



Pla nacional del llibre i la lectura

Sessió “Visibilitat del llibre i de la lectura als mitjans de comunicació i les xarxes”

1 | Introducció

Context

El Govern de la Generalitat, a través del Departament de Cultura i en coordinació amb el Departament d'Educació i amb la col·laboració de representants i experts dels dos àmbits, ha iniciat un projecte que té com a objectiu identificar **propostes que ajudin a incrementar els índexs de lectura i l'hàbit lector**, especialment en català.

En aquest sentit, s'han generat diferents grups de treball tenint en compte una selecció d'àmbits d'actuació a partir dels quals s'identificaran oportunitats i **propostes d'actuació que han de configurar el Pla nacional del llibre i la lectura**.

Objectiu del document

Aquest document pretén ser **una eina de reflexió i inspiració** per als assistents de cadascuna de les trobades per tal que el debat que es generi sigui el més enriquidor possible i **inclogui una mirada cap a la transformació digital, la perspectiva de gènere, la diversitat i la sostenibilitat**. Aquest document no pretén ser un estudi de mercat ni un marc global de tendències del sector.

Per aconseguir-ho, es compartiran **tendències i casos de referència tant d'àmbit nacional com internacional, impulsades tant des del sector públic com des de la iniciativa privada per a cadascuna de les temàtiques**.

Llista de temàtiques:

1. Dades, recerca i informació

2. Els creadors

3. Diversitat i accés a la lectura

4. Reconeixement, revaloració i prestigi

5. La mediació lectora

6. La indústria

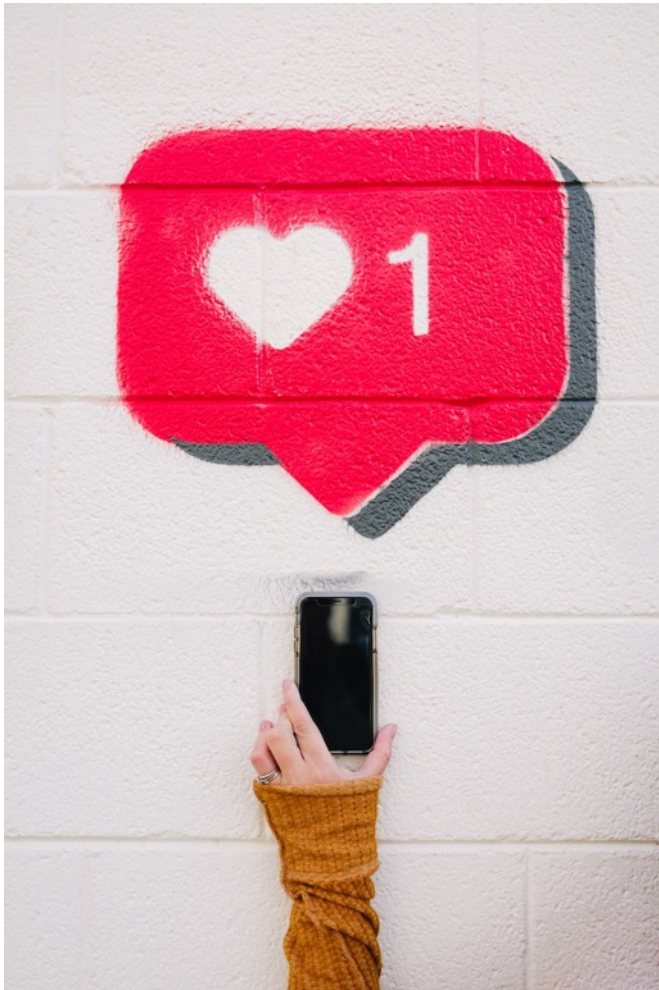
7. La promoció del llibre i la lectura

8. Visibilitat del llibre i de la lectura als mitjans de comunicació i les xarxes

9. Els lectors i l'accés inicial a la lectura

10. Els espais de lectura

2 | Introducció - Visibilitat del llibre i de la lectura als mitjans de comunicació i les xarxes



Els mitjans de comunicació i les xarxes són fonamentals per accedir a la informació i per difondre-la i tenen una gran influència en el nostre entorn social. Han viscut, a més, una transformació molt profunda els darrers anys, amb l'aparició de nous canals, alguns dels quals són molt importants per a l'accés al llibre i la lectura de determinats col·lectius (per exemple, els joves).

Es tracta de reflexionar sobre la presència del llibre, la lectura i tot el que es mou entorn del fet lector en aquests espais i també sobre la retroalimentació positiva entre els eixos llibre, lectura, mitjans de comunicació i xarxes socials com a via per incrementar-ne la promoció i la difusió i augmentar els beneficis en la societat.

3 | Context i referències: temàtiques per al debat i la reflexió

El document recull casos i referències per al debat i la reflexió entorn de 3 temàtiques:

1. La visibilitat dels llibres a les xarxes socials

Efectes de moviments com BookTube, Bookstagram i BookTok i altres xarxes socials

2. La visibilitat dels llibres en plataformes d'entreteniment i *streaming*

Twitch com a nova televisió per a joves i presència dels llibres en plataformes com Netflix

3. Mitjans convencionals

Nous continguts per promocionar la lectura en mitjans convencionals

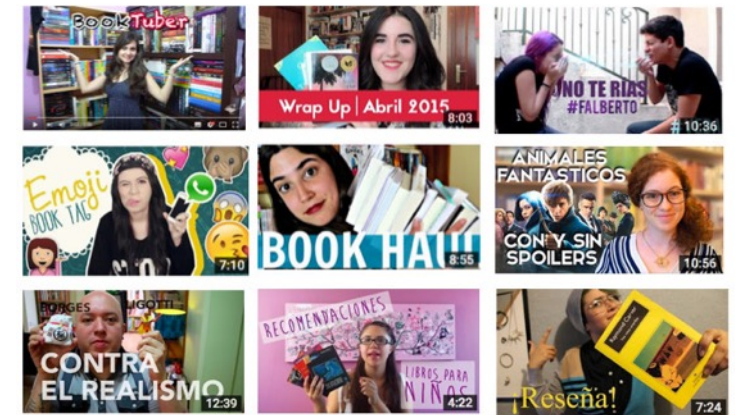
3 | Context i referències: visibilitat dels llibres a les xarxes socials

1.1. YouTube

La comunitat de llibres a YouTube ja fa anys que s'agrupa amb el nom de BookTube i es tracta del fenomen en xarxes socials més antic i consolidat. El terme BookTube procedeix de les paraules *book* ('llibre' en anglès) i *Tube* (de *YouTube*). Dins de la comunitat hi ha *booktubers*, persones que es dediquen a publicar vídeos sobre llibres regularment i amb certa repercussió, ja que se sol establir una interacció directa entre el *booktuber* i el consumidor del vídeo.

