

# **EL PRAT, un ESPAI per a la CIBERCULTURA**

*Proposta de programació d'Activisme Digital, 2012-2015*

PROJECTE FINAL PROFESIONAL  
MÀSTER OFICIAL DE GESTIÓ CULTURAL  
Universitat de Barcelona  
Gener 2012

**CRISTINA GUTIÉRREZ VALVERDE**  
Tutor: **JAUME COLOMER**

**ÍNDEX**

<b>PRESENTACIÓ .....</b>	<b>5</b>
1.1. Experiència objecte d'estudi .....	6
1.2. Justificació de l'elecció .....	6
1.3. Conceptualització .....	7
1.4. Metodologia i fonts d'informació .....	8
<b>DIAGNOSI INTERNAT I EXTERNA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Trets principals de la Societat de la Informació i la Comunicació .....	11
2.2. Anàlisi de l'entorn territorial.....	13
2.3. La dinàmica cultural al Prat .....	18
2.4. La dimensió de la Cultura Digital al Prat .....	27
2.5. Síntesi DAFO de la Cultura Digital al Prat .....	35
2.6. Diagnosi de la Cultura Digital al Prat .....	39
2.7. Reptes de futur: projecció CAME .....	41
<b>DEFINICIÓ ESTRATÈGICA DEL PROJECTE .....</b>	<b>45</b>
3.1. Missió, visió i valors .....	46
3.2. Objectius generals i específics .....	47
3.3. Definició de les estratègies d'actuació .....	48
3.4. Definició dels blocs i programes d'actuació .....	50
3.5. Mapa del projecte .....	55
3.6. Temporització dels blocs i programa d'actuació .....	56
3.7. Anàlisi de pre-viabilitat del projecte .....	57
<b>PLA OPERATIU del bloc d'ACTIVISME DIGITAL .....</b>	<b>60</b>
4.1. Definició del bloc i línies d'actuació .....	61
4.1.1. Objectius estratègics i operatius .....	62
4.1.2. Pla d'operacions o producció .....	63
4.1.3. Cronograma activitats bloc Activisme Digital, 2012 .....	71
4.1.4. El procés de producció d'una activitat .....	72
4.2. Recursos humans .....	74
4.3. Recursos materials i infraestructurals .....	77
4.4. Pla de màrqueting .....	78
4.4.1. Producte .....	78
4.4.2. Preu .....	80
4.4.3. Distribució .....	80
4.4.4. Promoció .....	81
4.4.5. El treball de públics .....	87
4.5. Pla financer .....	90
4.5.1. Pressupost de despeses .....	90
4.5.2. Pressupost d'ingressos .....	93
4.5.3. Gestió del pla de finançament .....	96
4.6. Avaluació .....	97
<b>CONCLUSIONS .....</b>	<b>102</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>105</b>
<b>ANNEXOS .....</b>	<b>108</b>
A1. Sales de Tecnologies als equipaments culturals .....	109
A2. Perfils, webs i eines 2.0_Departament de Cultura, 2011 .....	111

**ÍNDEX DE GRÀFICS, TAULES I FIGURES**

Gràfic 1. Piràmide poblacional del Prat de Llobregat, 2010 .....	16
Gràfic 2. Població del Prat de Llobregat 2010, segons lloc de naixement .....	17
Gràfic 3. Població del Prat, segons nivell d'instrucció .....	17
Gràfic 4. Població del Prat 2010, segons la seva afiliació i els sectors econòmics ..	18
Gràfic 5. Activitats culturals 2010, segons l'organitzador .....	21
Gràfic 6. Activitats organitzades pel Dept. de Cultura, 2010, segons tipologia .....	22
Gràfic 7. Pràctica cultural de pratencs i pratenques, als darrers 12 mesos .....	25
Gràfic 8. Freqüentació d'ús d'Internet al Prat, 2007 .....	28
Gràfic 9. Evolució del pressupost del programa de cultura digital, als darrers tres anys .....	29
Gràfic 10. Evolució de les accions de cultura digital, al Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa, 2007 – 2010 .....	33
Gràfic 11. Evolució dels públics del projecte de cultura digital, al Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa, segons tipologia de les accions, 2007 – 2010 .....	33
Gràfic 12. Evolució de les accions de cultura digital, al Centre Cívic Jardins de la Pau, 2007 – 2010 .....	33
Gràfic 13. Evolució dels públics del projecte de cultura digital, al Centre Cívic Jardins de la Pau, segons tipologia de les accions, 2007 – 2010 .....	33
Gràfic 14. Evolució de les accions de cultura digital, a La Capsa, 2007 – 2010 .....	34
Gràfic 15. Evolució dels públics del projecte de cultura digital, a La Capsa, segons tipologia de les accions, 2007 – 2010 .....	34
Gràfic 16. Classificació dels blocs, segons temàtica .....	35
Gràfic 17. Repartiment del pressupost de despesa 2012, per partides .....	91
Gràfic 18. Repartiment del pressupost de despesa de la producció de la programació, 2012 .....	92
Gràfic 19. Distribució dels costos de personal 2012, per conceptes .....	92
Gràfic 20. Repartiment despesa en comunicació, 2012 .....	93
Figura 1. Mapa del projecte. Relació blocs i programes .....	55
Figura 2. Cronograma bloc d'actuació 1. Accessibilitat, 2012 – 2015 .....	56
Figura 3. Cronograma bloc d'actuació 2. Activisme Digital, 2012 – 2015 .....	56
Figura 4. Cronograma bloc d'actuació 3. Documentació i comunicació, 2012 – 2015 .....	56
Figura 5. Cronograma bloc d'actuació 4. Articulació, 2012 – 2015 .....	56
Figura 6. Cronograma activitats d'Activisme Digital, 2012 .....	71
Figura 7. Mapa de públic d'Activisme Digital .....	87
Taula 1. Valoració ciutadana de l'activitat cultural del Prat de Llobregat .....	23
Taula 2. Pràctica cultural per àmbit, als darrers 12 mesos, al Prat de Llobregat ...	24
Taula 3. Situació del Prat respecte la mitja de 17 municipis província Barcelona, en relació a la freqüentació ús d'Internet, 2007 .....	28
Taula 4. Evolució del pressupost del projecte de Cultura Digital segons equipament, als darrers tres anys .....	30
Taula 5. Evolució del nombre d'accions i usuaris de Cultura Digital, 2007-2010 ...	32
Taula 6. Síntesi: DAFO de la Cultura Digital al Prat de Llobregat .....	36-38
Taula 7. Reptes de futur: Projecció CAME .....	41-44
Taula 8. Objectius operatius programes bloc d'actuació: Activisme digital .....	63
Taula 9. Activisme Digital: Programació 2012 .....	66-69
Taula 10. Activisme Digital: Noves accions de programació 2013 -2015 .....	69
Taula 11. Accions programa d'Activisme Digital per àmbits .....	70
Taula 12. Equip nuclear del projecte .....	75
Taula 13. Personal de suport .....	76
Taula 14. Altres col·laboradors .....	77

Taula 15. Relació accions_Espai de realització_Recursos materials i equips tècnics .....	77-78
Taula 16. Descripció dels productes d'Activisme Digital, 2012 .....	79-80
Taula 17. Utilització suports comunicació específics segons accions d'Activisme Digital .....	85
Taula 18. Elements campanya promoció accions d'Activisme Digital .....	86
Taula 19. Matriu de perfils de consum d'Activisme Digital .....	88
Taula 20. Pressupost despesa 2012, d'Activisme Digital .....	90-91
Taula 21. Repartiment costos personal dels diferents perfils i dedicacions .....	92
Taula 22. Pressupost d'ingressos 2012 d'Activisme Digital .....	93
Taula 23. Ingressos directes dels usuaris, accions 2012 .....	94
Taula 24. Propostes de patrocini a Activisme Digital .....	95-96
Taula 25. Objectius operatius d'Activisme Digital .....	98
Taula 26. Quadre d'indicadors econòmics .....	100
Taula 27. Quadre d'indicadors de procés (actes de programació) .....	101
Taula 28. Quadre d'indicadors de resultats .....	101

## Part 1. **PRESENTACIÓ**

### **1.1. L'experiència objecte d'estudi**

Aquest treball té per objectiu dissenyar el programa municipal de Cultura Digital a la ciutat del Prat de Llobregat a mig termini (4 anys). El programa no és nou, doncs des de fa aproximadament 10 anys s'hi està desenvolupant, però el treball vol plantejar una nova conceptualització del mateix, que atengui aspectes d'accessibilitat, de difusió i de treball amb diferents agents de la ciutat. Aquest nou plantejament és una evolució natural del projecte, però també de la societat, i de la socialització de les eines digitals i la seva quotidianització entre la ciutadania.

El treball es desenvolupa a partir d'un primer anàlisi del context, de la ciutat del Prat de Llobregat i de la seva relació amb la Cibercultura, per recomanar l'execució d'un seguit de blocs d'actuació i programes per millorar l'accessibilitat de la ciutadania del Prat i incrementar la seva participació en accions de difusió en l'àmbit de la Cultura Digital i així incidir positivament en el seu consum cultural.

El posicionament del projecte és institucional, el projecte ha de ser desenvolupat per una administració local, en concret l'Ajuntament del Prat de Llobregat. Aquest element és imprescindible per a la definició del posicionament estratègic, les accions, la metodologia o el finançament del projecte.

El projecte té una doble dimensió, d'una banda es planteja el marc estratègic d'una política municipal de Cultura Digital al Prat de Llobregat, i d'altra banda, a partir d'aquest marc, es desenvolupa, concreta i operativitza un dels seus blocs d'actuació, en concret el que té a veure amb la difusió, anomenat Activisme Digital.

Tot i que al municipi del Prat de Llobregat existeix un programa de Cultura Digital, aquest treball planteja un pas endavant, partint d'una diagnosi integral del municipi en aquest àmbit, per establir un marc estratègic que es tradueix en un seguit de programes i accions. Es tracta, doncs, d'establir una metodologia de revisió dels projectes actuals per adaptar-los a un nou pla estratègic, coherent amb la situació i la societat pratenca actual.

### **1.2. Justificació de l'elecció**

La meua elecció d'aquest tema per realitzar el projecte final del màster es basa en diversos motius. En primer terme, tinc coneixements sobre aquesta temàtica a nivell professional, doncs des de fa tres anys coordino el programa de Cultura Digital de la ciutat del Prat de Llobregat i prèviament he treballat, també al Prat, desenvolupant projectes i coordinant la xarxa d'espais tecnològics del Departament de Cultura. Aquest fet em proporciona uns coneixements sobre l'àmbit i el seu

desenvolupament a la ciutat del Prat que, crec, poden enriquir molt el meu projecte de màster. I al contrari, considero que un anàlisi en profunditat, des d'una visió més teòrica, integral i global, que en la pràctica diària no es pot desenvolupar, pot enriquir i millorar el projecte professional. Tot i així, penso que hi ha un risc important a tenir en compte, una possible manca d'objectivitat, basada en el coneixement previ i en el fet d'ésser un dels agents implicats. Caldrà tenir-ho present per intentar minimitzar-ho.

Des de fa, aproximadament un any i mig, el projecte de Cibercultura al Departament de Cultura del Prat de Llobregat, està en revisió, una revisió crítica que s'ha centrat en l'àmbit de la formació, però que no acaba de projectar un programa integral, global, coherent i coordinat. Aquest fet, coincideix amb una desestructuració de les eines de treball coordinat, per impulsar-ne d'altres que no s'acaben d'implementar. Tanmateix no existeix un document estratègic sobre el programa de Cultura Digital. En aquest sentit, considero que aquest treball acadèmic pot aportar unes bases sòlides per a desenvolupar aquest document estratègic que permeti donar un impuls al programa de Cibercultura al Prat, situant-lo amb la potència i projecció que li correspon per la seva trajectòria i recursos. Cal, però, tenir en compte que en un treball com aquest, es pot anar a màxims, dibuixant un horitzó desitjat, que tot i que tracti d'ésser el més real possible, no s'encotilla en les possibilitats reals (bàsicament econòmiques) i les pressions polítiques.

Finalment, un altre element important en la meva decisió és la manca de projectes similars, donat que es tracta d'un sector relativament nou i en contínua evolució. Hi ha una manca de conceptualització, planificació estratègica, treball en xarxa, eines de gestió, etc. sobre tot en l'àmbit institucional i municipal. En aquest sentit, el projecte és un repte i una oportunitat.

