PROJECTE FINAL PROFESSIONAL

DISSENY I PROPOSTA D'ORGANITZACIÓ D'UN FESTIVAL DE MÚSICA AL DISTRICTE DE GRÀCIA, BARCELONA

NEUS CASSO TORRALBA

Tutora: Esther Hormiga

Màster en Gestió Cultural

Universitat de Barcelona. Juny de 2009

AGRAÏMENTS

Vull agrair en primer lloc la disposició i col·laboració de totes les persones entrevistades, que han permès enriquir el treball amb el seu coneixement i les seves opinions; en especial la Marlen de l'Elèctric Bar per l'interès mostrat envers el projecte i la disponibilitat per atendre'm en diverses ocasions, i la tècnica de cultura del Districte de Gràcia, Mari Cruz Martín, per respondre les meves consultes.

També m'agradaria donar les gràcies a la meva tutora, Esther Hormiga, pel suport que m'ha donat en tot moment a través de les recomanacions, correccions i suggeriments i per la implicació i interès mostrat pel projecte.

Igualment vull agrair la col·laboració d'algunes persones que m'han ajudat en diversos aspectes del treball. Primerament, gràcies al Bernat pel disseny del cartell del festival, ja que sense la seva ajuda no hauria estat possible. També moltes gràcies a la Isolda pel suport en els aspectes formals del treball i pels múltiples consells i opinions, però sobretot per l'interès mostrat des del primer moment pel projecte i per animar-me a tirar-lo endavant. Per últim, un agraïment especial al Llorenç pel suport informàtic, pel disseny de la pàgina web del festival, pels consells i opinions sobre alguns continguts del projecte, i sobretot pel suport incondicional i per fer-me costat.

Finalment, dono les gràcies a totes les persones, amics i familiars, que en algun moment s'han interessat pel projecte i m'han donat suport moral.

A tots ells, moltes gràcies.

ÍNDEX

1. Presentació 2

2. Anàlisi i diagnòstic DAFO 6

2.1. DAFO territorial: districte de Gràcia 7

2.2. DAFO sectorial: la música en viu a Gràcia 14

2.3. DAFO del projecte: festival de música a Gràcia 23

3. Recerca comparada 27

4. Justificació i descripció del projecte 33

4.1. Conceptualització i justificació de la proposta 34

4.2. Objectius del projecte 38

4.3. Descripció del festival 41

5. Anàlisi de les necessitats i recursos del projecte 47

5.1. Avaluació dels recursos disponibles i de les necessitats del projecte 48

5.2. Anàlisi de la competència 52

6. Model de gestió: estratègies i pla de viabilitat de la proposta 56

6.1. Estructura jurídica 57

6.2. Estructura organitzativa. Distribució de responsabilitats i gestió de recursos humans 61

6.3. Pla de comunicació 66

6.4. Pla de finançament i gestió pressupostària 81

6.5. Pla operatiu i de producció. Calendari 89

6.6. Proposta d'avaluació 91

7. Conclusions 96

Bibliografia 103

Annexes

1. PRESENTACIÓ

El projecte que es presentarà amb aquest treball és una proposta d'intervenció territorial que sorgeix com a reacció a unes necessitats detectades. Es tracta d'un projecte de nova creació que vol incidir en diversos col·lectius d'un mateix territori.

El que es podrà llegir a continuació és el disseny i proposta d'organització d'un festival de música en què l'àrea geogràfica afectada, el districte de Gràcia, té un pes fonamental. El festival no tindrà per temàtica un estil musical concret, sinó que el *leitmotiv* serà la vinculació dels artistes amb Gràcia, ja sigui perquè hi viuen, perquè hi tenen el local d'assaig o bé per altres motius.

El punt de partida del projecte va ser l'interès personal i la motivació per treballar sobre alguna proposta que relacionés la música en viu i el districte barceloní de Gràcia. Arrel d'aquest marc contextual – un territori i un sector cultural –, de la lectura del Programa d'Actuació del Districte i del coneixement de l'oferta musical d'alguns bars graciencs, va sorgir la idea de combinar diferents elements: fomentar els músics de Gràcia, potenciar la creació i difusió de tot tipus de música, vincular els diferents barris del districte en un mateix esdeveniment, i aprofitar i posar en comú el coneixement i l'experiència dels bars que programen concerts.

Els objectius, per tant, es refereixen a diferents col·lectius establerts al districte gracienc: músics, bars que ofereixen música en directe i veïns i veïnes. A banda dels propòsits que es plantejaran per a cadascun d'aquests grups, el que busca el festival és dinamitzar el territori de Gràcia a través d'una oferta cultural participativa que aposta per la música en viu i pels seus artistes.

Pel que fa a la metodologia utilitzada per confeccionar el projecte, ha consistit principalment en la recollida d'informació diversa i necessària per tenir un marc conceptual des d'on poder partir. Aquesta informació fa referència al districte de Gràcia, a la situació de la música en el territori i a la normativa vigent relacionada amb la música en viu a Barcelona – de la qual es tenia un total desconeixement i de seguida es va fer evident la importància d'estar-ne al corrent perquè el projecte està estretament relacionat amb els locals d'oci nocturn –.

Les fonts escrites que es van consultar per conèixer aquestes qüestions són les següents: documentació del Districte de Gràcia – Programa d'Actuació del Districte 2008-2011, Pla estratègic de la música a Gràcia (2006), Guia de recursos musicals a Gràcia (2007), Guia cultural de Gràcia (2007) i Pla d'usos del Districte de Gràcia

(2005) –; premsa local editada a Gràcia (en especial, *L'Independent de Gràcia*); i la legislació antiga i vigent pel que fa als "establiments de pública concurrència", tal com s'anomenen formalment els locals d'oci i restauració.

A més, per completar la informació obtinguda mitjançant les fonts escrites i per aportar dades qualitatives i valuoses, es van realitzar diverses entrevistes personals a músics, representants de bars, representants d'una entitat cultural de Gràcia dedicada a la música i la tècnica de cultura de l'Ajuntament del districte [veure Annex 1].

Un altre tipus d'informació que s'ha considerat separadament de la resta per les seves fonts i mitjans amb què s'ha obtingut és la que es refereix als bars de Gràcia. Degut al fet que els escenaris del festival s'ha volgut que fossin aquests locals, era imprescindible elaborar un inventari de tots els que actualment programen música en viu. És una informació no recopilada en cap document i per tant ha sigut la més laboriosa d'aconseguir. El punt de partida va ser el directori de bars que està disponible al web del districte, però que és totalment insuficient ja que no transmet si els establiments ofereixen música en directe o no. A partir d'aquí, però, va ser possible contactar amb els diferents locals a través d'una senzilla enquesta telefònica o bé d'una petita entrevista personal amb els responsables o els propietaris, segons el cas.
Se'ls va preguntar si programen concerts i, en cas que la resposta fós afirmativa, des de quan ho feien, amb quina freqüència, quins estils de música ofereixen, si disposen de llicència de "bar musical" i altres qüestions. Si la resposta de la primera pregunta era negativa, aleshores se'ls demanava el motiu o motius pels quals han deixat d'oferir música en viu i des de quan ja no ho fan.
A partir del treball de camp realitzat, s'han pogut confeccionar dues taules que es mostraran al treball: una que recull els bars que actualment programen concerts, i una altra que recull els que ho han deixat de fer.
Per obtenir la informació relativa als bars que disposen de llicència, el més senzill hauria estat consultar-ho al Departament de llicències i inspecció de l'Ajuntament de Gràcia, que és l'òrgan amb competències en la matèria, però no va ser possible degut a un rebuig per part dels seus membres a l'hora de facilitar les dades sol·licitades.

El treball està estructurat en cinc grans apartats – comptant a part la presentació i les conclusions –, que corresponen als moments pels quals ha anat passant el procés de disseny i d'organització del festival de música. En primer lloc, s'analitzen el territori (Gràcia), el sector cultural (la música en viu) i el propi projecte per tal d'establir quins seran els punts forts i els dèbils, les oportunitats i les amenaces que presenta

cadascun d'aquests elements i que és important tenir clares abans de definir el projecte. A continuació, es mostra una anàlisi comparada amb els altres festivals de música que existeixen a Gràcia a partir d'una tasca de recerca. Un cop estudiat el context en totes les seves dimensions i tenint-lo ben present, el següent pas consisteix a justificar la proposta, per a la qual cal establir un objectiu general i uns objectius específics. En aquest mateix apartat, es definirà amb detall el festival a partir de la descripció a nivell temporal, espacial, i a nivell de continguts. El següent punt del treball enceta una segona part completament diferent que ja no tracta els aspectes conceptuals i descriptius del projecte, sinó les eines que es necessitaran i les estratègies per obtenir-les. És la part pròpiament de gestió que arrenca amb una anàlisi de les necessitats i recursos que cal tenir en compte per fer realitat el projecte explicat i un estudi de la competència. El model de gestió és l'apartat on es decideixen les estratègies per aconseguir els recursos necessaris. Mitjançant la definició de l'estructura jurídica i l'organitzativa, el pla de comunicació, el de finançament i l'operatiu, i la proposta d'avaluació, el que mostra aquesta part és el pla de viabilitat de la proposta. Ja per acabar, les conclusions recolliran els resultats esperats del projecte, la viabilitat en totes les seves dimensions i apuntaran algunes propostes per plantejar-se de cara al futur.

Criteri terminològic: al llarg del treball s'utilitzarà el concepte "bar musical" entès com a local d'oci nocturn que ofereix música en viu, independentment de si aquest bar disposa o no de la llicència adequada per poder-ho fer. Estrictament parlant, "bar musical" és aquell que té aquesta llicència i per tant és un concepte que no inclou els que no la tenen (són la majoria). Quan es vulgui fer referència al concepte en la seva dimensió legal, s'utilitzaran cometes. Per qüestions de comoditat i comprensió, s'ha optat per aquesta solució, de la qual s'adverteix per tal d'evitar possibles confusions.

2. ANÀLISI I DIAGNÒSTIC DAFO

En aquest primer capítol del treball es mostraran les diferents anàlisis que s'han dut a terme per tal de contextualitzar el projecte i conèixer tots aquells factors – positius i negatius – que d'alguna manera poden incidir en la seva definició.
En primer lloc, s'ha estudiat el territori on es vol implementar el festival, el districte de Gràcia, posant èmfasi especialment a la realitat cultural existent perquè és el més rellevant en relació al projecte.
La segona perspectiva d'anàlisi és sectorial, és a dir, que ara el punt de mira és el sector cultural que correspon al projecte; la música en viu. L'anàlisi es refereix a la música en viu realitzada a Gràcia d'una manera molt general, oferint una panoràmica de la situació actual, i entra més en detall a la música en directe que té lloc als bars del districte, ja que aquests seran l'escenari del projecte a desenvolupar.
Per últim, s'ha considerat convenient analitzar també el mateix projecte per reconèixer i tenir clar quins són els seus aspectes positius i negatius. Com en tot projecte, aquest també presenta alguns riscos dels quals cal ser conscients, alhora que també cal saber en què és més fort per poder emfatitzar les seves potencialitats.

2.1. DAFO TERRITORIAL: DISTRICTE DE GRÀCIA

Preàmbul: Característiques generals del territori i distribució de la població de Gràcia

El districte de Gràcia (el número 6 de Barcelona) està format per 5 barris, que són Vallcarca – i els Penitents, El Coll, La Salut, Vila de Gràcia i El Camp d'en Grassot – Gràcia Nova [Annex 2].

Segons les dades extretes de l'informe *Característiques de la població de Barcelona segons el Padró Municipal. Juny 2008* (Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona, febrer de 2009), el districte de Gràcia té 123.263 habitants que es distribueixen pels diferents barris d'una manera força irregular: a Vallcarca – i els Penitents viuen 15.506 habitants (el 12,6% de la població gracienca), al Coll 7.272 habitants (el 5,9%), a La Salut 13.190 habitants (el 10,7%), a la Vila de Gràcia 52.301 habitants (el 42,4%) i al Camp d'en Grassot – Gràcia Nova 34.994 habitants (el 28,4%). Per tant, la majoria de la població es concentra en aquests dos últims barris.

Fortaleses

1. Rica diversitat social. Al districte de Gràcia conviuen diferents col·lectius socials: gent jove, gent gran, població nouvinguda. Aquesta diversitat és positiva perquè dóna al territori una major pluralitat d'interessos, opinions, hàbits, etc., la qual afavoreix la bona rebuda de les propostes culturals que hi tenen lloc. A continuació es presenten diferents dades que reflecteixen aquesta gran diversitat:
   - Població de Gràcia per sexe (2008): 46% homes – 54% dones. La proporció és molt homogènia als diferents barris graciencs [Annexes 3 i 4].
   - Població de Gràcia per grans grups d'edat (2008) [Annex 5]:
     - nens (0-14 anys): 10,9%
     - joves (15-24 anys): 8,5%
     - adults joves (25-39 anys): 28%
     - adults grans (40-64 anys): 31,9%
     - gent gran (65 anys i més): 20,7%
   - Població de Gràcia per nacionalitat (2008): 83.8% espanyola – 16.2% estrangera. A tots els barris aquesta proporció és homogènia, excepte La Salut (88.1% - 11.9%) i Vila de Gràcia (79.7% - 20.3%) [Annexes 6 i 7].
   - Principals nacionalitats estrangeres: Itàlia (12,4%), França (7,2%) i Bolívia (5,2%) [Annex 8].
   - Població de procedències molt diverses: països europeus, americans, asiàtics i africans [Annex 9].

2. Barris del Nord (Vallcarca – i els Penitents, El Coll i La Salut): allò que valoren més els seus habitants és la gran superfície de zones verdes i la tranquil·litat. Són barris que no tenen res a veure amb els altres dos del districte, ja que són sobretot zones residencials amb menys activitat cultural i menys afluència de visitants.

3. Vila de Gràcia: els punts forts d'aquest barri són d'una banda la disposició de places i l'entramat urbà, que faciliten el contacte i la relació interpersonal, cordial i de familiaritat; i de l'altra l'ampli i ric teixit associatiu que hi és present i del qual destaquen, sobretot, les entitats de caràcter cultural.

4. Camp d'en Grassot – Gràcia Nova: és un barri molt diferent de la resta, urbanísticament parlant, ja que està pràcticament inserit al districte de l'Eixample. Les fortaleses d'aquesta zona són la tranquil·litat, en contrast amb el bullici de la

Vila de Gràcia, i la proximitat i connexió amb zones barcelonines més cèntriques, com la Sagrada Família o l'Eixample.

5. Territori marcat per la riquesa cultural. La vida cultural a Gràcia ha estat molt activa des de sempre, gràcies a l'acció de diverses entitats històriques presents al territori, com L'Orfeó Gracienc o els Lluïsos de Gràcia. Actualment, existeix un important gruix d'associacions i entitats de caràcter cultural, recollides a la *Guia cultural de Gràcia* (Districte de Gràcia, març de 2007).
   - Àmbit artístic: patrimoni, música, arts escèniques, arts plàstiques, audiovisuals, lletres, participació ciutadana, mitjans de comunicació i altres (artesania, cuina, disseny, etc.).
   - La majoria són entitats dedicades a la cultura popular i tradicional i estan vinculades al patrimoni històric gracienc i a les festes populars (geganters, colles de diables, colles de Sant Medir, associacions de veïns que formen part de la Federació de Festa Major, etc.). D'altra banda, però, i per contrast, existeix també un bon nombre d'entitats relacionades amb la creació contemporània, ja sigui des de la música (Gràcia Territori Sonor), la dansa (La Caldera), el teatre (Saladestar) o les arts visuals (Experimentem amb l'Art).
   - No estan repartides homogèniament pel territori gracienc, sinó que la majoria es concentren a la Vila de Gràcia (n'hi ha unes 300). En canvi, a Vallcarca – i els Penitents, per exemple, el nombre d'entitats culturals és inferior a 10.

6. Confluència natural entre tradició i modernitat, que és el que fa de Gràcia un territori peculiar i atractiu. És un districte amb molta història que a la vegada atreu noves generacions i artistes contemporanis. El districte de Ciutat Vella ha deixat d'absorbir tota aquesta demanda perquè ha arribat al punt de la saturació, i Gràcia està captant molt capital cultural. Exemple d'això són els nombrosos tallers d'artistes, botigues de disseny de roba, petits espais de creació contemporània que hi existeixen i que es continuen obrint.

7. L'Ajuntament de Gràcia ha creat un eix cultural que uneix els barris del nord amb els del sud a través dels equipaments municipals per tal de donar lloc a una vertebració d'iniciatives culturals del districte. Aquest eix segueix el següent recorregut: Centre Cívic del Coll – avinguda Vallcarca – Plaça Lesseps i Biblioteca Jaume Fuster – carrer Gran de Gràcia, Centre Catòlic, Centre Moral, Espai Jove de Gràcia – Biblioteca Vila de Gràcia. La creació de l'eix cultural respon a l'interès per part del Districte d'agrupar els diferents barris que formen part de Gràcia. Els

esforços van dirigits cap a un aprofitament de la força i potencialitat que té la Vila de Gràcia per part de la resta de zones.

8. En comparació amb altres barris de la ciutat, a Gràcia – i concretament a la Vila de Gràcia – es concentra un nombre important de creadors, professionals de la cultura, associacions culturals i empreses relacionades amb la cultura, i concretament amb la música. D'una banda, molts artistes (de totes les disciplines) s'instal·len a Gràcia atrets per les seves característiques. I de l'altra, com s'ha dit, existeixen entitats culturals diverses, però també empreses discogràfiques, mànagers i programadors, equipaments municipals socioculturals i festivals i cicles diversos, també recollits a la *Guia cultural de Gràcia*.

9. Territori on la pràctica de la música és especialment rellevant, reflectida en la important presència de grups musicals, corals, agrupacions instrumentals, escoles de música, festivals de música, bucs d'assaig, botigues de música i de material fungible, discogràfiques, mànagers, programadors i sales per a concerts (informació recopilada a la *Guia de recursos musicals a Gràcia*, Districte de Gràcia, març de 2007).

10. La Vila de Gràcia és un focus d'atracció per a la realització d'activitats d'oci.

11. Els ciutadans que hi assisteixen procedeixen de tot Barcelona, són majoritàriament joves i tenen inquietuds potencials a nivell cultural. Principalment es busca oci nocturn (bars i places).

12. El gran volum de visitants esporàdics facilita l'assistència a les activitats que hi tenen lloc.

13. Els pressupostos de cultura del Districte de Gràcia són molt elevats. Tal i com s'observa a la taula comparativa següent, la despesa en la partida pressupostària "Promoció i acció cultural" per al Districte de Gràcia és la segona més elevada en el conjunt barceloní, sent de 755.808,26 €, quantitat que representa el 3,03 % del total de despeses de l'Ajuntament de Barcelona (Gràcia).
    Aquest alt percentatge, en comparació als altres districtes, adquireix encara més valor si ens fixem en el rànquing de districtes en funció de la seva despesa total: Gràcia és el tercer començant pels que tenen un pressupost més baix.

TAULA 2.1. Despesa en cultura. Per districtes (2008).

Districte	Despesa en promoció i acció cultural* (en €)	Despesa total (en €)	Despesa de cultura en relació al total
Ciutat Vella	729.556,50	44.843.806,96	1,63 %
Eixample	30.006,00	37.825.484,39	0,08 %
Sants-Montjuïc	447.250,00	36.966.281,66	1,21 %
Les Corts	290.443,98	18.815.827,55	1,54 %
Sarrià-Sant Gervasi	220.850,00	22.752.042,64	0,97 %
Gràcia	755.808,26	24.948.035,58	3,03 %
Horta-Guinardó	368.331,75	29.965.514,13	1,23 %
Nou Barris	1.037.735,00	26.707.286,31	3,88 %
Sant Andreu	693.877,77	28.307.703,46	2,45 %
Sant Martí	650.100,00	40.666.361,57	1,60%

* No inclou la despesa en biblioteques ni la despesa en centres cívics.
Font: elaboració pròpia a partir de la *Gaseta Municipal de Barcelona*, gener de 2009.

Debilitats

1. Les queixes principals dels habitants de Gràcia són el soroll (causat bàsicament per l'oci nocturn), la neteja i els problemes de l'aparcament, en aquest ordre. Així ho posa en evidència l'enquesta de serveis municipals del 2008, impulsada pel Districte. El 17,4% dels enquestats assegura que el problema més greu a Gràcia és l'excés de soroll. Les principals demandes són, també en aquest ordre, millorar la neteja, tenir més i millors zones verdes i incrementar la seguretat.

2. Les preocupacions principals i actuals dels veïns de Gràcia són els problemes relacionats amb l'accés a l'habitatge, les qüestions econòmiques i l'ocupació.

3. Gràcia presenta problemes d'accessibilitat i mobilitat per als vehicles. Durant el període 2003-2007 es va implementar l'anomenat Pla de Mobilitat de Gràcia, que es va crear amb l'objectiu de reduir l'espai dels vehicles i incrementar la superfície dels vianants així com també els espais verds. El pla va provocar el rebuig de veïns i comerciants, ja que suposava la creació de superilles delimitades amb pilones que no permetien l'accés a qui no tingués la targeta corresponent. Així, es limitava l'accés a distribuïdors, clients o persones que simplement necessitaven passar per aquestes zones.

El pla es va aturar i ara, després d'uns anys, el Districte el vol reprendre i aplicar les altres superilles previstes. Aquest cop, però, ho farà sense col·locar-hi pilones.

4. El barri de la Vila de Gràcia concentra la major part de l'activitat cultural que té lloc al districte, degut a l'aglomeració d'entitats culturals ubicades en aquest barri, a l'alta afluència de persones atretes per l'oferta d'oci, i al tarannà històric d'aquesta zona, marcada per la riquesa cultural. Davant d'aquest fet, l'estratègia del Districte és fomentar la realització d'activitats culturals fora del nucli gracienc a través de diverses accions, com donar a conèixer altres espais com el Centre Cívic La Sedeta (al barri de Camp d'en Grassot – Gràcia Nova) o bé denegar permisos d'ocupació de la via pública a la Vila de Gràcia.

5. Malgrat ser conegut per l'oferta d'oci, Gràcia no és un districte cèntric i a nivell de públic no pot comparar-se amb zones més cèntriques de Barcelona, com Ciutat Vella (ex: el Rumba Club, un festival de rumba, ha hagut de traslladar-se del KGB a l'Apolo per falta de públic).

Oportunitats

1. La quantitat de turistes que visiten la ciutat de Barcelona representa una oportunitat per al districte de Gràcia perquè es pot beneficiar de l'afluència de visitants atrets per les característiques de la capital. Les xifres corresponents a l'any 2007 mostren que es van produir 13.620.347 pernoctacions i que 7.108.393 turistes van visitar Barcelona. Una altra dada important és que l'afluència de turistes a la ciutat augmenta anualment [Annex 10].

2. Barcelona és vista des de l'exterior com una ciutat cosmopolita i moderna, que pot actuar com una porta cap a Europa. El fet que Gràcia estigui envoltada i situada en una ciutat que projecta aquesta imatge li és favorable per reforçar la seva identitat; segurament en un altre entorn, Gràcia no tindria els mateixos trets distintius que presenta com a districte que forma part d'un tot.

Amenaces

1. Saturació de l'oferta cultural a Barcelona ciutat. L'activitat cultural gracienca es pot veure afectada per la gran quantitat de propostes d'una ciutat on es creen constantment noves empreses i organitzacions dedicades a la cultura, així com equipaments culturals, festivals i esdeveniments de tota mena.

2. La situació que està vivint actualment l'economia provoca una reducció del consum en termes genèrics i en especial de la despesa en cultura i oci. És un factor que pot afectar negativament la vida cultural de Gràcia, igual que la de la ciutat.

2.2. DAFO SECTORIAL: LA MÚSICA EN VIU A GRÀCIA

Fortaleses

1. A Gràcia hi ha molts músics que hi viuen o que es mouen pel barri (47 formacions musicals segons la *Guia de recursos musicals a Gràcia*, Districte de Gràcia, març de 2007). A més, representen diferents estils musicals. Probablement, l'elevada presència de músics es deu a la gran quantitat d'escoles i espais de formació musical ubicades a Gràcia (en tot el districte n'hi ha 14), a la tradició musical i sobretot coral del territori i al fet que Gràcia atrau des de fa uns anys noves generacions d'artistes que s'hi instal·len. D'altra banda, també cal tenir en compte que el districte de Gràcia compta amb l'existència de bucs d'assaig per a joves músics, ubicats i gestionats pel Casal de Joves del Coll (1 buc), per la Coordinadora de Grups de Rock de La Sedeta (4 bucs) i pel recentment inaugurat Espai Jove de Gràcia (3 bucs).