Aquests especialistes generen continguts en formats que van més enllà de la ressenya. De fet, han inventat els seus propis gèneres audiovisuals, com per exemple:

- **Book tags:** el *booktuber* ha de respondre a preguntes senzilles sobre una temàtica concreta.
- **Book hauls:** en aquests vídeos el *booktuber* ensenya els darrers llibres que ha adquirit.
- **Wrap up:** el *booktuber* comenta tots els llibres llegits en un període de temps determinat.
- **Bookshelf tour:** es mostra la biblioteca personal del *booktuber*. Se solen fer comentaris dels llibres o del perquè estan ordenats d'una determinada manera (colors, mides...).
- **Unboxing:** el *booktuber* obre davant de la càmera tots els paquets de llibres rebuts durant un període, siguin les compres per correu, els regals, les col·laboracions amb editorials o amb altres *booktubers*.
- **TBR (To Be Read):** en aquests vídeos el *booktuber* mostra i comenta els llibres que es proposa de llegir.



BookTube

3 | Context i referències: visibilitat dels llibres a les xarxes socials

Booktubers catalans, petites grans comunitats



[Recomanacions de llibres](#)

4.020 subscriptors

A la Marta Botet Borràs, l'apassionen els llibres, fa recopilatoris i explica com funciona la indústria editorial. També fa ressenyes de clàssics de la literatura catalana.



[Laprestatgeria](#)

2.100 subscriptors

Llibres i desamor, lectures i música, les dones dels escriptors famosos, lectures de batxillerat... En comptes de llegir llibres, la Marta els devora, i ho fa amb passió, humor i mirada crítica.



[Paraula de Mixa](#)

1.240 subscriptors

Amb vídeos molt ben editats, Paraula de Mixa no només ressenya llibres, sinó que al seu canal ha muntat activitats diverses sobre el món editorial: des d'entrevistes amb autors fins a clubs de lectura o tallers per ser una *booktuber*.



[Llig-me](#)

1.000 subscriptors

Irene Rodrigo va tenir un programa de llibres a la televisió pública valenciana i l'èxit l'ha portat a obrir el seu propi canal. Darrerament, ha engegat un club de lectura virtual per a la xarxa de biblioteques públiques de Catalunya, i també fa ressenyes de clàssics i llibres que són novetats.

3 | Context i referències: visibilitat dels llibres a les xarxes socials

Booktubers espanyols, el 4 perfils amb més seguidors acostumats a les col·laboracions amb editorials



[Raquel Bookish](#)
494.000 subscriptors

La Raquel resumeix i recomana llibres, parla de les lectures i també aconsella sobre hàbits per fomentar la creativitat i l'organització del temps. També ha publicat una trilogia de llibres.



[Javier Ruescas](#)
305.000 subscriptors

Javier Ruescas ha publicat 10 llibres i molts estan locutats per ell mateix. És professor d'escriptura creativa i editor de la revista digital de literatura juvenil www.eltemplodelasmilpuertas.com



[El coleccionista de mundos](#)
270.000 subscriptors

Sebastián García Mouret publica ressenyes de llibres, reflexions i entrevistes a escriptors. Va publicar una novel·la el 2020 i actualment també escriu a la revista juvenil www.eltemplodelasmilpuertas.com



[Josu Diamond](#)
252.000 subscriptors

El canal de Josu Lorenzo Grilli destaca pel sentit de l'humor i per estar centrat en la literatura juvenil. Publica ressenyes de llibres, anècdotes i reflexions sobre literatura i altres temes. Va cofundar, amb altres *booktubers*, Literali Box, un *ecommerce* que envia caixes temàtiques sorpresa amb llibres, una revista literària i diversos objectes de marxandatge.

3 | Context i referències: visibilitat dels llibres a les xarxes socials

1.2. Instagram

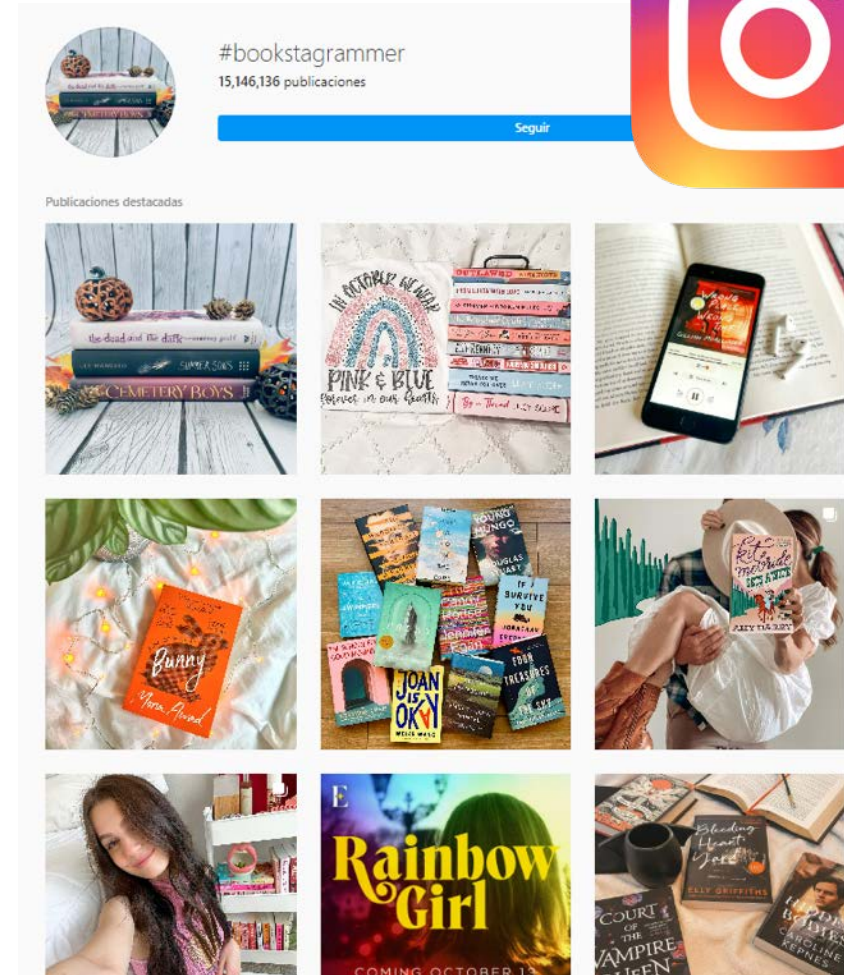
La comunitat lectora a Instagram s'agrupa al voltant del *hashtag* Bookstagram. També es diu així qualsevol compte dedicat a ressenyar llibres. El *hashtag* que usen els *bookstagrammers* en català és #elreductecatalà.