## **Conceptualització<sup>1</sup>**

*"La introducció de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació a la pròpia concepció de la cultura, dóna lloc a la Cibercultura o cultura digital, que suposa l'emergència de noves realitats i produccions culturals, així com noves possibilitats de relació entre persones i cultures.*

---

<sup>1</sup> Clelia Colombo, *e-cultura. Les noves tecnologies aplicades a la gestió cultural*. APGCC

*La Cibercultura, es caracteritza per ésser virtual, instantània i universal, inclou tots els processos culturals que es desenvolupen en una part o en la seva totalitat, a través de les TIC en general i d'Internet en particular”.*

El treball es desenvolupa, partint d'aquesta concepció teòrica de Cultura Digital per projectar un conjunt de programes i actuacions en els àmbits tradicionals de la cultura, és a dir, les arts escèniques, les arts visuals, la lectura, la cultura popular i tradicional o el patrimoni cultural, amb dimensió digital.

Un programa de Cultura Digital ha d'atendre aspectes de formació, difusió i suport a la creació, sense deixar de banda altres consideracions que en aquest programa es converteixen en necessàries com són temes d'accés i infraestructures, temes de drets d'autor; i aspectes com la proximitat i la dinamització del territori, des de la virtualitat.

Els programes del projecte de Cibercultura han de configurar un bloc en sí mateix, però atenent també a la coherència de la resta de programes del Departament de Cultura. Les accions dels diferents blocs, han de complementar les accions desenvolupades en el plànol físic, però sense ésser rèpliques de les desenvolupades a l'espai físic, sinó constituint esdeveniments en si mateixos, apropant públics i facilitant noves formes de participació en processos de cocreació i experiència compartida.

## **Metodologia i fonts d'informació**

La metodologia utilitzada en la realització d'aquest treball ha estat qualitativa, utilitzant la tècnica de l'anàlisi documental tant de fonts teòriques com d'un seguit de fonts secundàries de diversos promotors.

La informació obtinguda s'ha estructurat en gràfics i taules d'elaboració pròpia amb l'objectiu de mostrar d'una forma més visual i entenedora la informació i les propostes.

A continuació s'especifiquen les diverses fonts consultades per àmbit territorial:

### **· Àmbit local**

- Base de dades de programació, planificació i avaluació del Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat
- Base de dades d'usuaris i usuàries del Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat
- DEMOSCERC 2005. Diputació de Barcelona, CERC
- DEMOSCERC 2007. Diputació de Barcelona, CERC



- Dossier de població 2010, Ajuntament del Prat de Llobregat
- IDESCAT
- Memòria del Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat, 2010-2007
- Portal d'Entitats del Prat de Llobregat
- Pla d'equipaments culturals del Prat de Llobregat, 2002-2008
- Pla d'equipaments culturals del Prat de Llobregat, 2007-2011
- Programa d'Acció Municipal del Prat de Llobregat, 2003-2007 i 2008-2011

· **Àmbit autonòmic i nacional**

- *Audiències i consums cultural a Catalunya, 2006. El baròmetre*
- *Estadístiques culturals de Catalunya, 2010*
- *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares, 2010. INE*
- *Enquesta de consum i pràctiques culturals, 2006*
- *Enquesta sobre equipament i ús de les tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC) a les llars de Catalunya, 2010. FOBSIC (Fundació Observatori per a la Societat de la Informació de Catalunya)*
- *Indicadors i estadístiques culturals de Catalunya, 2006*
- *Indicadores de Seguimiento de la Sociedad de la Información, 2011. Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio*
- *La XTC en el territori. Distribució per comunitats i localització dels telecentres en el municipi i comarca, 2007. Generalitat de Catalunya*

## Part 2. **DIAGNOSI INTERNA I EXTERNA**

## 2.1. Alguns trets de la Societat de la Informació i la Comunicació

Durant el darrer terç del segle XX, es produeixen un conjunt de canvis tecnològics que provoquen el sorgiment d'un nou marc socioeconòmic que defineix l'anomenada Societat de la Informació i la Comunicació. Una revolució tecnològica, que suposa el pas de l'era industrial a l'era de la informació, i que dóna lloc a un nou paradigma comunicatiu, audiovisual i digital, que s'articula al voltant de les noves Tecnologies de la Informació i la Comunicació, i que caracteritza la societat actual.

Aquest nou paradigma suposa el pas d'una tecnologia basada fonamentalment en l'energia a una tecnologia basada en la informació. Aquest paradigma es caracteritza per tenir la informació com a matèria prima; per una forta capacitat de penetració dels efectes de les noves tecnologies; per la interconnexió en xarxa de tots els usuaris i usuàries que utilitzen aquesta tecnologia; per la flexibilitat dels processos, organitzacions i institucions; i per la convergència de les tecnologies en un sistema fortament integrat que acaba amb la concepció per separat de les antigues tecnologies.

Aquesta nova societat es basa en dos descobriments tecnològics: la capacitat de traduir tot tipus d'informació a números (digitalització) i la capacitat d'emmagatzemar i transportar la informació digitalitzada sense quasi cap limitació a la pràctica ni de quantitat, ni de distància, ni de temps.

La irrupció de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació ha suposat un reforç de les estratègies de producció i dels mercats globals, una reducció de la importància de la distància geogràfica que permet el fraccionament i l'allunyament dels processos de producció, una major porositat de les fronteres, una disminució de la importància de la jurisdicció, així com el canvi de la naturalesa dels bancs i el diner, dificultant el control de la política monetària. En aquest marc sorgeixen comunitats virtuals que desenvolupen el seu poder i els seus interessos més enllà de l'espai geogràfic. Es produeixen transformacions socials que afecten profundament tots els àmbits de les nostres vides, també en l'aspecte cultural.

Específicament en **l'àmbit cultural** s'estableixen transformacions en diversos aspectes, des d'assumpes de caràcter tècnic fins als teòrics i conceptuals de la cultura mateixa. Les TIC suposen una revolució en relació a les possibilitats tècniques que s'obren tant per als creadors i gestors culturals, com per als públics; també apareixen noves concepcions de la cultura, la Cibercultura o Cultura Digital, i nous espais per a la creació, l'experimentació, la conservació i la difusió cultural.

Les TIC ofereixen noves vies de creació, producció, consum, distribució, comunicació, participació, difusió...

En relació als sistemes de producció i distribució dels productes culturals, cada vegada guanyen més terreny els sistemes digitals. La transversalitat, la no centralitat i la immediatesa de les TIC permeten crear xarxes comunicacionals que alteren les relacions entre els creadors culturals, i entre aquests i els públics. Fomentant l'intercanvi i la transmissió de coneixements, el treball col·lectiu, i les col·laboracions en temps real.

La producció i el consum ja no funcionen com una cadena de valor lineal, sinó com una xarxa d'intercanvis distribuïts, on poden haver-hi nodes centrals, però no són imprescindibles. Els rols de productor i consumidor ja no estan tan allunyats, les TIC han facilitat una descentralització i desjerarquització de la informació i els mitjans.

En relació a les vies d'accés a la cultura, els nous sistemes de comunicació digital faciliten l'accés i apropen la producció cultural al destinatari, agilitzant la difusió i superant les tradicionals limitacions de temps i distància.

En quant a la comunicació, les TIC permeten introduir millores en la informació sobre les activitats i produccions culturals que es desenvolupen, així com una comunicació bidireccional amb els ciutadans, que permet recollir les seves opinions, percepcions, necessitats o aspiracions, establint-se un diàleg directe amb els públics, sense intermediaris, apropant-nos a la utopia dels gestors culturals d'establir una relació personalitzada amb cada consumidor potencial.

Un dels aspectes més remarcables, segons la meua opinió, de la Societat de la Informació i la Comunicació, és el dinamisme que prenen els usos populars de les TIC i especialment Internet, generant canvis significatius en l'àmbit del consum i la producció cultural, l'usuari es converteix també en coproductor, en el que s'anomena la construcció col·lectiva de les dades, dels projectes, que parteix del concepte d'intel·ligència col·lectiva de les multituds<sup>2</sup>.

En la Societat de la Informació i el Coneixement, la cultura es consolida com un sector econòmic emergent, les indústries culturals i més específicament en el que s'ha anomenat com a indústries creatives. En aquest sentit, en una societat cada vegada més globalitzada en la qual Internet s'ha fet central i on els productes

---

<sup>2</sup> Terme utilitzat per Suroviecki que defineix que en un grup hi ha més intel·ligència que en els membres més intel·ligents del grup. ALSINA, P.; CASACUBERTA, D.; COLOMBO, C.; MARTÍNEZ, Ó. I MARTÍNEZ I ILLA, S. (2006). *e-Cultura. Les noves tecnologies aplicades a la gestió de la cultura*. Barcelona: Associació de Professionals de la Gestió Cultural a Catalunya.

culturals ocupen un lloc destacat en el mercat mundial, la creixent comercialització de la cultura, protagonitzada per les grans multinacionals multimèdia, modifica l'oferta i els hàbits culturals de la població, potenciant els continguts digitals per a l'entreteniment.

La incorporació de les TIC al sector cultural suposa nombroses oportunitats, però també cal parlar dels **límits de l'impacte de les TIC en la cultura**. La necessitat d'actualització periòdica de coneixements sobre les TIC, l'estratificació digital, la manca de cultura electrònica (poca motivació per a l'ús de les TIC o falta de confiança en les mateixes), i el debat sobre la propietat intel·lectual i la seva regulació, són algunes de les dificultats que comporta, són reptes que s'han d'abordar i representen perills que no es poden obviar. A continuació, es realitza una breu descripció dels mateixos.

L'estratificació digital va més enllà del simple accés a un ordinador o a Internet, contempla la potència de l'equip informàtic, la qualitat i la velocitat de la connexió a la xarxa, el nivell de coneixement de les eines informàtiques bàsiques i la capacitat de l'individu per transformar la informació en coneixement, dissecionant i localitzant la informació de manera profitosa per als seus interessos, davant d'un excés d'informació que pot desembocar en desinformació.

La lliure circulació de creacions culturals i artístiques a través de tecnologies com Internet comporta la possibilitat de compartir gran quantitat de materials per part d'autors i usuaris, introduint noves possibilitats i usos de les creacions artístiques de qualsevol tipus. Aquests usos poden afectar a la propietat intel·lectual i als drets d'autor que es desprenen, perquè permeten prescindir del suport material de l'obra per a tenir accés a la mateixa, i d'altra banda, faciliten la realització de còpies perfectes de l'obra original amb una qualitat que poc té a envejar a l'original.

## 2.2. Anàlisi de l'entorn territorial

El Prat de Llobregat es situa geogràficament a la comarca del Baix Llobregat, els seus límits territorials són al nord, el municipi de Cornellà de Llobregat; a l'est L'Hospitalet de Llobregat i Barcelona; a l'oest Viladecans i al sud la mar Mediterrani. La superfície del seu terme municipal és 31,4 Km<sup>2</sup>, on habiten 63.516<sup>3</sup> persones. La ràtio de densitat és de 2.022,8 habitants / Km<sup>2</sup>, superior a la de la resta de la comarca del Baix Llobregat, situada en 1.643 habitants / Km<sup>2</sup>.

---

<sup>3</sup> Segons dades del padró d'habitants a 1 de gener de 2010. Dossier de població, web municipal ([www.elprat.cat](http://www.elprat.cat))

En relació a l'evolució poblacional de la ciutat, s'aporten dades que mostren el seu desenvolupament en les darreres dècades. L'any 1950, El Prat acabava de superar els 10.000 habitants; a inicis dels anys 70 superava els 36.000 habitants, fruit de la crida a la immigració provocada per la instal·lació de fàbriques importants als seus polígons industrials; l'any 1975, El Prat comptabilitza una població total de 51.058 persones. Després de viure aquests forts augments demogràfics, la població del Prat resta més o menys estable des de 1980 fins a l'actualitat, amb una distribució paritària entre homes i dones.

En relació a l'**activitat econòmica** del municipi, destaquen el comerç a l'engròs, el comerç al detall (comerç de proximitat), el transport i la logística, i les activitats relacionades amb la indústria de les manufactures. Un lloc destacat, en aquest sentit, correspon a l'aeroport, que ocupa aproximadament un terç del territori del Prat, amb una influència, territorial i socioeconòmica, sobre el municipi molt important.

