aquests deutes financers, en els casos en què no puguin fer-se'n càrrec.

5.1. Subvencions per a espais culturals depenents d'ens locals o dels seus organismes autònoms:

- Obres de construcció
- Obres de millora o reforma
- Equipaments mobles

5.2. Subvencions per a espais culturals depenents d'entitats privades sense finalitat de lucre:

- Adquisició de locals
- Obres de construcció
- Obres de reforma o millora
- Equipaments mobles

5.3. Subvencions per a l'amortització de deutes financers dels ens locals i els seus organismes autònoms, per atendre préstecs de l'Institut Català de Finances destinats a:

- Obres de construcció
- Obres de reforma o millora
- Equipaments mobles

5.4. Subvencions per a l'amortització de deutes financers d'entitats privades sense finalitat de lucre, per atendre préstecs de l'Institut Català de Finances destinats a:

- Adquisició de locals
- Obres de construcció
- Obres de reforma o millora
- Equipaments mobles

5.5. Subvencions a corporacions locals per a la conservació d'espais i elements del patrimoni etnològic.

IV. PROCÉS I CRITERIS DE CONCESSIÓ

IV.1. Procediment

En primer lloc, hem de distingir entre el procediment normal de concessió de subvencions mitjançant convocatòria pública, i el procediment excepcional, en els casos que determina la Llei de Pressupostos. En aquests últims casos, el Centre podrà concedir subvencions fora de concurrència pública, sempre dintre de les línies de subvenció establertes, quan existeixin motius que ho justifiquin i que caldrà detallar en un informe adjunt a la proposta de concessió de subvenció.

D'altra banda, el Centre realitzarà cada any les convocatòries públiques dels diferents tipus de subvencions, en les que s'especificaran, a més dels terminis i la documentació necessària, les condicions que hauran de complir les entitats subvencionables. Un cop avaluada la concessió o denegació de cada sol·licitud, proposada i resolta pel Conseller o pel President del Centre, es comunicarà a l'entitat, que en cas d'atorgament haurà de presentar la corresponent documentació justificativa de les activitats o obres subvencionades en el termini establert. Finalment es tramitarà el document comptable per al pagament d'aquesta subvenció, que es farà efectiva amb les condicions que constin a la convocatòria.

A més dels requisits generals establerts a la convocatòria, el Centre establirà convenis de col·laboració amb algunes entitats per a la realització d'activitats d'especial interès, amb unes condicions específiques a les que restarà condicionada la concessió o no de subvenció. Aquests convenis ens permetran un millor seguiment de les activitats de dinamització, difusió o recerca que realitza l'entitat, així com assegurar el compliment dels objectius perseguits amb la concessió de la subvenció.

IV.2. Criteris de concessió

Els criteris de concessió podran variar considerablement en funció de cada cas concret. Tot i això, podem establir uns criteris globals que es reflectiran tant en els requisits exigits en la convocatòria pública de subvenció com en les condicions particulars establertes en l'eventual conveni i que podem resumir en els següents punts:

Criteris globals

En condicions d'igualtat pel que fa a la qualitat de les propostes presentades, tindran preferència:

A. Aquells projectes l'aplicació dels quals tingui efectes perceptibles per a la dinamització cultural, la integració cultural i la cohesió social.

B. Les sol·licituds procedents de territoris rurals amb tendència al despoblament, baixa densitat de població i elevat índex d'ocupació agrícola, així com aquells amb legislació específica com la *lleï de muntanya*.

C. Les sol·licituds procedents de zones amb elevats percentatges de població de procedència immigrant.

Presentem, a continuació, els criteris utilitzats per a prioritzar propostes en cada línia d'ajuts:

1. Ajuts per a programes de renovació associativa

- En aquelles sol·licituds per a programes de formació en gestió cultural i de reciclatge dels membres que exerceixen tasques directives, es tindrà en compte la qualitat i necessitat del projecte de formació o renovació.
- Serà valorada la incidència de l'entitat al seu entorn, especialment en els programes d'increment, renovació i dinamització de la base social de l'entitat.