2. Degut a l'especial rellevància de la pràctica musical a Gràcia, aquest districte compta amb un bon nombre d'experiències relacionades amb la música en viu al llarg de l'any: sales amb una programació estable o bé esporàdica, cicles i festivals de música.

TAULA 2.2. Música en viu a Gràcia existent l'any 2008.

Programació estable o esporàdica	Cicles	Festivals
KGB: Rock, rumba, ska, industrial, reggae, punk-rock, heavy, hardcore, flamenc	Nits Clàssiques de Gràcia (Org: Districte i Musicae)	Tradicionàrius (Org: Centre Artesà Tradicionarius)
Centre Cívic El Coll: música clàssica, ètnica, folk, celta, jazz, reggae, ska, rock.	Barcelona Bona Nit (Org: CC La Sedeta)	LEM (Org: Gràcia Territori Sonor)
Centre Cívic La Sedeta	Aperitius Musicals Matinals (Org: CC La Sedeta)	L'Hora del Jazz (Org: Associació de Músics de Jazz i Música Moderna de Catalunya)
Sala Beckett	Cicle concerts d'hivern (Org: CC La Sedeta)	Festa Jove del Coll (Org: Casal de Joves del Coll i entitats juvenils del barri del Coll)
Teatreneu	Veus de la Mediterrània (Org: CC La Sedeta)	Festival del Buc (Org: Casal de Joves del Coll)

Centre Artesà Tradicionarius	Vespres musicals (Org: CC El Coll)	Folkosarius (Org: Grup de Folk i el bar L'Astrolabi)
Sala d'actes de l'Orfeó Gracienc	Retorn als clàssics (Org: CC El Coll)	Let's Go Festival (Org: Sala KGB)
	Setmana de la Música (Org: diferents entitats)	Fair Music Festival (Org: Olokuti)

Font: elaboració pròpia.

Pel que fa als estils musicals, a Gràcia hi ha la presència de tot tipus de músiques: música popular (Festa Major), música tradicional de creació (Festival Tradicionàrius), músiques tradicionals de recuperació i preservació històrica (la rumba catalana i les "músiques cultes", que tenen com a referent les entitats històriques del districte), música experimental i de risc creatiu (Dispositiu LEM), jazz (Festival L'Hora del Jazz – Memorial Tete Montoliu), música coral, música clàssica, etc.

3. Els bars de Gràcia que programen concerts són molt coneguts entre el sector, tant dins com fora del territori. Reben contínuament propostes de músics que hi volen tocar, ja que per a ells és una bona oportunitat per rodar el seu repertori, aprendre a interpretar la seva música amb públic i donar-se a conèixer.

4. En els últims anys ha augmentat el nombre de bars que programen concerts a Gràcia. Actualment n'hi ha 15, que es mostren a la taula 2.3.
   Originalment, només dos bars oferien música en directe (Heliogàbal i Elèctric), però des de fa entre 3 i 4 anys n'hi ha d'altres que també ho fan. Actualment, existeixen altres bars que de moment no fan concerts però que estan realitzant els tràmits corresponents per poder-ho començar a fer. Per tant, el fenomen de la música en directe als bars de Gràcia està avui en dia molt viu, tot i els problemes que aquest comporta (no adaptació a la normativa, queixes veïnals, etc.).

TAULA 2.3. Bars que actualment programen música en viu a Gràcia. Font: elaboració pròpia a partir d'un treball de camp.

BARS AMB MÚSICA EN VIU									
	Nom	**Llicència**	**Estils musicals**	**Freqüència**	**Nº d'anys/mesos**	**Aforament**	**Myspace / Web**	**Retribució dels músics**	**Infrastructura musical**
1	Alfa	Sí	Tots. Acústic	Els dijous	17 anys	85 pers.	www.myspace.com/alfa_enviu	Quan no cobren entrada, res. Quan en cobren, el 40% de la taquilla és pels músics. Entrades a 10€ + 1 cervesa.	Equip de so, amplificadors, taula de mescles
2	Cara B	No	Acústic, blues i funk	De dimarts a diumenge	1 any	80 pers.	www.myspace.com/carabbcn	El 35% de la caixa feta durant la nit (taquillatge+consumicions).	Equip de so, micròfons, amplificadors, bateria, taula de mescles
3	Continental	Sí	Jazz, blues, cantautors, jamm sessions	De diumenge a dijous	7 mesos	120 pers.	www.myspace.com/continentalmusicalbar	Caché fixat pel bar (diferent en funció del grup).	*
4	Demodé	No	Tots. Acústic	Dijous, divendres i dissabtes	*	25 pers.	www.myspace.com/demodebarcelona www.demode.es	Un percentatge de la caixa feta durant la nit (taquillatge+consumicions).	Equip de so, micròfons, taula de mescles
5	El Col·leccionista	No	Tots	De dimecres a dissabte	3 anys	80 pers.	www.myspace.com/elcolleccionista	El 35% de la caixa feta durant la nit (taquillatge+consumicions).	Equip de so, amplificadors petits, taula de mescles petita
6	El Dorado	Sí	Tots	Cada dos dijous	7 mesos	200 pers.	www.eldoradobcn.com	Cachet fixat pel bar (diferent en funció del grup).	Equip de so, micròfons
7	Elèctric	No	Tots	Cada dia	8 anys	60 pers.	www.myspace.com/electricbarcelona	Taquillatge (menys 10€ per l'empleat del bar que cobra les entrades).	Equip de so, micròfons, taula de mescles, 4 amplificadors, bateria, piano
8	Gecko Barcelona	No	Tots	Programació no estable; en funció de les propostes que reben	4 anys	50 pers.	No en té	Un percentatge de la caixa feta durant la nit (taquillatge+consumicions).	Equip de so
9	Heliogàbal	No	Petits concerts, jazz, músiques disperses	Gairebé cada dia	14 anys	80 pers.	www.heliogabal.com www.myspace.com/heliogabal	Taquillatge	Equip de so
10	Jazzpetit	Sí, però en tràmit d'adaptar-la a la nova normativa	Jazz, bossanova, etc.	Els dijous	4 mesos	64 pers.	En construcció	Cachet fixat pel bar (diferent en funció del grup). No cobren entrada, però incrementen 0,5€ el preu de les consumicions quan hi ha un concert.	De moment no en tenen, però més endavant en tindran
11	L'Astrolabi	No	Petit format, sobretot cantautors	Gairebé cada dia	Més de 10 anys	38 pers.	Blogspot, Facebook www.myspace.com/lastrolabi	40€ fixos + comissions si el bar s'omple	No en tenen perquè els concerts són acústics
12	Mi Bar	No	*	*	*	80 pers.	No en té	*	*
13	Musical Maria	Sí	Tots	Molt de tant en tant	29 anys	48 pers.	No en té	Quan no cobren entrada, res. Quan en cobren, el 40% de la taquilla és pels músics. Entrades a 10€ + 1 cervesa.	Equip de so, amplificadors, taula de mescles
14	Rick's Bar	No	Tots	Els dilluns i els divendres	1 any i mig	25 pers.	www.myspace.com/ricksbcn	*	*
15	Rush Up	No	Música brasilenya	Els divendres	6 mesos	30 pers.	Facebook	Un percentatge de la caixa feta durant la nit (taquillatge+consumicions).	Equip de so

* No s'ha pogut obtenir aquesta informació.

5. La majoria d'aquests bars ofereixen una programació estable i de qualitat. Dels 15 que existeixen, 6 tenen una programació gairebé diària, 5 organitzen concerts d'un a tres dies a la setmana, i la resta ho fan més irregularment en funció de les propostes musicals que reben[1] [veure taula 2.3, pàg. 16].

Debilitats

1. Percepció generalitzada de la música com a quelcom extraordinari, vinculat a festes i no integrat normalment a la vida quotidiana. La música en directe també està vinculada al conflicte nocturn, ja que la majoria de vegades té lloc en horaris de descans (interrelació dels conceptes música en directe – soroll – oci nocturn).

2. Poca comunicació entre els diversos agents relacionats amb la música. Durant el procés d'elaboració del Pla estratègic de la música a Gràcia (juny de 2006), es va posar en evidència el desconeixement mutu existent per part dels diversos agents vinculats amb la música en el territori.

3. Per a poder oferir música en directe, és necessària una llicència d'activitat especial: l'establiment ha de tenir la categoria de "bar musical". Fins el 2008, la categoria de "bar musical" no incloïa la música en viu, però arran d'una modificació posterior de l'ordenança municipal ara sí que es pot oferir [veure Annexes 11 i 12].
   La majoria de bars no tenen la llicència per fer concerts de música en viu. Actualment, només en tenen els següents: Alfa, Continental, El Dorado i Musical Maria. El Districte no dóna més llicències de "bar musical" al barri de Vila de Gràcia per tal d'evitar l'aglomeració en aquesta zona de carrers estrets i amb una actual oferta d'oci molt elevada. De les 1.000 llicències per establiments de bars i de restauració que tenia per donar en queden gairebé 200, que només atorgarà a aquells establiments que s'apartin del nucli gracienc, en concordança amb el que estableix el Pla especial d'usos del districte de Gràcia [veure el punt 6 d'Amenaces, pàg. 21-22].
   De totes maneres, els bars sense llicència poden continuar la seva activitat sempre i quan no rebin queixes per part dels veïns. Per tant, ofereixen igualment música en viu però amb la possibilitat permanent de tenir problemes i haver de tancar el local.

[1] No s'ha inclòs en aquesta classificació el local Mi Bar perquè es desconeix la freqüència amb què ofereix música en viu.

4. Els músics cobren uns ingressos molt baixos per concert realitzat. Depenent del bar, cobren la taquilla (en aquest cas, si no hi ha públic, els músics no cobren absolutament res), un caché fixat pel bar (i que per tant no és ni de bon tros el que haurien demanat els músics), o bé una comissió dels ingressos que el bar guanya durant la nit del concert (aproximadament és del 35 %).

5. Els bars que ofereixen música en viu ho fan de manera aïllada, entenent l'oferta musical com una estratègia del seu negoci. Cadascun té les seves pròpies normes, no hi ha cap acord entre ells sobre qüestions com si es paga entrada o no, què cobren els músics, etc. A alguns s'ha de pagar una entrada per assistir als concerts, i a altres no. Aquest fenomen pot suposar una amenaça, tal com ho veu el bar Heliogàbal, ja que pot conduir a una competència entre els diferents locals.

6. Mancança de locals legals per programar música en directe. Espais que programin concerts ja n'hi ha, el problema és que no tenen la llicència per fer-ho.

7. Alguns dels locals que originalment programaven música han deixat de fer-ho, en bona mesura per qüestions de problemes d'adaptació a la normativa i per problemes relacionats amb el soroll.

TAULA 2.4. Bars que han deixat d'oferir música en viu a Gràcia.

BARS QUE HAN DEIXAT D'OFERIR MÚSICA EN VIU					
	Nom	**Motiu**		**Nom**	**Motiu**
1	Blues	En feien fins fa 2 anys. Van deixar-ho per les **queixes veïnals**	8	Joglaresca	Van tenir **problemes amb els veïns** i l'Ajuntament els ho va prohibir.
2	Bonobo	Feien un concert a la setmana, però des de fa 1 any aproximadament ja no en fan perquè **no tenen permís** i el Districte els imposava **multes**	9	La Cerveseria Artesana	En feien fins fa 1 any aprox. Tenien **problemes de soroll**
3	Cafè del Sol	En feien fins que el Districte ho va prohibir per estar en una **zona conflictiva** (plaça del Sol)	10	La Perla Rock'n'roll bar	*
4	Calexico	*	11	Mandrágora	**No els sortia a compte econòmicament**
5	Casi	En feien fins que van tenir **problemes amb els veïns**	12	Nuit	En feien fins que van tenir **problemes amb els veïns**
6	Dluz	*	13	Tribbiani	**Tancament del local** (març de 2009)
7	esBasKah	En feien però van tenir **problemes de permisos i amb els veïns**			

* Es desconeix el motiu.

Font: elaboració pròpia a partir d'un treball de camp.

8. Gairebé tots els bars que programen concerts actualment estan ubicats a la Vila de Gràcia. Només un (Jazzpetit) està fora d'aquest barri, a Gràcia Nova – Camp d'en Grassot [veure Annexes 13a i 13b]. Aquest és un factor molt negatiu per als bars situats al nucli gracienc de cara a aconseguir llicència de "bar musical", d'acord amb el que s'ha dit al punt 3 de Debilitats (pàg. 17).

9. Relacionat amb el punt anterior, els actors dels barris del nord de Gràcia tenen una certa sensació d'abandonament, traduïda en una manca d'espais, infraestructures i equipament dels espais per tal de poder fer programacions estables.

Oportunitats

1. Segons el Pla estratègic de la música a Gràcia, "existeix un conjunt d'espais de tota mena susceptibles d'esdevenir infraestructura normalitzada per a l'ús musical: sales de petit format, espais no pensats originalment per a l'exhibició musical, espais que ja programen però que són "invisibles", infraestructures que funcionen amb una intensitat inferior a les seves potencialitats, i espais que pertanyen a col·lectius del districte amb finalitats diverses" [Pla estratègic de la música a Gràcia, 2006, pàg. 19].

2. La música en viu té molt públic potencial perquè Gràcia ja compta amb una alta presència de gent que busca ofertes d'oci i culturals.

3. Clara aposta del Pla estratègic de la música a Gràcia per la música en viu, a través del foment de les programacions de petit format. En el pla es planteja potenciar el petit format a través d'una sèrie d'iniciatives com actuacions normatives, establiment d'ajuts, facilitació de línies de crèdit, integració de col·lectius i espais en noves xarxes associatives.

   A més, el document també defensa la convocatòria pública de festivals de música temàtics o temporals que, pel seu caràcter extraordinari, permetrien la "programació en espais de diversa índole, sempre i quan tinguin les condicions tècniques òptimes" i garantirien la "programació amb artistes locals i la diversitat d'aquesta, de la mateixa manera que es pot equilibrar l'esforç dels programadors amb l'esforç de l'administració, vehiculant ajuts per als artistes programats" [Pla estratègic de la música, 2006, pàg. 25].

4. Existeix la possibilitat de demanar un permís especial al Districte per a esdeveniments extraordinaris i puntuals (exemple: el Dispositiu LEM originàriament es celebrava a diferents bars, per als quals Gràcia Territori Sonor, l'entitat organitzadora, demanava aquest permís).

5. Existeix una línia de subvencions de l'Institut de Cultura de Barcelona per a la rehabilitació de locals: "Subvencions per a la rehabilitació i la dotació d'equipament tècnic espectacular dels establiments de pública concurrència amb llicència (concedida o en tràmit) per a actuacions musicals en viu a Barcelona" [Annex 14].

6. Canvis normatius: modificacions previstes a la futura llei de la Generalitat de Catalunya sobre Policia de l'Espectacle, recollides al *Projecte de llei d'espectacles públics i activitats recreatives*, publicat al Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya el 10 de setembre de 2007.
   La llei vigent actualment sobre aquesta temàtica va ser promulgada l'any 1990 i, per tant, cal substituir-la per una de nova que s'adapti als nous models de negoci. El projecte de llei reconeix per primera vegada els drets d'usuaris, artistes i organitzadors, i el dret dels veïns a participar i ser escoltats en els processos d'atorgament de llicències i a que l'administració faci els controls de soroll que demanin. Aquesta i altres novetats poden suposar una millora del sector, que depèn molt del que s'acabi aprovant perquè la normativa regularà la seva activitat dels propers 15 o 20 anys.

7. Afavorir la programació diürna. El Pla estratègic de la música a Gràcia apunta cap a un esforç en aquest sentit per diversos motius, com la vinculació negativa de la música en viu amb problemes de soroll i queixes veïnals, la necessitat d'arribar a franges de població diferents o la sensibilitat dels propis músics, que demanen reconeixement i són els que viuen més directament el conflicte.

8. Voluntat per part dels propietaris o responsables (en funció de cada cas) dels bars d'associar-se per fer accions conjuntes. Històricament només dos bars programaven concerts (L'Heliogàbal i L'Elèctric), però a l'actualitat n'existeixen 15, i per tant seria bo ajuntar esforços i recursos de cara a crear sinergies per fer entre tots una programació de més qualitat. El propietari del Continental, per exemple, apuntava la possibilitat de portar músics de més renom si els bars es posessin d'acord.

9. Recentment s'ha creat l'Associació de bars, restaurants i oci de Gràcia (el mes de setembre de 2008), que inclou de moment pocs locals, alguns d'ells bars musicals (Alfa i Musical Maria), i la idea és anar-ne incorporant més [Annex 15]. És una bona oportunitat per als locals adherits ja que l'associació forma part de la Federació Catalana d'Associacions d'Activitats Recreatives Musicals (FECASARM), que és la patronal més nombrosa i representativa del sector de l'oci nocturn de Catalunya. Els seus objectius principals són la defensa col·lectiva i la dignificació de la figura de l'empresari de la nit de Catalunya i ofereix als associats una sèrie d'avantatges, entre ells l'assessorament jurídic, que es poden consultar a la pàgina web de la federació.

Amenaces

1. Problema del soroll: a Gràcia són freqüents les queixes veïnals i l'Ajuntament ha de garantir el descans dels veïns. L'enquesta de serveis municipals del 2008, realitzada pel Districte, posa de manifest que el problema més greu a Gràcia és l'excés de soroll, queixa compartida pel 17,4 % dels enquestats.

2. Normalment els locals estan llogats i si cal fer alguna rehabilitació per adaptar-lo a la normativa el propietari no vol fer la inversió.

3. D'altra banda, la subvenció per a la rehabilitació i dotació d'equipament tècnic dels locals és només per a aquells que ja tinguin llicència de "bar musical" o que l'estiguin tramitant en el moment de demanar la subvenció.

4. Pocs recursos econòmics dels bars. Reben ajudes molt reduïdes o inexistents per desenvolupar la seva activitat.

5. La cada vegada més elevada presència de bars que fan concerts pot conduir cap a una competència i una manca de diàleg, si no s'actua per evitar-ho.

6. Normativa relativa a la música en viu. Probablement és un dels motius pels quals alguns locals deixen de programar concerts o bé no se n'obren de nous. Hi ha la percepció generalitzada entre els agents musicals que la normativa vigent és excessiva i limitadora per al desenvolupament òptim de la programació musical al districte. Aquesta té molt pes en la manca de programació.

A Barcelona, la normativa vigent sobre els establiments d'oci és l'anomenada "Ordenança municipal de les activitats i dels establiments de concurrència pública de Barcelona", que en alguns districtes s'amplia amb un pla especial. Gràcia n'és un exemple, i els establiments d'oci estan regulats pel Pla d'usos del districte de Gràcia que, entre d'altres disposicions, estableix una divisió del districte en àrees territorials segons criteris com les característiques urbanístiques o la densitat d'establiments d'oci [veure Annex 16].

2.3. DAFO DEL PROJECTE

Fortaleses

1. Oportunitat d'augmentar el nivell general de vinculació, de relació i treball coordinat entre els diferents agents i col·lectius implicats en el món musical al districte. El festival posa en contacte la part artística (els músics) amb un col·lectiu que és escenari de concerts (els bars). D'altra banda, també interrelaciona els diferents bars que actualment ja ofereixen música en viu.

2. El projecte s'adiu a alguns dels criteris que aplica el Districte de Gràcia a l'hora de valorar la concessió o la denegació d'una subvenció: provoca un impacte, és original, no s'ha fet mai abans res semblant.

3. L'organització del festival podrà comptar amb l'assessorament per part d'una entitat experimentada àmpliament en l'organització de festivals i esdeveniments musicals; Gràcia Territori Sonor.

4. El festival està inclòs a la Setmana de la Música a Gràcia, organitzada per diferents entitats relacionades amb la música i difosa pel Districte a través de l'elaboració d'un programa conjunt de totes les activitats. D'aquesta manera, el projecte té més sentit perquè no es celebra com un esdeveniment aïllat del calendari festiu a Gràcia, sinó que s'incorpora en una altra celebració cultural que, a més, dóna protagonisme a la música de Gràcia.

5. El fet d'incloure el festival dins la Setmana de la Música a Gràcia provoca una major difusió i repercussió de l'esdeveniment, ja que a nivell comunicatiu té l'empara del Districte de Gràcia.

6. El festival explota la franja horària no nocturna per tal d'evitar problemes amb els veïns i per desvincular el fet musical de la nit.

7. El projecte inclou tots els barris de Gràcia a través de la participació de músics provinents de les diferents zones, donant així protagonisme a la diversitat artística existent al territori i posant de manifest la voluntat de l'Ajuntament d'unir els barris del nord amb els del sud mitjançant propostes culturals.

8. La visió social del projecte. El festival aposta clarament pels artistes de Gràcia i pretén dinamitzar la vida musical al districte apel·lant a la seva identitat com a territori musical. És una proposta positiva per Gràcia perquè contribueix a la cohesió social dels seus habitants.

9. També és una proposta positiva per a l'Ajuntament, ja que respon a gran part de les mesures establertes tant al Programa d'Actuació Municipal com al Pla estratègic de la música, dos documents estratègics impulsats pel propi Districte.

Debilitats

1. La promotora del projecte no té experiència prèvia en la realització d'aquest tipus d'esdeveniments.

2. Cal demanar un permís especial al Districte de Gràcia per poder realitzar els diferents concerts del festival a aquells bars que no disposin de llicència com a "bar musical".

3. És una proposta molt local, la qual cosa redueix la quantitat de subvencions a què es pot optar.

Oportunitats

1. No s'ha fet mai abans un festival amb aquestes característiques. A Gràcia n'existeixen diversos, però cap reuneix les condicions del projecte [veure punt 3 del treball, taula 3.1, pàg. 30-32].

2. Bona predisposició dels propietaris o dels responsable dels bars a participar-hi. En general, veuen com una necessitat associar-se per ser més forts davant del Districte i poder fer més pressió amb tot el que està relacionat amb les llicències d'activitats.

3. El pressupost de cultura de l'Ajuntament de Barcelona per al districte de Gràcia és molt elevat [veure punt 13 de Fortaleses del DAFO territorial, pàg. 10-11]. La majoria de subvencions que dóna estan relacionades amb projectes culturals (l'any

2008 més del 60% de les subvencions atorgades van ser ajudes destinades a projectes culturals, tal com s'ha pogut saber a través de la tècnica de cultura del Districte de Gràcia, Mari Cruz Martín).

Pel que fa a la situació de crisi econòmica actual, de moment no està afectant els pressupostos del Districte de Gràcia, ja que per al 2009 no han disminuït ni han augmentat.

4. Una part del pressupost de cultura es reserva a finançar aspectes concrets d'un projecte, com la comunicació, infraestructures, recursos humans, ... En el cas d'un projecte que està inserit en una festivitat difosa pel Districte, és probable que aquest s'avingui a cobrir alguna d'aquestes despeses.

5. Molt públic potencial. Actualment, els bars ja compten amb una bona assistència i, d'altra banda, són molt coneguts entre el sector. A més, Gràcia es caracteritza per tenir unes bones condicions d'afluència habitual de ciutadans, que és favorable per la realització d'activitats culturals i per la possibilitats d'èxit d'assistència.

6. En els últims anys ha augmentat el nombre de bars que programen concerts a Gràcia. Actualment n'hi ha 15. Originalment, només dos bars oferien música en directe (Heliogàbal i Elèctric), però des de fa entre 3 i 4 anys n'hi ha d'altres que també ho fan. Actualment, existeixen altres bars que de moment no fan concerts però que estan realitzant els tràmits corresponents per poder-ho començar a fer. Per tant, el fenomen de la música en directe als bars de Gràcia està avui en dia molt viu, tot i els problemes que aquest comporta (no adaptació a la normativa, queixes veïnals, etc.).

7. Existeix la possibilitat de demanar un permís especial al Districte per a esdeveniments extraordinaris i puntuals. Tractant-se d'un projecte que té, entre d'altres, l'objectiu de fomentar la vida musical a Gràcia, el Districte hi hauria d'accedir.

8. La Setmana de la Música només s'ha celebrat una vegada, per tant el Districte segurament rebria positivament la proposta, ja que el festival ampliaria l'oferta de concerts i per tant la qualitat i varietat de la Setmana.

9. Les dates proposades per a la realització del festival – dins la Setmana de la Música, a finals de novembre – són favorables en relació a la competència, tal com

s'analitzarà més endavant, i en relació al finançament, ja que els terminis de les subvencions de l'Ajuntament de Barcelona i dels districtes indiquen que al novembre ja s'han atorgat i fet efectives.