Bookstagrammers

Els usuaris d'aquests comptes no es limiten a fer **ressenyes de lectures**, sinó també a crear **clubs de lectura** i generar **bodegons estèticament atractius** entorn del llibre físic. Per altra banda, ja és una pràctica habitual que les editorials quan publiquen novetats enviïn exemplars a aquests *bookstagrammers*.

Creadors influencers

Molts creadors també han generat el seu compte en aquesta xarxa social per autopromocionar les seves obres i interaccionar amb els lectors.



3 | Context i referències: visibilitat dels llibres a les xarxes socials

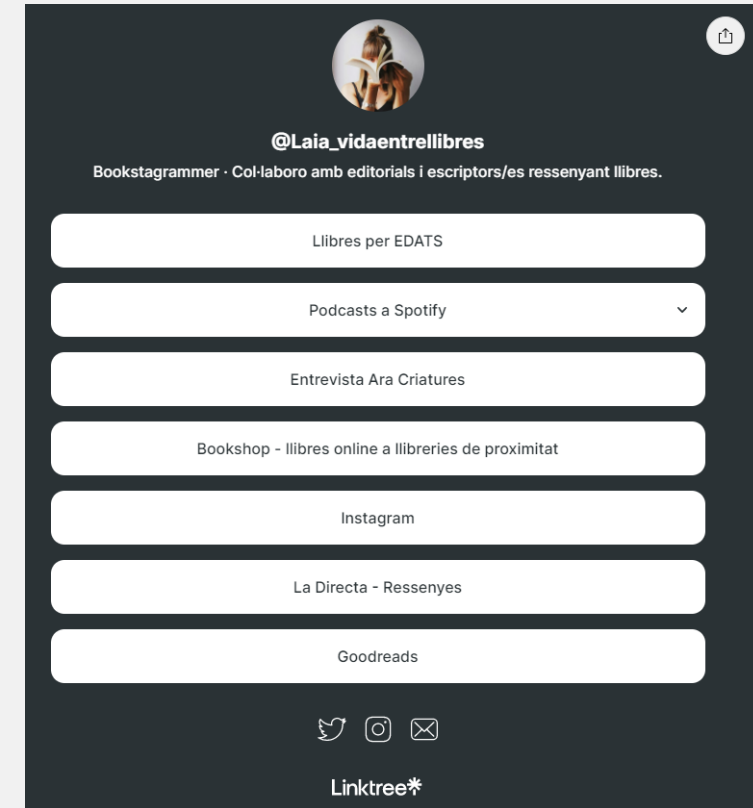
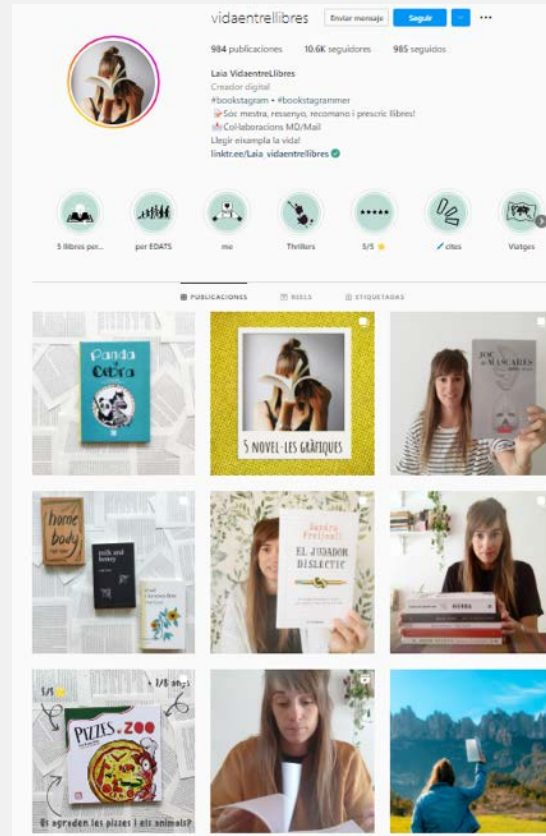
Laia Santís, mestra i generadora de contingut digital entorn dels llibres

Quan Laia Santís ([@vidaentrellibres](https://www.instagram.com/vidaentrellibres)), mestra d'una escola, va començar a parlar de llibres a Instagram no s'imaginava que el seu perfil esdevindria un dels comptes de referència per a tot tipus de lectors amb ganes de noves propostes. Amb una **comunitat de més de 10.000 seguidors**, la Laia fa **ressenyes en català de diferents gèneres i inclou moltes opcions de LIJ.**

Per altra banda, també **recomana llibres segons edats**, dona accés a recursos com Bookshop a través del seu web i pots consultar el seu perfil de Goodreads per saber què llegeix.

Per últim, un altre fet destacat de les seves publicacions és la recomanació de llibres que són a les biblioteques, de manera que els dona visibilitat i redueix barreres d'accés a la lectura per a les famílies.

Font: [Ara.cat](https://ara.cat)



3 | Context i referències: visibilitat dels llibres a les xarxes socials

Nous clubs de lectura, comunitats de lectura dinamitzats per influencers

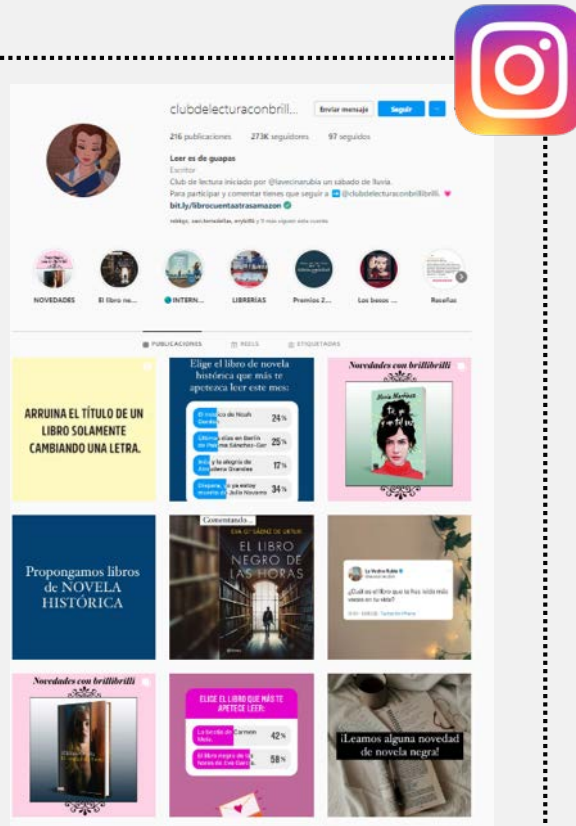
La Vecina Rubia, la *influencer* anònima amb 2,8 milions de seguidors, va crear un compte a Instagram anomenat

[@clubdelecturaconbrillibrilli](https://www.instagram.com/clubdelecturaconbrillibrilli/)

per fomentar l'amor per la lectura entre els seus seguidors.