2. Ajuts per a programes de dinamització cultural

- D'acord amb el que hem exposat en el Pla de Dinamització Cultural, es prioritzaran els **Programes de dinamització comarcal** sobre les sol·licituds d'abast estrictament local.
- Tindran preferència les **activitats de dinamització** promogudes per federacions i coordinadores, així com aquelles activitats que suposin la interrelació de diferents àmbits de la cultura popular, i aquelles activitats que, promogudes per entitats locals, tinguin abast més ampli o tinguin interès general, coma ara els festivals, les mostres, els concursos o trobades entre diferents entitats.
- També es consideraran preferents aquelles activitats culturals dinamitzadores que ajudin a la recuperació del patrimoni etnològic o a l'equilibri territorial.
- Tindran especial interès els aniversaris d'entitats (cinquantenaris, centenaris, etc.) commemoracions de fets transcendents o històrics.
- Es prioritzaran les activitats organitzades per un nombre important d'entitats que conformin un projecte cultural vertebrador de la comunitat on es realitzen
- Es potenciaran les festes o manifestacions declarades d'Interès Nacional.
- Es consideraran prioritàries les programacions d'associacions culturals de tipus ateneístic que donen amplis serveis a les poblacions on estan radicades i en general totes aquelles que tirguin una especial incidència a l'entorn on tenen lloc.

3. Ajuts per accions d'edició i difusió

- Tindran preferència els ajuts sol·licitats per entitats per a la difusió de manifestacions tradicionals poc conegudes o d'especial interès.

- Els ajuts a mitjans de comunicació es concretaran en la promoció d'emissions per ràdio i televisió o edicions que difonguin aspectes de la cultura popular i tradicional i es fixarà mitjançant un conveni amb la publicació, ràdio o televisió subvencionada, d'abast local, comarcal.

- Tindran especial interès les subvencions a empreses de comunicació per a la difusió de la cultura popular i tradicional a través de les xarxes digitals de comunicació tipus Internet, que en tot cas caldrà també concretar en un conveni.

- En la concessió d'ajuts a editorials es prioritzaran aquelles iniciatives que suposin l'inici o la consolidació de col·leccions i línies de treball en cultura popular, així com aquelles sol·licituds en les que la difusió de cultura popular s'adrexi a amplis segments de la població.

4. Ajuts per a la recerca i la restitució del patrimoni etnològic

- Es prioritzaran aquells treballs de recerca que es puguin incorporar i adaptar a l'Inventari del Patrimoni Etnològic.

- Tindran preferència els treballs de recerca sobre manifestacions tradicionals desaparegudes o en procés de desaparició, així com aquells que puguin ser d'utilitat per a la recuperació d'alguna festa o manifestació tradicional.

5. Ajuts per a infraestructura

- Seran preferibles en primer lloc les entitats afectades per la Llei d'Arrendaments Urbans amb problemes de continuïtat, tot i que caldrà considerar el pes específic de cada entitat en concret en la seva comunitat.

- Seran preferents les zones amb dèficit d'equipaments culturals similars als que ofereixi l'entitat.

- Finalment, caldrà considerar altres elements d'urgència que es puguin donar, a més de la incidència de la Llei d'Arrendaments Urbans, com pot ser el deteriorament greu dels immobles antics o equipaments, les obres pel compliment obligatori de normes de seguretat o els immobles amb perills imminents.