Amenaces

1. La majoria de bars no tenen llicència per fer música en viu. Dels 15 bars que actualment ofereixen música en directe, només 4 tenen la llicència adequada per fer-ho, la llicència de "bar musical". És cert que l'Ajuntament els deixa fer els concerts de la seva programació sempre i quan no provoquin queixes veïnals, però s'hauria de veure si per un festival també ho permetria, és a dir, si donaria el permís especial prèviament sol·licitat.

2. Es podria donar algun tipus d'exigència o requisit per part del Districte en aspectes com la programació o els espais que seran escenari de concerts.

3. El projecte ha de ser compatible amb el descans dels veïns. Evitar queixes veïnals pel soroll.

4. Competència del bar Heliogàbal: d'entrada es manté fora del projecte perquè ja té una programació forta i un renom entre el sector. No li interessaria aturar la seva activitat per poder dur a terme el festival, tal com indica el responsable del bar.

5. Competència a l'hora d'optar a una subvenció del Districte de Gràcia, degut a l'elevat nombre de projectes culturals que s'hi presenten.

6. Existeix el perill que es produeixin retalls en les partides pressupostàries destinades a la cultura de cara al 2010 per als diferents organismes públics, donada la situació actual de crisi econòmica. Malauradament, el sector cultural és un dels que en surten més perjudicats i per tant cal tenir-ho en compte.

7. El mal moment de l'economia també pot afectar negativament l'assistència de públic durant el festival, ja que s'ha produït una reducció del consum cultural.

3. RECERCA COMPARADA

La recerca comparada es centrarà en l'anàlisi comparativa amb altres projectes o organitzacions similars degut al caràcter puntual i territorial de la proposta. S'ha descartat, per tant, una anàlisi de la literatura en gestió cultural relacionada amb el projecte perquè s'ha considerat més profitós examinar sobre la realitat quines altres propostes semblants existeixen.

La comparació parteix d'un punt en comú entre tots els elements que hi entren en joc: el territori de Gràcia. Aquest juga un paper molt important en el projecte i per això s'han volgut analitzar amb detall els altres festivals de música que es desenvolupen al districte actualment. Per fer més visual la comparació, s'ha elaborat una taula en què s'inclouen les següents dades: nom del festival, entitat organitzadora, nombre d'edicions celebrades, època de l'any, durada, espais, estils musicals, definició, objectius, participants de l'última edició, finançament principal, patrocinadors i col·laboradors.

A banda de les diferències que presentin pel que fa a les característiques específiques de cadascun, a grans trets es pot afirmar que tots els festivals que es celebren a Gràcia tenen una dimensió molt concreta. Gairebé tots estan dedicats a un sol estil de música i els que inclouen diferents estils restringeixen la participació a grups i artistes del barri del Coll. L'únic festival que escapa de condicions limitadores és el Fair Music Festival, només celebrat una vegada, que agrupa músics d'arreu del país i per tant té un marge més ampli a l'hora d'escollir els grups que hi tocaran.

Un aspecte que crida l'atenció quan s'observa la taula comparativa és que existeixen alguns festivals que ja estan molt consolidats al districte de Gràcia i que tenen una major repercussió mediàtica i també a nivell de públic (Tradicionarius, LEM i L'Hora del Jazz). Per contrast, n'hi ha d'altres que són de recent creació i per tant menys coneguts (Folkosarius, Let's go festival i Fair Music Festival), la qual cosa indica que Gràcia és un territori molt actiu en matèria de projectes musicals. Probablement, en una anàlisi realitzada d'aquí un any s'haurien d'incloure altres nous festivals.

Un altre tema a comentar és el finançament. Cal destacar que en gairebé tots els festivals apareix l'Ajuntament de Barcelona (Gràcia) com a administració pública que dóna suport econòmic. Aquest fet és molt significatiu perquè denota un interès i un compromís del Districte per la cultura i en concret per la música en viu. En els tres festivals de més envergadura també participen econòmicament altres òrgans públics, com l'Institut de Cultura de Barcelona i el Departament de Cultura i Mitjans de

Comunicació de la Generalitat de Catalunya, i diversos patrocinadors, entre els quals hi ha alguns mitjans de comunicació graciencs. Els altres, amb un volum de despeses inferior, són finançats per part de l'entitat que organitza el festival o únicament pel Districte de Gràcia.

El nexe d'unió entre aquests festival i el que es proposa és també el territori. La principal diferència, però, és que el festival proposat és un esdeveniment que inclou tots els barris de Gràcia a través de la participació de músics provinents de les diverses zones. La resta s'aniran detallant al llarg dels diferents apartats del treball.

TAULA 3.1. Comparació entre els festivals de Gràcia organitzats actualment.

	NOM	ORGANITZACIÓ	EDICIÓ	QUAN	DURADA	ON	ESTILS MUSICALS
1	**Tradicionàrius**	C.A.T. (Centre Artesà Tradicionarius)	XXII	Gener-març	12 setmanes. Des de Reis fins el divendres anterior a Setmana Santa	Espais de Gràcia (2008): mercats municipals, C.A.T., plaça del Diamant	Música d'arrel, folk, música tradicional
2	**LEM**	Gràcia Territori Sonor	XII	Octubre	1 mes	Espais de Gràcia (2008): Teatre i bar dels Lluïsos de Gràcia, C.A.T., Sala Beckett, Espai Eart, Mi Bar, Elèctric Bar	Totes aquelles músiques d'experimentació que escapen dels gèneres: improvisació, electrònica, art sonor, poesia sonora, radio-art, folklors imaginaris
3	**L'Hora del Jazz - Memorial Tete Montoliu**	Associació de Músics de Jazz i Música Moderna de Catalunya (AMJM)	XVIII	Setembre	1 mes	Espais de Gràcia: L´Hora del Jazz de dia. Diumenges: Plaça Rius i Taulet	Jazz
4	**Festa Jove del Coll**	Casal de Joves del Coll i entitats juvenils del barri del Coll	V	Juny	2 setmanes (la 2a i la 3a)	CC El Coll, Parc de la Creueta del Coll, Mirador del Parc Güell	Diferents estils
5	**Festival del Buc**	Casal de Joves del Coll	VI	Novembre	1 setmana (la 3a)	Casal de Joves del Coll	Diferents estils
6	**Folkosarius**	Francesc Miralles i Eduard Estivill (membres del Grup de Folk), amb la col·laboració del bar Astrolabi	0	Tot l'any	L'últim divendres de cada mes (12 concerts a l'any)	Bar L'Astrolabi	Música folk
7	**Let's Go Festival**	KGB	I	Maig	1 dia	Sala KGB	Música nacional independent
8	**Fair Music Festival**	Olokuti (empresa de comerç just)	I	Juliol-Novembre	Cada dissabte a les 19h (uns 30 concerts)	Jardí de la botiga Olokuti	Indiferent

DEFINICIÓ	OBJECTIUS	PARTICIPANTS
Mostra més important de la música d'arrel tradicional arreu dels països de llengua catalana. El festival programa concerts i balls i altres activitats al llarg de dotze setmanes	Difondre la música d'arrel tradicional	(2008) Les Violines, El Pont d'Arcalís, Kabum, Grup de Folk, La Portàtil F.M., etc.
Festival internacional de música experimental	Recuperar la tradició sonora del barri i dinamitzar el territori a nivell cultural. Dinamitzar un territori urbà a través de la música i donar l'oportunitat als creadors locals d'entrar en circuits internacionals	(2008) Casicuarteto Lumière, John Cage's Song Books, Llorenç Barber, Osso Exótico, Dark Matter, Melusina, Sagarra/Subirana, Juan Pablo Villa, Pacific 231, LT Caramel, Esquema, Ankitoner Metamars, Música relacionada 96.6, Selva de Mar, Alfredo Costa Monteiro, Pocketbook of Lightning, Eduardo Polonio, Erika Stucky, Àgape, Impro-Nit, The Room, Ye77a, Gonzalo Escarpa, Nora Gomringer, Dyad, Anna Blume Fan Club, Misaluba Septet
Festival nacional de jazz	Apropar al gran públic els projectes que intèrprets i compositors catalans realitzen dins el gènere del jazz	(2008) Ana Luna Quintet, Pablo Selnik Quartet, Divadams, Dani Molina Quartet, Andreu Zaragoza Quartet, José Alberto Medina JAM Trio, Ana Finger Septet
Actuacions musicals de diferents estils en què els protagonistes són els grups que assagen al casal	Oferir als grups que assagen al Casal de Joves del Coll l'oportunitat de tocar en directe al seu barri	(2008) AirGuitar, Se atormenta una vecina, Los Impagaos, Tabaloko, Los Madalenas, Sado, Slow Way, Dirt, Canal 69, Kaotikos
Marató musical amb tots els grups que durant l'any han assajat al buc d'assaig	Oferir als grups que assagen al buc la possibilitat de tocar en directe al Casal de Joves del Coll	Grups del barri del Coll
Festival de música folk protagonitzat per membres del mític Grup de Folk i que pretén mesclar en un mateix espai dues generacions d'artistes, les joves promeses i els experimentats	Recuperar el repertori del Grup de Folk i mostrar-lo als joves cantants que freqüenten el bar	Membres del Grup de Folk
Festival dedicat a l'escena nacional independent que pretén convertir-se en un festival bianual	Donar suport a aquelles bandes infravalorades pel simple fet de ser d'aquí	1a edició (2009) Elvira, Vertasile, Hedtrip i (Lo:Muêso)
1r Festival de Música Justa i la 1a experiència musical en promoció del Consum Responsable a Catalunya	Exigir un tracte econòmic i legal just per als artistes musicals del país, relacionar els músics i el públic amb el comerç just, difondre el seu treball solidari mitjançant les actuacions en el festival i promoure la venda dels CD's dels artistes a un preu responsable	1a edició (2008) Viva Yo, Mehul Patel & Rohit Mistry, Albert Giménez, Pullup Orchestra, Jordi Lligadas, Lluís Gómez, Dídac Rocher, Hotel Guru Band, Beside, Black Coffee Quartet, Alquimia del Sol, Qui hi ha?, The Céilí Band, Amato Petito & Hèctor Andreu, Karin Portmann, Felipe Grimaldi, Chaqlalà, Alex & Llibert, El perro tambien paga

FINANÇAMENT PRINCIPAL	SUPORT / PATROCINI	COL·LABORACIÓ
C.A.T. / Districte de Gràcia / Ajunt. BCN: ICUB / Generalitat Cat.: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació	L'Auditori:Moderna / 4t Festival Internacional de Percussió de Catalunya / Diputació de Barcelona	TV3 / Barcelona TV / Xarxa de Televisions Locals / iCat fm / Ràdio Gràcia / Com Ràdio / RAC 105 / Ràdio 4 / L'Independent de Gràcia / Sons / lamalla.cat / illacrua / Carnet Jove "la Caixa" / Biblioteques de Barcelona / Tr3s C / "la Caixa" / Institut d'Estudis Fotogràfics de Catalunya / Via Fora
Districte de Gràcia / Ajunt. BCN: ICUB / Generalitat Cat.: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació / SGAE / Fundació Autor	Mitjans de comunicació: Radio 4 / MondoSonoro.com / Barcelona TV / Scanner fm / COM Ràdio / Ràdio Gràcia / latortuga.cat / l'Independent / Transversal Web / waAau.com / GràciaNet / Ràdio P.I.C.A.	hrönir / la correccional (serveis textuals) / ALB, Elektron / Cinemes Verdi / Cabaret Hofmann / Usted es un colectivo / Trasnports Ciberians / A. Casa Portuguesa / Agenda 21 BCN / Centre Artesà Tradicionarius / procur.arte / Luso-Phonia 2008 / ProHelvetia / Instituto Camoes Portugal / MACBA / Mediateca CaixaForum / Secretaría de Relaciones Exteriores / nodes de Gràcia / Sala Beckett / espai artístic contemporani / petxina.net / antigua casa Haiku / digital büro of international art / haiku media / Red Bull music academy / Melusina / arsonal / Moritz / projectes poètics sense títol / sons de Barcelona / UPF Music Technology Group / Twin Cam Audio
Associació de Músics de Jazz i Música Moderna de Catalunya	Generalitat Cat.: Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació / Diputació de Barcelona / Ajunt. BCN: ICUB / SGAE (Societat General d'Autors i Editors) / AIE (Artistes, Intèrprets o Excecutants)	
Ajunt. BCN: Gràcia		
Ajunt. BCN: Gràcia		
L'Astrolabi		
KGB		El Prat Ràdio, Sziget Festival, Escola de Mitjans Audiovisuals, Revolver (botiga de discos), Blondie, Bad Music Tv, Quimika fm
Olokuti		

Font: elaboració pròpia.

4. JUSTIFICACIÓ I DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE

4.1. CONCEPTUALITZACIÓ I JUSTIFICACIÓ DE LA PROPOSTA

Les diferents anàlisis realitzades permeten extreure unes conclusions, que són les necessitats relacionades amb el binomi territori gracienc i música en viu. Algunes d'aquestes necessitats ja estan expressades al Pla estratègic de la música, document que, d'altra banda, ha sigut consultat per conèixer la situació de la música en viu a Gràcia.

Les necessitats detectades són les següents:

1. Sensibilitzar la població de Gràcia envers la música en viu. Separar aquesta dels problemes relacionats amb el soroll, tals com les queixes i les denúncies per part de veïns.
2. Treballar perquè la música formi part de la quotidianitat, és a dir, que en l'imaginari col·lectiu no estigui únicament vinculada a les festivitats i a esdeveniments extraordinaris.
3. Oferir programacions que vinculin tots els barris de Gràcia per contribuir a la consolidació de l'eix cultural que uneix els barris del nord amb els del sud a través de la música.
4. Desconcentrar l'activitat cultural (en concret la musical) de la Vila de Gràcia.
5. Canviar la imatge de Gràcia com a territori identificat amb l'oci nocturn i el soroll.
6. Emprendre actuacions que posin en contacte els diferents agents relacionats amb la música a Gràcia.
7. Crear algun tipus de vincle entre els bars musicals que els permeti ser més forts per combatre els problemes relacionats amb la música en viu.
8. Defensar la figura del músic com a professional i valorar-lo i tractar-lo com a tal.
9. Transformar espais ja existents en espais per a la música en viu (i no construir-ne de nous perquè a Gràcia això és molt difícil).
10. Potenciar la programació de petit format a Gràcia.

Més enllà d'aquestes necessitats relacionades amb la música en viu a Gràcia i extretes a partir d'una labor d'anàlisi pròpia, cal fer referència a dos documents estratègics del Districte de Gràcia que, juntament amb el que s'acaba d'exposar, legitimen el projecte.

El primer d'aquests documents és el Programa d'Actuació del Districte previst per al període 2008-2011 i que és, per tant, vigent [veure Annex 17]. En relació a l'àmbit

cultural, el PAD manifesta la voluntat d'unificar els barris del nord del districte amb els que històricament han constituït el nucli gracienc, i la proposta per a aconseguir-ho és mitjançant un eix cultural que potenciï la creativitat dels habitants de Gràcia. D'altra banda, un dels altres objectius del PAD que afecten la cultura és el d'oferir una programació cultural participativa, en la qual estigui present la diversitat que hi ha al districte. Per últim, l'Ajuntament de Gràcia mostra el seu interès a fomentar la creativitat entre els graciencs amb una mesura consistent a donar suport a les iniciatives de creació artística.

Així doncs, el Programa d'Actuació del Districte de Gràcia posa de manifest la voluntat de treballar per a la cohesió de tots els barris que el constitueixen, així com també de promoure la riquesa cultural existent. Tot i ser objectius i propòsits que afecten la cultura de Gràcia en general, n'hi ha un que es refereix específicament a la música: "Desenvolupar el Pla estratègic de la música a Gràcia amb les seves diferents mesures i mitjançant el seguiment d'una comissió vinculada a la Comissió de Cultura del districte" [Programa d'Actuació del Districte de Gràcia, 2007, pàg. 39].

El Pla estratègic de la música va ser impulsat pel propi Districte i elaborat per l'associació Gràcia Territori Sonor l'any 2006 [veure Annex 18]. Per tant es tracta d'un document no actual amb el qual la realitat de tres anys més tard poden existir algunes diferències. Les possibles modificacions, però, les trobaríem a la part de diagnosi del pla; pel que fa als objectius fixats i les estratègies definides són encara vigents, tal com demostra la necessitat expressada al PAD i citada més amunt.

La metodologia que es va seguir per a l'elaboració del pla va partir d'una prèvia recollida d'informació que va donar lloc a la creació d'una base de dades, i d'una diagnosi de la situació a partir de la realització de taules rodones amb els diferents agents implicats i sobre temàtiques concretes. Un cop analitzat el context, el següent pas va ser formular objectius i proposar estratègies per tal d'assolir-los.

L'objectiu general del pla és [Pla estratègic de la música a Gràcia, 2006, pàg. 21]:

> "Afavorir i potenciar vivències musicals positives de les persones que viuen, es formen, treballen i s'apropen en el temps lliure pel Districte de Gràcia, aprofitant i tenint en compte les potencialitats d'aquest entorn, com a mínim en tres dimensions que cal atendre i considerar complementàries:
>
> a) El fet que Gràcia és un nucli on resideixen un nombre considerable de músics, i també d'organitzacions, professionals o no, relacionades amb la música.
> b) La realitat de Gràcia, com entorn d'oci, en què la cultura és un dels focus d'interès.
> c) La tradició cultural i associativa de Gràcia."

Els objectius específics són [Pla estratègic de la música a Gràcia, 2006, pàg. 21]:

1. "Millorar la sensibilitat de la població vers la música, tant la dels col·lectius habitualment propers com dels més aliens, afavorint l'accés al seu coneixement i vivència, posant l'accent en la diversitat musical, mitjançant noves estratègies d'educació, programació i comunicació.
a. Fer possible l'apropament a les noves músiques populars per part de sectors de la població habitualment aliens.
b. Millorar la imatge que es té de la música, donant missatges positius sobre la seva existència.
2. Recollir i donar a conèixer el patrimoni i l'activitat artística musical realitzada a Gràcia.
3. Potenciar la programació de petit format a Gràcia, tenint en compte les seves peculiaritats ambientals, la seva tradició, i les necessitats confluents d'actors molt diversos, fent ús d'instruments normatius, comunicatius i altres suports.
4. Potenciar el coneixement i les interrelacions entre els diversos actors de la música a Gràcia, facilitant instruments i ocasions per fer-ho, i estimulant les iniciatives autònomes del col·lectiu.
5. Afavorir la creació musical dels artistes que viuen o es mouen a Gràcia, posant al seu abast espais i recursos per fer-ho, i també donant suport a les organitzacions que es dediquen o es volen dedicar a aquesta tasca, potenciant que aquests siguin entorns de trobada i interacció dels artistes."

S'han citat literalment els objectius del Pla estratègic de la música per posar de manifest la coincidència amb algunes de les necessitats prèviament definides en relació a la música en viu a Gràcia. Dels objectius expressats al document, en podrien sorgir propostes musicals diverses, ja que són força amplis i no es concreten en l'aposta per un model concret, a banda de l'accent sobre la programació de petit format.
El festival de música que és objecte d'aquest treball és un dels molts projectes que podrien tenir l'origen en el Pla estratègic de la música. Tal com s'anirà detallant al llarg dels diferents apartats, el festival respon tant a l'objectiu general com als objectius específics del document.

Per altra banda, no es pot oblidar que el projecte també sorgeix de les necessitats expressades al Programa d'Actuació del Districte, que dóna més rellevància a la cohesió interna dels habitants de Gràcia i a la promoció d'activitats culturals participatives, a banda de la posada en pràctica dels acords establerts al Pla estratègic de la música.

La proposta que es presentarà a continuació, però, no ha nascut únicament com a resposta a una voluntat política manifestada a través dels dos documents estratègics del districte de Gràcia. Ha nascut també de l'observació i l'anàlisi de la realitat corresponent, a partir de les quals s'ha donat forma a una idea.

4.2. OBJECTIUS DEL PROJECTE

Objectiu general: dinamitzar la vida musical al Districte de Gràcia a partir del foment de la música en viu representada als bars musicals del territori per part d'artistes i grups musicals graciencs.

A nivell artístic

1. Fomentar la creació artística a Gràcia, a partir de l'oportunitat d'actuar en el festival. Si a Gràcia hi ha festivals de música, els músics d'aquest territori tindran una motivació especial i una atracció per a la creació.

2. Potenciar la música en viu a Gràcia, ja que encara està força oblidada i representa un bon exercici pels músics i alhora una oportunitat per donar-se a conèixer.

3. Crear vincles entre músics pel fet de formar part d'un mateix festival. Els vincles podrien donar lloc a futures col·laboracions.

4. Donar l'oportunitat a artistes i grups musicals de conèixer nous escenaris per a futures actuacions. Sovint els músics es troben amb l'obstacle de no tenir espais on poder presentar els seus treballs, i sobretot aquells que són poc coneguts. Els que participin en el festival tindran l'ocasió de superar aquesta barrera.

5. Crear una marca, un imaginari: la música que es fa a Gràcia. Convertir en un factor identitari del districte el fet que Gràcia acull un bon nombre d'artistes musicals.

6. Mostrar la diversitat musical existent a Gràcia, a través d'un proposta que no estableix requisits pel que fa a l'estil musical.

A nivell social

1. Oferir una programació cultural participativa, on hi entri tothom que vulgui formar-ne part independentment de l'estil musical, origen, cultura, nivell d'estudis, etc. El

leitmotiv del festival no és un estil de música en concret, sinó el fet que els músics que hi participin siguin de Gràcia.

2. Donar a conèixer els músics de Gràcia. Als barris graciencs existeix un bon cultiu d'artistes, alguns que comencen la seva carrera i altres que ja gaudeixen de reconeixement. El que busca el festival és potenciar aquells que són poc o gens coneguts a través de l'actuació en directe i del contacte amb el públic (encara que sigui reduït) i amb els bars musicals (programadors potencials).

3. Normalitzar el fet musical entre els habitants de Gràcia, mitjançant la programació d'un festival que pretén apropar la música a persones que no hi estan familiaritzades.

4. Integrar els diferents barris que constitueixen el districte de Gràcia en un sol esdeveniment. Els músics sorgiran dels diferents barris del districte, de manera que durant els dies del festival el Districte sencer estarà vinculat a una acció conjunta. Actualment no hi ha cap bar musical fora de la Vila de Gràcia i Gràcia Nova – Camp d'en Grassot, però el projecte inclouria bars dels altres tres barris en les futures edicions, si se n'obrissin de nous en aquests territoris.

5. Fomentar el sentiment de barri. La realització d'esdeveniments com el festival que interrelacionen el conjunt de la població d'un territori, propicia el sentiment de col·lectivitat i de pertinença a aquest territori.

A nivell d'oci

1. Donar visibilitat als bars musicals de Gràcia. La programació de concerts en directe suposarà un valor afegit en front de la resta de locals d'oci nocturn de Gràcia, que és una zona on aquests abunden i per tant existeix una competència. Els bars ja són coneguts per part dels músics, però no tant pel públic potencial.

2. Dotar de contingut artístico-cultural l'oferta d'oci nocturn de Gràcia, que sovint és concebuda com a territori-bar i s'associa amb el soroll i les queixes dels veïns. La programació d'activitats musicals als bars pot contribuir a afegir un valor cultural atractiu per a molta gent.

3. Projectar una imatge de Gràcia com a zona lúdica i cultural, que aposta pel foment dels seus artistes i dóna impuls als bars musicals com a escenari de la música en viu.

4. Donar l'oportunitat als bars que ja programen concerts de conèixer altres grups i artistes per a futures actuacions. El festival comptarà amb la participació de diversos músics, alguns dels quals desconeguts per aquests bars, podent-se generar així sinergies.

5. Agrupar els diferents bars en un mateix esdeveniment per tal de sumar esforços i constituir-se com un ens més fort davant del Districte de Gràcia. Tots ells es troben amb problemes similars (queixes per part dels veïns, dificultat per aconseguir la llicència de "bar musical", imposició de multes, etc.), els quals potser serien més fàcils de resoldre si lluitessin conjuntament i reivindiquessin alhora la seva existència.

A nivell polític

1. Legitimar la legislatura actual a través de l'aplicació de la voluntat general del Pla estratègic de la música a Gràcia i dels objectius específics manifestats al document [veure Pla estratègic de la música a Gràcia, Districte de Gràcia, juny de 2006, pàg. 21].