El municipi del Prat de Llobregat té 16 zones<sup>4</sup> d'activitat econòmica diferenciades i classificades segons: l'activitat desenvolupada, l'ús del sòl i els diferents plans urbanístics. En aquest sentit, es localitzen:

- **8 polígons industrials**, amb una superfície total de 186,58 ha i 376 empreses instal·lades del sector serveis i industrial, que generen 7.695 llocs de treball
- **2 parcs de negocis**, amb una superfície total de 80,61 ha i 149 empreses instal·lades del sector serveis, vinculades al comerç a l'engròs i a les activitats afins al transport, que generen 6.300 llocs de treball
- **Aeroport**, amb una superfície de 1.533 ha i 564 empreses vinculades al sector aeri i activitats majoritàriament afins al transport, que generen 17.803 llocs de treball
- **Centre Direccional – Prat Nord**, amb una superfície de 140 ha i 21 empreses instal·lades, vinculades al comerç al detall i a activitats afins al transport, que generen 766 llocs de treball
- **Zona d'Activitats Logístiques ZAL – Prat**, amb una superfície de 14,03 ha i 30 empreses del sector serveis, que propicien 2.317 llocs de treball
- **Zona urbana**, amb una superfície de 298,13 ha i 1.935 empreses instal·lades, vinculades al sector serveis, predominant el comerç al detall, generen uns 5.490 llocs de treball
- **Parc Agrari**, amb una superfície de 320 ha i 53 empreses instal·lades, vinculades a l'agricultura i l'avicultura, generen 71 llocs de treball

---

<sup>4</sup> Dades de novembre de 2009, <http://www.economia.elprat.cat>

· **Districte Ribera – Estadi RCD Espanyol**, amb una superfície de 21,82 ha, on predominen les activitats recreatives i esportives

La ciutat, a banda de les zones agràries i les industrials, té importants espais naturals vinculats al Delta del riu Llobregat<sup>5</sup>, que aglutinen un volum important d'activitats i equipaments: el Parc Litoral, La Ricarda, els Espais Naturals del Riu i el Remolar - Filipines.

El nucli urbà del Prat es caracteritza per la seva compacitat. En poc més de 300 ha, la ciutat aplega més de 63.000 habitants. El Prat no disposa de nuclis residencials externs al nucli urbà principal, ni tampoc d'extensos barris amb cases unifamiliars. La tipologia imperant és la d'edificis plurifamiliars entre mitgeres, de diverses alçades i tipologies segons el barri i l'antiguitat de les edificacions. La mitjana d'habitants dels habitatges del Prat és de 2,72 persones.

Durant la darrera dècada, si s'analitzen les dades relatives a l'**estructura dels habitatges**<sup>6</sup> del Prat, segons el nombre de persones que hi viuen, s'observa com els habitatges d'una persona han augmentat un 54% i els de 2 persones un 42%, mentre han disminuït els habitatges amb 4 persones en un 19%, els de 5 persones en un 37% o els de 6 persones en un 27%. Una altra dada remarcable, en aquest sentit, és l'augment de les vivendes habitades per 8 i 9 persones que han augmentat en un 22% i un 5% respectivament. Aquestes dades tenen una relació directa amb la tendència actual de tres variables sociodemogràfiques: l'estructura familiar, l'estadi vital i el fet migratori.

El futur de la ciutat es dibuixa en clau de creixement. El projecte de planificació urbanística planteja la creació de dos barris nous, al nord i al sud de la ciutat, l'Eixample Sud i l'Eixample Nord. Ambdues àrees (zona urbana i zona urbanitzable) sumen aproximadament 200ha, amb una previsió de 8.500 habitatges de nova construcció, la meitat de protecció oficial, equipaments esportius, educatius i culturals que dotaran la ciutat de noves infraestructures.

A continuació es realitza un breu **anàlisi sociodemogràfic**<sup>7</sup> amb l'objectiu d'acabar de definir una imatge de la societat pratenca.

---

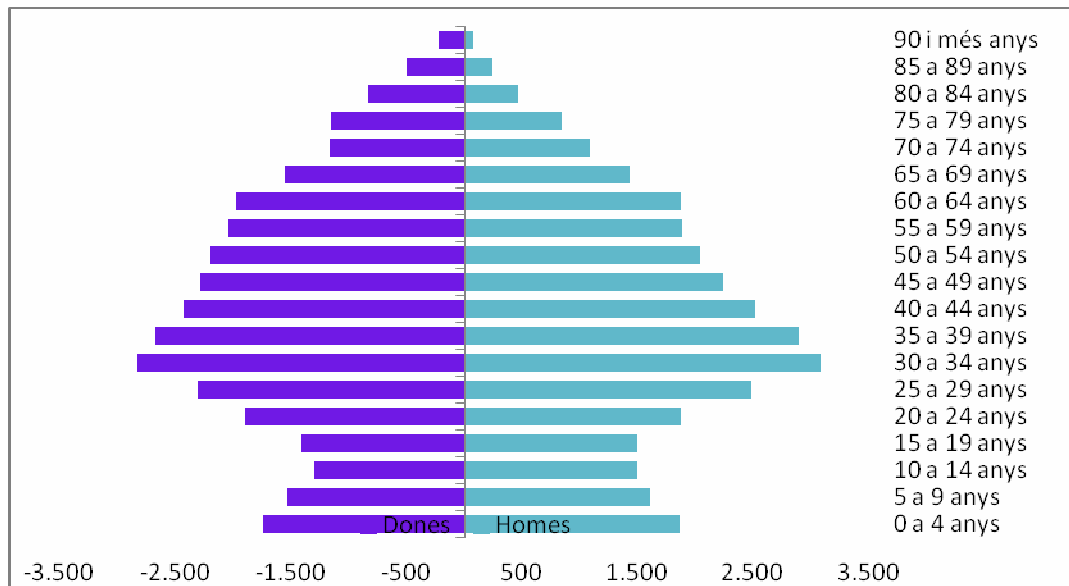
<sup>5</sup> <http://www.portadeldelta.cat/>

<sup>6</sup> Segons dades del padró d'habitants a 1 de gener de 2010. Dossier de població, web municipal ([www.elprat.cat](http://www.elprat.cat))

<sup>7</sup> Segons dades del padró d'habitants a 1 de gener de 2010. Dossier de població, web municipal ([www.elprat.cat](http://www.elprat.cat))

En relació a la variable **sexe**, la població del Prat de Llobregat està equilibrada, un 49,6% del total són homes i un 50,4% són dones.

Gràfic 1. **Piràmide poblacional del Prat de Llobregat<sup>8</sup>, 2010**



Font: Dossier població El Prat de Llobregat. [www.elprat.cat](http://www.elprat.cat)

La piràmide de població del Prat és una piràmide regressiva, on la població es concentra al cos central de la piràmide, amb una base més estreta. Aquesta tipologia de piràmide poblacional és pròpia de països desenvolupats que han finalitzat la transició demogràfica, amb taxes baixes de natalitat i mortalitat, una població envellida i un creixement natural reduït.

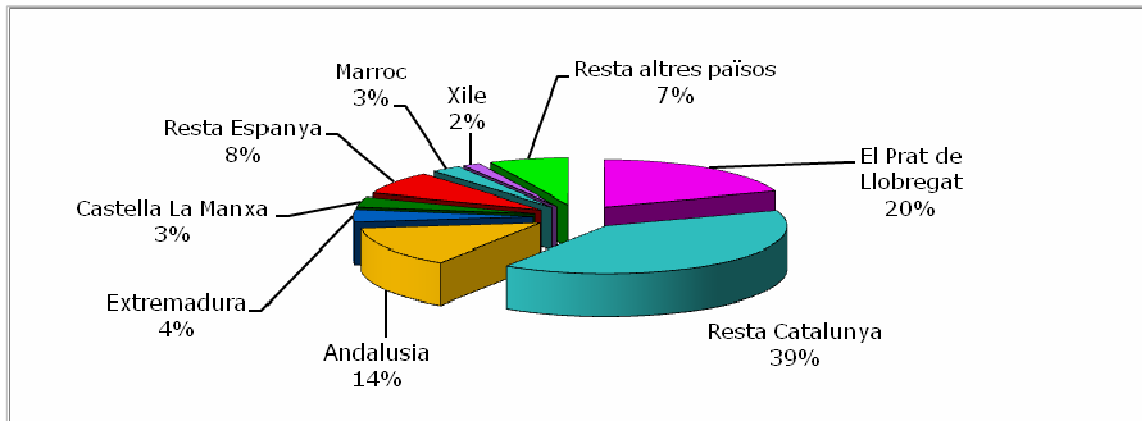
Concretament al Prat, s'observa, que la majoria de la població es concentra en les franges d'edat entre els 30 i els 49 anys, amb un 33% del total de població. Els infants i adolescents (de 0 a 14 anys) configuren el 15% de la població, el 18% són joves (entre els 15 i els 30 anys), el 19% el formen les persones entre 50 i 65 anys i un altre 15% són persones de 65 anys o més. Apropant la mirada, s'observa que al Prat, existeix una certa tendència d'augment demogràfic als últims anys, així com de creixement natural, donat que els nens i nenes entre 0 i 4 anys són el 6% de la població, enfront del 4% que representen les persones de 80 anys o més. Només en la població amb més edat (a partir dels 75 anys), la diferència entre homes i dones és més evident (un 38% homes – un 62% dones).

<sup>8</sup> Segons dades del padró d'habitants a 1 de gener de 2010. Dossier de població, web municipal ([www.elprat.cat](http://www.elprat.cat))



Del total de població un 89% procedeix d'Espanya (un 23% del mateix són persones nascudes al Prat, un 44% en altres zones de Catalunya i un 33% en altres zones d'Espanya), enfront de l'11% de la població que procedeix d'altres països (amb predomini de xilens i marroquins). Les dades de persones immigrades al Prat<sup>9</sup> són lleugerament inferiors a les mateixes a la comarca del Baix Llobregat, un 12%, i a la resta de Catalunya, un 16%.

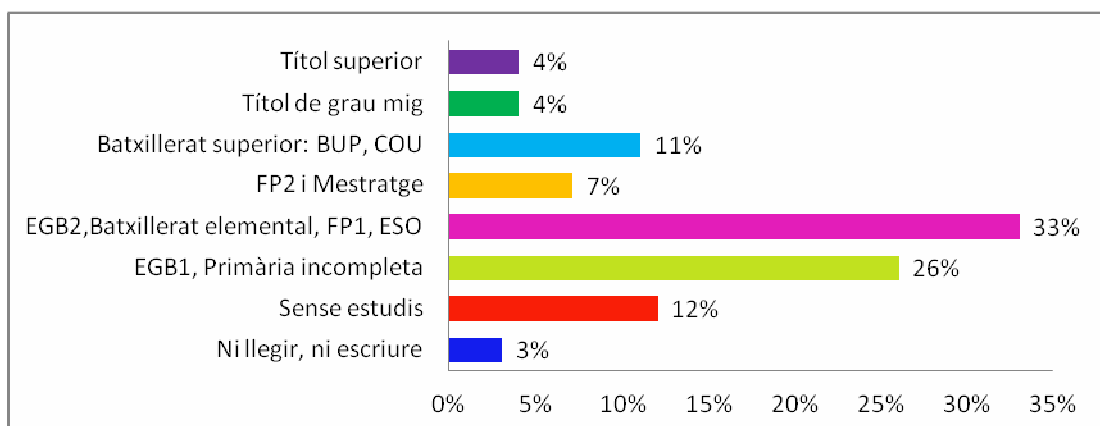
Gràfic 2. **Població del Prat de Llobregat 2010, segons lloc de naixement**



Font: elaboració pròpia a partir de dades del Dossier població 2010, Ajuntament del Prat

Pel que fa al **nivell d'estudis** de la població de més de 14 anys, es constaten uns baixos nivells d'instrucció, un 3% de la població no sap llegir ni escriure; un 12% no té estudis; un 26% té educació primària incompleta; un 33% ha completat l'educació primària; un 7% disposa de FP2; un 11% disposa de títol de batxillerat; un 4% té títol de grau mig; i un 4% estudis superiors<sup>10</sup>.