El perfil, amb **273.000**

seguidors, recull **recomanacions de lectures realitzades de forma col·laborativa**.

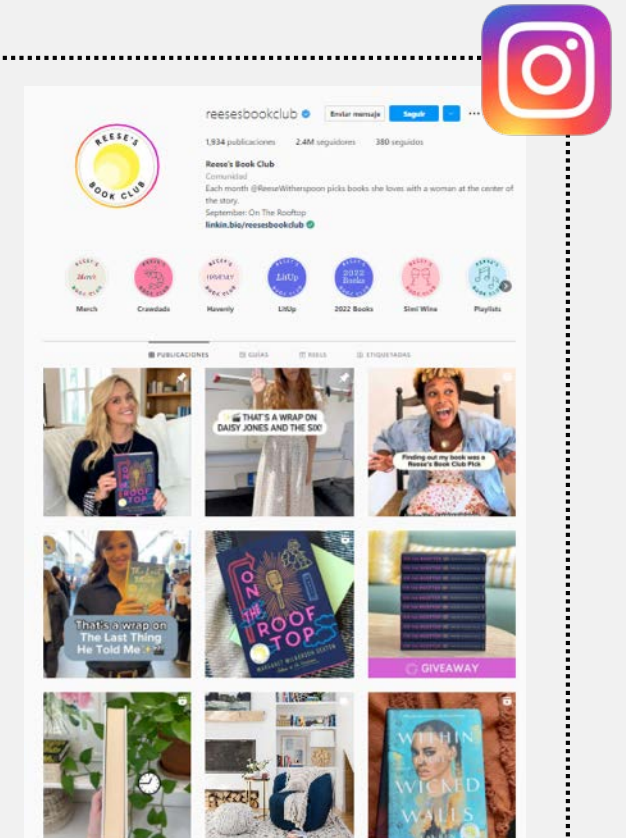


L'estimada artista de Hollywood **Reese Witherspoon** selecciona un nou títol cada mes que tingui com a eix central de la seva narrativa una dona.

El llibre seleccionat és publicat al compte d'Instagram

[@reesesbookclub](https://www.instagram.com/reesesbookclub/), amb **2,4**

milions de seguidors, on es poden veure els comentaris sobre la història del mes, així com una **breu entrevista amb els escriptors**.



3 | Context i referències: què està succeint entorn de la creació?

“Escriptors marca”

Perfils amb més seguidors a les xarxes socials

Elisabet Benavent i Javier Castillo, juntament amb Maria Dueñas, han estat alguns dels escriptors que més exemplars han venut a l'Estat espanyol el 2022. Tots dos van **publicar les seves primeres obres autoeditant-se** i part del seu èxit prové de la **promoció realitzada a través de les seves xarxes socials personals**.

La presència en aquest tipus de plataformes socials els ha permès **generar grans comunitats de seguidors** que els han pogut conèixer millor i han pogut interactuar amb ells. A més, el fet de generar un vincle amb el creador disminueix les possibilitats de descarregar les seves obres a través de webs de pirateria.



3 | Context i referències: visibilitat dels llibres a les xarxes socials

1.3. TikTok, la xarxa social de la generació Z i Alpha

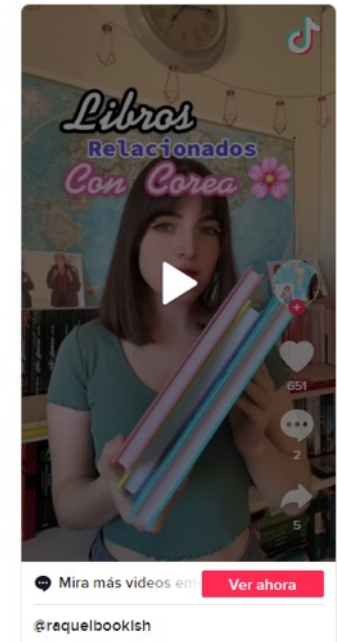
El *hashtag* **#BookTok**, a través del qual els usuaris de la xarxa social TikTok etiqueten els seus vídeos, en què ressenyen i recomanen llibres, ja suma més de **set mil milions de visualitzacions al món** i té més de **2 milions de seguidors a l'Estat espanyol**. Alguns ho descriuen com una evolució de la sinopsi d'un llibre que s'ha transformat en una mena de tràiler fent servir el format audiovisual. **BookTok. Ha col·locat llibres al número 1 de vendes** i ha provocat fins i tot la **reedició de títols que estaven oblidats**.

Alguns comptes ja es denominen **booktokers o bookinfluencers**, atès que el seu contingut es basa essencialment en el món de la literatura en aquesta xarxa social.

Editorials com Penguin Random House i Planetadelibros, o llibreries com Casa del Libro, s'han unit a la xarxa social amb els seus propis *influencers* perquè comparteixin i ressenyin els seus llibres.

També hi ha **llibreries com Barnes & Noble que han generat una secció al seu establiment amb els llibres més mencionats amb aquest *hashtag***.