4.3. DESCRIPCIÓ DEL FESTIVAL

Nom de l'esdeveniment

El nom del festival serà la seva façana, és a dir, allò amb el qual serà identificat i recordat l'esdeveniment. Per això és molt important que el nom reflecteixi els seus objectius a partir del paral·lelisme amb alguns dels ingredients que entren en joc en el festival.
El nom que es proposa per al festival és "Ritmes de Gràcia", perquè combina diferents elements que són protagonistes en la celebració: el territori (Gràcia), la música que hi sona i la no definició de cap estil musical. S'ha volgut jugar amb un concepte musical, "ritme", que no és un terme tècnic i per tant és comprensible per tothom i que, a més, expressat en plural indica la diversitat de músiques que es creen al districte gracienc, diversitat que vol promoure el festival a través del foment dels seus artistes sense cap tipus de distinció.

Període de celebració

La proposta pel que fa a les dates, és que el festival s'inclogui en l'anomenada Setmana de la Música a Gràcia. És un esdeveniment que només s'ha celebrat una vegada, del 17 al 22 de novembre de 2008, en motiu de la celebració de Santa Cecília (el dia 22 de novembre), que és la patrona de la música.

Segons la tècnica de cultura del Districte de Gràcia, Mari Cruz Martín, la Setmana de la Música es va originar com a resposta a una demanda per part d'alguns agents del barri relacionats amb la música: escoles de música, associacions culturals, bars musicals i altres entitats. El procediment va consistir en una crida a totes aquestes organitzacions per tal que comuniquessin al Districte de Gràcia les activitats musicals previstes per aquella setmana. Una vegada recopilada la informació, la tasca de l'Ajuntament va ser únicament la d'elaborar un programa conjunt que inclogués totes les propostes i dur a terme un pla de comunicació per a fer-ne difusió.

Per tant, els concerts corresponen a programacions ja previstes per part dels espais corresponents, és a dir, que no es van organitzar expressament per a la Setmana de la Música.

Per a l'any 2009 està previst celebrar de nou aquesta festivitat; així doncs tot indica que la intenció per part del Districte és que la Setmana de la Música es vagi consolidant amb el pas dels anys. Ja que per motius de finançament i de temps no és possible realitzar el festival durant l'edició d'enguany, està previst plantejar-lo per al 2010.

A continuació es presenta a la taula 4.1 una relació de concerts realitzats durant la Setmana de la Música a Gràcia del 2008, espais i entitats organitzadores, elaborada a partir del tríptic amb la programació [veure Annex 19]:

Taula 4.1. Concerts inclosos a la Setmana de la Música a Gràcia 2008 (primera edició)

DIA	ESTIL MUSICAL	ESPAI	HORA	ORGANITZACIÓ	ENTRADA
Dilluns, 17 de nov.	Música coral	Sala d'actes CC La Sedeta	17h	Associació de Pensionistes i Jubilats La Sedeta	Gratuïta
	Gospel (cor)	Sala d'actes DMúsica	21h	DMúsica (escola de música)	Gratuïta
Dimecres, 19 de nov.	Música clàssica i popular	Auditori escola SEK	19.30h	Escola Sant Estanislau de Kostka	Gratuïta
	Experimental	Associació Cultural Albrícias	22h	Associació Cultural Albrícias	Gratuïta
Dijous, 20 de nov.	Pop en català	Heliogàbal	22h	Heliogàbal	5 €
Divendres, 21 de nov.	Gospel (veu+instruments)	Sala d'actes DMúsica	21h	DMúsica (escola de música)	10 € (reserva prèvia)
	Pop-rock	Bar del CC La Sedeta	22h	Coordinadora de grups de rock de La Sedeta	Gratuïta
	Txalaparta (tradicional basc)	Auditori del Centre Artesà Tradicionàrius	22h	Centre Artesà Tradicionàrius	5 € (Amics del C.A.T. gratuïta)
Dissabte, 22 de nov.	Conte musical – audició familiar	Sala d'actes DMúsica	12h	DMúsica (escola de música)	Gratuïta (reserva prèvia)
	Òpera infantil	Sala d'actes CC El Coll	18h	CC El Coll	Gratuïta
	Música orquestral	Auditori Biblioteca Jaume Fuster	19h	Orquestra de Cambra Vila de Gràcia i Districte de Gràcia	Gratuïta
	Folk	Auditori del C.A.T	20h	C.A.T.	6 €

Font: elaboració pròpia a partir del programa de mà de la Setmana de la Música a Gràcia 2008.

Així doncs, sembla coherent incloure el festival dins la Setmana de la Música perquè s'entén com una proposta aliena a l'Ajuntament de Gràcia, igual que la resta dels concerts, però que per altra banda rep el seu suport a nivell de comunicació. A més, tal i com està presentat en el programa de mà de la primera edició, l'esdeveniment inclou "diferents estils, diferents públics i diferents espais", és a dir, que no es defineix per ser una setmana musical monotemàtica pel que fa a aquests tres aspectes. En aquest sentit, doncs, el festival encaixa a la Setmana de la Música ja que tampoc es defineix per ser d'un sol estil, ni per estar destinat a un sol tipus de públic ni per tenir lloc a un sol escenari.

Cal suposar, malgrat que no es pot assegurar, que per al 2010 el procediment i el criteri per participar a la Setmana de la Música seran els mateixos que els utilitzats l'any 2008.

Els avantatges principals d'incorporar aquest festival a la Setmana de la Música són:

- Té més sentit perquè no es celebrarà com un esdeveniment aïllat del calendari festiu a Gràcia, sinó que s'incorporarà en una altra celebració cultural que, a més, dóna protagonisme a la música de Gràcia.
- Té l'empara del Districte de Gràcia pel fet d'estar inclòs en la seva programació. Això significa que bona part de la comunicació ja la fa el Districte. Però tot i formar part de la Setmana de la Música, el Districte no entra en la seva definició, organització ni realització. A banda de la comunicació per part del Districte, també seria convenient fer una campanya comunicativa independent, per tal de ressaltar el festival de la resta de concerts previstos i per donar a entendre que no és una iniciativa de l'Ajuntament de Gràcia.
- La Setmana de la Música només s'ha celebrat una vegada, per tant el Districte segurament rebrà positivament la proposta, ja que el festival amplia l'oferta de concerts i per tant la qualitat i varietat de la Setmana.

No obstant, també existeixen una sèrie d'obstacles o inconvenients que és important tenir en compte a l'hora d'incloure el projecte a la Setmana de la Música:

- Es podria donar algun tipus d'exigència o requisit per part del Districte.
- Existeix la possibilitat que el Districte es negués a donar suport a una proposta que estigui relacionada amb la música en viu a bars que no tenen la llicència adequada. Com s'ha dit, existeix un permís especial per a realitzar música en viu a un local sense llicència de "bar musical" de manera excepcional, però cal demanar-lo i no es pot conèixer amb antelació la resposta.

Durada i desenvolupament de la mostra

El festival tindrà una durada de 3 dies (divendres, dissabte i diumenge), dins la Setmana de la Música. S'ha considerat que allargar-lo més dies seria arriscat, ja que es tracta d'un projecte nou i, per altra banda, més dies probablement implicaria conflictes amb els veïns.

Per poder mostrar la diversitat musical existent a Gràcia, cada dia s'oferiran 3 concerts, repartits en franges horàries no simultànies per tal d'oferir al públic la possibilitat d'assistir a més d'una actuació. Així doncs, en total s'oferiran 9 concerts.

L'horari proposat pels concerts és a les 19h, les 21h i les 23h perquè és important, en la mesura del possible, evitar queixes per part del veïnat. Per aquest motiu i perquè es pretén captar públic no acostumat a assistir a concerts alhora que es busca l'acceptació del festival per part de l'Ajuntament, s'ha avançat la franja horària de les actuacions respecte la programació habitual dels bars musicals de Gràcia.

Lloc de celebració

Els escenaris dels concerts seran alguns dels bars del districte que actualment ja programen música en directe. La participació en el festival els permetrà posar-se en contacte i emprendre mesures conjuntament si s'escau, alhora que també els suposarà una ampliació del coneixement que tenen sobre el panorama musical a Gràcia i una major visibilitat. Per altra banda, aquesta decisió també està encaminada a canviar la imatge del districte com a territori-bar.

En total a Gràcia hi ha 15 bars musicals, però el festival en requereix 9 perquè cada concert tindrà lloc a un bar diferent per motius d'incompatibilitat amb la seva programació estable. Tenint en compte la situació il·legal de la majoria d'aquests bars, és imprescindible comptar com a escenaris del festival tots aquells que tenen llicència per oferir música en viu, que són:

- Alfa
- Continental
- El Dorado
- Musical Maria

Existeix un altre bar que actualment està realitzant els tràmits corresponents per tenir la llicència de "bar musical", i per això es considera que també es pot incloure en el festival (bar Jazzpetit).

Els 4 bars que falten per completar els escenaris s'haurien d'escollir entre la resta, en funció de la disponibilitat, de l'aforament i de l'equipament tècnic del local. Independentment de l'elecció final, caldria demanar per tots 4 bars el permís especial a l'Ajuntament de Gràcia perquè no disposen de llicència de "bar musical".
Per últim, caldria fer dues puntualitzacions. La primera és que el bar Elèctric, tot i no tenir llicència de "bar musical", és un dels més veterans en l'oferta de programació musical en viu i molt reconegut per la seva qualitat; per tant és factible creure que el Districte atorgaria el permís per a aquest local. La segona és que el bar Heliogàbal, per ser el primer bar a Gràcia que va organitzar concerts, el més conegut i l'únic bar d'aquestes característiques reconegut pel Districte, seria adient que actués com a escenari d'un dels concerts. Però malauradament, una incompatibilitat ja esmentada a l'anàlisi i diagnòstic del projecte no ho permet.

Músics que participaran al festival

Els artistes que tocaran en algun concert del festival seran músics que viuen a Gràcia o que hi tenen algun tipus de vincle. No es definirà cap estil musical en concret perquè el que es vol és mostrar la diversitat musical que existeix a Gràcia.
El procediment per escollir els artistes consistirà en un procés de selecció a partir de les propostes rebudes arrel d'una convocatòria oberta a tots els músics que hi vulguin participar. Aquesta mesura garanteix el caràcter obert i participatiu del projecte.
Uns mesos abans de la celebració del festival, l'organització obrirà una convocatòria en la qual s'especificaran les bases per poder-hi participar i els requisits que s'han de complir per tal de poder ser escollit. La convocatòria es distribuirà a diferents punts del districte i també es podrà consultar a la pàgina web del festival. Una vegada recollides les propostes, una comissió s'encarregarà de fer-ne la tria, que donarà com a resultat els 9 grups que tocaran.
Els requisits, punts de distribució i informació de la convocatòria estan especificats al pla de comunicació, que es pot trobar en pàgines posteriors del projecte (pàg. 66-80).

Comissió encarregada d'escollir els grups musicals

Per tal de donar coherència al projecte, la comissió estarà formada per representants de la societat i l'activitat cultural (especialment musical) de Gràcia. D'aquesta manera s'aconsegueix una implicació activa per part de diferents agents relacionats amb la

cultura i la música en el projecte, i per altra banda, s'incorpora el coneixement i l'experiència d'aquestes persones necessària perquè el festival sigui una oferta de qualitat.

Els membres de la comissió podrien provenir d'entitats gracienques dedicades a la música (com Gràcia Territori Sonor o la Coordinadora de grups de rock de La Sedeta), dels bars musicals participants en l'esdeveniment i que tinguin un bon bagatge com a programadors (com L'Elèctric Bar o l'Alfa), d'escoles de música del districte, i d'altres entitats culturals que no estiguin únicament vinculades a la música (com Experimentem amb l'Art o l'Associació Cultural Albrícias). La comissió estarà formada per 3 membres, que rebran una compensació econòmica per la seva col·laboració.

Els músics que siguin finalment escollits seran acceptats per part dels diferents bars on hauran de tocar perquè al tribunal hi haurà una representació dels responsables dels locals i per tant la decisió final no serà vista com una imposició de l'organització. A més, els bars que accedeixin a cedir les instal·lacions com a escenari per a un concert ja tindran coneixement del festival i del procediment per triar els grups musicals.

És important recordar que la proposta pretén potenciar els músics de Gràcia, crear vincles entre els professionals i les entitats gracienques relacionades amb la música i fomentar el sentiment de barri a partir d'un projecte inclusiu. La constitució d'una comissió amb les característiques esmentades contribuiria a assolir aquests propòsits.

5. ANÀLISI DE LES NECESSITATS I RECURSOS DEL PROJECTE

5.1. AVALUACIÓ DELS RECURSOS DISPONIBLES I DE LES NECESSITATS DEL PROJECTE

En aquest apartat del treball s'analitzaran els recursos necessaris per poder engegar i desenvolupar el projecte, és a dir, tots aquells tangibles i intangibles que de manera contínua o puntual suposaran una eina imprescindible en el procés d'organització i realització del festival.

En primer lloc, el que cal són els **recursos humans**, les persones que s'encarregaran de fer tot el possible perquè el projecte es desenvolupi amb èxit. El festival proposat no requereix un equip humà nombrós ni una estructura organitzativa complexa, ja que la seva preparació és relativament senzilla. Així doncs, s'estima que els recursos humans necessaris es concretaran en dues persones treballant a mitja jornada durant els mesos anteriors a la posada en marxa del festival. Un aspecte important a tenir en compte és que no poden tenir el mateix perfil professional, ja que les seves funcions han de ser complementàries. La definició dels dos perfils és a grans trets la següent (més endavant es concretaran amb més precisió):

- Treballador 1. Persona amb coneixement de l'activitat cultural de Gràcia (en especial la musical), amb facilitat per a les relacions interpersonals, comunicativa, amb iniciativa i capacitat per prendre decisions, observadora i sensible a la detecció de necessitats dels diferents agents implicats en el festival, preferiblement amb coneixements musicals.
- Treballador 2. Persona amb un perfil administratiu aplicat a l'àmbit cultural: coneixement del procediment de sol·licitud i justificació de subvencions, coneixements comptables, experiència en recerca de patrocinis.

A banda d'aquests dos treballadors fixes, també caldrà la col·laboració puntual per part d'altres persones o entitats especialitzades en algun aspecte concret, com seran un dissenyador gràfic, un dissenyador de pàgines web, una impremta, una empresa de distribució i repartiment, una comissió encarregada d'escollir els grups de música que tocaran en el festival i el personal dels bars musicals que acolliran algun concert.

Pel que fa als recursos tangibles, també seran necessàries una sèrie d'**infraestructures** que es poden classificar segons l'espai on s'hauran d'ubicar. Un dels espais és el lloc de treball de les dues persones contractades a mitja jornada i que

tindrà el paper de referent de l'organització del festival. Per això serà aquí on els músics que vulguin participar en la convocatòria a partir de la qual s'escolliran els grups definitius entregaran les maquetes amb les propostes musicals. El lloc de treball serà una petita oficina (només haurà d'acollir dues persones) que contindrà els recursos materials propis d'un espai com aquest: equipament informàtic (2 ordinadors, impressora, fax, escàner, mòdem), material d'oficina (paper, bolígrafs, retoladors, clips, grapadora, tisores, etc.), línia telefònica i aparell de telèfon, i fotocopiadora.
El segon espai on es necessitaran unes infraestructures és l'espai d'actuació dels grups musicals, és a dir, els bars musicals que acolliran algun concert del festival. Els recursos materials que necessitaran els músics per poder tocar en bones condicions són una tarima que actuarà d'escenari i un equip de so, que inclou amplificadors, taula de mescles i micròfons. Cal dir que aquests són uns recursos de què ja disposa la majoria dels bars musicals de Gràcia i que són els que posen a l'abast dels músics en la seva programació habitual. Els intèrprets, doncs, només han de portar el seu instrument (en alguns casos, el bar també disposa de bateria i piano, però es tracta d'una excepció). A diferència dels concerts habituals d'aquests bars, per a les actuacions que es realitzaran dins el festival el transport dels instruments musicals fins a l'escenari anirà a càrrec de l'organització perquè es vol fer un tractament positiu de la figura del músic, sovint infravalorat per part dels bars.
Així doncs, tant per un interès de l'organització com dels bars musicals, aquesta infraestructura ja existent s'aprofitarà per als concerts del festival. A l'organització li suposa un estalvi econòmic considerable i per als bars és més còmode ja que és un material permanent del local i seria una complicació incorporar-ne de nou.

Com en tot projecte, en aquest també són necessaris uns **recursos financers** per poder enfrontar les despeses que suposarà el festival. D'entrada es pot preveure que no seran uns costos molt elevats per diferents motius: la durada de l'esdeveniment és curta (3 dies), els grups musicals estaran formats per 5 intèrprets com a màxim, els espais que tindran la funció d'escenari no representaran cap cost per a l'organització, només es necessitaran dos treballadors fixes, i la difusió no tindrà un impacte massiu.
Els recursos financers serviran per cobrir sobretot les despeses en concepte d'honoraris pels músics, comunicació i recursos humans (encara que només siguin dos treballadors, serà la partida més elevada del pressupost).

Fins aquí s'han analitzat els recursos tangibles, les eines materials que caldrà obtenir. Però aquestes no són suficients per al correcte desenvolupament del procés de

producció del festival; calen també recursos intangibles, un capital que va més enllà de qualsevol materialització.

Les **relacions** són un dels recursos intangibles. Relacions enteses com als vincles que cal establir des de l'organització cap als diferents agents que estan directament implicats en el festival, que són líders d'opinió o bé informadors potencials i de gran valor en relació a la temàtica del festival. Aquests contactes aportaran coneixement, oportunitats i sobretot una legitimació de l'esdeveniment. S'han considerat imprescindibles les relacions amb els següents agents de Gràcia: els bars musicals, els músics que hi viuen o hi estan vinculats, les associacions culturals dedicades a la música i el/la tècnic/a de cultura de l'Ajuntament del districte. De tots aquests, cal destacar-ne un que probablement és el més rellevant: Gràcia Territori Sonor, una associació estretament relacionada amb la música i amb el territori gracienc. Es tracta d'una peça clau per conèixer la situació de la música a Gràcia, les principals tendències i prioritats, gràcies al fet que van ser alguns dels seus membres els encarregats de dur a terme el Pla estratègic de la música a Gràcia l'any 2006.

Pel que fa a contactes amb agents externs al districte, caldria establir una relació amb les entitats organitzadores de festivals similars al proposat per tal de conèixer de prop la gestió i les estratègies emprades i aprendre a partir d'una experiència semblant.

Per últim, un altre recurs intangible igualment necessari és el **coneixement** tant **del sector** com **del territori** afectats per la proposta. El sector protagonista del festival és el musical, i més específicament la música en viu a Gràcia. Per això caldrà conèixer quina és la situació actual d'aquesta, la seva evolució, quins són els problemes amb què es troben els músics de Gràcia, les dificultats i obstacles a l'hora de trobar espais per a la música en directe, etc.

Però no s'ha d'oblidar que en aquest festival també hi entra en joc un segon sector, això sí, estretament vinculat al de la música en viu: el sector de l'oci nocturn, concretament el dels bars musicals. També cal conèixer en profunditat la problemàtica amb què es viu cada dia des d'aquests locals, la legislació vigent, les necessitats i prioritats dels bars, etc.

Quant al territori, no només s'ha de tenir coneixement en relació als dos sectors esmentats, sinó que també és important conèixer-ne les seves característiques demogràfiques, la seva història, els seus trets distintius, l'oferta cultural i d'oci existent, la visió que se'n té des de l'exterior, etc. És a dir, per desenvolupar un festival tan acotat en termes de territori, cal tenir coneixement d'aquest en totes les seves vessants, i no estrictament la musical.

A continuació s'ofereix una taula amb un resum dels recursos necessaris per a la realització del projecte:

<table>
<tr><th colspan="3">RECURSOS TANGIBLES</th></tr>
<tr><td rowspan="2">Humans</td><td colspan="2">2 persones fixes contractades a mitja jornada</td></tr>
<tr><td colspan="2">Persones/organitzacions amb ajuda puntual</td></tr>
<tr><td rowspan="6">Materials</td><td rowspan="4">Espai de treball: oficina</td><td>Equipament informàtic</td></tr>
<tr><td>Material d'oficina</td></tr>
<tr><td>Línia telefònica + aparell de telèfon</td></tr>
<tr><td>Fotocopiadora</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Espai d'actuació: bars musicals</td><td>Tarima</td></tr>
<tr><td>Equip de so</td></tr>
<tr><td>Financers</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><th colspan="3">RECURSOS INTANGIBLES</th></tr>
<tr><td rowspan="5">Relacions</td><td colspan="2">Bars musicals de Gràcia</td></tr>
<tr><td colspan="2">Músics de Gràcia</td></tr>
<tr><td colspan="2">Associacions culturals de Gràcia</td></tr>
<tr><td colspan="2">Tècnic/a de cultura de l'Ajuntament de Gràcia</td></tr>
<tr><td colspan="2">Entitats organitzadores de festivals similars</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Coneixement</td><td rowspan="2">Dels sectors afectats</td><td>Música en viu a Gràcia</td></tr>
<tr><td>Bars musicals de Gràcia</td></tr>
<tr><td colspan="2">Del territori afectat</td></tr>
</table>

5.2. ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA I DE LES POTENCIALS ALIANCES DE COOPERACIÓ

El que es pretén en aquest punt és analitzar la possible competència que es pot donar del festival, i per fer-ho s'ha elaborat una taula en què es comparen les dates de celebració de les diferents manifestacions de música en viu extraordinàries que existeixen a Gràcia al llarg de l'any. Es tracta de festivals i cicles de música que ja s'han estudiat a l'apartat número 3 – Recerca comparada, pàg. 27-32 – però sobre els quals ara es vol incidir específicament en el moment de la seva realització.

A partir d'aquesta taula serà possible determinar si el festival proposat compartirà dates amb altres esdeveniments musicals a Gràcia i, si es dóna el cas, determinar si es tracta d'una competència real o no. El motiu de considerar competència principalment aquells festivals i cicles musicals del districte de Gràcia és que la major part del públic al qual es dirigirà la nostra proposta és la població gracienca, segment que també podria representar el *target group* dels esdeveniments musicals celebrats durant el mateix període en aquest territori. Més endavant, però, s'analitzarà també el panorama musical de Barcelona ciutat al mes de novembre.

Taula 5.1. Anàlisi de la competència a Gràcia

	NOM	Gen	Feb	Mar	Abr	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Oct	Nov	Des
FESTIVALS	Tradicionàrius		X	X									
	LEM										X		
	L'Hora del Jazz - Memorial Tete Montoliu									X			
	Festa Jove del Coll						X						
	Festival del Buc											X	
	Folkosarius		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Let's Go Festival					X							
	Fair Music Festival							X	X	X	X	X	
CICLES	Nits Clàssiques a Gràcia		X	X									
	Barcelona Bona Nit	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Cicle d'Aperitius musicals matinals					X					X		
	Cicle de concerts d'hivern	X	X	X									X

	Les Veus Mediterrànies					X	X						
	Vespres musicals	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	Retorn als clàssics	X	X	X									
	Setmana de la Música a Gràcia											X	

Font: elaboració pròpia.

Tal com s'observa, existeixen 6 festivitats que es celebren durant el mes de novembre, període en què tindrà lloc el projecte. No obstant, si s'analitza cadascuna d'aquestes amb deteniment, es dedueix que només una d'elles pot representar un cert risc pel que fa al perfil del públic.

Es tracta del Festival del Buc, celebrat durant la tercera setmana de novembre al Casal de Joves del Coll i que té per objectiu oferir als grups que durant l'any fan ús del buc d'assaig del Centre Cívic El Coll la possibilitat de tocar en directe. Cal recordar que el nostre festival tindrà lloc durant la Setmana de la Música a Gràcia, celebrada al voltant del 22 de novembre. Així doncs, depenent de l'any poden coincidir els dos festivals en el calendari. Però no només serien competència quant a dates, sinó també a nivell de públic, ja que tots dos busquen un públic jove i resident a Gràcia [veure Públics objectiu de comunicació i disseny de la comunicació, pàg. 67].

De totes maneres, el fet de coincidir en el temps pot significar algun avantatge tant per un festival com per l'altre. En les edicions que això passés es podria establir algun tipus de mecanisme de cooperació entre les dues organitzacions corresponents, com per exemple arribar a un acord pel que fa a la difusió a través de la col·locació de cartells als diferents escenaris anunciant els dos esdeveniments. Seria una manera de compartir el públic, més que de lluitar per omplir les sales de concert.