Gràfic 3. **Població del Prat, segons nivell d'instrucció**



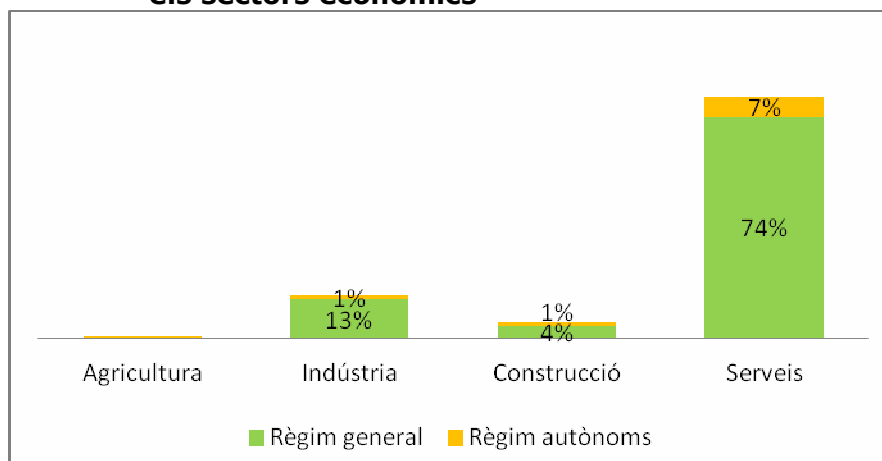
<sup>9</sup> Segons Idescat

<sup>10</sup> Dades provinents del Padró Municipal (amb les que s'elabora el Dossier de població), que, tot i ser l'única font de consulta per aquest tema, és bastant inexacte (generalment les persones no actualitzen el seu nivell d'estudis al Padró).

Font: Dossier població 2010, Ajuntament del Prat. Gràfic d'elaboració pròpia

En relació a la **situació ocupacional** de la població, segons dades de 2010, al Prat existeixen 34.934 afiliats a la Seguretat Social<sup>11</sup> (inclou afiliats al règim general i al règim d'autònoms), aquesta xifra representa el 55% de la població del municipi. En relació a la distribució dels afiliats segons sector d'activitat, s'observa que el 81% dels afiliats ho són al sector serveis, el 14% al sector industrial, el 5% al sector de la construcció i la resta al sector de l'agricultura. Respecte a la distribució de les persones afiliades segons la tipologia de règim, el 91% ho són al règim general i la resta, el 9%, al règim d'autònoms.

Gràfic 4. **Població del Prat 2010, segons la seva afiliació i els sectors econòmics**



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Dossier població 2010, Ajuntament del Prat

### 2.3. La dinàmica cultural al Prat, una visió general

En el terreny de la dinàmica cultural local existeix un teixit social complex format per agents de naturalesa diversa que formen part de l'ecosistema cultural i social del territori: Ajuntament, tercer sector i agents privats. Però, des de l'adveniment de la democràcia i al marge de les competències de cada administració, els Ajuntaments s'han convertit en els principals prestadors de serveis culturals a la ciutadania i per tant, el principal agent cultural públic de les ciutats, i El Prat de Llobregat no n'és una excepció.

L'Ajuntament del Prat és l'agent cultural més important de la ciutat, tant en relació al nombre de serveis, activitats i accions que realitza, com a la diversitat de les

<sup>11</sup> Dades estretes del dossier poblacional del Prat, a 1 de gener de 2010. Idescat

mateixes. També, gran part de les activitats que desenvolupen entitats i associacions de la ciutat, reben el suport del consistori (ja sigui via subvenció o via suport infraestructural). D'altra banda, en relació als **agents privats**, l'oferta és gairebé inexistent. El Cinema Capri, alguns bars i diversos espais creatius de recent obertura<sup>12</sup> ofereixen una certa programació cultural (cinema, concerts, exposicions, xerrades...).

Actualment hi ha censades 53<sup>13</sup> **entitats culturals** a la ciutat. "Les entitats culturals tenen una presència relativament baixa en el panorama cultural pratenc si la comparem amb la institucional. No hi ha pràcticament associacions que disposin de locals grans i adequats, ni les seves activitats tenen una gran presència ciutadana, més enllà dels cercles de persones associades. Cal destacar que poques entitats tenen una visió integral de la cultura i de la ciutat com un tot. Massa sovint centren la seva acció sobre una part del territori de la ciutat (associacions de veïns, per exemple) o sobre un únic sector de la cultura.

En canvi, sí que es detecta una implicació dels grups i entitats en la vida dels centres culturals que sovint les allotgen. D'altra banda, algunes de les ofertes municipals importants de la ciutat són dirigides i gestionades per associacions locals, en particular en el camp de la formació i la difusió de les arts plàstiques, el teatre i la música<sup>14</sup>.

D'entre les entitats cal destacar les cases regionals, molt presents i amb una certa força cultural, tot i que amb els anys pot anar minvant degut a la composició sociodemogràfica i el sentiment creixent d'arrelament de la població pratenca. Les seves propostes es desenvolupen al llarg de l'any, tot i que tenen un caràcter molt tancat envers als seus membres associats, el que causa un cert distanciament per part de la resta de la població."<sup>15</sup>

El **Departament de Cultura** de l'Ajuntament del Prat, està adscrit a l'Àrea de Cultura, Educació i Ciutadania, i desenvolupa diferents programes d'intervenció cultural (arts escèniques, música, arts visuals, patrimoni, lectura, cultura popular i tradicional, i cultura digital), atenent a tres línies de treball (formació, difusió i suport a la creació), mitjançant una xarxa d'equipaments de proximitat (Centre Cívic Sant Jordi - Ribera Baixa, Centre Cívic Jardins de la Pau) i d'equipaments especialitzats (Centre d'Art Torre Muntadas, Teatre Modern, La Capsa, Centre

<sup>12</sup> Tataricum, Lambadaestudio, Espai 6...

<sup>13</sup> Segons el Directori d'Entitats disponible a <http://www.entitatsdelprat.cat/>

<sup>14</sup> Associació d'Amics de l'Art del Prat, Teatre Kaddish, Associació Lúdica Els Bitxos, Associació Musical del Prat, Unió Filharmònica del Prat i Banda de Música del Prat

<sup>15</sup> Pla d'equipaments municipal, 2002-2008

Cultural Torre Balcells i Cèntric, Espai Cultural). L'equip tècnic està format per 63 persones, el 69% és personal municipal i el 41%, personal externalitzat, contractat mitjançant empreses de gestió (amb diferents categories i jornades de treball) o convenis de col·laboració (amb l'Associació d'Amics de l'Art del Prat).

La política cultural de l'Ajuntament del Prat té com a un dels seus elements claus de desenvolupament, als equipaments. La seva funció s'entén com la de facilitar l'accés de la ciutadania a la cultura, oferint programes, aportant recursos, creant espais, estimulants iniciatives i mantenint una continuïtat que altres formes d'actuació no tenen. La presència dels equipaments al territori crea proximitat cap a ells, però també equilibri amb visió de ciutat, permeten pensar en tot i en tothom, en el present i el demà, en la part i el conjunt, en el territori pròxim i en una dimensió territorial de gran abast. Però per sobre de tot, l'èxit dels equipaments es valora per la seva capacitat de generar, estimular, enriquir, fer créixer i millorar els hàbits culturals de la població; hàbits de creació, de formació i, majoritàriament, de consum de l'amplíssima oferta cultural que els ofereix el seu entorn.

El Departament de Cultura també treballa en la dinamització i suport a les entitats culturals de la ciutat, ja sigui via subvenció o via suport infraestructural. I treballa amb elles amb una gestió participativa dels equipaments de proximitat o en el disseny de determinats programes, sobretot de cultura popular i tradicional (Festa Major, Carnaval, Pratifolk,...) via diverses comissions.

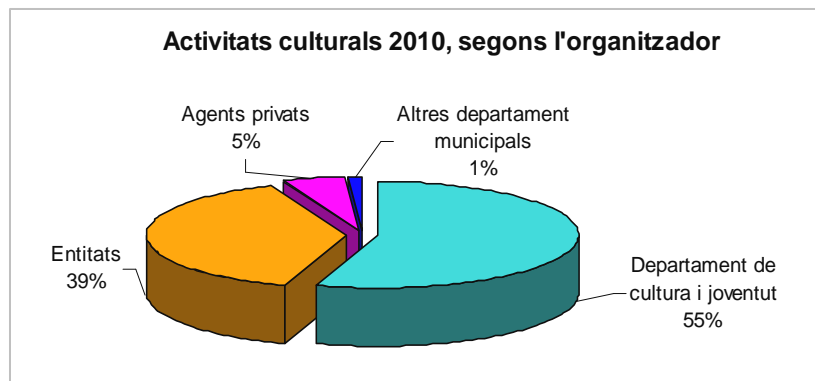
**L'any 2010**, al municipi del Prat de Llobregat es van realitzar 1.538 activitats<sup>16</sup> de caire cultural, amb un número aproximat de 235.261 usos<sup>17</sup>, dels quals un 88% són activitats gratuïtes i només el 12% són activitats que requereixen el pagament d'una entrada o inscripció.

D'altra banda, cal remarcar que el 55% de les activitats culturals van ser organitzades directament pel Departament de Cultura, la resta, el 45% ho ha estat, en la seva gran majoria per part d'entitats culturals i en una petita proporció per part d'agents privats del municipi i per altres departaments municipals.

---

<sup>16</sup> Dades obtingudes de la base de dades de programació, planificació i avaluació del Departament de Cultura

<sup>17</sup> Aquestes dades no recullen la totalitat dels usos donat que no es disposen de dades de molts dels actes organitzats per les entitats.



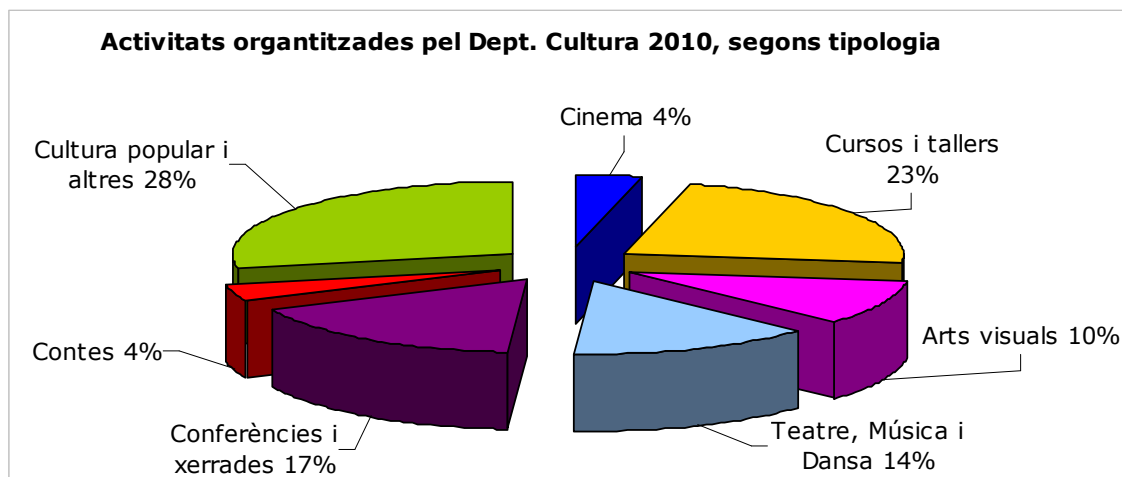
Gràfic 5. Font: Base de dades programació Ajuntament del Prat. Elaboració pròpia

Donat que el **Departament de Cultura** és el principal organitzador d'activitats culturals al municipi, a continuació es realitza un anàlisi més profund al respecte. L'any 2010, el Departament de Cultura ha organitzat directament 846 activitats culturals, la majoria de les quals, un 77% ha estat gratuïtes i només un 23% ha tingut entrada de pagament o quota d'inscripció. Aquest fet, reflexa la voluntat de desenvolupar polítiques de democràcia cultural, per part de l'Ajuntament del Prat de Llobregat, on la variable cost directe al ciutadà no sigui una barrera al consum cultural de la seva població.

El pressupost del Departament de Cultura per al desenvolupament dels diferents programes i serveis, inclosa la gestió d'equipaments i les subvencions a entitats, de l'any 2010, és de 4.260.188€<sup>18</sup>. El pressupost de Cultura representa el 5,6% del pressupost total de l'Ajuntament del Prat. Si s'analitza amb una mica de profunditat el pressupost del Departament de Cultura, s'observa que el 26,5% correspon a personal, el 44,5% a activitat (inclosa la gestió d'equipaments i serveis de dinamització), el 21% correspon a temes de manteniment i consums i el 8% restant a subvencions.

Si s'analitzen les activitats realitzades l'any 2010, segons la seva tipologia, destaca un 23% de cursos i tallers, un 17% de xerrades i conferències (incloses visites guiades a exposicions i altres activitats), un 14% de les accions estan vinculades a les arts escèniques (representacions de teatre i dansa i concerts de música), un 10% a exposicions d'arts visuals (pintura, fotografia, escultura, instal·lacions...), i un 4% respectivament per a les projeccions de cinema i la narració de contes, el 28% restant correspon a activitats vinculades al calendari popular i festiu de la ciutat i a altres tipus d'activitats.

<sup>18</sup> Dades extretes a [www.elprat.cat](http://www.elprat.cat), no s'inclouen les dades referents al pressupost de joventut.