Font: [La Vanguardia](#)



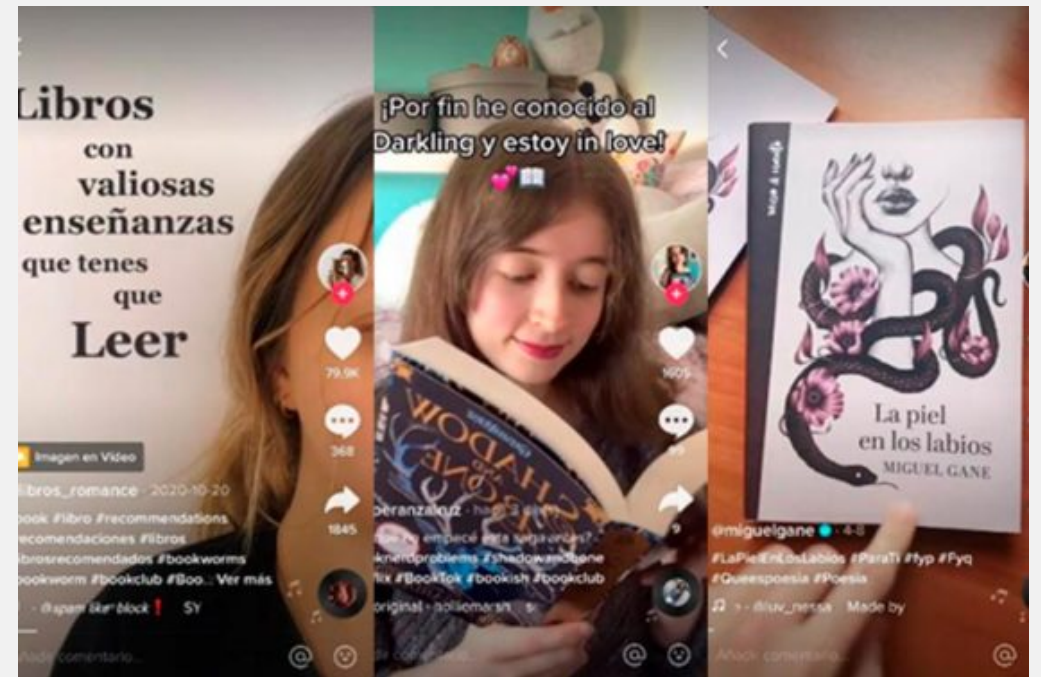
3 | Context i referències: visibilitat dels llibres a les xarxes socials

TikTok, promoció de la lectura en la celebració del dia del Llibre

Aquesta xarxa social va anunciar al seu web que a partir del 23 abril acolliria una sèrie de xerrades en directe que se celebrarien cada dimecres dels mesos següents i que combinarien **recomanacions de llibres, xerrades amb autors, nous llançaments, etc.**

El conjunt de xerrades el va obrir l'autor Miguel Gane (@miguelgane) per explicar el **procés de creació del seu darrer llibre de poesia**. Entre els creadors que van participar en les xerrades destaquem perfils com Esperanza Luque, que va parlar sobre **les millors adaptacions literàries de sèries i pel·lícules**, i Projecte Patronus (@proyectopatronus), que va explicar **curiositats de Harry Potter**. També la creadora Ángeles Fernández (@anhele_yeah) va parlar del **feminisme en la literatura** i Paco Hernández (@pacohez77) va endinsar el públic en el **meravellós món dels còmics**.

Font: [New Room](#)



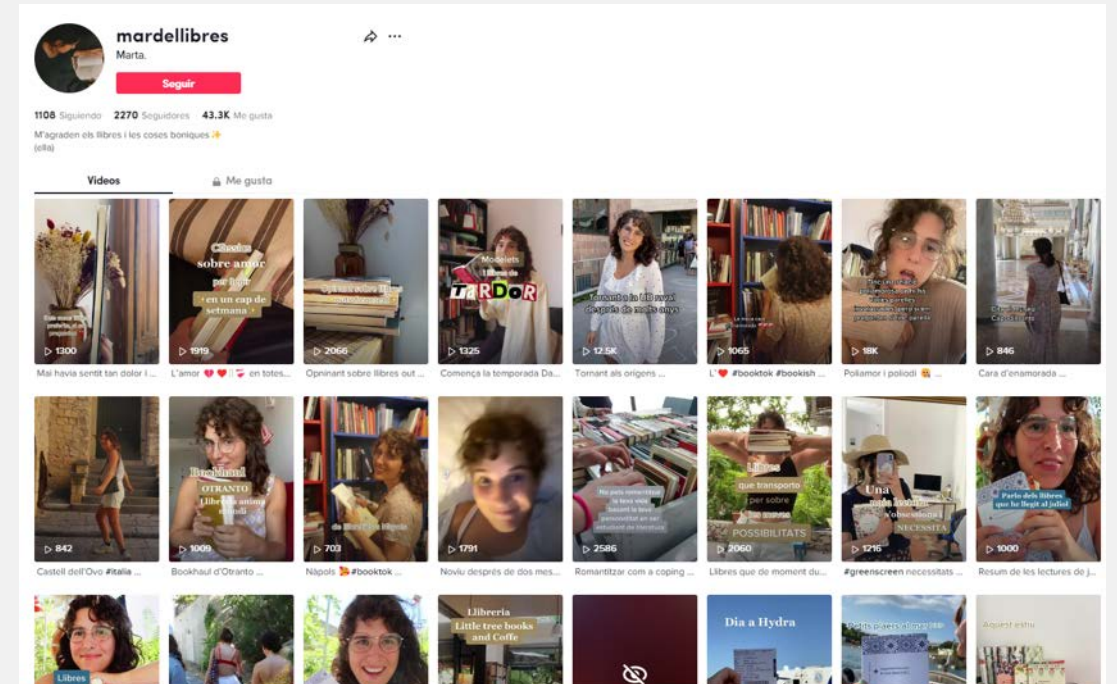
3 | Context i referències: visibilitat dels llibres a les xarxes socials

#BookTokCat, un camp encara per explorar

Mentre que la comunitat de parla anglesa de BookTok es fa gran i hi predominen els llibres juvenils, el cas català és completament diferent. La *youtuber* Marta Sangrà va crear el *hashtag* #BookTokCat per etiquetar el contingut literari en català a l'aplicació de TikTok, però ella mateixa explica al *Diari de Barcelona* que “gairebé ningú no l’ha utilitzat” i “**falta explorar molt més el camp de TikTok en català**”. L’estudiant de literatura crea vídeos per a YouTube i per a TikTok amb [@mardellibres](#), i creu que **TikTok és molt bona eina per generar nous lectors i crear comunitat**.

Una de les particularitats de la comunitat lectora catalana a les xarxes és que **tendeix a recomanar literatura clàssica i s’allunya de les lectures juvenils que triomfen en anglès i en castellà**. Segons la Marta, l’estètica de les portades i les bones campanyes comunicatives de les editorials catalanes són una peça clau i cal fomentar el “*postureig* literari”.