La resta de festivals i cicles de música no representaran una competència real pels següents motius:

- El Festival Folkosarius es celebra durant tot l'any, en forma de concerts que tenen lloc els divendres a la nit. Per tant, sí que es solaparà amb el festival proposat però només un dia.
- Amb el Fair Music Festival es dóna una circumstància similar, però amb la diferència que en aquest cas el festival dura 4 mesos, de juliol a novembre, i que els concerts són els dissabtes a les 19h. És a dir, que com a màxim suposarà una competència per a un concert del nostre festival.

- Un dels cicles organitzats sota el programa Barcelona Bona Nit, el de tardor, inclou el mes de novembre i es celebra els divendres, però no és segur que coincideixi amb el festival ja que només es fan 4 concerts en tot el cicle.
- El cicle Vespres Musicals consisteix en l'oferta de concerts un divendres al mes, que pot ser que coincideixi amb el divendres del festival proposat. No obstant, això no suposaria una forta competència perquè el cicle té una durada anual.
- La Setmana de la Música també s'ha inclòs a la taula comparativa perquè segons com pot representar igualment una competència per al festival. Depenent de la programació prevista per aquesta setmana – i de la qual ara no se'n pot tenir constància perquè es planteja la primera edició del festival per al 2010 – algun dels actes es pot superposar a la mostra. Per tant, l'anàlisi d'aquesta competència queda suspesa fins que es disposi de tots els factors necessaris.

Analitzant els festivals de música que tenen lloc a Barcelona durant el mes de novembre, s'observa en primer lloc que se'n celebren pocs – la majoria són als mesos de primavera i estiu – i que els que es programen no representen cap tipus de competència per a la nostra proposta ja que es tracta de festivals de música clàssica (Cicle Anna Ricci i Festival d'Òpera de Butxaca i Noves Creacions) i d'unes dimensions que no tenen res a veure amb el festival de Gràcia. Al novembre també es celebra el Voll-Damm Festival Internacional de Jazz de Barcelona, que podria interferir en algun segment del nostre públic, però que és un esdeveniment completament diferent, ja que s'hi presenten grans noms del jazz internacional i els escenaris són grans sales de concert de la ciutat.
Un festival que podria solapar-se amb el projecte és el Festival Hipersons, celebrat del 17 al 20 de novembre l'any 2008, perquè malgrat que té uns escenaris amb més capacitat i més coneguts té uns objectius similars al que aquí es plantegen: busca la descoberta i la presentació dels nous valors que van sorgint en l'escena barcelonina i per tant és un festival d'àmbit local que cobreix el buit creat pels grans festivals de Barcelona. L'Hipersons ofereix la música feta a la ciutat comtal i el nostre festival la música feta a Gràcia. La competència es podria produir si els dos esdeveniments coincidissin pel que fa a les dates i es donaria en termes de públic, ja que l'Hipersons fa diversos anys que es celebra i és una fita anual per molts barcelonins.

El que es dedueix d'aquesta anàlisi és que La Setmana de la Música a Gràcia és un bon moment per incloure el festival, ja que es celebra a finals de novembre que és un període en el qual tenen lloc pocs esdeveniments musicals, tant a nivell de districte com a nivell de ciutat. Els pocs que hi ha, a més, no representen una competència

forta, amb l'excepció del Festival del Buc i del Festival Hipersons que, per altra banda, no es pot tenir la certesa que coincidiran cada any en el temps.

6. MODEL DE GESTIÓ: ESTRATÈGIES I PLA DE VIABILITAT DE LA PROPOSTA

6.1. ESTRUCTURA JURÍDICA

Proposta de marc jurídic del projecte

El primer pas per establir el model de gestió del projecte descrit és determinar quin context legal l'envoltarà, és a dir, quina figura jurídica tindrà. Per tal de conèixer quina és la més convenient per al projecte proposat, s'analitzaran les diferents possibilitats en relació a les seves característiques.

El que cal tenir en compte és que es tracta d'un festival molt concentrat en el temps i que no s'ha celebrat mai abans. Amb aquests elements en joc s'han considerat tres vies factibles que atorgarien al projecte un marc jurídic a partir del qual es podrien començar a emprendre les accions pertinents per tirar-lo endavant.

La primera d'aquestes vies és desenvolupar el festival d'una manera aïllada respecte qualsevol organització i administració pública: l'organitzadora és la promotora de la idea. Aquesta opció no suposaria cap inconvenient a l'hora de demanar la subvenció prevista [veure punt 6.4 del treball, pàg. 81-88] perquè a les bases de la convocatòria s'especifica que qualsevol persona física pot sol·licitar-la. No obstant, s'ha descartat per dos motius: d'una banda seria bastant complicat aconseguir el finançament necessari ja que una sola persona no té la mateixa força que una entitat o una empresa davant d'una administració pública o d'un possible patrocinador, i de l'altra el projecte no tindria la mateixa legitimació ni es podria difondre de la mateixa manera que si estigués organitzat per un col·lectiu.

Un altre marc jurídic que es podria aplicar al projecte és la creació d'una nova entitat que tingués per missió la gestió del festival. La figura idònia en aquest cas seria clarament la d'una associació, tant per la rapidesa de la seva fundació com pel seu caràcter no lucratiu. Malgrat que presenta alguns avantatges respecte l'opció anterior, també s'ha descartat perquè el festival és un esdeveniment molt puntual i no seria suficient per justificar la creació d'una associació que la resta de l'any no tindria altres projectes entre mans. Aquesta opció seria viable si els estatuts de l'associació fossin més generals que els objectius del festival i si l'entitat realitzés més d'un projecte.

L'última de les vies factibles és la que s'ha escollit finalment com la més adient i consisteix en la inserció del projecte en alguna entitat ja existent. Després d'haver

avaluat les dues anteriors, s'ha arribat a la conclusió que el context idoni per al projecte proposat ha de reunir dues condicions: ser un col·lectiu (sigui quina sigui la forma, però una organització representada per més d'un individu) i que aquest tingui una trajectòria mínimament consolidada. Un marc així beneficiaria el projecte tant pel seu sentit global (estaria legitimat a través de l'organització a càrrec d'una entitat experimentada) com per les possibilitats d'obtenir un finançament favorable (les subvencions i patrocinis es sol·licitarien a través de l'entitat).

Tenint tot això en compte i les característiques del festival, el marc jurídic que es proposa és una associació cultural amb una especial vinculació amb la música ubicada al districte de Gràcia que estigui disposada a incorporar el projecte a la seva activitat. És important que l'entitat estigui situada a Gràcia i que aquest sigui el territori on desenvolupa majoritàriament la seva activitat perquè el festival posa molt èmfasi en l'aspecte geogràfic (tant pel que fa als artistes com als bars musicals) i no seria coherent que l'organitzés un agent aliè a la realitat cultural gracienca.

L'estratègia d'aquesta decisió consisteix en l'aprofitament d'unes infraestructures que ja existeixen i de les potencialitats que tingui l'entitat acollidora del projecte (amb un renom, amb experiència en la gestió d'esdeveniments musicals, etc.).

Amb l'associació es produirà un intercanvi: la promotora del festival disposarà d'un espai de treball amb tot el material que aquest suposa i rebrà suport administratiu, i com a contrapartida, l'entitat gaudirà de visibilitat a través de la difusió del festival i tindrà l'oportunitat de treballar en favor del territori on es situa i dels músics que hi viuen.

Possibles entitats on inserir el projecte

El projecte, doncs, està plantejat per oferir-lo a una entitat aliena al seu origen però necessària per a la seva realització. Un cop decidit això, cal buscar una associació que hi estigui interessada i que disposi dels recursos econòmics i humans que es necessitaran per engegar-lo [veure 6.2 i 6.4, pàg. 61-65 i 81-88].

A continuació s'esmenten algunes de les organitzacions que, *a priori*, podrien acollir el projecte. Algunes d'elles són més coherents amb les característiques i objectius del festival que d'altres, però s'ha volgut obrir el ventall de possibilitats per no centrar-se únicament en dues o tres.

- Gràcia Territori Sonor. És una associació creada l'any 1996 que té per objectiu donar a conèixer propostes musicals innovadores i de risc amb la intenció d'acostar-les al públic en general. L'entitat organitza nombroses activitats al voltant de la música experimental a Barcelona, la més coneguda el dispositiu LEM, i d'altres més directament vinculades amb Gràcia. Probablement és l'associació més adient per incloure el festival, ja que gaudeix d'una llarga trajectòria com a entitat gracienca vinculada a la música, i per tant és coneguda i experimentada – són els valors desitjats. A més, alguns dels membres de Gràcia Territori Sonor van ser els encarregats de dur a terme el Pla estratègic de la música a Gràcia l'any 2006, de manera que disposen d'un coneixement ampli de la realitat musical al districte.

- Coordinadora de grups de rock de La Sedeta. És un grup format per joves músics que gestiona els bucs d'assaig situats al Centre Cívic La Sedeta i que també organitza concerts i tallers diversos. L'objectiu que segueix aquesta associació és fomentar la música de base; els grups musicals que comencen la seva carrera mitjançant l'oferta d'espais d'assaig, cursos, un punt d'informació musical i sobretot la possibilitat de fer els primers concerts. Es tracta, doncs, de gent experimentada i que coneix de primera mà les necessitats dels músics joves. Per això també s'ha inclòs com una possible entitat on inserir el projecte.

- Casal de joves del Coll. Gestionat conjuntament amb el Centre Cívic El Coll, el Casal de joves ofereix una programació pròpia i disposa d'un buc d'assaig obert a bandes joves provinents de tot Barcelona. Organitza la Festa Jove del Coll i el Festival del Buc, a banda d'altres activitats que no estan relacionades amb la música. La inclusió del projecte a la programació del Casal contribuiria a donar al festival un sentit més clar de districte perquè els barris del nord de Gràcia – representats pel Casal –hi tindrien una implicació directa i s'evitaria l'aïllament manifestat per aquests territoris en relació a l'activitat cultural gracienca.

- Albrícias. És una associació cultural creada l'any 2005 que desenvolupa una tasca cultural d'experiències entre artistes del barri de diversos àmbits i està oberta a valorar propostes i a cooperar amb gent externa a l'associació. No és una entitat estrictament musical, però està arrelada a Gràcia i el fet que els seus responsables es manifestin receptius a altres projectes és molt favorable de cara a la possible inclusió del festival a Albrícias.

- Experimentem amb l'Art. És una associació cultural creada l'any 1993, per tant una de les que compta amb més experiència. Amb la missió de posar en contacte el públic amb el procés de creació contemporània, Experimentem amb l'Art treballa el el fet creatiu en diferents camps artístics, realitza concerts i presentacions de músics. Tampoc la música no és la seva raó de ser, però s'ha volgut incorporar a la llista com a entitat gracienca i organitzadora ocasional d'activitats musicals.

- La Cova de les Cultures. És una associació sociocultural fundada el 2006 que té l'objectiu de promocionar l'intercanvi cultural entre diferents artistes a partir de l'oferta d'un espai de creació obert a idees innovadores. La seva activitat va més enllà de les fronteres gracienques, però l'associació es mostra també compromesa amb el territori on s'ubica i per tant existeix alguna probabilitat que puguin interessar-se pel projecte.

6.2. ESTRUCTURA ORGANITZATIVA. DISTRIBUCIÓ DE RESPONSABILITATS I GESTIÓ DE RECURSOS HUMANS

Tal com s'ha definit a l'apartat d'anàlisi dels recursos, els recursos humans necessaris per a dur a terme l'organització del festival, la posada en marxa i la post-producció es concreten en:

- Dues persones a mitja jornada durant els mesos previs a la celebració del festival (4 mesos).
- Persones o col·lectius especialitzats en un aspecte concret que en algun moment de tot el procés tindran un paper de col·laboradors.

Per tant, l'estructura organitzativa és molt simple i tan reduïda que no permet establir cap tipus d'organigrama. La relació que s'establirà entre les dues persones contractades no serà jeràrquica perquè les seves funcions són complementàries. Encara que s'encarregaran d'aspectes diferents en funció del seu perfil, tindran la mateixa responsabilitat envers el festival.
Per tal d'esquematitzar i ordenar temporalment les tasques a desenvolupar durant tot el procés, s'han dividit segons el moment i el/s responsable/s.

Abans del festival

Personal propi de l'organització. Tasques a desenvolupar:

- Buscar finançament (sol·licitud de subvencions i recerca de patrocini).
- Elaborar la convocatòria de participació dels músics al festival, recollir a l'oficina les propostes que es presentin i atendre qualsevol consulta.
- Contactar amb els diferents bars de Gràcia que actualment programen música en viu per tal de conèixer la seva disponibilitat, disposició a participar en el festival, característiques tècniques del local, etc.
- Sol·licitar al Districte de Gràcia els permisos especials per a realitzar concerts als bars que no tenen la llicència adequada.
- Confeccionar el programa definitiu a partir dels músics i els bars escollits.
- Realitzar les accions previstes al pla de comunicació que estiguin a les seves mans i vetllar pel compliment d'aquelles que, per la seva naturalesa, s'hagin d'externalitzar.

Personal extern a l'organització. Cada tasca correspon a un agent diferent:

- Dissenyar la pàgina web del festival → dissenyador especialitzat en webs
- Valorar i triar les propostes musicals rebudes → comissió d'experts
- Dissenyar els elements de comunicació → dissenyador gràfic
- Imprimir els elements de comunicació → impremta (proposta: DeBarris S.C.C.L., una cooperativa de Gràcia)
- Distribuir els elements de comunicació → entitat de distribució i repartiment (proposta: Laboris, associació gracienca d'inserció laboral a persones amb dificultats)

Durant el festival

Personal propi de l'organització. Tasques a desenvolupar per a cada concert:

- Rebre els músics al bar corresponent.
- Comprovar que els cartells a l'interior del bar estan col·locats. S'haurien de situar darrere la tarima on tocaran els músics, de manera que siguin ben visibles pel públic.
- Col·locar els programes de mà que ja té cada bar visibles al públic perquè pugui agafar-ne i saber quin són els altres concerts que ofereix el festival.
- Anunciar el/s següent/s concert/s de la nit quan s'acabi l'actual.
- Fer el recompte de persones assistents a cada concert a partir de les entrades venudes. Tenir clar quantes persones són per poder cobrar un cop finalitzat el festival.
- Supervisar que tot es desenvolupi adequadament.
- Resoldre possibles incidències que puguin sorgir per part dels músics.

Els dos treballadors es distribuiran la responsabilitat dels concerts alternativament, tot i que si és possible per qüestions de temps, poden coincidir tots dos en un mateix concert.

Personal extern a l'organització. Són els treballadors de què disposa cada bar i els que desenvoluparan les següents tasques:

- Personal encarregat de servir les consumicions (l'habitual).
- Una persona encarregada de cobrar les entrades del concert. Aquesta persona és contractada pel propi bar i és qui normalment fa aquesta tasca en el cas dels bars que cobren per assistir a un concert organitzat pel local. Durant el festival, però, els

diners recaptats es destinaran íntegrament a l'organització de l'esdeveniment, exceptuant una petita quantitat que serà per aquesta persona.

- Un tècnic de so que s'encarregarà de controlar tot l'equipament tècnic per a la bona qualitat del concert. En alguns bars es contracta expressament un professional per dur a terme aquesta tasca, i en altres l'assumeix el responsable del local o algun dels empleats perquè tenen els coneixements suficients i perquè els equips de so dels bars musicals no són de gran envergadura.

Després del festival

Personal propi de l'organització. Tasques a desenvolupar:

- Realitzar els pagaments pendents.
- Realitzar els cobraments pendents.
- Avaluar el projecte.

Els dos treballadors interns de l'organització es distribuiran les tasques en funció dels perfils anteriorment esbossats i que en les següents fitxes es defineixen amb més precisió. Aquests documents també són una eina de planificació dels recursos humans.

Tal com s'observa a les condicions dels llocs de treball, totes dues places consisteixen en un contracte temporal de quatre mesos i 25 hores que es compten a part. Aquest fet inusual es deu al fet que algunes de les funcions que s'hauran de desenvolupar requereixen un moment temporal concret i no es poden fer en cap altre període. La primera d'aquestes tasques és la sol·licitud de la subvenció pública prevista, la convocatòria de la qual es produeix durant el primer trimestre de l'any. Per això, s'ha tingut en compte que la persona amb un perfil administratiu serà l'encarregada de demanar l'ajut i ho farà al mes de març durant 25 hores aproximadament.

L'altra acció que té un requisit temporal és la convocatòria perquè els músics presentin les seves propostes, que s'ha fixat de finals de juny a finals de juliol (4 mesos abans del festival). La convocatòria comportarà diverses tasques: disseny del fulletó amb les bases per participar-hi, la impressió i la distribució per diferents punt de Gràcia especificats al pla de comunicació [pàg. 66-80]. Tot això ho assumirà l'altre treballador, el tècnic de producció, i es calculen igualment unes 25 hores, ja que la distribució requerirà més temps. És necessari que aquesta persona reparteixi els fulletons amb la convocatòria perquè aprofitarà per establir el primer contacte amb els bars musicals del districte, una categoria d'establiments que formen part de la difusió de la crida.

SELECCIÓ 1: TÈCNIC/CA DE PRODUCCIÓ

PROFESSIOGRAMA. Descripció i especificacions del lloc de treball.

Perfil del lloc de treball

Funcions

- Coordinar la convocatòria de propostes musicals
- Contactar amb els bars musicals de Gràcia per valorar la possible participació en el festival
- Realitzar la producció del festival
- Establir contacte amb tots els agents implicats en el projecte
- Escollir la comissió d'experts que triarà els grups

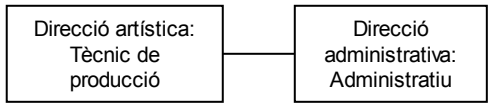
Coneixements tècnics

- Domini del paquet office, internet i correu electrònic

Característiques personals

Persona comunicativa, amb iniciativa, capacitat per prendre decisions i facilitat per les relacions interpersonals

Organització: situació en l'organigrama



Condicions de treball

- Contractació temporal: de setembre a desembre i una setmana al juny
- Horari: mitja jornada (matins), 25 hores setmanals
- Imprescindible disponibilitat durant els 3 dies del festival
- Retribució: 750 euros bruts mensuals
- Lloc: districte de Gràcia, Barcelona

Perfil de l'ocupant

Formació

- Titulació en l'àmbit de lletres, ciències socials o música
- Formació acadèmica en l'àmbit de la gestió cultural
- Idiomes: nivell C de català i castellà (nivell alt)

Requisits de formació o experiència

- Experiència en l'àmbit de la gestió cultural
- Experiència en la producció de festivals de música
- Coneixement de l'activitat cultural de Gràcia, en especial la musical

Altres requisits

- Es valoraran coneixements musicals
- Incorporació: juny de 2010 (1 setmana) / setembre 2010 (4 mesos)

PLA DE SELECCIÓ

Font de reclutament

En principi aquesta persona serà la promotora del festival perquè és qui coneix millor el projecte i qui, mitjançant la investigació corresponent, ha anat adquirint coneixement sobre la vida cultural gracienca i la situació actual de la música en viu al districte.

Com a mínim, per a la primera edició del festival seria convenient que la promotora ocupés aquest càrrec; per a futures edicions ja es valoraria.

SELECCIÓ 2: ADMINISTRATIU/VA (BRANCA GESTIÓ CULTURAL)

PROFESSIOGRAMA. Descripció i especificacions del lloc de treball.

Perfil del lloc de treball

Funcions

- Buscar finançament per al festival
- Gestionar el procés de sol·licitud i justificació de subvencions públiques
- Demanar al Districte de Gràcia permisos especials per programar música en viu als bars que no tenen la llicència adequada
- Assumir les tasques de comunicació
- Assumir el control pressupostari
- Altres tasques administratives relacionades amb el festival

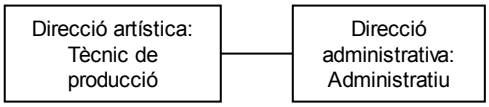
Coneixements tècnics

- Domini del paquet office, internet i correu electrònic
- Programes de comptabilitat
- Coneixement sobre el procés de sol·licitud i justificació de subvencions

Característiques personals

Persona responsable, resolutiva, amb iniciativa i capacitat per prendre decisions

Organització: situació en l'organigrama



Condicions de treball

- Contractació temporal: de setembre a desembre i una setmana al març
- Horari: mitja jornada (matins), 25 hores setmanals
- Imprescindible disponibilitat durant els 3 dies del festival
- Retribució: 750 euros bruts mensuals
- Lloc: districte de Gràcia, Barcelona

Perfil de l'ocupant

Formació

- Titulació en l'àmbit d'administració, ciències empresarials o socials
- Formació acadèmica en l'àmbit de la gestió cultural
- Idiomes: nivell C de català i castellà (nivell alt)

Requisits de formació o experiència

- Experiència en l'àmbit de la gestió cultural

Altres requisits

- Es valorarà coneixement de l'activitat cultural de Gràcia

PLA DE SELECCIÓ

Font de reclutament

El càrrec d'administratiu l'ocuparà una persona interna de l'organització on s'insereixi el projecte, és a dir, un treballador que ja estigui contractat per l'entitat i que s'adeqüi al perfil descrit. Els motius de fer-ho d'aquesta manera són la major implicació que tindrà l'associació acollidora del festival a través del suport administratiu en tota la gestió, l'experiència que tindrà la persona escollida en les funcions descrites i la dificultat de trobar una persona externa que estigui disposada a treballar segons les condicions del lloc a nivell temporal. Per a un empleat que forma part de la plantilla estable de l'associació no suposarà cap inconvenient realitzar les tasques corresponents al llarg d'una setmana aïllada de la resta de la gestió del festival.

6.3. PLA DE COMUNICACIÓ

Definició del producte

A continuació s'ofereix el pla de comunicació del festival de música, que tindrà una durada de 3 dies i estarà inclòs dins la Setmana de la Música a Gràcia, a finals de novembre. Cada dia hi haurà 3 concerts, que tindran per escenari alguns dels bars musicals de Gràcia que habitualment ja ofereixen una programació de música en viu.
Els músics que participaran en el festival seran procedents de Gràcia o bé hi tindran alguna especial vinculació, i l'elecció es durà a terme a partir de la realització d'una convocatòria de propostes musicals que una comissió s'encarregarà d'analitzar i triar.

Objectius de la comunicació

- Aconseguir que el 50% del públic-objectiu de màrqueting (el consumidor final) conegui el festival.
- Aconseguir que el 50% de la població de Gràcia conegui l'esdeveniment. Més enllà de l'interès per captar persones que assistiran a algun concert del festival, també és important treballar perquè aquest sigui conegut entre els habitants graciencs que no han sigut part del públic, perquè poc a poc es vagi reconeixent el festival com una fita anual que forma part de la vida cultural de Gràcia.
- Aconseguir que el festival sigui conegut a Barcelona, fora dels límits graciencs, i que Gràcia sigui reconeguda com a referent pel que fa a oferta cultural. Aquest és un objectiu difícil de mesurar, i per tant cal entendre coneixement a nivell perceptiu.
- Obtenir el 90% de l'ocupació dels bars. L'aforament de cada bar no és sempre el mateix ja que varia en funció de la superfície de cada local; però si es té en compte que la mitjana és aproximadament de 87 persones[2] i que durant el festival es faran 9 concerts, aleshores la quantitat total de públic desitjada és de 705 persones (xifra corresponent al 90% de 87x9).

[2] S'ha pres com a referència la capacitat dels locals que tenen llicència de "bar musical", els més grans i els que són més emblemàtics, en concordança amb el que s'ha dit a l'apartat 4.3: Alfa – 85 persones; Continental – 120 persones; El Dorado – 200 persones; Musical Maria – 48 persones; Jazzpetit – 64 persones; Cara B o El Col·leccionista – 80 persones (un dels dos perquè estan situats molt a prop i és preferible que els concerts estiguin més diversificats en l'espai); Mi Bar – 80 persones; Elèctric Bar – 60 persones; Gecko Barcelona – 50 persones [veure taula 2.3 del treball, pàg. 16].

- Transmetre la idea que es tracta d'un esdeveniment local (hi ajudaria el fet que tots els mitjans de comunicació graciencs hi estiguessin implicats, en forma de patrocini o de publicitat).
- Transmetre que el festival és un esdeveniment organitzat independentment del Districte de Gràcia, tot i estar inclòs en la Setmana de la Música a Gràcia.