**III - PROJECTE DE CREACIÓ DE L'INSTITUT
CATALÀ DE CULTURA POPULAR**

III - I ANTECEDENTS I NATURALESA JURÍDICA

III - II CREACIÓ D'UNA ENTITAT AUTÒNOMA

III - III ESTRUCTURA

III - IV FUNCIONS

III - PROJECTE DE CREACIÓ DE L'INSTITUT CATALÀ DE CULTURA POPULAR

III - I ANTECEDENTS I NATURALESA JURÍDICA

La Llei 2/1993, de 5 de març, de foment i protecció de la cultura popular i tradicional catalana i de l'associacionisme cultural, aprovada el 5 de març pel Parlament de Catalunya, va crear, en el seu capítol 4, el Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana, **òrgan sense personalitat jurídica pròpia**, adscrit al Departament de Cultura.

El Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana es va estructurar mitjançant el Decret 127/1993, de 20 d'abril, sota la direcció del President del Consell de la Cultura Popular i Tradicional, amb un gerent, tres àrees i una unitat de gestió administrativa. Actualment **no té personalitat jurídica pròpia**, funcionant a tots els efectes com un Direcció general més, essent el seu President membre del Consell Directiu del Departament.

III - II CREACIÓ D'UNA ENTITAT AUTÒNOMA

A finals de 1992 el Molt Honorable President de la Generalitat va manifestar al Sr. Vidal i Gayolà que el Govern tenia la intenció de crear un organisme autònom, que ell va anomenar aleshores Institut de Cultura Popular, per a promoure i difondre la cultura popular i tradicional catalana com a instrument d'afirmació de la pròpia personalitat i d'enfortiment del sentit de pertinença, i alhora com a element d'integració.

Malgrat aquesta voluntat, la Llei 2/1993 aprovada pel Parlament el 5 de març de 1993, de foment i protecció de la cultura popular i tradicional i de l'associacionisme cultural va crear, pel foment i difusió de la cultura popular i tradicional, el Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana, "**organisme sense personalitat jurídica pròpia** adscrit al Departament de Cultura".

Posteriorment aquest Centre es va estructurar mitjançant el Decret 127/1993, de 20 d'abril, quedant configurat com una Direcció General més del Departament de Cultura.

Durant molt de temps, però, el President de la Generalitat, tot i l'aprovació de l'esmentada llei, presentava el Sr. Vidal com a President de l'Institut de Cultura Popular, convençut que s'havia acomplert la voluntat inicial de crear un organisme autònom.

Després de tres anys funcionant com a Direcció General sense personalitat jurídica, el Centre de Promoció de la Cultura Popular i Tradicional Catalana ha viscut tot de problemes derivats d'aquesta situació. Això aconsella la seva conversió en una entitat autònoma, tal i com havia estat dissenyat inicialment. Aquests problemes es concreten en els punts següents:

1. El Centre es troba sovint en contacte per la seva activitat amb una realitat social àgil i dinàmica, constituïda per unes entitats i associacions amb un ritme diferent al de l'Administració. El nou organisme que ha de promoure la renovació de la vida associativa ha de poder respondre ràpidament als problemes que se li plantejaran i ha de poder aplicar solucions àgils i amb eficàcia.
2. Els impediments i exigències burocràtiques provoquen una ralentització de les actuacions que porta a terme el Centre, amb la consegüent mala imatge davant dels administrats. El dinamisme que volem per a les entitats s'ha de practicar amb l'exemple. Una Direcció General condicionada pel funcionament burocràtic de l'administració no és la fórmula més adient.

3. La contractació de personal i el pagament de les factures és extremadament lent, quan no impossible, en aquest context. La realització de cursos, tallers, conferències, aules de formació, rutes, etc., així com la realització d'estudis de recerca de l'Inventari del Patrimoni Etnològic, tasca encomanada per la Llei 2/1993, exigeixen la contractació freqüent de personal eventual i el pagament ràpid dels serveis. S'han de poder resoldre amb més agilitat els problemes de contractació, tant de serveis externs com de personal. Ha de contemplar la possibilitat de reforços temporals per a actuacions i iniciatives concretes que realitza el Centre periòdicament.