Font: [Diari de Barcelona](#)



3 | Context i referències: visibilitat dels llibres a les xarxes socials

Wattpad, la plataforma de lectura social

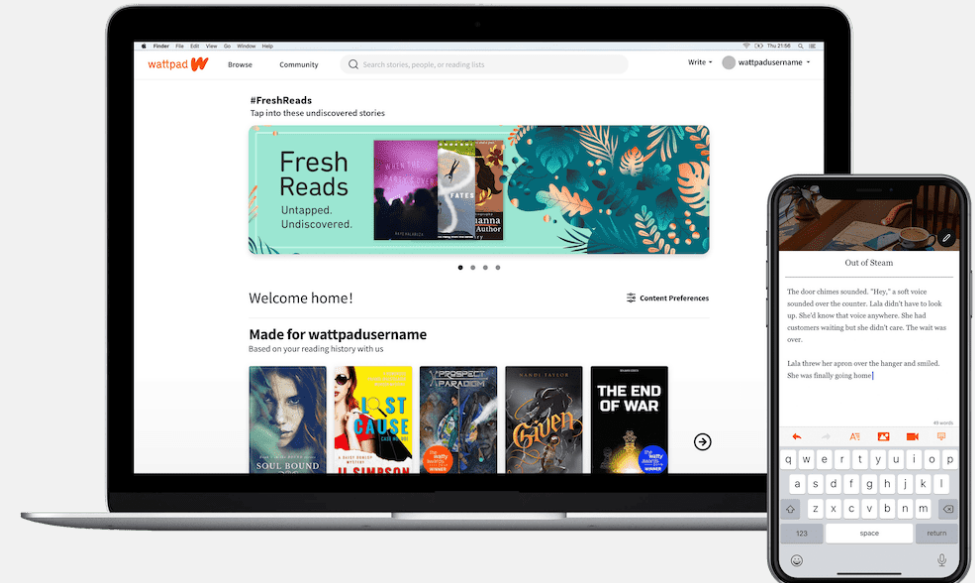
Wattpad és una plataforma en línia de lectura i escriptura. Els **creadors poden publicar-hi novel·les, relats, articles, poemes, blogs, fan fics** i molts altres gèneres literaris que **els usuaris poden llegir de forma gratuïta**.

La xarxa **permet interactuar amb els autors** i els usuaris poden **votar les diferents històries, comentar cada capítol** o frase i generar una mena de “**lectura i escriptura compartides**”. A més, a través de **Wattpad Paid Stories** els usuaris poden donar suport als creadors mitjançant donacions, que els permeten desbloquejar nous capítols o publicacions.

Algunes **editorials han vist l'oportunitat d'editar llibres** d'autors que van començar en aquesta plataforma i alguns d'ells han acabat formant part del top 10 dels llibres més venuts a l'Estat espanyol. A més, diverses obres que es van originar a Wattpad han estat captades pel sector audiovisual i **transformades en pel·lícules i sèries** que es poden veure en plataformes com Netflix.

Un altre fet és que ha **donat veu a col·lectius poc representats** com, per exemple, el col·lectiu LGTBIQ+.

Font: [Wattpad](https://www.wattpad.com)



3 | Context i referències: la visibilitat dels llibres en plataformes d'entreteniment i *streaming*

2.1. Twitch, incipient, però amb molt potencial

La comunitat literària va començar a créixer exponencialment a Blogger, després a YouTube, Instagram... I ara a TikTok i Twitch. Aquesta última xarxa té **més de dos milions i mig d'audiència**, més de **set milions de creadors únics que retransmeten cada mes i més de trenta milions de visitants diaris**. Vol esdevenir la plataforma de *streaming* més important del món.

Nascuda com una plataforma destinada a retransmetre videojocs en directe, de mica en mica els creadors de contingut literari han anat veient les oportunitats que els ofereix, entre les quals, i per a ells la més important, **la interacció amb l'audiència**. I és que, a diferència de YouTube, Twitch es basa en l'emissió en directe per poder interactuar amb els espectadors. **A Twitch no només s'hi ofereixen recomanacions de llibres, sinó que també se'n fan presentacions, es fan entrevistes i lectures conjuntes en directe de llibres capítol a capítol.**

Un altre de les raons per les quals els creadors de contingut literari estan fent servir Twitch és per la possibilitat de monetitzar el contingut.

Font: [Yersey Owen](#)



3 | Context i referències: la visibilitat dels llibres en plataformes d'entreteniment i *streaming*

3 canals de Twitch amb recomanacions de lectures



Carolmola

16.738 seguidors

La Carol és una estudiant de màrqueting que es descriu com a “*streamer* i que està enfocada en la creació de contingut cultural d'entreteniment”. Perquè, a més del contingut habitual a Twitch sobre videojocs, de dilluns a dijous a les 11:00 h (de vegades a les 18:00 h) parla de llibres, fantasia i ciència-ficció, còmics, sèries i pel·lícules.



Libroscdv

810 seguidors

La Sara va començar la seva presència digital com a *booktuber* i ha anat ampliant els continguts a les xarxes com Instagram i Twitch.

En aquest canal promou lectures en grup, es comenten llibres i es vota quina serà la pròxima lectura.



Entre tulipanes

429 seguidors

La Lidia és escriptora, actriu i amant de Jane Austen. Està fent una lectura per capítols d'*Orgull i prejudici*. Un dels temes principals del seu canal de Twitch són els llibres i l'escriptura. Així va començar amb el canal d'@entre_tulipanes, on té reservat els dijous com el dia dels llibres.

3 | Context i referències: la visibilitat dels llibres en plataformes d'entreteniment i *streaming*

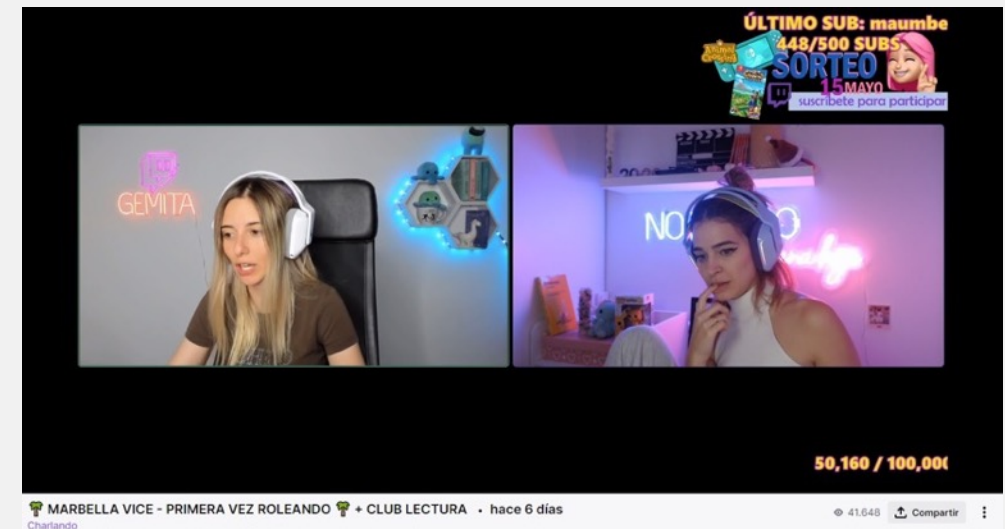
Nous clubs de lectura, comunitats de lectura dinamitzades per influencers a Twitch