Gràfic 6. Font Base de dades programació Ajuntament del Prat. Gràfic d'elaboració pròpia

Segons el públic objectiu de les activitats programades, l'any 2010, i en relació a la segmentació de públics, s'observa com el 38% de les activitats es dissenyen per al públic adult, el 21% per a tots els públics, el 22% per al públic infantil, el 17% per al públic jove i el 2% per a la gent gran<sup>19</sup>.

En relació a l'assistència a les activitats culturals organitzades pel Departament de Cultura, l'any 2010, es comptabilitzen 185.749 usos. El 9% dels assistents a les activitats de programació són amb quota, mentre que la resta, un 91% són públics d'activitats sense pagament. El nivell d'ocupació de les activitats es situa entorn al 59%.

Respecte als públics de les activitats culturals, l'any 2010, en relació al gènere, s'observa que el 59% són dones, mentre el 41% són homes. En relació a les edats, dels públics de les activitats, el 49% són persones adultes, el 22% infants, el 18% joves i l'11% gent gran. Si es compara els públics de les activitats amb els públics objectius, segons la variable edat, s'observa que la tendència és similar (cal tenir en compte que en l'apartat anterior es programen activitats per a tots els públics, que en aquest punt es distribueixen entre els diferents segments poblacionals).

Un cop analitzada la programació cultural de la ciutat, sembla interessant conèixer la **valoració que en fa la ciutadania**<sup>20</sup> del Prat de Llobregat, tot i que les dades de que es disposen són de 2007 poden donar pistes sobre l'opinió dels ciutadans al respecte. En aquest sentit, la valoració mitja respecte la programació cultural de la

<sup>19</sup> Aquesta xifra tan baixa respon a que existeix, a l'Ajuntament del Prat de Llobregat, un programa transversals sobre gent gran, que organitza activitats de tot tipus, també culturals, exclusivament per a aquest col·lectiu.

<sup>20</sup> Dades estretes del Demoscerc 2007, enquesta d'hàbits i consum cultural realitzada a 17 municipis de la província de Barcelona (inclòs el Prat de Llobregat), CERC - Diputació de Barcelona. Sobre una mostra de 600 persones.

ciutat és d'un 6,76 sobre 10. Destaca la valoració dels centres cívics i el treball de proximitat que s'hi desenvolupa, així com la Biblioteca i la Festa Major, en la vessant contrària, el sectors que reben una valoració més negativa són museus<sup>21</sup> i exposicions.

**Taula 1. Valoració ciutadana de l'activitat cultural, del Prat de Llobregat**

Activitat	Valoració
Activitat cultural del municipi	6,92
Festa Major	7,05
Altres festes populars	6,71
Festival de Ritmes del Prat	6,66
Programació de teatre	6,66
Programació de música	6,62
Museu i exposicions	5,63
Biblioteca	7,11
Centres cívics	7,52

Font: Demoscerc 2007, CERC. Taula d'elaboració pròpia

Analitzant les pràctiques culturals dels ciutadans i ciutadanes del Prat de Llobregat<sup>22</sup>, s'observa que, l'any 2007, només el 25% de la població diu haver realitzat alguna activitat cultural als darrers 12 mesos<sup>23</sup>. Abans d'analitzar les dades d'assistència sobre els diferents sectors i serveis, s'apunten algunes dades d'interès:

- El 90% de la ciutadania del Prat de Llobregat, segons la mostra analitzada, afirma escoltar música habitualment, un 73% amb una pràctica diària.
- El 66% dels enquestats afirmen haver llegit algun llibre durant els darrers 12 mesos (el 35% dels mateixos entre un i tres llibres), restant un 34% que no ha llegit cap llibre, durant aquest període. El 77% dels lectors i lectores de llibres, ho fan per oci. En relació a les dades sobre lectura, cal afegir que el 74% llegeix diaris (un 53% diàriament) i un 50% llegeix revistes de diferent tipologia.
- En relació als mitjans audiovisuals, el 99% dels enquestats afirma veure la televisió. Un 65% dels mateixos la veu entre una i tres hores diàries. En relació a la ràdio, el 74,5% dels enquestats escolta la ràdio, dels quals un 54% ho fa diàriament.

<sup>21</sup> Al Prat de Llobregat, no existeix un museu pròpiament dit, tot i que l'arxiu municipal desenvolupa exposicions temporals de caire patrimonial i divulgatiu.

<sup>22</sup> Segons les dades de Demoscerc 2007, enquesta d'hàbits culturals, CERC – Diputació de Barcelona

<sup>23</sup> Aquesta dada sorprèn, donat que a la Festa Major participa una àmplia majoria de la població, potser els enquestats no la reconeixen com a pràctica cultural, tot i que els concerts de música i les activitats de cultura popular i tradicional són les que tenen major índex de participació.

Si s'analitza la pràctica cultural dels pratencs i pratenques, segons àmbits o sectors, s'observa que als darrers dotze mesos, la pràctica cultural no és gaire alta, l'assistència mitjana es situa entorn del 31%, destacant el cinema i les festes populars amb una pràctica important, i en la vessant contrària es troben les pràctiques artístiques, la dansa i el circ (que té una relació directa amb la baixa oferta al municipi) i el servei d'arxiu municipal.

**Taula 2. Pràctica cultural per àmbit, als darrers 12 mesos, al Prat de Llobregat**

	Assistència	No assistència
Museu	32%	68%
Exposicions	30%	70%
Monuments artístics	38%	62%
Biblioteques	36%	64%
Arxius	5%	95%
Música	34%	66%
Teatre	30%	70%
Dansa	8%	92%
Circ	11%	89%
Centres Culturals Polivalents	37%	63%
Cinema	69%	31%
Festes Populars	74%	26%
Pràctica artística	10%	90%

*Font: Demoscerc 2007, CERC. Taula d'elaboració pròpia*

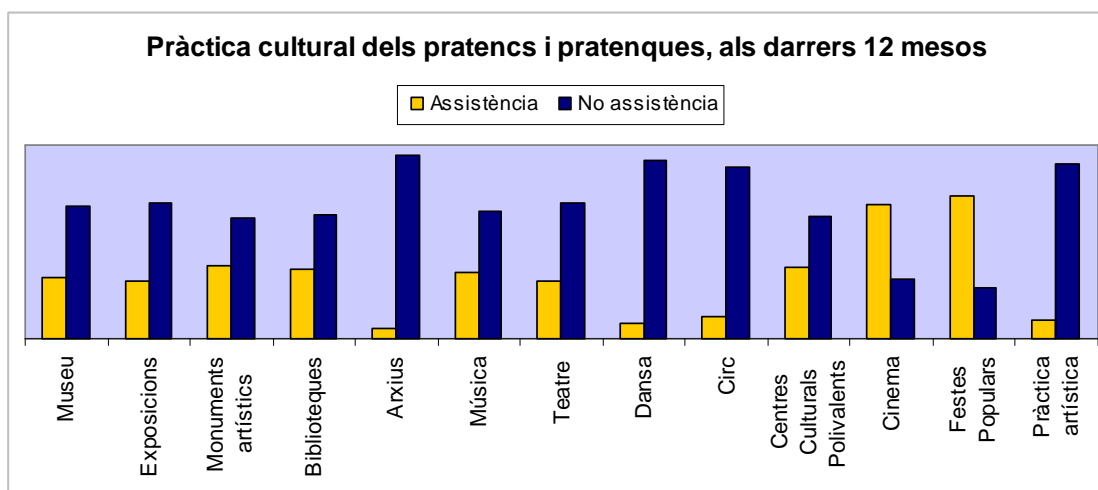
Més enllà de les dades d'assistència, cal destacar altres aspectes:

- En relació a l'assistència a museus, hi ha un increment de 7 punts percentuals en els darrers 2 anys.
- En relació a les exposicions, el 49% dels que afirmen haver visitat alguna exposició en els darrers dotze mesos, ho han fet al Prat de Llobregat.
- En relació a les biblioteques, hi ha un increment del 2% respecte a 2005<sup>24</sup>, i el 92% dels enquestats són usuaris de la biblioteca de la ciutat.
- El 50% de les persones que han consumit música als darrers 12 mesos ho ha fet a la ciutat, respecte als estils, un 51% ho ha fet a concerts de música moderna.
- Respecte al teatre, hi ha un increment d'un 6% d'assistència respecte al 2005. El 42% dels enquestats afirmen haver assistit a representacions teatrals a la ciutat. En aquest sentit, el 59% dels assistents a espectacles de dansa també ho han fet al Prat.

<sup>24</sup> Amb l'obertura, a finals de 2010 d'un nou equipament cultural, el Cèntric Espai Cultural, la biblioteca traslladada en aquest nou espai, ha multiplicat per quatre les seves dades d'assistència diària.



- En relació a l'assistència a Centres Culturals Polivalents, en el cas del Prat, els centres cívics, hi ha hagut un increment de 16 punts percentuals, entre els anys 2005 i 2007. Les activitats amb un major percentatge d'assistència són els cursos i tallers (34%) i les reunions i trobades (23%).
- En relació al cinema, el 63% dels enquestats assisteixen al cinema de la ciutat, el Cine Capri.
- El 83% dels enquestats afirmen participar a les festes populars, ho fan a la ciutat.
- En relació a la pràctica artística, les més destacades són: la fotografia o el vídeo artístic (42%), tocar un instrument musical (39%) o els treballs d'arts plàstiques (39%).



Gràfic 7. Font: Demoscerc 2007, CERC. Gràfic d'elaboració pròpia

A continuació es realitzen uns apunts sobre els **hàbits de consum cultural**<sup>25</sup> de la ciutadania del Prat de Llobregat:

- "L'observació dels resultats principals i dels diferents grups d'indicadors situa El Prat de Llobregat en la línia de la majoria de municipis de la primera corona metropolitana, en relació als hàbits de consum cultural. Aquests es caracteritzen a grans trets per uns nivells d'ús i freqüentació dels serveis i equipaments culturals per sota de la mitjana del conjunt de municipis de la mostra, però en general les diferències són poc accentuades en gairebé totes les activitats."
- "Per subgrups, els millors indicadors s'obtenen en l'índex de proximitat, on adquireix un pes específic important l'assistència a centres cívics. Una dada que respon sens dubte al desplegament d'aquests equipaments en el municipi."

<sup>25</sup> Dades estretes del Demoscerc, 2005, enquesta d'hàbits i consum cultural realitzada en 17 municipis (inclòs del Prat de Llobregat), CERC - Diputació de Barcelona

- "Es manté la relació directament proporcional entre el nivell d'estudis i la participació cultural, amb un salt notable entre cada categoria (la mitjana d'assistència per al conjunt d'activitats és del 12% a les persones sense estudis finalitzats i del 42% a les persones que declaren tenir estudis universitaris), però el que resulta especialment significatiu és el contrast entre valors mínims i màxims ja que és més accentuat entre les dones que entre els homes." És a dir, les dones tenen índex més alts de participació en el consum cultural.
- "En termes generals, el component ocasional o fins i tot excepcional predomina per sobre la regularitat o l'assiduitat en la majoria d'aquestes pràctiques culturals. A excepció del cinema que obté un percentatge elevat d'assiduitat, i cal destacar l'ús de la Biblioteca, amb un alt nivell d'assiduitat."
- "S'observa, al Prat, com a la resta de municipis de la primera corona metropolitana, una forta tendència dels ciutadans i ciutadanes a desplaçar-se a Barcelona per realitzar les seves activitats culturals, especialment pel que fa a les programacions d'arts escèniques, programacions de música i també als museus. Això comporta una capacitat de retenció de públics més aviat baixa a les programacions locals. Tot i així, la taxa de retenció al Prat és superior a la d'altres municipis d'un perfil similar, i en tot cas la relació entre nivell d'activitat i nivell de retenció és favorable."
- "En aquest municipi s'observa una proporció de "no públic" superior al conjunt, i que a tenor de la projecció dels resultats de la mostra suposaria al voltant del 46% de la població del municipi, és a dir, gairebé set punts percentuals per sobre del conjunt."

Les dades de l'enquesta es constaten amb la pròpia **experiència de gestió**. Existeix la percepció per part dels i les professionals del departament que no s'aconsegueix connectar amb els públics, tot i els esforços per desplegar estratègies de captació. En aquest sentit, es destaquen els programes sectorials d'arts escèniques i visuals. En rares ocasions el teatre municipal s'omple, mostra més aviat índex d'ocupació baixos, així com les exposicions d'arts plàstiques i visuals, i les activitats que s'hi desenvolupen no assoleixen els nivells de participació desitjats.