Públics objectiu de comunicació i disseny de la comunicació

Existeixen diferents grups-objectiu de comunicació, només un dels quals és públic-objectiu de màrqueting. Cadascun d'ells té una forma diferent de relacionar-se i d'influenciar i ser influenciat pel festival. Per tant, cadascun d'ells haurà de ser tractat d'una forma diferenciada per a aconseguir allò esperat d'ells.

Client-consumidor final

Aquest és el públic-objectiu de màrqueting, el que assistirà als concerts i per tant consumirà el producte final. Abans de definir el perfil d'aquest públic-objectiu, cal fer una puntualització. El festival no busca un públic massiu, per tres motius:

- La capacitat dels bars-escenaris és molt reduïda.
- La pròpia filosofia de la proposta no encaixa amb un fenomen de masses perquè és molt local (però això no vol dir que els únics destinataris siguin persones residents a Gràcia).

Tenint tot això en compte juntament amb les característiques del festival, el perfil aproximat del *target group* és el següent:

- Edat: població jove (entre 18 i 35 anys). La franja d'edat s'ha considerat així perquè el públic que omple els bars musicals habitualment són persones joves atretes per la combinació de bar i música. El festival en sí busca un públic més ampli, però el fet que els bars siguin l'escenari dels concerts limita la franja d'edat.
- Localització: resident a Gràcia i barris propers. Entenent Gràcia com al districte sencer i per tant incloent els 5 barris graciencs, i considerant com a barris propers aquells que són contigus a la Vila de Gràcia i al Camp d'en Grassot – Gràcia Nova (els 2 barris graciencs més poblats i amb més activitat lúdica i cultural). Aquests barris són: Sant Gervasi – Galvany, El Putxet i El Farró, Sagrada Família, Dreta de l'Eixample i Baix Guinardó.

A grans trets, doncs, els consumidors finals són aquelles persones entre 18 i 35 anys i que viuen a Gràcia o als barris propers. Aquest és l'objectiu de la primera edició del festival, però de cara a futures celebracions, quan l'esdeveniment sigui més conegut i compti amb un cert bagatge, la intenció és ampliar el públic-objectiu a tot Barcelona perquè el festival es vagi consolidant com un referent de la música en viu a la ciutat.

Seguint amb el perfil del consumidor, l'edat i el lloc de residència són indicadors molt generals i és per aquest motiu que cal buscar una altra via per definir el públic-objectiu. Tractant-se d'un festival de música, un aspecte a tenir molt en compte a l'hora de definir el grup seria sens dubte l'interès per la música, és a dir, que un dels trets que conformarien el seu perfil fos el fet de tenir un hàbit cultural relacionat amb la música.
En un festival com el que aquí es planteja, en què la vessant social és rellevant, no ens podem cenyir únicament a aquest factor. Alguns dels objectius de la proposta prèviament definits apunten cap a una sensibilització envers la música per part de la població gracienca i no només per part d'aquelles persones que ja estan familiaritzades amb la música. Per tant, és convenient tenir presents tots els nivells de proximitat amb aquesta.
Per això i gràcies a les dades proporcionades per l'Anuari Estadístic de Barcelona de l'any 2008 (que es mostren més endavant), a l'hora de parlar del consumidor final, s'ha cregut necessari distingir tres grups diferents de població en funció de la posició que ocupa la música en el conjunt dels seus hàbits:

- Assistents habituals a concerts.
- Assistents esporàdics a concerts.
- No assistents a concerts.

Cal ser conscients que els dos primers són grups molt genèrics perquè inclouen espectadors que responen a perfils completament diferents malgrat que comparteixen un interès comú per la música (amb diferents graus). El públic no és el mateix en tots els estils musicals ni en tots els escenaris, però a pesar d'aquesta generalització, les dades es poden considerar prou significatives perquè al festival s'oferiran concerts d'estils musicals diversos – també aquells que no estan representats a la programació habitual dels bars musicals de Gràcia, com la música clàssica – degut al fet que la convocatòria dirigida als músics no posarà cap límit en aquest sentit més enllà de les pròpies condicions espacials i de volum dels escenaris.
El primer grup és el públic més potencial del festival, ja que són persones que estan acostumades a anar a concerts i que per tant valoren el fet musical i s'hi senten atretes. En aquest grup s'inclouen, entre d'altres, els estudiants de música. Tal com

s'observa a la taula 6.1 (pàg. 71), aquest col·lectiu representa el 2,4% del total de persones que assisteixen habitualment a concerts musicals.

A continuació, s'ofereixen algunes dades que ajuden a calcular la magnitud del públic-objectiu. Cal advertir que les dades consultades són a nivell de Barcelona ja que no ha estat possible trobar les equivalents a nivell de districtes o de barris. Aquestes dades s'han extrapolat als territoris que interessen per al projecte partint de la base que els percentatges es donen de forma homogènia a les diferents zones analitzades. Per tant, es tracta de dades aproximades ja que a cada zona poden existir factors que les modifiquin, com el nivell econòmic, el nivell cultural, l'oferta formativa i d'oci, etc.

- Segons l'Anuari Estadístic de la ciutat de Barcelona de l'any 2008, elaborat pel Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona, el nombre d'estudiants de música durant el curs 2006-2007 a Barcelona: 8.326. Considerant que durant el curs 2007-2008 el nombre és aproximadament el mateix i que la població de Barcelona l'any 2008 és de 1.628.090 habitants, tenim que el **percentatge d'estudiants de música sobre el total de la població de Barcelona el 2008 és del 0,5%**. Aquest percentatge aplicat per extensió als diferents territoris permet deduir la quantitat d'estudiants de música a cadascun d'ells[3]:

Territori	**Nº d'estudiants de música**
GRÀCIA	616
SARRIÀ – SANT GERVASI	384
EIXAMPLE	482
HORTA – GUINARDÓ	131

- Segons una enquesta de consum i pràctiques culturals dels barcelonins realitzada l'any 2006 (l'Anuari Estadístic de la ciutat de Barcelona de l'any 2008, Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona), e**l 20,5% de la població va assistir a concerts de forma habitual i el 33,3% ho va fer de forma esporàdica.**

[3] Cal tenir en compte que només Gràcia inclou tots els barris i que la resta de territoris expressats al quadre inclouen alguns dels seus barris: Sarrià – Sant Gervasi (Sant Gervasi – Galvany i El Putxet i el Farró), l'Eixample (Sagrada Família i la Dreta de l'Eixample) i Horta Guinardó (el Baix Guinardó) [veure taula 6.1, pàg. 71].

A la següent taula (6.1, pàg. 71) es pot observar l'aplicació a cadascun dels territoris definits els diferents factors que s'han detallat com a determinants del *target group* de màrqueting: la residència, l'edat, l'assistència habitual a concerts, l'assistència esporàdica a concerts i la no assistència a concerts.

Al consumidor final caldrà comunicar-li que el festival és atractiu per ell per diverses raons: molt a prop de casa seva pot escoltar música en directe, els concerts són d'estils musicals diferents i per tant és probable que se senti identificat amb almenys un d'ells, l'entrada als concerts només costa 3€, etc.
Per altra banda, també cal destacar que els concerts seran als bars graciencs que normalment ja ofereixen música en viu, ja que potser és un tipus d'oferta cultural que el consumidor final no coneix. En aquest sentit, el festival és un pretext perquè la gent conegui aquests bars i la seva programació habitual.
Un eslògan del festival podria ser: "Vine a escoltar la música que sona a Gràcia".
Seria una fórmula per cridar l'atenció tan d'aquell públic acostumat a assistir a concerts com a aquell que no ho té per costum o que no ho ha fet mai.

TAULA 6.1: Càlcul del *target group* de màrqueting

Territori	Nº total de la població	Habitants entre 18-35 anys		Assistents habituals a concerts	Assistents esporàdics a concerts	No assistents a concerts
GRÀCIA	***123.263***	***34.050***	***27,6%***	***25.269***	***41.047***	***56.948***
Vallcarca i els Penitents	15.506	3.676	23,7%			
El Coll	7.272	2.008	27,6%			
La Salut	13.190	3.441	26,1%			
Vila de Gràcia	52.301	15.957	30,5%			
Camp d'en Grassot – Gràcia Nova	34.994	8.968	25,6%			
SARRIÀ – SANT GERVASI	***76.729***	***18.350***	***23,9%***	***15.729***	***25.551***	***35.449***
Sant Gervasi – Galvany	46.726	10.294	22,0%			
El Putxet i El Farró	30.003	8.056	26,9%			
EIXAMPLE	***96.419***	***25.063***	***26,0%***	***19.766***	***32.108***	***44.546***
Sagrada Família	53.010	14.022	26,5%			
Dreta de l'Eixample	43.409	11.041	25,4%			
HORTA – GUINARDÓ	***26.130***	***6.600***	***25,3%***	***5.357***	***8.701***	***12.072***
Baix Guinardó	26.130	6.600	25,3%			

↓

Percentatge d'estudiants de música: **2,4%**

Font: elaboració pròpia a partir de l'Anuari Estadístic de la ciutat de Barcelona de l'any 2008 (Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona) i de l'informe estadístic "Característiques de la població de Barcelona segons el Padró Municipal. Juny 2008", publicat el febrer de 2009 (Departament d'Estadística de l'Ajuntament de Barcelona).

Músics susceptibles de participar en el festival

Són aquells músics que estan en concordança amb els criteris de participació prèviament establerts per part de l'organització del festival: que siguin de Gràcia o hi tinguin alguna vinculació, que hagin tocat poques vegades o cap als bars del festival, i que compleixin uns mínims de qualitat musical. La raó per la qual un dels criteris és que hagin tocat poques vegades o cap als bars musicals és que el festival vol potenciar precisament aquells músics que comencin la seva carrera o que es trobin amb dificultats per trobar un lloc on poder presentar els seus treballs.

La comunicació amb els músics ha de posar èmfasi en l'oportunitat que representa per ells poder tocar en directe, ja que en molts casos això és difícil per part dels grups que comencen la seva carrera. El festival també brinda als músics la possibilitat de veure's implicats en un esdeveniment del seu barri. Per altra banda, amb la creació del festival es posa de manifest l'interès de Gràcia per la música en viu alhora que es transmet la idea que als barris graciencs també hi ha espais per a aquesta.

La participació dels músics escollits suposarà una bona promoció per ells, que es farà mitjançant diverses vies: el seu nom (de l'artista o grup) apareixerà als cartells i programes, la pàgina web del festival destinarà espai a una petita explicació de cadascun on s'adjuntarà l'enllaç al "myspace" corresponent, i els mitjans de comunicació que facin referència al festival anunciaran individualment els concerts.

La relació amb aquest públic-objectiu s'efectuarà prèviament al festival mitjançant una convocatòria de presentació de maquetes. Aproximadament 4 mesos abans de l'esdeveniment, es realitzarà i difondrà un fulletó on s'explicaran les bases per a poder-hi participar, els terminis i els requisits. Tota aquesta informació també es podrà consultar a la pàgina web del festival, que ja haurà entrat en funcionament. El contingut dels fulletons serà el següent:

- Què: convocatòria per participar en un procés de selecció del qual sorgiran els músics/grups que tocaran al festival.
- Quan: el festival tindrà lloc durant la Setmana de la Música a Gràcia, del 22 al 28 de novembre de 2010. Els dies del festival seran del divendres 26 al diumenge 28.
- Com: presentació d'una maqueta i un dossier amb la biografia del grup, espais on ha tocat, dades de contacte.
- On: oficina de l'organització.
- Terminis: un mes des de la publicació de la convocatòria.
- Estils musicals: qualsevol que sigui compatible amb l'espai disponible als bars i amb el volum de decibels permès en aquests establiments.
- Nombre màxim de músics per grup: 5

- Requisits: vinculació amb el districte de Gràcia d'almenys un dels components del grup (residència habitual, local d'assaig, etc.)

Responsables dels bars

Els bars jugaran un paper fonamental en el festival ja que seran els escenaris dels concerts. Són establiments que de manera habitual ja ofereixen música en viu en forma de concerts de petit format i de diferents estils musicals, segons el bar.

El punt clau de la comunicació amb els responsables és transmetre'ls que l'organització del festival és conscient dels problemes relacionats amb les llicències d'activitats i de la por de les denúncies amb què han de conviure, i que un dels objectius és agrupar els diferents locals per poder enfrontar conjuntament aquesta problemàtica. Més enllà de la programació que cadascun ofereix, cal fer alguna activitat coordinada entre tots que serveixi com a precedent de futures relacions.

El paper que han de jugar els bars en el festival és únicament d'escenari i de col·laboradors en la seva difusió mitjançant enllaços a la pròpia pàgina web o "myspace". Com a contrapartida, els locals tindran, igual que els músics, un espai reservat a la pàgina web del festival, apareixeran als elements de comunicació i als mitjans. També podran aprofitar el dia que hi hagi un concert per repartir la seva programació estable, per tal que el públic assistent conegui la seva oferta musical i pugui tornar-hi.

Amb els bars seleccionats, la comunicació es mantindrà durant tot el procés previ a l'esdeveniment, ja que hauran d'estar al corrent de les dates, horaris i grups que els impliquen. Amb aquells que pel motiu que sigui no seran l'escenari de cap concert, la relació es pot reprendre durant la preparació de la següent edició del festival.

A diferència de la resta de públics-objectius de la comunicació, el tracte amb els responsables dels bars és directe i personal.

Mitjans de comunicació

Són canals per on arribarà la informació de la posada en funcionament del festival al conjunt de la població, i és una eina important per fer saber que el festival es durà a terme i en què consistirà, sense elaborar una opinió subjectiva.

En alguns casos, la comunicació amb els mitjans s'haurà de fer amb antelació (serà el cas dels mitjans com a suport per a publicitat), i en altres la comunicació tindrà lloc mentre ja s'estigui desenvolupant el festival (la informació com a notícia).

L'estratègia de comunicació amb els mitjans és destacar que el festival és un fet cultural local, que tindrà lloc a un districte de Barcelona, però que a la vegada és important fer-ne difusió fora de les fronteres gracienques perquè els barcelonins coneguin la seva existència. La tasca que faran els diferents mitjans pot contribuir a crear una marca de Gràcia com a territori musical que aposta pels seus artistes i per la música en viu.

Per tant és molt important que comprenguin el per què del festival i la seva filosofia i objectius, així com també ho és que els principals mitjans que en faran difusió han de ser sobretot mitjans amb impacte a Gràcia i en menor mesura mitjans amb impacte a Barcelona ciutat.

Patrocinadors

Són organitzacions que intercanviaran uns avantatges econòmics o no econòmics a canvi de notorietat publicitària en el festival. Per tant, finançaran part del mateix festival. Les empreses i la seva filosofia han de quadrar amb els principis i filosofia del festival, perquè una ideologia que patrocini un festival amb una ideologia en principi contrària seria negatiu per a l'empresa patrocinadora i per al festival. Cal comunicar-los que el festival ofereix una sèrie d'avantatges de patrocini i que arribarà a un públic específic que pot interessar als patrocinadors.

En l'esdeveniment proposat hi té un pes fonamental el territori, Gràcia, i per tant cal buscar patrocinadors que hi estiguin vinculats d'alguna manera: mitjans de comunicació de Gràcia i organitzacions gracienques de diversa índole.

També es buscarà com a patrocinadora alguna marca de cervesa per l'estreta relació que aquesta beguda té amb els bars i per la identificació generalitzada amb els festivals de música.

El benefici per a l'entitat patrocinadora és principalment una gran visibilitat de la marca vinculada a l'esdeveniment, que li donarà notorietat i una imatge positiva. La cultura, expressada en aquest cas en forma de festival de música, atorga un gran valor afegit a la imatge de la marca patrocinadora. Així doncs, els concerts representats als bars graciencs es vinculen amb la marca patrocinadora, que serà vista com una empresa que recolza la música en viu de petit format i que aposta per uns músics de moment poc coneguts en el panorama musical. Per altra banda, també s'associarà l'organització patrocinadora amb un interès per Gràcia i pels seus músics.

La vinculació de l'empresa patrocinadora al festival implicarà que el patrocinador serà mencionat directament, ja sigui amb una menció oral o a través del seu logotip en llocs destacats:

- Al cartell/programa del festival
- Als anuncis destinats a la promoció
- A la pàgina web

Canals i mitjans de comunicació

El recull de mitjans pels quals l'esdeveniment es donarà a conèixer està dividit en activitats *above the line* i activitats *below the line*, segons el seu grau de contacte amb el públic.

Cal tenir en compte que la comunicació que es farà del festival s'ha d'entendre com a complementària de les accions que durà a terme l'Ajuntament de Gràcia per difondre les activitats de la Setmana de la Música a Gràcia. El Districte elaborarà el pla de comunicació corresponent, que inclourà edició de fulletons, cartells, notes de premsa i altre suport en la difusió. En aquests elements de comunicació s'inclourà el nom, dates i web del festival, però no el programa, que es difondrà a part.

També cal entendre aquest pla de comunicació com a un conjunt d'accions complementàries a la comunicació que fa cada bar i cada músic, i que és una difusió que des de l'organització del festival no es pot controlar perquè el canal és principalment internet. Per tant, és un tipus de comunicació que amb molta probabilitat es durà a terme amb pocs dies d'antelació ja que el seu principal tret és la immediatesa de recepció.

Massius (above the line)

Publicitat exterior

- Cartells/programes penjats a comerços i entitats del districte (inclosos els bars-escenari) i dels barris contigus especificats prèviament. Aquest element de comunicació consistirà en un suport din-A3 que contindrà tant el cartell com el programa del festival, i podrà presentar-se desplegat (complint la funció de cartell) o bé plegat (complint la funció de programa de mà). [2.500 per penjar desplegats]
- Cartells específics de cada concert a l'exterior del bar-escenari corresponent. [9]

Publicitat interior

- Fulletons amb les bases de la convocatòria per als músics. Distribució a (únicament al districte de Gràcia): escoles de música, botigues de música i d'instruments, entitats relacionades amb la música, entitats històriques, centres cívics, Espai Jove de Gràcia, bars musicals i biblioteques. [50]
- Cartells/programes disponibles a entitats culturals i als bars musicals de Gràcia (no només els que seran escenari d'algun concert, sinó tots els que normalment ofereixen música en viu). [2.500 per exposar plegats]
- Cartells del festival a l'interior dels bars-escenari durant els dies del festival. Així queden vinculats tots els concerts en un mateix esdeveniment i queda clar que no és una proposta aïllada del bar. [9]

Publicitat a mitjans de comunicació

- Diari d'edició local (de Gràcia): *L'Independent de Gràcia* (finançament mitjançant patrocini). 4 mòduls verticals de 87x99 mm / una setmana abans del festival.
- Revista especialitzada en música (a nivell de tot Barcelona): *Nativa*. Un mòdul vertical de 80x107,5 mm / una setmana abans del festival.
- Revistes de divulgació cultural i d'oci (per exemple *Time out*). Una setmana abans del festival.
- Agendes culturals (per exemple *Butxaca*). Una setmana abans del festival.

Internet

- Pàgina web del festival. Suposarà un element de comunicació molt important perquè és on es publicaran totes les novetats, la convocatòria per als músics, la programació, i tota la informació existent sobre el festival. Serà l'únic suport que agruparà tots els continguts i, per les seves característiques, el més ràpid i massiu.
- Enllaç de la pàgina web del festival als webs o "myspace" de cada bar.

Personals (below the line)

Aparicions en premsa i mitjans de comunicació

- Redacció i enviament d'un dossier de premsa i difusió de comunicats de premsa a:
    - *L'Independent de Gràcia*

- *GràciaNet* (xarxa telemàtica ciutadana de la Vila de Gràcia)
- *la Tortuga* (diari digital de la Vila de Gràcia)
- *transversalweb* (diari digital dels barris de Gràcia)
- *Gràcia Televisió*
- *Ràdio Gràcia*
- *Ràdio Pica*
- Altres mitjans amb repercussió a Barcelona ciutat

Als annexes es mostra un exemple de nota de premsa [veure Annex 20].

- Invitació al primer concert a alguns mitjans de comunicació de Gràcia.

Mailing

- Del festival: a partir del primer any, subscripció al *newsletter* per part dels visitants interessats que hagin deixat les dades en festivals anteriors.
- Dels bars: cada bar disposa d'una llista de mailing a partir de la qual fa difusió normalment de la seva programació. En el cas del festival, es demanaria als bars que la utilitzessin per comunicar l'esdeveniment als que formessin part del mailing.

Pressupost

A continuació es presenta el pressupost previst en concepte de comunicació i difusió del festival. S'han agrupat les diferents partides pressupostàries en funció de si estan relacionades amb el disseny, la impressió, la distribució, la publicitat o la pàgina web.
Els conceptes que estan remarcats en verd corresponen a despeses que caldria cobrir mitjançant un patrocini per part de l'organització corresponent; DeBarris S.C.C.L. pel que fa a la impressió digital dels elements de comunicació, i *L'Independent de Gràcia* pel que fa a la publicitat en aquest mitjà de comunicació.
Totes dues entitats tenen seu a Gràcia i en altres ocasions han patrocinat part d'algunes activitats culturals.
Les partides corresponents a la revista de divulgació cultural (*Time Out*) i a l'agenda cultural (*Butxaca*) no suposaran cap despesa a l'organització perquè són mitjans que *per se* ofereixen gratuïtament la possibilitat d'anunciar esdeveniments culturals.

Despeses previstes de comunicació

Concepte	Quantitat	Preu (sense IVA)	Preu final
DISSENY		*600,0 €*	*696,0 €*
Cartell/programa			
Cartells específics de cada concert			
Logo del festival			
IMPRESSIÓ		*420,0 €*	***487,2 €***
Cartell/programa (din-A3, 2 tintes, la meitat a 1 cara, la meitat a 2 cares)	5.000	380,0 €	440,8 €
Cartells específics de cada concert (din-A3, 1 tinta, 1 cara)	9	5,0 €	5,8 €
Fulletó convocatòria (din-A3, 1 tinta, 1 cara)	50	35,0 €	40,6 €
DISTRIBUCIÓ		*60,0 €*	*69,6 €*
Cartell/programa	5.000		
Cartells específics de cada concert	9		
Fulletó convocatòria	50		
PUBLICITAT		*220,0 €*	*255,2 €*
L'Independent de Gràcia		100,0 €	**116,0 €**
Nativa		120,0 €	139,2 €
Time Out		- €	- €
Butxaca		- €	- €
PÀGINA WEB		*1.200,0 €*	*1.392,0 €*
Disseny i programació del website		1.200,0 €	1.392,0 €
TOTAL		2.500,0 €	**2.900,0 €**

Timing del pla de comunicació

TAULA 6.2. *Timing* de comunicació.

Timing **del pla de comunicació (edició 2010)**		OCTUBRE					NOVEMBRE			
	finals juny	1-7 oct	8-14 oct	15-21 oct	22-28 oct	29 oc-4 no	5-11 nov	12-18 nov	19-25 nov	26-28 nov.
	5 mesos	**8 setm.**	**7 setm.**	**6 setm.**	**5 setm.**	**4 setm.**	**3 setm.**	**2 setm.**	**1 setm.**	**Festival**
ACTIVITATS ABOVE THE LINE										
Publicitat exterior										
Cartells/programes del festival										
Disseny		x	x							
Impressió				x	x					
Distribució						x	x	x	x	x
Cartells específics de cada concert										
Disseny				x	x					
Impressió						x	x			
Distribució									x	x
Publicitat interior										
Fulletons convocatòria músics										
Disseny	x									
Impressió	x									
Distribució	x									
Cartells/programes del festival dins dels bars*										x
Publicitat a mitjans de comunicació										
Diaris d'edició local (L'Independent de Gràcia)									x	
Revista especialitzada en música (Nativa)									x	
Revistes de divulgació cultural i d'oci (Time out)									x	
Agendes culturals (Butxaca)									x	
Internet										
Web del festival**	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Enllaços al web des del myspace de cada bar***							x	x	x	x
ACTIVITATS BELOW THE LINE										
Aparicions en premsa i mitjans de comunicació locals										
Dossier de premsa										
Redacció							x			
Enviament								x	x	
Difusió de comunicats de premsa									x	
Invitació a mitjans de comunicació al primer concert									x	
Mailing										
Enviament de mails a les persones subscrites al *newsletter***									x	

* Ja s'hauran distribuït prèviament, però es penjaran a l'interior del bar més tard que els que es penjaran fora.