Les *influencers* **Laura Escanes** i **Gema Gallardo** han decidit fundar un club de lectura a **Twitch** en què cada diumenge comenten amb els seus seguidors obres literàries escollides per votació entre la comunitat. **S'estima que l'audiència pot arribar a 1.130.000 persones.**

La dinàmica és simple: en aquestes reunions setmanals només **quatre dels seus milers de seguidors tindran l'oportunitat de participar-hi en directe** i acompanyar les reconegudes creadores de contingut a través de l'aplicació Discord. Per fer-ho, s'han de subscriure al contingut de totes dues i fer una petita aportació econòmica. També es conviden els autors dels llibres quan publiquen nous títols.

A més, entre els assistents que fan petites donacions també **se sortegen exemplars del llibre signats per l'autor**. D'altra banda, la resta dels usuaris poden continuar gaudint de la visualització de les sessions de manera completament gratuïta.

El fet de ser *influencers* per tractar continguts digitals diversos i no exclusivament de llibres fa que tinguin un volum de seguidors molt més elevat i, per tant, l'impacte pot ser més gran.



Font: [Periodismo UII](#)

3 | Context i referències: la visibilitat dels llibres en plataformes d'entreteniment i *streaming*

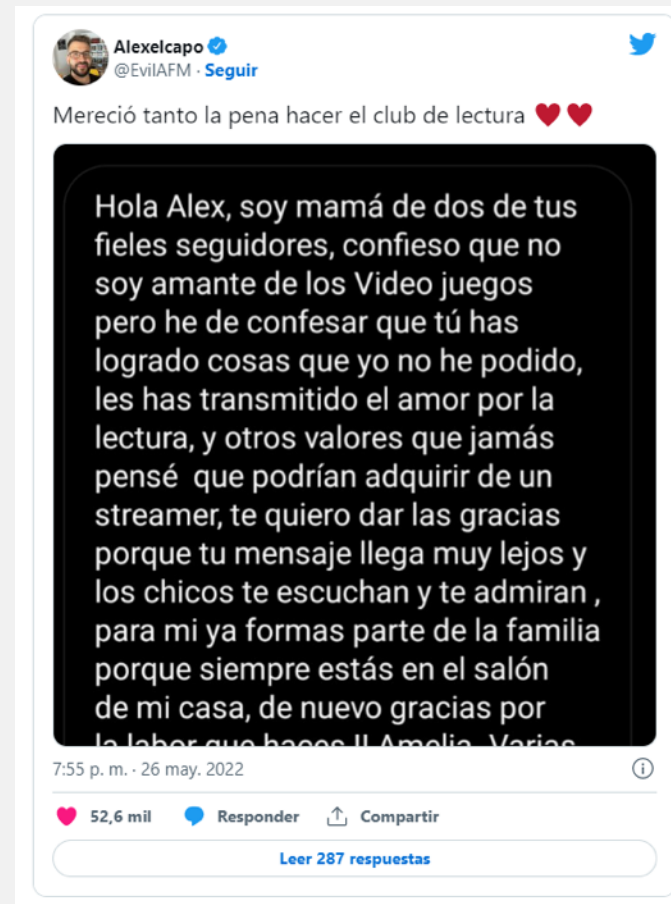
Alexelcapo, recomanacions de perfils en què el contingut principal NO són els llibres

El conegut *streamer* de videojocs Alexelcapo, amb 1 milió de seguidors a Twitch, és amant de les novel·les de fantasia i ciència-ficció de l'escriptor Brandon Sanderson i, amb la intenció de promocionar els seus llibres de forma gratuïta, va animar els seus seguidors a assistir a una sèrie de **retransmissions en directe a Twitch per llegir i comentar els llibres amb ell**.

Setmanes després, l'*streamer* va rebre un missatge que ha demostrat la importància i influència que té la seva figura per a molts dels adolescents que el segueixen. Per exemple, la mare d'un d'aquests adolescents li va escriure un missatge d'agraïment per haver transmès el seu amor per la lectura al seu fill.

Aquest és un altre exemple de perfil a les xarxes socials amb molt de potencial, perquè el seu contingut se centra en altres temàtiques (videojocs), però pot aconseguir generar interès per la lectura als seus seguidors, ja que poden tenir uns gustos similars i possiblement no segueixen comptes en xarxes socials centrats en la recomanació de llibres.

Font: [20 minutos](#)



3 | Context i referències: la visibilitat dels llibres a les xarxes socials

Netflix, la visibilitat dels llibres a través del seu Club de Lectura

Plataformes d'entreteniment com Netflix també estan donant visibilitat a llibres a través de les adaptacions audiovisuals. A la mateixa plataforma hi ha una **secció destinada a pel·lícules i sèries basades en llibres**.

A més, ha creat un **Club de Lectura amb la col·laboració de Starbuck** i dinamitzat per l'actriu Uzo Aduba. Cada mes es recomana un llibre que també està adaptat a Netflix, com per exemple *The Bridgerton*, *Gambito de dama*, *Sweet Magnolies*, etc.

Mensualment es genera un episodi en què es comenta el llibre i la sèrie o pel·lícula i en què participa l'autor del llibre o els actors i actrius que han representat els personatges. Aquest vídeo es puja a YouTube i es pot comentar en directe.

Font: [Netflix Book Club](#)

Netflix Book Club

WATCH TRAILER

Netflix Book Club

What to Expect in Bridgerton Season 2 ft. Author Julia Quinn | But Have You ...

Sneak Peek:
Bridgerton Season 2

Ver en YouTube

Episode 4
Bridgerton
Season 2

Get ready for Bridgerton season 2 with the Netflix Book Club! Author Julia Quinn and host Uzo Aduba break down the most anticipated moments and give a sneak peek at what's coming this season.