Al cas concret del Prat de Llobregat, també es compleix la constatació de Colbert que marca que el factor instrucció és aquell que més correlació estableix amb el consum cultural. Els consumidors habituals i qualificats acostumen a tenir un nivell de formació més alt: "els resultats assenyalen que els productes culturals relatius a

les arts majors atreuen a consumidors amb major nivell d'estudis, mentre que de manera contrària, aquells relatius a la cultura popular es dirigeixen a un segment de població amb menor nivell educatiu<sup>26</sup>.

## 2.4. La dimensió de la Cultura Digital al Prat

L'any 2003, el Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat posa en marxa una xarxa d'espais de tecnologies com a espais físics de difusió, formació i suport a la creació en l'àmbit de la cultura digital. S'opta per un model descentralitzat que s'articula a través dels equipaments de proximitat, amb un treball en xarxa. La Capsa, el Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa, el Centre Cívic Jardins de la Pau i la Biblioteca Antonio Martín són les seves seus.

Però al Prat de Llobregat existeixen altres espais equipats, bàsicament amb ordinadors i connexió a la xarxa, que tot i que no desenvolupen accions de cultura digital, cal tenir en compte per tenir una visió global de la ciutat digital. Les seves accions es concreten en:

En relació a la **formació** (basada en l'ofimàtica), apareixen propostes: des del propi Ajuntament a través del Centre de Promoció Econòmica amb una oferta basada en la formació per a l'ocupació; des d'entitats del tercer sector: la Fundació Francesc Palau, el Telecentre del Grup Infantil Sant Cosme i la Fundació Catalana de l'Esplai. I des de l'àmbit privat, existeixen 3 acadèmies d'informàtica<sup>27</sup>.

En relació a **espais de connexió** a la xarxa, cal sumar als espais anteriors (que a banda de la formació també tenen horaris per a la connexió o autoservei), 16 locutoris<sup>28</sup> amb servei de connexió a Internet, situats per tot el nucli urbà de la ciutat.

Un altre aspecte, a tenir en compte és el **teixit empresarial** existent a la ciutat, en relació al desenvolupament tecnològic, ja sigui en termes de hardware o software. Al Prat de Llobregat no es localitzen grans empreses d'innovació i tecnologia digital, però existeixen aproximadament 10 empreses<sup>29</sup> vinculades, a la venda d'aplicacions informàtiques, a serveis de programació i consultoria informàtica, i al desenvolupament d'aplicacions web.

---

<sup>26</sup> Colbert, F. & Cuadrado, M. (2003). *Marketing de las Artes y de la cultura*. Barcelona: Ariel

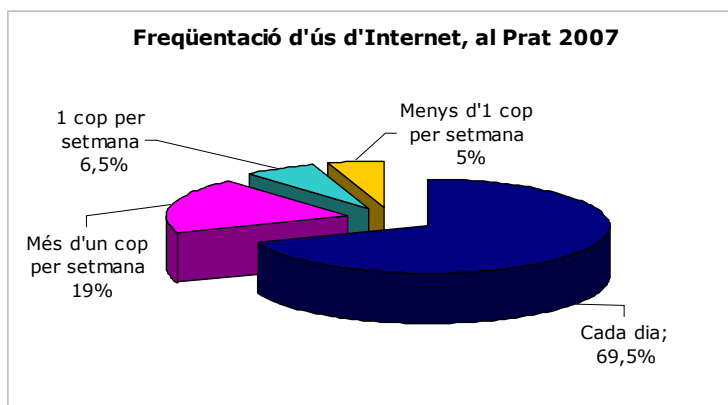
<sup>27</sup> Dades facilitades pel Centre de Promoció Econòmica del Prat

<sup>28</sup> Dades facilitades pel Centre de Promoció Econòmica del Prat

<sup>29</sup> Dades facilitades pel Centre de Promoció Econòmica del Prat

A continuació s'analitzen els **hàbits de consum cultural**<sup>30</sup> dels pratencs i pratenques, en relació a **Internet**, com a indicador per mesurar l'accessibilitat, element imprescindible per a desenvolupar un programa de cultura digital. L'any 2007, a través de l'enquesta d'hàbits de consum cultural realitzada per la Diputació de Barcelona s'observa, que un 53,5% dels enquestats han utilitzat Internet als darrers dotze mesos, 14 punts percentuals més que al 2005, i un percentatge lleugerament inferior a la mitja de les poblacions<sup>31</sup> de la província de Barcelona analitzades, un 58,5%.

En relació a la freqüentació d'ús d'Internet, s'observa que al Prat de Llobregat, atenent a les persones que afirmen haver utilitzat Internet als darrers dotze mesos, s'observa que el 69,5% dels enquestats utilitzen diàriament Internet, el 19% ho fan més d'un cop per setmana, el 6,5% un cop per setmana i el 5% restant ho fan menys d'un cop per setmana.



Gràfic 8. Font: Demoscerc, 2007. Gràfic d'elaboració pròpia

Analitzant aquesta variable i atenent a la situació dels ciutadans i ciutadanes del Prat de Llobregat respecte a la mitja de la resta de poblacions de la província de Barcelona que formen part de l'estudi, El Prat es situa per sota de la mitjana, en totes les categories, com es pot observar a la taula situada a continuació.

Taula 3. **Situació del Prat respecte la mitja de 17 municipis de la província Barcelona, en relació a freqüentació ús d'Internet, 2007**

Ús d'Internet	El Prat de Llobregat	Mitja 17 municipis	Diferència
Cada dia	37,2%	39,1%	-1,9
Més 1 cop per setmana	10,3%	11,8%	-1,5
1 cop per setmana	3,5%	4,2%	-0,7
Menys 1 cop per setmana	2,5%	3,3%	-0,8
No utilitza	46,5%	41,5%	-5

Font: Demoscerc 2007. Taula d'elaboració pròpia

<sup>30</sup> Dades extretes de Demoscerc 2007, enquesta d'hàbits culturals. CERC, Diputació de Barcelona

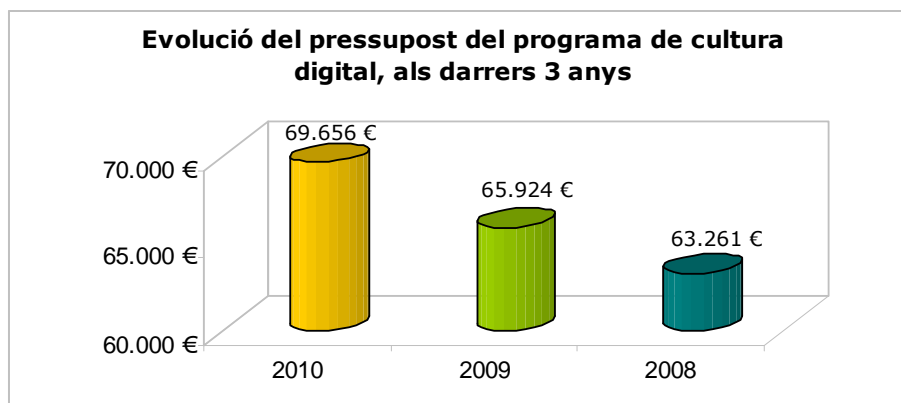
<sup>31</sup> Badalona, Castelldefels, Esplugues, Gavà, Granollers, L'Hospitalet, Igualada, Manresa, Mataró, Mollet del Vallès, El Prat de Llobregat, Rubí, Sabadell, Sant Boi de Llobregat, Sant Cugat del Vallès, Sant Feliu, Santa Coloma, Terrassa, Vic, Viladecans, Vilafranca i Vilanova i la Geltrú.

Respecte a la tipologia d'usos culturals d'Internet que es realitzen al Prat de Llobregat, al 2007, l'estudi del Demoscerc<sup>32</sup> indica que: "Cercar informació sobre activitats culturals" obté un 68,5% de les respostes, "Baixar música" un 61%, "Baixar pel·lícules" un 44%, "Comprar entrades a espectacles" un 38%, "Llegir revistes o diaris" un 36%, "Consultar catàlegs de biblioteques" un 22%, "Visitar exposicions virtuals a museus" un 18% i "Comprar llibres" un 9%.

Els ciutadans i ciutadanes del Prat de Llobregat, l'any 2007, segons el Demoscerc, utilitzen els següents espais de connexió: en un 92% als seus propis domicilis (4 punts percentuals més que la mitjana de municipis de l'estudi), un 18% ho fan des del seu lloc de treball (6 punts percentuals menys que la mitja de municipis), un 4% al seu lloc d'estudi (0,7 punts percentuals més que la mitjana de municipis), un 4% en un cibercafé (2,5 punts percentuals menys que la mitjana de municipis), i un 3% a altres llocs (0,8 punts percentuals menys que la mitjana de municipis).

En relació a la **cultura digital**, l'Ajuntament del Prat de Llobregat, mitjançant el Departament de Cultura, és l'agent més important, tant per les accions i serveis que desenvolupa directament com pel suport (tot i que tímid) que dona a d'altres iniciatives. Aquest programa, es desenvolupa en base a sis eixos: la formació, les activitats de dinamització, el suport a iniciatives, la comunicació, la documentació i els serveis ciutadans.

El **pressupost** que el Departament de Cultura, destinà, l'any 2010, al programa de Cultura Digital és de 69.829,55€. Aquest pressupost es distribueix en un 86% en personal (60.271,32) i un 14% en activitat directa (9.558,23€). En relació a la seva distribució segons l'equipament on es realitza, un 50% de la despesa es realitza al Centre Cívic Jardins de la Pau, un 48% al Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa i el 2% restant a La Capsa.



Gràfic 9. Font Ajuntament del Prat. Gràfic d'elaboració pròpia

<sup>32</sup> Variable multiresposta

Als darrers tres anys<sup>33</sup> el pressupost del programa de Cultura Digital desenvolupat pel Departament de Cultura, s'ha anat incrementant lleugerament, en totes les partides (tant en personal<sup>34</sup> com en activitat), malgrat que el pressupost de la xarxa, al darrer any ha disminuït totalment.

Taula 4. **Evolució del pressupost del projecte de Cultura Digital segons equipament, als darrers tres anys**

Equipaments	2010			2009			2008		
	Personal	Activitat	Total	Personal	Activitat	Total	Personal	Activitat	Total
Centre Cívic Jardins de la Pau	30.811 €	3.985 €	34.796 €	30.811 €	662 €	31.473 €	29.846 €	4.271 €	34.117 €
Centre Cívic Sant Jordi - Ribera Baixa	29.286 €	4.373 €	33.659 €	29.286 €		29.286 €	26.221 €	1.422 €	27.643 €
La Capsa	0 €	1.200 €	1.200 €	0 €	3.164 €	3.164 €	0 €	0 €	0 €
Xarxa Cultura Digital		0 €	0 €		2.000 €	2.000 €		1.500 €	1.500 €
<b>Total Programa Cultura Digital</b>	<b>60.097 €</b>	<b>9.558 €</b>	<b>69.656 €</b>	<b>60.098 €</b>	<b>5.826 €</b>	<b>65.924 €</b>	<b>56.067 €</b>	<b>7.194 €</b>	<b>63.261 €</b>

Font: Ajuntament del Prat de Llobregat. Taula d'elaboració pròpia

A continuació es realitza un breu anàlisi del programa de Cultura Digital desenvolupat els darrers quatre anys.

Durant l'any **2007**, es realitzen 60 accions formatives, amb una participació de 509 persones i 18 activitats de dinamització cultural, pensades per als diferents públics, amb un impacte aproximat de 281 participants directes. També es desenvolupen diverses accions<sup>35</sup> en xarxa entre els tres espais<sup>36</sup> digitals del programa, accions de ciutat. D'altra banda, els espais TIC dels centres cívics i de La Capsa tenen 5.845 usos d'autoservei.

Durant l'any **2008**, a nivell formatiu, es realitzen 68 accions formatives, amb una participació de 552 persones. Es realitzen 13 activitats de dinamització cultural, pensades per als diferents públics, i amb un impacte aproximat de 272 participants directes. Es continuen desenvolupant accions en xarxa<sup>37</sup>. Als centres cívics i La Capsa, durant aquest any, l'espai d'autoservei va tenir 3.703 usos. S'observa una davallada del 37% dels usos d'autoservei als espais TIC dels equipaments culturals,

<sup>33</sup> L'any 2011, el pressupost desenvoluparà un increment notable i sostingut en el temps, amb la incorporació d'un nou projecte de cultura digital a un recent inaugurat equipament, el Cèntric Espai Cultural

<sup>34</sup> A la partida de personal, només es registra el de les persones amb una dedicació del 100% al programa de cultura digital.