4. El Centre obté sovint ingressos per venda de material (llibres o vídeos sobre cultura popular, principalment) i matrícules (Aula de Música Tradicional, Etc.) que no pot gestionar directament. La gestió d'aquests ingressos ens permetria tenir el líquid suficient per a atendre els pagaments urgents.

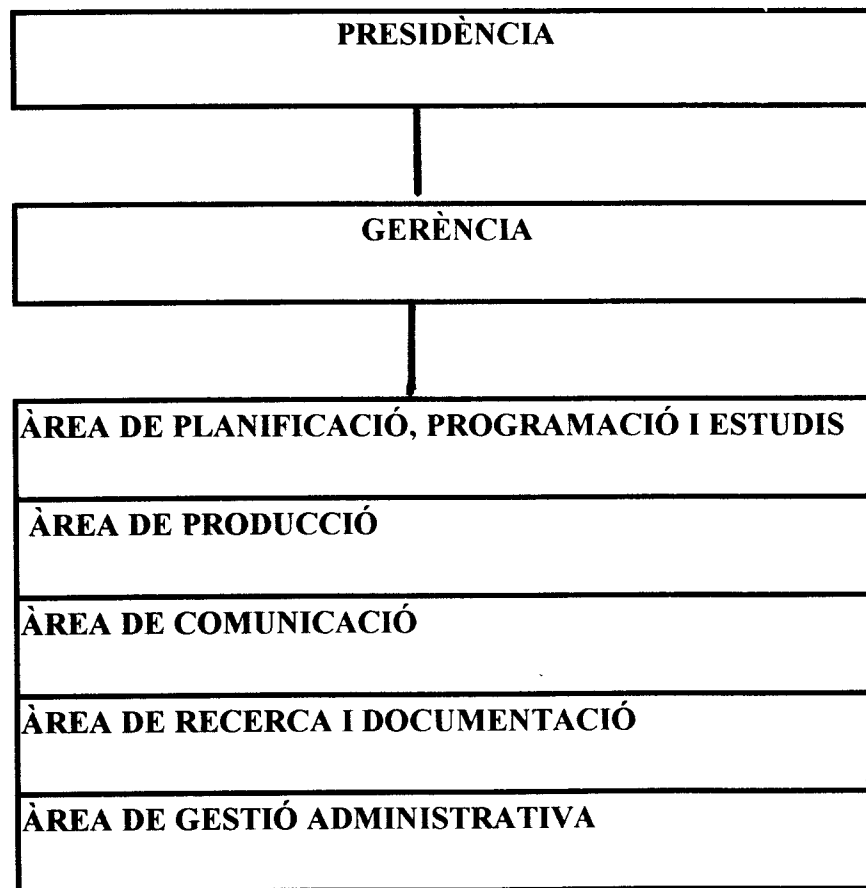
5. Una altra de les actuacions que porta a terme el Centre és la concessió de **subvencions** a diverses entitats del món de la cultura popular i tradicional. Atès el fort afebliment que pateix aquest col·lectiu, és imprescindible l'agilització dels ajuts directes o indirectes, via subvenció o intervenció convinguda, que s'han de fer efectives en un termini curt i no al cap de dos anys com ara, si volem fer creïble el nostre projecte. Cal simplificar els processos per a l'obtenció, cobrament i justificació de les subvencions.

6. La prestació de determinats serveis a les entitats, com l'edició de cartelleria, precisen de poder disposar de la capacitat per a l'edició immediata de materials, capacitat de la qual no disposem actualment.

Per tal de paliar tots aquests problemes i millorar, doncs, considerablement el funcionament del Centre i el servei que presta als ciutadans per a l'que va ser creat, es proposa un nova Llei de creació de l'Institut de Cultura Popular, amb aquesta o una altra denominació, que el contempli com una entitat autònoma del Departament de Cultura amb personalitat jurídica pròpia.