** La pàgina web entrarà en funcionament a principis del mes de juny, abans que es distribueixin els fulletons amb la convocatòria pels músics

*** Depenent de l'antelació amb què cada bar tanqui la seva pròpia programació i en faci difusió, es posarà el link abans o més tard

**** S'hi hauran inscrit únicament a través de la pàgina web, però a partir de la primera edició, també es podran inscriure durant els dies del festival

Avaluació i control de resultats

Els aspectes referents a la comunicació que estaran sotmesos a una avaluació una vegada realitzat el festival són els següents:

- Compliment del percentatge desitjat d'assistència als concerts.
- Compliment dels percentatges desitjats de coneixement del festival.

Pel que fa a la primera qüestió, és de fàcil control ja que es pot traduir numèricament a partir de la mesura de l'ocupació dels bars en relació a l'objectiu marcat: ocupar el 90% dels bars.

Els objectius que fan referència al percentatge desitjat de coneixement són més difícils de mesurar, perquè no s'ha quantificat el *target group* i perquè l'organització no disposa dels recursos necessaris per poder realitzar enquestes que puguin plasmar si el festival és conegut o no entre la població gracienca i barcelonina.

Tanmateix, s'han previst alguns mecanismes que aportaran una idea aproximada de la repercussió de l'esdeveniment:

- Comptabilització dels serveis de mailing sol·licitats, tant els mesos abans del festival a través de la pàgina web com durant els dies del festival de forma presencial. El número total marcarà la quantitat de persones inscrites de cara a l'edició següent, i per tant de persones que manifesten un interès per l'esdeveniment.
- Recull i anàlisi de la difusió del festival realitzada per la premsa local (de Gràcia).
- Recull i anàlisi de la difusió del festival realitzada per la premsa amb impacte a tot Barcelona.

S'obtindrà, per tant, una avaluació a nivell perceptiu en aquesta primera edició del festival. Per a les futures edicions, caldrà afegir nous mètodes de valoració de la comunicació en funció dels resultats obtinguts amb els que ara es proposen i de la seva eficàcia.

6.4. PLA DE FINANÇAMENT I GESTIÓ PRESSUPOSTÀRIA

Després d'haver fet una anàlisi de tots els recursos necessaris per desenvolupar el projecte, ara és el moment d'estudiar i determinar com s'obtindran aquests recursos i quines seran les seves fonts. Abans que res, però, cal quantificar-los per avaluar la magnitud econòmica del projecte i poder establir quins seran els ingressos per cobrir les despeses.
Així doncs, en primer lloc es detallaran els costos previstos del festival en la seva primera edició i a continuació s'oferirà una proposta pel que fa als ingressos.

Despeses previstes

Honoraris dels músics. S'ha calculat que cada músic cobrarà 70€ per la seva participació en el festival en forma de concert. Considerant una mitjana de 4 components per grup, i tenint en compte que es faran 9 concerts, la despesa total és de 2.520€ més l'IVA: 2.923,20€. Aquest és el cost més flexible del festival perquè variarà en funció del nombre final de músics que hi participaran, qüestió que no es podrà saber fins que s'hagin escollit. Cal ser conscients, doncs, que la quantitat final pot variar substancialment.

Mitjana de músics per grup	4
Concerts	9
Nº total de músics	36
Quantitat per músic	70 €
Despesa músics	2520 €
TOTAL (IVA inclòs)	**2923,2 €**

Actualment la quantitat que reben els músics per tocar als bars musicals de Gràcia és d'un màxim de 20€ o 30€ per concert, i al voltant dels 40€ si es tracta d'una *jam session*. En la majoria dels casos es cobra un percentatge de la caixa que el bar fa durant la nit o bé els diners recaptats amb el taquillatge. Per tant, el total sempre està en funció de l'aforament del bar i de l'èxit de la convocatòria, de manera que si en un concert no s'hi presenta ningú de públic, els músics no cobren. Per tal d'evitar aquesta visió del públic com a premi econòmic i del músic com a un professional poc valorat,

l'organització del festival preveu uns honoraris una mica més elevats i fixes, és a dir, que els músics cobraran la mateixa quantitat independentment de l'assistència obtinguda per concert perquè es considera que l'esforç realitzat és el mateix.
El més freqüent quant a la manera de pagar dels bars musicals de Gràcia és sense facturació. Per al festival, tanmateix, sí que és absolutament necessari aquest instrument perquè cal justificar totes les despeses de cara a les subvencions obtingudes. Per tant, es demanarà una factura als músics, que la poden presentar com a autònoms o bé com a integrants d'una empresa de facturació. En aquest darrer cas, el procediment habitual és que només un component del grup es dóna d'alta de l'entitat gestora i és aquest qui presenta la factura en nom de la formació.

Transport d'instruments. Es donarà una quantitat de 20€ per cada grup en concepte de transport d'instruments i per les molèsties causades amb aquesta activitat. El cost total, doncs, serà de 180€ i es pot afegir la partida a la factura de cada grup.

Comunicació. Per la seva dimensió i especificitat, les despeses en comunicació ja estan detallades a l'apartat corresponent, al pla de comunicació [veure 6.3, pàg. 66-80]. Sumen un total de 2.500€ més l'IVA: 2.900€.

Recursos humans. Dins aquesta partida s'han de distingir diferents conceptes:

- El sou de les dues persones contractades a mitja jornada durant 4 mesos prèviament especificades. S'ha calculat una quantitat mensual de 750€ bruts; per tant la despesa total serà d'uns 8.000€ (4 mesos x 750€ x 2 treballadors més els impostos).
- Tal com s'ha especificat als professiogrames [veure 6.2, pàg. 64-65], aquestes dues persones també estaran contractades fora dels mesos pròpiament de preparació del festival. Ja que es calcula per a cadascuna d'elles un total de 25 hores per realitzar les tasques assignades, cobraran per hores treballades. Calculant 10€ per hora treballada, aquesta despesa suma un total de 500€ (25 hores x 10€ x 2 treballadors).
- El sou dels 3 membres que formaran part de la comissió per escollir els grups que tocaran en el festival. Considerant la quantitat de 100€ per a cadascun, el total és de 300€.
- La comissió per al personal dels bars musicals encarregat de realitzar el cobrament de les entrades dels concerts. A cadascun se li pagaran 10€ del taquillatge obtingut amb cada actuació (una a cada un dels 9 bars), per tant la despesa serà de 90€.

Les partides que no s'han inclòs en el pressupost que haurà d'assumir l'organització del festival són les que es refereixen al lloguer de l'oficina (serà cedida), els escenaris dels concerts (seran els bars musicals), la infraestructura musical i tècnica (serà facilitada pels propis bars), els empleats dels bars (tècnics de so i cambrers, seran els mateixos que ja estan contractats per cada bar) i l'avaluació del projecte (com es veurà en l'apartat corresponent, el 6.6, pàg. 91-95, no serà necessària cap despesa extra).

Ingressos previstos

Taquillatge. Són els únics ingressos que es generaran amb la pròpia activitat del festival, ja que els concerts són la seva raó de ser i no està prevista cap activitat paral·lela. El preu de les entrades serà de 3€, el mateix per a tots els concerts i tots els horaris, i no s'aplicarà cap descompte perquè la quantitat ja és molt reduïda i a més seria força absurd tenint en compte l'homogeneïtat del públic al qual es dirigeix el festival, població jove.
Per calcular la quantitat prevista de taquillatge, cal tenir presents diferents elements: la mitjana d'aforament dels bars musicals és aproximadament de 87 persones, el percentatge desitjat de públic és del 90%, i el preu de cada entrada és de 3€. Així doncs, el taquillatge previst és de 2.114€.

Concerts	9
Mitjana d'aforament	87
Nº de públic total	783
Nº de públic esperat (90%)	705
Preu per entrada	3 €
Taquillatge previst	**2114 €**

En funció dels bars musicals que finalment actuïn com a plataforma per als concerts, variarà la mitjana de l'aforament i el taquillatge previst. Per tant, de la mateixa manera que passava amb els músics, aquest ingrés és força flexible.

Subvencions públiques. Tenint en compte que el projecte posa molt èmfasi al territori de Gràcia i als seus músics, el nombre de subvencions a què pot optar l'organització queda reduït. Tanmateix pot suposar un avantatge, que és l'augment de possibilitats

de rebre algun tipus d'ajuda econòmica per part del Districte de Gràcia, ja que és el principal afectat per un festival que respon a la seva política cultural.
Es preveu sol·licitar la subvenció oferta per l'Ajuntament de Barcelona per a la realització d'activitats i serveis de districte i de ciutat, que inclou diferents àmbits temàtics [veure Annex 21]. Dins el cultural, assumit per l'Institut de Cultura de Barcelona, hi ha dues modalitats que encaixen amb el projecte: "creació, producció i difusió d'iniciatives artístiques" i "foment de la cohesió social mitjançant iniciatives culturals". El procediment habitual consisteix en una valoració del projecte per part de l'Ajuntament de Barcelona i el del districte corresponent per tal de decidir quin òrgan atorga finalment la subvenció.
Pel que fa a la quantitat, el màxim que pot cobrir aquesta subvenció és el 50% del total de despeses del projecte. El sol·licitant serà l'entitat que finalment aculli el projecte.

Patrocinis i col·laboracions. Degut als pocs ingressos propis que es generaran amb el festival, és absolutament imprescindible comptar amb diversos patrocinadors que participin en el finançament del projecte, amb major o menor mesura. Com ja s'ha explicat al pla de comunicació, el patrocini es sol·licitarà sobretot a mitjans de comunicació de Gràcia i a marques de cervesa. És bastant probable que s'obtinguin resultats positius perquè es tracta d'organitzacions que habitualment ja patrocinen altres festivals de música (de Gràcia, en el cas dels mitjans de comunicació).
Pel que fa a les col·laboracions, s'entenen com a ajudes no directament econòmiques que servirien per donar suport a algun aspecte del festival però que per a l'organització tindrien una traducció econòmica. Una col·laboració perfectament factible és la del Districte de Gràcia – en cas que la subvenció abans citada fos atorgada per l'ICUB –, que acostuma a oferir suport en temes específics d'un projecte cultural, com la cessió d'espais, d'infraestructura o de recursos humans. Cal ser prudent perquè el Districte no sempre accedeix a oferir aquesta ajuda, però tot fa pensar que en un festival com el que es planteja no hi hauria d'haver gaires obstacles en aquest sentit.
El resultat idoni a obtenir tant de patrocinadors com col·laboradors és que, mitjançant les diverses modalitats de suport, es cobrissin les despeses restants del projecte.

Al següent quadre es presenta el pressupost general previst per a la primera edició del festival, al 2010. Es mostra la versió favorable, la que seria òptima per al correcte desenvolupament del projecte. Aquesta es basa en les despeses i ingressos acabats de detallar i en un equilibri pressupostari en què les despeses són equivalents als ingressos i per tant no existeix cap desajust. L'objectiu de l'organització en termes

econòmics no és lucrar-se amb el festival, sinó reunir els suficients recursos per tal de cobrir les despeses generades per l'esdeveniment.

Pressupost general per a la primera edició del festival. Finançament favorable

Despeses previstes

Concepte	*Quantitat*	*Sense IVA*	*Total*
Músics	70€ per músic	2.520,0 €	2.923,2 €
Transport d'instruments	20€ per grup		180,0 €
Comunicació		2.500,0 €	2.900,0 €
Recursos humans			8.890,0 €
Personal fix (2 pers a ½ jornada 4 mesos)	750€ mensuals		8.000,0 €
Feines puntuals (pagades per hores treballades)	10€ / hora		500,0 €
Comissió d'experts (3 membres)	100€ per membre		300,0 €
Personal puntual (9 cobradors de les entrades)	10€ per persona		90,0 €
TOTAL			**14.893,2 €**

Ingressos previstos

Concepte	*Quantitat*	*Total*
Ingressos propis		
Taquillatge	3€ per entrada	2.114,0 €
Ingressos externs		
Subvenció ICUB / Districte de Gràcia	50% del total	7.446,6 €
Patrocinis i col·laboracions		5.332,6 €
TOTAL		**14.893,2 €**

Escenari desfavorable

Ara bé, tenint en compte la situació de crisi econòmica generalitzada i que la primera edició del festival està prevista per al 2010, durant el qual els pressupostos de l'administració destinats a la cultura es poden veure retallats, cal preveure un escenari desfavorable per al projecte. Es poden donar diverses circumstàncies que afectarien negativament l'equilibri pressupostari, com serien la denegació o una reducció de la

subvenció de l'Ajuntament de Barcelona, una reducció important de patrocinis o una disminució del nombre d'assistents respecte la quantitat esperada.

L'avantatge que presenta el model de finançament proposat és que és bastant flexible. Així, en funció dels ingressos externs disponibles, caldria adequar les despeses i els ingressos propis al nou pressupost. Això seria possible mitjançant canvis en aspectes del festival com el nombre de concerts (reducció), els bars musicals que faran d'escenari (redistribució), el nombre de músics per grup (reducció) o el preu de les entrades (augment).

L'estratègia clau per tal d'obtenir més beneficis amb la pròpia activitat seria redistribuir els concerts a uns bars diferents dels que en un principi s'havien escollit i ubicar-los només a aquells locals de més capacitat. D'aquesta manera, la mitjana de l'aforament augmentaria substancialment, fent créixer com a conseqüència els ingressos per taquillatge. Fins i tot, es podria pactar amb aquests establiments més grans de fer-hi fins a dos concerts a cadascun d'ells perquè una actuació més suposaria més ingressos (tot i haver de pagar honoraris a més músics, es guanyarien més diners amb la venda de les entrades).

Paral·lelament a aquesta estratègia es podrien fer altres modificacions com les que s'han citat, malgrat que aquestes donarien un aire diferent al projecte final perquè els canvis suposarien una contradicció respecte alguns dels objectius establerts. Actuarien menys grups musicals, hi hauria menys bars implicats en el festival, menys músics per formació i el públic hauria de pagar més. En la mesura del possible s'evitaria aquesta solució, sobretot la que afectaria els espectadors.

Per últim, en una situació de manca de finançament es podria recórrer a una reducció d'altres despeses a més de les comentades, com les relatives als recursos humans (retallant els sous de les dues persones contractades per a l'organització del festival), i a la comunicació i difusió del festival. Aquesta última es faria reduint la quantitat i la qualitat dels elements de comunicació i reduint la publicitat a mitjans de comunicació. És molt important que el disseny de la pàgina web sigui un bon disseny perquè aquesta constitueix un dels elements més valuosos, i per tant s'evitarà retallar despeses en aquest concepte.

Un apunt final optimista és que per a les futures edicions de l'esdeveniment probablement sigui més fàcil obtenir finançament extern, ja que les administracions

públiques confien més en projectes ja rodats i consolidats i els possibles patrocinadors prefereixen donar suport a un festival ja conegut i amb bons resultats. Per tant, davant d'una possible situació econòmica desfavorable per a la primera edició, es pot plantejar un primer festival més senzill que posi les bases per anar creixent amb els anys.

Pla de tresoreria

El pla de tresoreria és l'instrument que permet mesurar la disponibilitat de recursos financers al llarg de tot el procés del projecte, des de l'inici de la seva organització fins al tancament de l'avaluació final.

La taula que es mostra tot seguit informa sobre la previsió del líquid de què disposarà l'organització del festival en tot moment i per tant si podrà enfrontar cada despesa que hagi d'assumir. La dada més rellevant és que no es comptarà amb cap ingrés fins el mes de setembre, que és quan està previst com a màxim cobrar la subvenció de l'Ajuntament de Barcelona – és possible que es cobri abans, però s'han fet els càlculs amb una visió prudent – i que l'organització del festival haurà d'assumir un conjunt de despeses abans de disposar d'aquests diners. L'estratègia proposada per corregir aquest desajust és que sigui l'associació que acollirà el projecte qui avanci els recursos necessaris, que més endavant li seran retornats gràcies als ingressos previstos.

Tal com s'observa, les despeses que no podran ser assumides en el moment oportú són les corresponents als mesos de març i juny: el sou per hores de la persona encarregada de sol·licitar la subvenció (diners que de totes maneres ja provenen de l'associació perquè aquest treballador forma part del seu equip), el disseny i realització de la pàgina web (ha d'entrar en funcionament al juny perquè és quan es publicarà la convocatòria de participació dels músics), el disseny del logo del festival (necessari per a la pàgina web), la impressió dels fulletons amb la convocatòria, i el sou per hores del treballador que es farà càrrec de tot el que estigui relacionat amb la convocatòria.

A partir del setembre, quan es produiran la resta de despeses, no hi haurà problema per respondre adequadament quan aquestes es presentin perquè es disposarà dels recursos necessaris gràcies al cobrament de la subvenció prevista i dels patrocinis desitjats.

El saldo final de la caixa ha de ser igual a 0, en concordança al que s'ha dit respecte l'equilibri pressupostari.

TAULA 6.3. *Cash-flow* del festival

CONCEPTE	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Set.	Oct.	Nov.	Des.	TOTAL
Saldo inicial de caixa	**0,0**	**-250,0**	**-250,0**	**-250,0**	**-2.048,6**	**-2.048,6**	**-2.048,6**	**3.398,0**	**6.430,6**	**4.430,6**	
INGRESSOS	**0,0**						**7.446,6**	**5.332,6**	**0,0**	**2.114,0**	**14.893,2**
Subvenció ICUB							*7.446,6*				
Patrocinis i col·laboracions								*5.332,6*			
Taquillatge										*2.114,0*	
DESPESES	**250,0**			**1.798,6**			**2.000,0**	**2.300,0**	**2.000,0**	**6.544,6**	**14.893,2**
Músics										*2.923,2*	
Transport d'instruments										*180,0*	
Comunicació											
Disseny				*116,0*						*580,0*	
Impressió				*40,6*						*446,6*	
Distribució										*69,6*	
Publicitat										*255,2*	
Pàgina web				*1.392,0*							
Recursos humans											
Personal fix							*2.000,0*	*2.000,0*	*2.000,0*	*2.000,0*	
*Feines puntuals**	*250,0*										
*Feines puntuals***				*250,0*							
Comissió d'experts								*300,0*			
Personal puntual										*90,0*	
SALDO FINAL DE CAJA	**-250,0**	**-250,0**	**-250,0**	**-2.048,6**	**-2.048,6**	**-2.048,6**	**3.398,0**	**6.430,6**	**4.430,6**	**0,0**	

* Sol·licitud de subvenció (25 hores)

** Convocatòria de participació dels músics (25 hores)

6.5. PLA OPERATIU I DE PRODUCCIÓ DEL PROJECTE. CALENDARI

Una vegada ja s'han detallat totes les activitats que caldrà dur a terme per organitzar el festival i tots els recursos que seran necessaris, el que cal és elaborar un pla operatiu que reflecteixi en quin moment de tot el procés es situa cada acció. Per això s'ha configurat una taula que es mostra a continuació estructurada a partir del calendari del 2010, any en què està prevista la primera edició del festival.

A l'esquerra de la taula s'han agrupat les activitats per blocs temàtics i a la part superior s'han situat les dades temporals (mesos i setmanes numerades en funció de l'antelació respecte el festival). El *timing* comença al març perquè és el mes en què s'inicia l'organització de l'esdeveniment; per tant ja s'ha fet la labor prèvia de buscar una associació que vulgui col·laborar i s'ha escollit la persona que s'encarregarà de les tasques administratives.

Hi ha dos fets que pel seu caràcter inamovible en el temps estructuren la resta d'accions del calendari: el primer i el més evident és el propi festival, que tindrà lloc al novembre i per tant s'ha de planificar la resta en funció d'aquesta data, i el segon és l'antelació amb què els diversos bars musicals han de conèixer la programació definitiva del festival. La majoria dels locals editen tríptics mensuals amb els concerts que organitzen i per tant tenen una data límit per incloure propostes musicals en la programació del mes següent. Tenint en compte que el festival serà a finals de novembre i per recomanació d'alguns dels responsables de bars entrevistats, s'ha considerat un període de dos mesos d'antelació – a finals de setembre – com el més adequat per comunicar-los el programa definitiu i així poder incloure als tríptics els concerts del festival que tindran lloc a cada bar.

A partir d'aquí, s'han anat col·locant les altres activitats en el calendari. Cal destacar que en aquest *timing* no està prevista cap acció durant els mesos d'octubre i novembre perquè el programa ja estarà tancat i les dues persones contractades treballaran en els aspectes relacionats amb la comunicació (inclosos al *timing* del pla de comunicació), control de pressupostos i supervisió general. Si es superposen els dos calendaris s'observa que el període comprès entre el setembre i el novembre és el més intens, però el volum de feina es podrà assumir gràcies a la planificació dels recursos humans.

TAULA 6.4. Pla de producció: *timing* del festival.

ACTIVITAT	MARÇ	ABRIL	MAIG	JUNY	JULIOL	AGOST	SETEMBRE				OCTUBRE					NOVEMBRE				DESEMBRE
							3-9 s	10-16 s	17-23 s	24-30 s	1-7 o	8-14 o	15-21 o	22-28 o	29 o-4 n	5-11 n	12-18 n	19-25 n	26-28 n	
							12 setm.	**11 setm.**	**10 setm.**	**9 setm.**	**8 setm.**	**7 setm.**	**6 setm.**	**5 setm.**	**4 setm.**	**3 setm.**	**2 setm.**	**1 setm.**	**Festival**	
Finançament																				
Sol·licitud subvenció ICUB	x																			
Resolució subvenció ICUB				x																
Recerca de patrocini							x	x	x	x										
Sol·licitud ajuda Districte de Gràcia										x										
Resolució ajuda Districte de Gràcia *																				
Propostes grups																				
Convocatòria de participació dels músics **				x	x															
Valoració de les propostes							x	x												
Acceptació definitiva								x												
Tria de bars																				
Contacte previ per conèixer la disponibilitat i explicar el projecte				x																
2n contacte per confirmar disponibilitat							x	x												
Adjudicació definitiva									x											
Permisos Districte																				
Sol·licitud de permisos							x													
Resposta del Districte										x										
Producció																				
Elaboració del programa										x										
Festival																			x	
POST-PRODUCCIÓ																				
Avaluació del projecte																				x
Pagaments pendents																				x
Cobrament de les entrades dels concerts																				x

* El suport demanat no suposarà cap tràmit oficial perquè no correspon a una convocatòria; per tant no es pot conèixer amb antelació quan es rebrà una resposta per part del Districte de Gràcia.

** La convocatòria estarà oberta durant un mes, des de finals de juny fins a finals de juliol.

6.6. PROPOSTA D'AVALUACIÓ DEL PROJECTE

Presentació i mètodes d'avaluació

L'avaluació del projecte s'ha plantejat a partir de la distinció entre el procés d'organització del festival, els resultats i l'impacte causat a llarg termini. D'aquesta manera és possible valorar aquests aspectes per separat. Per a cadascun, s'han fixat uns indicadors d'avaluació i s'explica com i quan es mesuraran.

Per avaluar el projecte s'utilitzaran dos mètodes diferents però complementaris. D'una banda, una avaluació reflexiva, que permet comparar un mateix context abans i després de la intervenció; i de l'altra, una avaluació d'opinió, consistent en la recollida de les opinions d'experts, que donen un caire qualitatiu a la valoració.
S'han considerat oportuns aquests dos mètodes perquè permeten fer una avaluació en concordança als objectius del projecte prèviament establerts. Aquests posen èmfasi en la voluntat de canviar alguns aspectes de la música en viu a Gràcia mitjançant la proposta del festival. Per tant, sembla que una avaluació basada en la comparació del context anterior i posterior a l'esdeveniment és la més idònia. A més, les opinions recollides per part d'alguns referents de la música a Gràcia enriquirà l'anàlisi de l'evolució desitjada.

Agents avaluadors

L'equip humà de l'organització (dues persones) realitzarà l'avaluació del festival, per raons de simplicitat, comoditat i economia. Com es veurà, els instruments d'avaluació són força senzills i la majoria d'ells no requereixen cap col·laboració externa perquè estan a disposició de la pròpia organització. Només en algun cas s'acudirà a ajudes puntuals (enquestes simples, sol·licitud d'informació a tercers i entrevistes personals).

Avaluació del procés

Fixació d'indicadors

a) Compliment del calendari general establert.

b) Relació i coordinació amb altres agents implicats en el projecte (bars musicals, músics, mitjans de comunicació) i grau de satisfacció dels bars participants.
c) Nombre de propostes rebudes per part dels músics durant el període de convocatòria.
d) Control pressupostari (grau de desviació respecte el pressupost general previst).
e) Impacte de la difusió.
f) Aparició i resolució de conflictes.