<sup>35</sup> Història inacabada i WikiTravel

<sup>36</sup> Centre Cívic Jardins de la Pau, Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa i La Capsa

<sup>37</sup> El Conte inacabat i el Prat Foto

respecte l'any anterior, que s'interpreta que està relacionada amb la implantació dels recursos informàtics a les llars. En relació a la comunicació, La Capsa obre perfils a diverses xarxes socials (facebook, twitter, flickr, youtube) i els centres cívics obren perfils propis a flickr amb l'objectiu d'esdevenir un espai més de dinamització, documentació i relació amb els públics.

Durant l'any **2009**, es realitzen 32 accions formatives, amb una participació de 341 persones, i 11 activitats de dinamització cultural, pensades per als diferents públics, amb un impacte aproximat de 182 participants directes. Entre les que destaca com a novetat la Install party, organitzada per la Xarxa TIC. En relació a l'espai d'accés a PCs, xarxa i programari, als centres cívics, l'espai d'autoservei va tenir 3.529 usos. A finals d'aquest any, s'instal·len quioscos d'accés a la xarxa als centres cívics i que hi donen accés wifi via certificació digital. En relació a la comunicació, s'actualitza el disseny de la web de La Capsa, amb la incorporació d'un espai de mediateca. D'altra banda, amb l'objectiu de dinamitzar la comunicació i participació de les activitats culturals a la ciutat, s'obren perfils a les xarxes socials de El Prat Cultura (facebook, twitter, flickr, youtube) i es dissenya i implementa una estratègia digital intensiva per a la dinamització virtual de la Festa Major, amb una valoració molt positiva tant per part de la ciutadania com de l'equip tècnic. El mateix any, amb l'objectiu de documentar diversos processos de creació col·lectiva es creen blocs com el *Gallum Gallum* (organitzat per La Capsa), la Install party (organitzat per la Xarxa TIC).

Durant l'any **2010**, es realitzen 53 accions formatives, amb una participació de 461 persones; i 9 activitats de dinamització cultural, pensades per als diferents públics, amb un impacte aproximat de 194 participants directes. Als centres cívics l'espai d'autoservei té 3.034 usos. Davant la constatació d'un 48% de davallada dels usos d'accés a la xarxa i al programari dels espais TIC i a l'increment dels PCs i portàtils a les llars de la ciutat (als darrers 4 anys), es redissenya aquest servei als centres cívics, i es projecten diferents modalitats d'autoservei: l'aula TIC, PCs a diferents espais dels equipaments, el Quiosc, el servei wifi i el préstec de portàtils. Aquest any, l'accés wifi als equipaments s'obre (és a dir, deixa de ser necessària la certificació digital). En relació a la comunicació, es posen en marxa 3 noves webs<sup>38</sup> (Cèntric Espai Cultural, Patrimoni Cultural i Biblioteca Antonio Martín) i s'actualitzen les webs dels centres cívics<sup>39</sup>. D'altra banda, a finals d'any s'obre un espai

---

<sup>38</sup> [www.centric.elprat.cat](http://www.centric.elprat.cat), [www.patrimonicultural.elprat.cat](http://www.patrimonicultural.elprat.cat) i [www.biblioteca.elprat.cat](http://www.biblioteca.elprat.cat)

<sup>39</sup> [www.ccjardinspau.org](http://www.ccjardinspau.org) i [www.ccriberabaixa.cat](http://www.ccriberabaixa.cat)

d'informació especialitzat<sup>40</sup> des del Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa i diversos espais de documentació<sup>41</sup> vinculats a accions específiques. Tal i com es va fer amb la Festa Major, l'any anterior, es posa en marxa una estratègia digital per a la dinamització virtual del Carnaval. Amb la inauguració del Cèntric Espai Cultural (a mitjans de desembre), s'incorpora un nou espai TIC i programa de cultura digital, fet que propicia una redefinició del mapa formatiu en Cultura Digital a la ciutat.

Taula 5. **Evolució del nombre d'accions i usuaris de Cultura Digital, 2007-2010**

	Formació		Activitats de Dinamització		Autoservei i Assessorament
	Accions	Usuaris	Accions	Usuaris	Usos
<b>2007</b>	60	509	18	281	5.845
<b>2008</b>	68	552	13	272	3.703
<b>2009</b>	32	341	11	182	3.529
<b>2010</b>	53	461	9	194	3.034
<b>TOTAL</b>	<b>183</b>	<b>1.863</b>	<b>51</b>	<b>929</b>	<b>16.111</b>

Font: Base de dades programació Ajuntament El Prat. Taula d'elaboració pròpia

Com s'ha indicat a l'inici d'aquest apartat, una part important del programa de Cibercultura es desenvolupa sobre la base d'una **xarxa d'espais**. A continuació es descriuen breument els mateixos, tant a nivell infraestructural com en relació a les línies d'especialització:

El projecte digital del **Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa**<sup>42</sup>, està en funcionament des de l'any 2003, en què es va posar en marxa l'equipament, essent una de les seves línies d'especialització. L'equipament està gestionat de forma mixta, amb un direcció municipal i una empresa de gestió que desenvolupa el projecte de dinamització<sup>43</sup>. El seu projecte de Cultura Digital ha evolucionat des dels seus inicis, en aquest moment treballa en una doble vessant, les comunitats digitals i els interactius. El seu públic és bàsicament jove i adult, aproximadament entre els 15 i els 50 anys. El seu projecte de Cultura Digital comprèn des de la formació i l'assessorament, a la dinamització i la documentació, tot i que el seu gruix actual, és la formació. En relació a les infraestructures, disposa d'un espai propi equipat amb 12 PCs en xarxa. L'equipament disposa de servei wifi obert a la ciutadania, limitat a diferents espais del centre. És una de les seves del servei de préstec de portàtils municipals a l'equipament, amb 5 equips. S'està tramitant que

<sup>40</sup> Espai gastronòmic del Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa <http://lacuinadelribera.elprat.cat/>

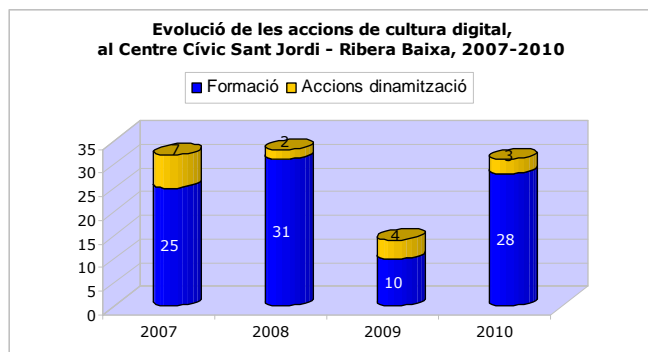
<sup>41</sup> Projecte Xarxa Centres Culturals: Això no és una flashmob <http://aixonoesunafashmob.blogspot.com/> i Projecte Veus de La Capsa <http://veus.lacapsa.org/>

<sup>42</sup> Veure annex 1. Sales de tecnologies als equipaments culturals

<sup>43</sup> La concessió, actualment, crespón a l'empresa Tasca, sl



esdevingui el centre col·laborador de la ciutat en certificacions aCTIC<sup>44</sup>. En relació als RRHH, disposa d'una tècnica especialitzada en dinamització digital, a jornada complerta.

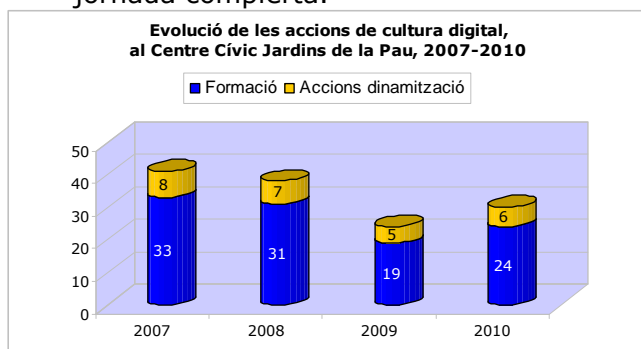


Gràfic 10. Font base de dades programació Ajuntament del Prat. Gràfic d'elaboració pròpia

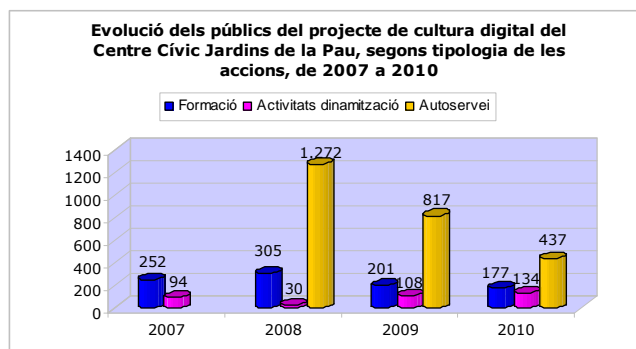


Gràfic 11. Font base de dades programació Ajuntament del Prat. Gràfic d'elaboració pròpia

El **Centre Cívic Jardins de la Pau**<sup>45</sup>, inaugurat l'any 1994, compta des de l'any 2003 amb un projecte de cultura digital, que també esdevé una línia d'especialització de l'equipament. Aquest projecte es desenvolupa en una doble vessant, la fotografia i el foment a la lectura<sup>46</sup>. L'equipament està gestionat de forma mixta, amb un direcció municipal i una empresa de gestió que desenvolupa el projecte de dinamització<sup>47</sup>. El seu públic és bàsicament adult, aproximadament entre els 30 i els 50 anys. El seu projecte de Cultura Digital comprèn des de la formació i l'assessorament, a la dinamització i la documentació, tot i que el seu gruix, actual, és la formació. En relació a les infraestructures, disposa d'un espai propi equipat amb 8 PCs en xarxa. L'equipament disposa de servei wifi obert a la ciutadania, limitat a diferents espais de l'equipament. És una de les seues del servei de préstec de portàtils municipals a l'equipament, amb 5 equips. En relació als RRHH del projecte, disposa d'un tècnic especialitzat en la dinamització digital, a jornada complerta.



Gràfic 12. Font base de dades programació Ajuntament del Prat. Gràfic d'elaboració pròpia



Gràfic 13. Font base de dades programació Ajuntament del Prat. Gràfic d'elaboració pròpia

<sup>44</sup> L'ActIC és el certificat, que atorga la Generalitat de Catalunya, acreditatiu de la competència digital, entesa com la combinació de coneixements, habilitats i actituds en l'àmbit de les tecnologies de la informació i la comunicació. Veure [www20.gencat.cat/portal/site/actic](http://www20.gencat.cat/portal/site/actic)

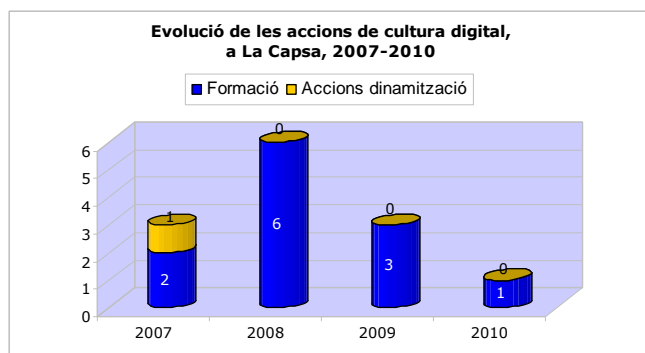
<sup>45</sup> Veure annex 1. Sales de tecnologies als equipaments culturals

<sup>46</sup> Línies d'especialització, al mateix temps, de l'equipament i del projecte de cultura digital

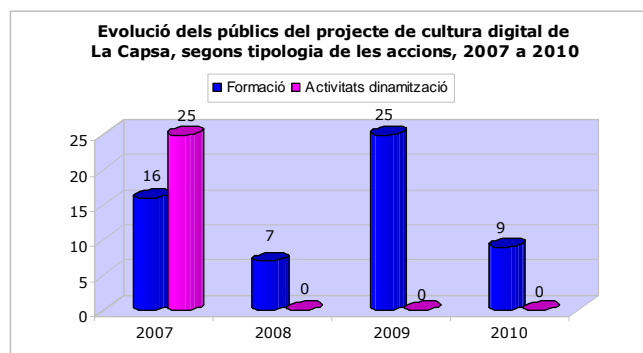
<sup>47</sup> La concessió, actualment, correspon a l'empresa Transit Projectes

El **Cèntric Espai Cultural**<sup>48</sup>, inaugurat el 19 de desembre de 2010, és un equipament de 5.000 m<sup>2</sup>, seu de la Biblioteca Central Urbana i l'Arxiu Municipal, a banda d'altres espais com un auditori, sales d'estudi i una sala d'exposicions. És un equipament de gestió directa amb un seguit de contractes de gestió externalitzats a diferents empreses especialitzades. Una de les seves línies d'especialització és l'accés a la informació, el projecte de Cultura Digital també treballa en aquest sentit. En aquest moment, el seu projecte de Cibercultura únicament desenvolupa la branca de la formació, essent l'espai de l'alfabetització digital i un servei d'assessorament digital. El públic és bàsicament adult, sobre els 40 i els 60 anys, amb pocs coneixements digitals. En relació a les infraestructures, disposa d'un espai propi equipat amb 15 PCs en xarxa i connexió wifi oberta a la ciutadania, a tot l'equipament. D'altra banda, la Biblioteca disposa de 20 PCs distribuïts a les diferents plantes. També és seu del servei de préstec de portàtils municipals a l'equipament, amb 15 equips. En relació als RRHH, disposa d'una tècnica especialitzada en dinamització digital, contractada per l'empresa Entorn, a jornada completa.