III - III ESTRUCTURA

INSTITUT CATALÀ DE CULTURA POPULAR



ÀREA DE PLANIFICACIÓ, PROGRAMACIÓ I ESTUDIS

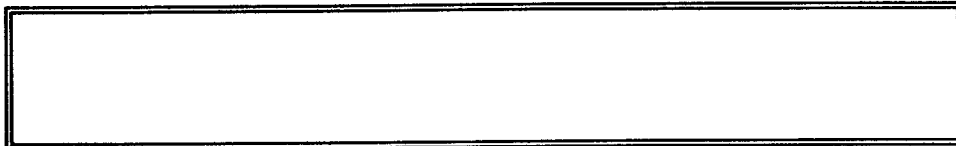
	Tècnic eventual Cap de l'Àrea		
	Auxiliar administratiu - Secretari		
SUBÀREA DE PLANIFICACIÓ I PROGRAMACIÓ TERRITORIAL		SUBÀREA D'ESTUDIS	
1 tècnic laboral A		1 tècnic laboral A	
1 tècnic laboral A		1 tècnic laboral A	

ÀREA DE PRODUCCIÓ

	Tècnic eventual Cap de l'Àrea				
	Administratiu - secretari				
SUBÀREA DE FORMACIÓ		SUBÀREA D'ACTIVITATS ESPECÍFIQUES		SUBÀREA ACT. GLOBALITZADORES	
1 Cap Subàrea laboral A-2		1 Cap Subàrea laboral A.		1 Tècnic laboral A	
1 tècnic laboral A		1 tècnic laboral A-1		1 Tècnic laboral B	
1 tècnic laboral A		1 tècnic laboral A			
1 administratiu		1 tècnic laboral A-2 (reclassificació C-3)			
		1 tècnic laboral A-3			
		1 tècnic laboral B			
		1 administratiu laboral C-3			
		1 auxiliar administratiu			
		1 auxiliar administratiu			

ÀREA DE COMUNICACIÓ

	Tècnic eventual- Cap de l'Àrea		
	Aux administratiu-secretari		
SUBÀREA D'INFORMACIÓ I DIFUSIÓ		SUBÀREA D'EDICIÓ I IMATGE	
1 Cap Subàrea-laboral A-2		1 Cap Subàrea-laboral A-2	
1 tècnic laboral A		1 tècnic laboral A	
1 tècnic aboral A		1 tècnic laboral A-2	
1 tècnic laboral A		1 tècnic laboral A-2	
1 tècnic laboral A		1 tècnic laboral A (si es fa cartelleria)	
1 tècnic funcionari A-20		1 tècnic laboral A	
1 administratiu		1 administratiu	
1 auxiliar administratiu D-10		1 auxiliar administratiu	
1 auxiliar administratiu D-10			
1 auxiliar administratiu D-10			
1 auxiliar administratiu			



ÀREA DE RECERCA I DOCUMENTACIÓ

	Funcionari A-24 o eventual A - Cap de l'Àrea		
	Aux. administratiu-secretari		
SUBÀREA DE RECERCA		SUBÀREA DE DOCUMENTACIÓ	
1 laboral A		1 tècnic laboral A-1	
1 col.laborador extern		1 documentalista (laboral o funcionari)	
1 tècnic laboral A-1		1 documentalista (laboral o funcionari)	
1 tècnic laboral A		1 documentalista (laboral o funcionari)	
1 tècnic laboral A		1 administratiu C-14	

ÀREA DE GESTIÓ ADMINISTRATIVA

	Tècnic funcionari A/B-24 Cap de l'Àrea		
	Auxiliar administratiu- Secretari		
SUBÀREA DE GESTIÓ DE LA DESPESA		SUBÀREA DE GESTIÓ DE SUBVENCIONS	
1 Administratiu laboral C		1 tècnic laboral A-2	
1 tècnic funcionari A		1 Administratiu	
1 Administratiu		1 Auxiliar Administratiu D-14	
1 Auxiliar administratiu			