Sistemes de mesura dels indicadors

a) Documents de treball interns de l'organització.
b) Documents interns, actes de reunions i petita enquesta realitzada als encarregats dels bars musicals que han participat en el festival [veure Annex 22].
c) Recompte numèric de propostes.
d) Documents de treball interns de l'organització.
e) Relació de mitjans de comunicació que han fet referència al festival i recull de premsa.
f) Documents de treball interns de l'organització, opinions i comentaris dels organitzadors i enquestes realitzades als responsables dels bars-escenari.

Temporalització

Tot i que són indicadors relatius al procés i que la majoria dels instruments per mesurar-los s'elaboraran durant aquest, l'anàlisi i reflexió tindrà lloc un cop finalitzat el festival perquè és quan es disposarà de més temps.

Avaluació del resultat

Fixació d'indicadors

a) Perfil dels músics que han participat en el festival: lloc de residència, cultura, nivell d'estudis, estil musical.
b) Percentatge de músics que sorgeixen dels barris del nord de Gràcia i dels barris del sud.
c) Variació en les oportunitats dels músics que han participat en el festival de tocar als bars musicals. Període a estudiar: un any des de la finalització del festival.
d) Variació en l'afluència de públic als concerts que pertanyen a la programació estable dels bars musicals. Període a estudiar: un any des de la finalització del festival.

e) Nombre de persones assistents a cadascun dels concerts.
f) Nombre total de persones assistents als concerts del festival.
g) Nombre de persones inscrites al *newsletter* del festival.

Sistemes de mesura dels indicadors

a) A partir dels dossiers presentats pels músics durant la convocatòria de selecció dels grups, on ja es demanava aquesta informació.
b) A partir dels dossiers esmentats.
c) La comparació partirà del nombre de vegades que els músics han tocat als bars participants (informació disponible en els dossiers presentats juntament amb les maquetes). L'altre element de la comparació – nombre de vegades que hi han tocat durant l'any següent – s'obtindrà a partir de l'observació de la programació dels bars participants al llarg d'un any a comptar des de la finalització del festival. No cal anar recollint cada mes la programació, sinó que al cap d'un any es pot demanar als bars corresponents o bé consultar a través de les seves pàgines web o "myspace".
d) Es faran dos estudis de cas: un bar musical participant que ofereixi una programació estable des de fa temps (ex: Elèctric Bar o Alfa) i un bar musical participant que n'ofereixi des de fa menys (ex: Continental o Jazzpetit). Els locals facilitaran a l'organització les xifres de públic corresponents als 6 mesos anteriors al festival i als 12 mesos posteriors. Han de ser bars que es mostrin implicats amb el festival i que accedeixin a donar aquestes dades.
e) Recompte de les persones que han assistit a cada concert a partir de les entrades venudes.
f) Suma de les persones que han assistit a tots els concerts.
g) Consulta d'administrador de la pàgina web del festival.

Temporalització

a) Un cop finalitzat el festival.
b) Un cop realitzades les enquestes als músics i analitzats els resultats.
c) Un cop finalitzada l'edició següent del festival. Aquest indicador no es pot mesurar de forma immediata, ja que informa a llarg termini. Per tant, s'analitzarà conjuntament amb els que es refereixin al festival acabat de realitzar.
d) Un cop finalitzada l'edició següent del festival. Aquest indicador no es pot mesurar de forma immediata, ja que informa a llarg termini. Per tant, s'analitzarà conjuntament amb els que es refereixin al festival acabat de realitzar.
e) Un cop finalitzat el festival.

f) Després d'haver fet el recompte de cada concert.
g) Un cop finalitzat el festival.

Avaluació de l'impacte

Fixació d'indicadors

a) Variació en el nombre de músics establerts a Gràcia com a zona de residència o d'assaig.
b) Grau d'identificació de Gràcia com a territori musical. Creació d'una marca.
c) Reducció de la relació generalitzada entre música, nit i soroll per part dels habitants de Gràcia.
d) Nivell d'associació i entesa entre els diferents bars musicals.
e) Consolidació del festival com una cita més dins el calendari festiu gracienc.

Sistemes de mesura dels indicadors

a) Consulta del cens de músics de la Guia de Recursos Musicals a Gràcia (2007) i de les futures actualitzacions d'aquesta.
b) Tot i que és difícil de mesurar, es podien fer algunes entrevistes a agents que representin papers diferents en relació a la música i a Gràcia, com els propis músics graciencs, els d'altres zones, el tècnic/a de cultura del Districte de Gràcia, professionals de la música tant graciencs com d'altres barris, i responsables de revistes especialitzades en música.
c) L'opinió pública dels habitants de Gràcia, manifestada a través de mitjans com les enquestes de serveis municipals impulsades pel Districte (on es recullen les principals preocupacions dels veïns), comentaris expressats als mitjans de comunicació, o queixes rebudes per part de veïns després del festival. Aquestes es poden recollir a partir de les que es presentessin a l'Ajuntament i de les rebudes als bars musicals participants, si és que en reben alguna, amb la realització de l'enquesta ja esmentada que inclou dues preguntes en aquest sentit [veure Annex 22].
d) Observació de la programació dels diferents bars i detecció d'activitats (concerts, cicles, festivals, etc.) organitzades conjuntament entre dos o més bars.
e) Realització o no de futures edicions del festival.

Temporalització

Ja que es tracta d'una avaluació de l'impacte produït pel festival, no es poden mesurar aquests indicadors de forma immediata perquè probablement amb una sola edició no es podran apreciar canvis importants. Per tant, es planteja incorporar l'avaluació d'impacte a partir de la segona o la tercera edició del festival, depenent dels indicadors.

Presentació de l'avaluació

L'avaluació es presentarà en forma de memòria escrita, que contindrà un breu resum del projecte, una relació dels concerts realitzats, el pressupost general, una descripció del disseny de l'avaluació, el desenvolupament de l'avaluació i finalment les conclusions, anàlisi dels punts negatius i suggeriments de millora del projecte per a futures edicions.

Tot i ser un document intern de l'organització del festival, l'avaluació es farà arribar a aquelles persones i entitats que d'una manera o altra han col·laborat en l'elaboració de l'avaluació, com a mostra d'agraïment per la seva participació.

7. CONCLUSIONS

Conclusions del projecte

Un cop finalitzat el procés a través del qual s'ha anat definint una idea i un model de gestió que donés forma al projecte, és el moment de fer una mirada global a tot el treball i extreure'n conclusions. Una qüestió que cal remarcar és que la proposta plantejada correspon a un projecte de nova creació que sorgeix per iniciativa pròpia de la promotora com a resposta a un conjunt de necessitats. Per tant, no es tracta d'un projecte per encàrrec ni d'un projecte que neix en el sí d'una organització ja existent.

L'àmbit territorial afectat per la proposta és una zona molt concreta, el districte de Gràcia, amb unes característiques (urbanístiques, socials, històriques i culturals) que la fan singular i a partir de les quals es defineix com un territori en sí mateix. La influència determinant que exerceix el territori en pràcticament totes les decisions preses, permet extreure la primera conclusió, i és que **un festival de música com el que s'ha plantejat no es podria celebrar en un altre territori**, si més no amb els mateixos continguts i estratègies. El festival ha estat dissenyat partint d'una realitat intrínseca al districte de Gràcia i s'ha comptat amb la implicació dels seus habitants i de persones i entitats diverses relacionades amb l'activitat cultural i d'oci gracienca. Cada territori presenta uns problemes i prioritats diferents, per això abans de posar en pràctica un projecte similar a una altra zona de Barcelona, per exemple, o d'una altra població, caldria analitzar amb detall els seus trets distintius i la vida cultural existent, en especial la musical, i adaptar les estratègies al context pertinent.

En el cas de Gràcia, aquesta anàlisi ha portat a definir el projecte com s'ha definit gràcies a la detecció de determinats factors que contribueixen a legitimar-lo. Una segona conclusió, per tant, és que **a nivell conceptual el projecte està justificat**. Tal com mostren les diferents anàlisis realitzades sobre el territori i el sector de la música a Gràcia, el Programa d'Actuació del Districte i el Pla estratègic de la música a Gràcia, **cal emprendre al districte un conjunt de mesures relacionades amb la música orientades a aprofitar les potencialitats d'un entorn on l'activitat musical és rellevant**. El projecte respon a algunes d'aquestes mesures: fomenta els músics que tenen alguna vinculació amb Gràcia, vol apropar la música a persones que no hi estan familiaritzades, ajuda a canviar la imatge de Gràcia com a territori-bar associat amb el soroll i les queixes veïnals, contribueix a la cohesió social a través de la implicació dels cinc barris graciencs i de l'al·lusió a la identitat gracienca, i posa en contacte diferents agents que estan associats amb la música d'una manera o altra. En relació a aquesta darrera mesura cal destacar els responsables dels bars de Gràcia que ofereixen

música en viu, vinculats per primera vegada a través d'un festival de música que els podria servir d'empenta per treballar conjuntament. El projecte, per tant, **dóna respostes a necessitats expressades des de diferents col·lectius o àmbits de Gràcia**.

Així doncs, tot indica que, malgrat que ja existeixi un bon nombre de festivals musicals, **a Gràcia hi ha espai per un festival com el que s'ha plantejat** perquè sorgeix directament de la detecció de diferents sensibilitats relacionades amb la música al districte i perquè és original i innovador (no n'ha existit mai abans cap de semblant).

Una conclusió que es desprèn del treball i que no es pot obviar és que **la normativa referent a la música en viu representa un risc per al correcte desenvolupament del projecte** tal com s'ha concebut. No es pot oblidar que s'ha previst la realització de concerts a quatre bars que no disposen de llicència de "bar musical", fet que pot obligar l'organització a redistribuir els concerts entre els bars que sí que en tenen si el Districte de Gràcia no accedeix a atorgar els permisos especials per poder oferir música en viu de manera excepcional. Per tant, la legislació constitueix un obstacle que cal tenir present i contra el qual no es pot combatre. En tot cas, són els responsables dels bars afectats per aquesta els qui poden demanar canvis que els afavoreixin. Per això és convenient que s'uneixin per ser més forts i poder actuar de forma conjunta.

És necessari que s'emprenguin mesures per millorar la situació dels bars que ofereixen o volen oferir música en viu a Gràcia. Actualment i des de fa anys, existeixen unes potencialitats en relació a aquests bars que seria bo aprofitar i convertir en una oferta cultural que atorgaria una major personalitat als barris graciencs. Com s'ha vist amb el treball d'anàlisi, existeixen força locals d'oci que volen afegir atractius al bar amb la música en viu i d'altres que ho han deixat de fer per problemes de soroll i de no adaptació a la normativa. I els que ho continuen oferint sobreviuen amb el risc permanent de rebre una multa o haver de tancar el local. La majoria d'ells estan constituïts per persones amb un bon bagatge com a programadors musicals i amb un ampli coneixement de les tendències musicals actuals. Caldria, doncs, fer tot el possible per intentar afavorir la situació d'aquests bars, a través de mesures com pactes pel que fa als horaris, l'atorgament de subvencions i ajudes per a la rehabilitació dels locals, o l'establiment d'una línia d'ajudes per a la programació.

La primera edició del festival tindrà com a escenaris bars musicals ubicats a la Vila de Gràcia, amb l'excepció d'un local que es situa al barri del Camp d'en Grassot – Gràcia Nova. S'ha establert així degut a la concentració d'aquest tipus d'establiments al nucli històric gracienc, però l'objectiu és que s'incloguin bars dels altres barris a les següents edicions del festival. Per tant, **el festival hauria d'impulsar l'obertura de nous bars musicals als barris del nord de Gràcia o bé la incorporació de programacions de música en viu a alguns dels ja existents a aquests territoris**. Probablement obtindrien la llicència de "bar musical" per part del Districte ja que la seva voluntat és desconcentrar l'activitat cultural de la Vila de Gràcia i impulsar la realització d'accions als altres barris.

La següent conclusió que es vol comentar fa referència a la viabilitat operacional del projecte. El model de gestió proposat és simple i determina que es necessiten pocs recursos per tirar-lo endavant: només calen dues persones contractades de manera fixa, el projecte no requereix tot l'any de preparació, el pla de comunicació és senzill perquè la difusió és sobretot local i per tant no produeix un fort impacte, i el pla operatiu ha mostrat que a nivell temporal és perfectament factible la realització del festival. Per tant es pot afirmar que **el model de gestió plantejat garanteix la viabilitat operacional del projecte**.

Ara bé, un altre aspecte que es recull en el treball és que, per posar-lo en pràctica, **el projecte cal que sigui acollit per una entitat que ja existeix**. És a dir, que no disposa d'autonomia pel que fa a la naturalesa jurídica. Com s'ha dit a l'apartat corresponent, és necessària una cobertura a nivell legal perquè es tracta d'un projecte nou i de poca envergadura. La seva inserció a una associació cultural de Gràcia suposaria alguns avantatges importants per al projecte, ja que es comptaria amb l'experiència i el suport dels membres de l'entitat, amb una major legitimitat i amb més possibilitats a l'hora d'obtenir un finançament favorable.

És important garantir aquesta última mesura perquè el finançament és probablement el punt més dèbil de la proposta de gestió del projecte. El marcat caràcter local del festival fa que les opcions de cara a sol·licitar una subvenció pública es redueixin, i per tant **el finançament del festival és arriscat perquè és poc diversificat**. Si es compleixen les expectatives d'ingressos previstes, el festival pot tirar endavant; però si no és així, caldrà emprendre mesures dirigides a disminuir les despeses, tal com s'ha comentat. Tenint en compte la situació d'incertesa econòmica pel que fa al 2010 –

quan està prevista la primera edició del festival –, seria convenient tractar amb més profunditat aquesta qüestió i buscar altres alternatives a un escenari desfavorable.

El fort localisme de la proposta és un factor que també **pot incidir negativament en relació al públic**. Totes les persones implicades en el festival estan vinculades al districte de Gràcia i pràcticament en totes les decisions ha influït el territori. Això podria fer disminuir l'interès pel festival per part de la població que no té cap relació amb Gràcia, que podria entendre'l com un esdeveniment únicament de barri i destinat als seus habitants. Per a la primera edició del festival s'ha fixat com a població destinatària els joves residents a Gràcia i als barris propers perquè la proposta no és coneguda encara i per tant el primer any es pot entendre com un experiment que servirà per mesurar l'impacte creat. Però, tal com s'ha dit al pla de comunicació, l'objectiu per a les futures edicions és **ampliar el públic-objectiu a totes les zones de Barcelona** per tal que el festival es vagi consolidant com a referent de la música en viu a la ciutat i perquè Gràcia pugui projectar una imatge determinada més enllà dels seus límits. **El festival està fet per Gràcia, però no és només per a Gràcia.**

Resultats esperats

Pel que fa als resultats esperats, cal fer una distinció entre els immediats i els de llarg termini. És un festival nou i per tant hi ha alguns objectius que no es poden complir amb la primera edició, sinó després d'haver-ne celebrat unes quantes.

Per al primer any s'espera que la participació dels músics en la convocatòria sigui força elevada, ja que malgrat ser un festival desconegut es farà una bona difusió de la crida als músics (a través dels cartells i de la pàgina web del festival). Igualment en relació als músics, és factible pensar que hi haurà una representació dels diferents barris de Gràcia, tot i que en diferents proporcions perquè no totes les zones disposen de la mateixa quantitat d'entitats o organitzacions relacionades amb la música. Malgrat que s'ha marcat com a objectiu de la comunicació omplir el 90% de la capacitat dels bars, és probable que el primer any no es compleixi, però gràcies a la difusió prevista – sobretot la que es farà a través d'internet per part dels bars, els propis artistes i la web del festival – es pot pensar que l'assistència serà força elevada. També s'espera que durant l'any següent de la primera edició del festival els músics que hi hauran participat tinguin almenys una oportunitat (o més d'una en cas que ja hi haguessin tocat abans del festival) de tocar a algun dels bars musicals de Gràcia, i que els bars

que programen música en viu tinguin per públic alguns dels assistents dels concerts del festival. Un altre resultat esperat en relació als bars és que augmenti el coneixement de la seva existència i oferta musical entre la població gracienca. Pel que fa a l'impacte, s'espera que la gran part dels mitjans de comunicació locals – de Gràcia – es facin ressò del festival, ja que l'aposta per la seva difusió els pot donar l'oportunitat d'involucrar-se amb el territori on treballen. Per últim, sobre la rebuda que tindrà el festival es plantegen alguns dubtes que fan difícil preveure com serà. Per part de l'Ajuntament, en principi l'organització hauria de rebre suport perquè la proposta s'adiu a la seva política cultural, però pot ser que no accedeixi a donar els permisos necessaris per a fer concerts als bars sense llicència. Per part del veïnat de Gràcia, tot fa pensar que hauria de rebre positivament la proposta (s'han avançat els horaris dels concerts, els músics estan vinculats a Gràcia i poden ser coneguts entre la població), però també és cert que pot donar lloc a algunes queixes.

A llarg termini, s'esperen resultats més intangibles i que són fruit d'un procés, com canvis en la manera de concebre la música en viu a Gràcia i sobretot l'oferta dels bars musicals, la visió de Gràcia com a zona lúdico-cultural més que com a territori-bar i com a territori musical amb una identitat pròpia, i la consolidació del festival.

Una proposta per al futur

Fent una mirada global al treball, s'ha observat que els punts més febles en aquest projecte són el finançament, el fet que alguns dels bars no disposen de llicència de "bar musical" i el marcat localisme de la proposta. Existeix una possible via que podria resoldre aquests problemes i que seria interessant plantejar-se de cara al futur, probablement després d'unes quantes edicions del festival.

Es tracta d'una proposta que ha sorgit arran del coneixement sobre un nou projecte de la Unió Europea; l'anomenat "Pilot project for artist mobility"[4]. La mobilitat transnacional dels artistes és una de les prioritats del programa cultural per al període 2007-2013 de la Unió Europea. El projecte es va implementar el 2008, però és realment al 2009 quan s'ha començat a aplicar a través de l'obertura d'una convocatòria de subvencions:

[4] Projecte pilot per a la mobilitat dels artistes; es pot consultar a la pàgina web de la Comissió de Cultura de la Unió Europea.

"Support to transnational mobility programmes or schemes in the field of culture"[5]. L'objectiu principal d'aquesta convocatòria és explorar noves formes de finançar la mobilitat a nivell europeu en favor de la diversitat cultural i el diàleg intercultural. Concretament, la Unió Europea recolzarà tant el desenvolupament de projectes ja existents en matèria de mobilitat com la creació de noves propostes.

És aquesta darrera opció la que seria interessant per al projecte del festival de música. La proposta que es vol llançar per al futur és realitzar un intercanvi amb un territori d'una altra ciutat europea o de diverses que tingui unes característiques similars al districte de Gràcia. Una zona concreta dins d'una ciutat que presenti una idiosincràsia provocada per motius històrics, socials o culturals i que la converteixi en un territori delimitat en sí mateix i diferenciat de la resta del municipi. Un barri o districte on l'activitat cultural tingui rellevància, en especial la musical. Caldria trobar alguna entitat del país corresponent que estigués disposada a organitzar conjuntament el projecte, bé perquè ja treballa habitualment amb artistes de la seva ciutat o per altres motius.

Tot i que la gestió del projecte seria molt diferent, la filosofia de l'intercanvi seguiria sent la mateixa – dinamitzar un territori molt concret a partir del foment de la música en viu i dels seus artistes – i possiblement resoldria els principals inconvenients abans esmentats. En primer lloc, pel que fa al finançament el projecte comptaria amb la nova subvenció de la Unió Europea explicada i amb les aportacions de les diferents entitats que organitzarien l'intercanvi. L'obertura del festival a escala europea segurament faria guanyar interès per als possibles patrocinadors. Per altra banda, aquesta obertura contribuiria a fer pressió a l'hora d'obtenir els permisos per realitzar concerts a bars que no disposen de la llicència adequada per oferir música en viu i per tant, *a priori*, es pot pensar que per al nou projecte això no suposaria un problema greu. Per últim, la programació d'un esdeveniment que supera les barreres gracienques trencaria el caràcter tan marcadament local del festival original perquè permetria donar a conèixer els músics de Gràcia fora de les fronteres barcelonines, projectar una imatge de Gràcia com a territori musical més enllà de Barcelona, i conèixer artistes d'un altre país europeu sense haver-se de desplaçar.

Un intercanvi com aquest donaria lloc a un projecte molt diferent en diversos aspectes, però seguiria sent fidel a la seva concepció original. En tot cas, és una idea que s'ha volgut donar per mostrar una possible visió de futur del festival.

[5] Suport als programes o plans de mobilitat transnacional en l'àmbit de la cultura. La convocatòria també es pot consultar a la mateixa pàgina web.

BIBLIOGRAFIA

Referències bibliogràfiques

AJUNTAMENT DE BARCELONA. *Gaseta Municipal de Barcelona*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2009. ISSN: 1887-357X.

AJUNTAMENT DE BARCELONA – DISTRICTE DE GRÀCIA. *Guia cultural de Gràcia* [en línia]. Martín, Mari Cruz (coord.). Barcelona: Ajuntament de Barcelona - Districte de Gràcia, 2007. Disponible al web: www.bcn.es. ISBN: B-14285-2007.

−. *Programa d'Actuació del Districte de Gràcia*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2007.

BARCELONA, DEPARTAMENT D'ESTADÍSTICA DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA. *Anuari Estadístic de la ciutat de Barcelona 2008*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2008.

−. *Informes estadístics. Característiques de la població de Barcelona segons el Padró Municipal. Juny 2008*. Càrcel, Cristina (dir.). Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2009. ISSN: 1888-5314.

−. *Informes estadístics. La població estrangera a Barcelona. Gener 2008*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2008.

Barcelona. Normativa del pla especial d'establiments de concurrència pública i altres activitats del districte de Gràcia. *Butlletí Oficial de la Província de Barcelona,* 25 d'agost de 2005, núm. 203, pàg. 17-29.

Barcelona. Ordenança municipal de les activitats i dels establiments de concurrència pública de Barcelona. *Butlletí Oficial de la Província de Barcelona*, 16 de juliol de 2003, núm. 169, pàg. 31-46.

Espanya. Projecte de llei d'espectacles públics i activitats recreatives. *Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya,* 10 de setembre de 2007, núm. 123, pàg. 48-68.

FEDERACIÓ CATALANA D'ASSOCIACIONS D'ACTIVITATS RECREATIVES MUSICALS. *Revista de la FECASARM* [en línia]. Núm. 6. Terrassa (Barcelona): FECASARM, setembre de 2008.

GRÀCIA TERRITORI SONOR (Barcelona). *Guia de recursos musicals a Gràcia* [en línia]. Nubla, Víctor (dir.); Martín, Mari Cruz; Pérez, Laura (coord.) Barcelona: Ajuntament de Barcelona - Districte de Gràcia, 2007. Disponible al web: www.bcn.es.

−. *Pla estratègic de la música a Gràcia*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona – Districte de Gràcia, 2006.

ROSELLÓ I CEREZUELA, David. *Diseño y evaluación de proyectos culturales. De la idea a la acción*. Mascarell, Ferran (pròl.). 4a edició. Barcelona: Ariel Patrimonio, 2007. ISBN: **9788434452329.**

Bibliografia consultada

ABALOS, OLGA *et al. Idees per la música 2. Reflexions sobre gestió musical*. Oliveras, Jordi; Tascón, Cristina; Viñas, Andreu (coord.); Lleixà, Gemma; Vidal, Xesco (corr.). Barcelona: Indigestió Musical S.L. i Observatori de Música de Barcelona, 2008. ISBN: B-8491-2008.

AJUNTAMENT DE BARCELONA – DISTRICTE DE GRÀCIA. *Memòria 2006. Districte de Gràcia*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona – Districte de Gràcia, 2007.

FEDERACIÓ CATALANA D'ASSOCIACIONS D'ACTIVITATS RECREATIVES MUSICALS. *Revista de la FECASARM* [en línia]. Núm. 7. Terrassa (Barcelona): FECASARM, febrer de 2009.

HIDALGO, LUIS *et al. Idees per la música. Una mirada sobre 12 experiències de Barcelona*. Oliveras, Jordi (coord.); Lleixà, Gemma (corr.). Barcelona: Indigestió Musical S.L. i Observatori de Música de Barcelona, 2006.

Nativa. Revista musical metropolitana. Indigestió Musical S.L. Barcelona: Indigestió Musical S.L., 2003-2008. ISSN: GI 956 2002.

Núm. 2, octubre de 2002

Núm. 5, gener de 2003

Núm. 19, abril de 2004

Núm. 26, maig de 2005

Núm. 32, maig de 2006

Núm. 37, març de 2007

Núm. 38, maig de 2007

Núm. 44, maig de 2008

Núm. 45, juliol de 2008