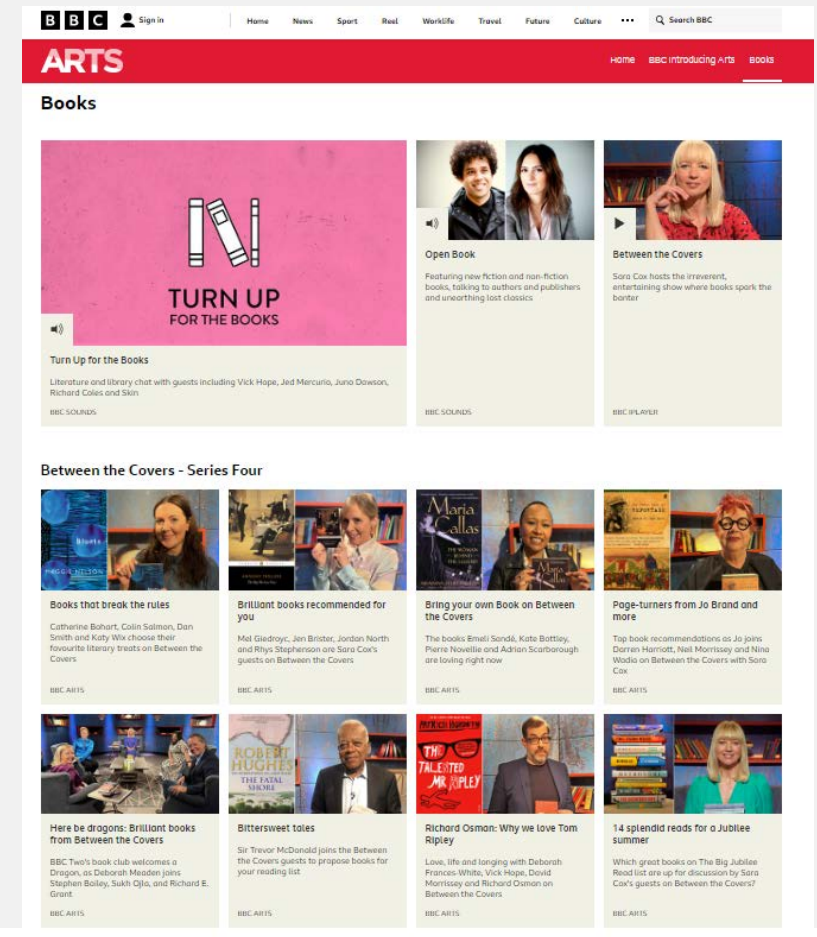
3 | Context i referències: la visibilitat dels llibres en mitjans convencionals

BBC, un dels mitjans públics de televisió i ràdio amb un catàleg ampli de continguts vinculats a la literatura

La BBC presenta un espai destinat a la literatura al seu web, on es poden trobar tots els continguts que la cadena genera sobre els llibres. Alguns són programes que la cadena emet al seu canal televisiu o de ràdio i després els penja perquè es puguin consumir a la carta, mentre que d'altres són exclusivament digitals. En destaquem alguns:

- **[Between de covers](#)**: el club de lectura en forma de programa televisiu en què cada setmana la presentadora (Sara Cox) convida quatre persones per comentar una lectura i fer un recull de noves recomanacions.
- **[Open Books](#)**: programa de ràdio de 30 minuts que recomana nous llibres de ficció i no-ficció, parla amb autors i editors i descobreix clàssics perduts setmanalment. Avui dia té més de 600 episodis.
- **[Turn up for the books](#)**: pòdcast de xerrades sobre temes diversos entorn de la literatura en forma de tertúlia.

Font: [BBC](#)



The screenshot shows the BBC Arts Books section. At the top, there's a navigation bar with 'HOME', 'NEWS', 'SPORT', 'REEL', 'WORKLIFE', 'TRAVEL', 'FUTURE', 'CULTURE', and a search bar. Below this, the 'ARTS' logo is prominent in a red bar, with 'HOME', 'BBC INTRODUCING ARTS', and 'BOOKS' as sub-navigation options. The main content area is titled 'Books' and features a large pink graphic with the text 'TURN UP FOR THE BOOKS'. Below this, there are several featured programs and articles, each with a small image and a brief description. The programs include 'Open Book', 'Between the Covers', 'Books that break the rules', 'Brilliant books recommended for you', 'Bring your own Book on Between the Covers', 'Page-turners from Jo Brand and more', 'Here be dragons: Brilliant books from Between the Covers', 'Bittersweet tales', 'Richard Osman: Why we love Tom Ripley', and '14 splendid reads for a Jubilee summer'.

3 | Context i referències: la visibilitat dels llibres en mitjans convencionals

France TV, el club cultural que promociona la lectura

La televisió pública de França va generar un **club per a aficionats a la cultura**. En aquest club els usuaris **poden trobar continguts diversos, com entrevistes i esdeveniments sobre diferents temàtiques culturals, entre les quals, la lectura.**

En relació amb l'agenda d'activitats, es poden consultar els esdeveniments previstos al país. Aquestes iniciatives són organitzades per altres entitats i organitzacions públiques culturals com el Centre Nacional del Llibre i associacions de llibreries i el club els ajuda a fer-ne difusió i permet agrupar les activitats en un mateix canal.

També permet a l'usuari estar al dia de concursos i festivals que s'organitzen i així sumar-hi participants. Per exemple, el concurs de lectura en veu alta [Petits champions de la lectura](#).

Font: [France TV](#)

FANS DE CULTURE
france-tv/cfc/club

Bienvenue sur France TV le Club Fans de Culture
Pour tous les fans de culture qui rêvent d'expériences inoubliables, le Club Fans de Culture saura décupler votre passion ! Vous y retrouvez des interviews, des rencontres, sans oublier nos jeux inédits; tous les plus beaux évènements du monde de la culture sont au rendez-vous !

Actus Jeux-Concours Agenda

Les actus du Club Fans de Culture

Edvard Munch
Le peintre Edvard Munch est actuellement à l'honneur au musée d'Orsay, Mondialement...

Susie Morgenstern : « Choisir un... »
« Les Petits Champions de la lecture » sont de retour partout en...

Prix Pépites : Rencontre avec...
La 38e édition du Prix Pépites - Salon du livre et de la presse jeunesse - ...

Votre semaine... arts & spectacle
Qui a dit qu'il fallait se déplacer pour profiter du meilleur de l'offre...

Voir plus

Tentez votre chance et gagnez des cadeaux exclusifs
toutes les catégories toutes les régions

Assistez à la projection-rencontre au Grand Rex à Paris !
Cinéma | Ile-De-France
Seule la terre est éternelle de François Buisson et Adrien Saland

Au cinéma le 26 octobre, gagnez vos places !
Cinéma
L'école est à nous

Rempportez votre coffret "Shtar Academy Saison 2" !
Culture Urbaine
Cellule de rimes



Pla nacional del llibre i la lectura

Gràcies!