El projecte de cultura digital ha estat present a **La Capsa**, des de la seva inauguració l'any 1995, amb una evolució irregular fins al moment actual. En un inici disposava de diversos espais tecnològics on es desenvolupaven accions formatives i de dinamització (com el Virtualia), actualment<sup>49</sup> l'equipament està tancat a causa de les obres que es realitzen a l'exterior i que impedeix el seu normal funcionament. Tot i així el projecte La Capsa es desenvolupa al territori, en aquest sentit el programa de Cultura Digital desenvolupa bàsicament accions de documentació i comunicació, amb esporàdiques accions formatives. El perfil d'edat del seu públic és bàsicament jove i adult, entre els 25 i els 40 anys. I no disposa de personal propi adscrit al projecte de cultura digital.



Gràfic 14. Font base de dades programació Ajuntament del Prat. Gràfic d'elaboració pròpia



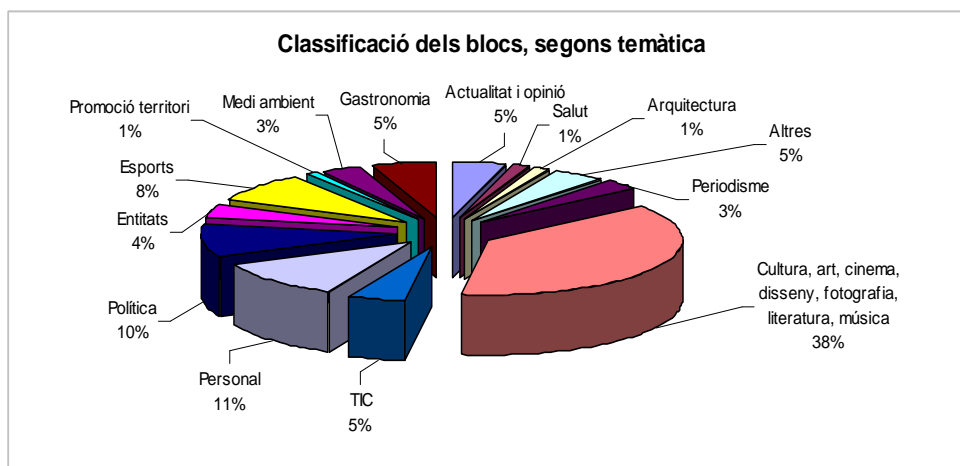
Gràfic 15. Font base de dades programació Ajuntament del Prat. Gràfic d'elaboració pròpia

<sup>48</sup> Veure annex 1. Sales de tecnologies als equipaments culturals

<sup>49</sup> La Capsa, com a equipament tanca al març de 2006, a causa de les obres de la L9 del Metro

Al Prat de Llobregat, no existeixen **iniciatives de col·lectius formals o entitats** que treballin en l'àmbit de la cultura digital, tot i que al darrer any, han aparegut diversos emprenedors que desenvolupen projectes digitals a tenir en consideració: Pratencs.cat (un agregador de blocs de pratencs) iniciativa d'un jove emprenedor de la ciutat que també ha posat en marxa la WikiPrat<sup>50</sup>; GüifiPrat (un grup de ciutadans que volen estendre la xarxa wifi per la ciutat); un col·lectiu de dues persones amb interès per desenvolupar xarxes socials locals; o el col·lectiu #tenimunpla, un grup amb un nucli d'aproximadament 20 persones que comparteixen coneixements sobre eines socials, especialment twitter.

En relació a la **blogosfera pratenca**, entesa com a conjunt de persones, col·lectius i entitats o institucions de la ciutat actius en aquest àmbit, al Prat de Llobregat existeixen aproximadament 166 blocs<sup>51</sup>, entre els que temàticament, segons la distribució percentual destaquen: un 38% de blocs versen sobre cultura, disseny, música, art, literatura, fotografia i cinema; un 11% són de tipus personal, un 10% són sobre política, un 8% sobre esports i un 5% sobre gastronomia.



Gràfic 16. Font www.pratencs.cat. Gràfic d'elaboració pròpia

## 2.5. Síntesi: DAFO de la Cultura Digital al Prat de Llobregat

A continuació, es realitza un anàlisi DAFO de l'actualitat del programa de Cultura Digital a la ciutat del Prat, on es determinen les debilitats i fortaleces del programa, així com les amenaces i oportunitats del mateix, amb l'objectiu de realitzar una diagnosi del programa que permeti establir la seva projecció a través de l'eina d'anàlisi CAME, definint estratègies de reorientació, de supervivència, defensives i ofensives.

<sup>50</sup> Presentada el 14 de setembre de 2011

<sup>51</sup> Dades dels blocs vinculats a la blogosfera pratenca, facilitades mitjançant www.pratencs.cat a 17 d'octubre de 2011

Taula 6. **DAFO del projecte de Cultura Digital al municipi del Prat de Llobregat**

	<b>FORTALESES</b>	<b>DEBILITATS</b>
<b>INTERN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Experiència consolidada (aproximadament 10 anys) del projecte de Cibercultura municipal</li> <li>· Existència d'espais municipals per al desenvolupament d'accions formatives i de difusió d'activitats vinculades a la cultura digital</li> <li>· Equip de persones especialitzades i dedicades exclusivament al desenvolupament de projectes de Cultura Digital als equipaments</li> <li>· Accions vinculades a la cultura popular (Festa Major principalment), en relació a la cultura digital, amb un fort impacte i seguiment a la ciutat</li> <li>· Lleu incorporació d'accions de Cultura Digital a la resta de programes del Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat</li> <li>· Petita presència de projectes vinculats a la cultura digital, específicament a la formació, en entitats del tercer sector a la ciutat</li> <li>· Aflorament, als darrers anys, d'iniciatives i emprenedors digitals al municipi, en l'àmbit de la cultura digital</li> <li>· Bon posicionament del projecte municipal de Cibercultura vers el projecte digital de l'Ajuntament del Prat de Llobregat</li> <li>· Relacions fluïdes amb el Departament de Serveis Informàtics i</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Manca d'un projecte digital transversal, organitzat i estructurat a la ciutat</li> <li>· Manca de visibilitat i impacte del projecte municipal de Cultura Digital a la ciutat</li> <li>· Moment de redefinició del projecte municipal de cultura digital, amb certa crisi tant organitzativa com en relació a la seva missió i visió, i al paper de cada equipament o espai. Situació que provoca la manca d'una proposta clara a la ciutadania</li> <li>· Als darrers dos anys, la intervenció municipal s'ha centrat en la formació i la comunicació, deixant poc ateses les accions de dinamització i co-creació</li> <li>· La situació actual del projecte deriva en l'existència de pràctiques de captació de públics, però la impossible fidelització dels mateixos</li> <li>· Deficiències en l'actualització i renovació dels equips informàtics dels espais municipals</li> <li>· Manca de suport municipal per al desenvolupament del projecte de cultura digital</li> <li>· Coordinació dèbil entre espais i projectes, tant municipals, com privats i associatius</li> <li>· Programa amb pocs recursos econòmics</li> </ul>

	Tecnologies de la Informació i la Comunicació de l'Ajuntament del Prat de Llobregat	
<b>EXTERN</b>	<b>OPORTUNITATS</b>	<b>AMENACES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>· El Departament de Cultura té la voluntat de treballar amb programes sectorials de manera més estructurada i transversal (àmbit digital, arts visuals i arts escèniques)</li> <li>· La xarxa d'equipaments culturals municipals de proximitat de la ciutat i certs serveis estan molt consolidats (en quant a visibilitat i usos)</li> <li>· El nou consistori i la renovació del PAM, així com la situació de crisi econòmica poden ser factors per impulsar els projectes digitals, i per tant el programa de cultura digital</li> <li>· L'esfera digital i en aquest sentit la seva aplicació a la cultura és un àmbit relativament recent i en continu desenvolupament</li> <li>· La cultura i específicament la digital és un sector econòmic emergent en l'àmbit de les indústries creatives</li> <li>· L'existència d'un equipament com el Citilab Cornellà, en una ciutat limítrofa amb el Prat de Llobregat pot generar sinèrgies positives per al programa de Cultura Digital del Prat</li> <li>· Al Prat de Llobregat es desenvolupen diversitat d'activitats econòmiques, amb un teixit fort d'empreses i serveis. La ciutat està especialitzada en l'àmbit dels serveis i acull grans infraestructures a nivell autonòmic (aeroport, dessaladora, futura estació de l'AVE, etc)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· La crisi econòmica i les previsibles retallades pressupostàries del pressupost del Departament de Cultura en els propers anys</li> <li>· El nou consistori ha d'acabar de posicionar-se en relació al programa de cultura digital</li> <li>· L'existència d'un equipament com el Citilab a una ciutat propera al Prat de Llobregat, Cornellà de Llobregat, i que desenvolupa un programa important de cultura digital, comptant amb importants ajuts tant de la Generalitat com de l'Estat</li> <li>· A Espanya no existeix un posicionament clar, des de l'esfera pública, respecte al desenvolupament digital. Manca general de planificació, estructuració i rendibilitat dels recursos i energies per constituir un sistema que doni suport estable a la creació, producció, difusió, en l'àmbit de la cultura digital. Existeixen importants deficiències tant legals (lleis de propietat intel·lectual, llei de protecció de dades...) com infraestructurals</li> <li>· Nul treball en xarxa a nivell supralocal, paper de Diputació de Barcelona i Generalitat de Catalunya</li> <li>· La constant innovació en l'àmbit digital, requereix d'una constant renovació i redefinició</li> <li>· La població de més de 14 anys del Prat de Llobregat té baixos nivells d'instrucció</li> </ul>

- El futur de la ciutat es dibuixa en clau de creixement a través del projecte del Prat Nord i el Prat Sud
- La població escolar desenvolupa assignatures que utilitzen suports digitals tant a nivell d'infraestructures (PCs, portàtils) com de recursos a Internet
- La societat està familiaritzada amb l'ús de suports digitals, més enllà dels Pcs i portàtils, sobre tot a partir dels dispositius mòbils (telefonía, fotografia, música, videojocs...). Específicament l'ús social dels smartphones pot afavorir la socialització de projectes de cultura digital

*Elaboració pròpia*

- El parc empresarial de la ciutat no compta amb empreses amb projectes vinculats a la innovació digital

## **2.6. Diagnosi del programa de Cultura Digital al Prat de Llobregat, síntesi de situació**

L'Ajuntament del Prat de Llobregat ha realitzat una aposta clara en relació al desenvolupament d'un programa de cultura digital. Tot i que els recursos destinats són limitats i s'inverteixen principalment en els recursos humans necessaris per mantenir els projectes de Cibercultura als equipaments de proximitat, dedicats principalment a la formació.

La ciutat disposa de tres espais culturals especialitzats en l'àmbit de la Cultura Digital integrats en equipaments culturals, amb trajectòria, equipament tècnic (tant a nivell d'aules amb PCs fixes, com amb servei de préstec de portàtils o servei de connexió wifi) i línies de treball amb certes diferències<sup>52</sup>. Tanmateix, tot i que en l'àmbit digital, els espais físics són necessaris per desenvolupar determinades accions presencials, degut a la socialització creixent en l'àmbit domèstic d'eines digitals, el desenvolupament d'accions de dinamització cultural i de cocreació no requereix d'una presència únicament física, sinó que es poden desenvolupar amb presència i participació únicament virtual, facilitant que des de qualsevol programa cultural es puguin realitzar activitats i accions, sense la necessitat d'un suport físic.

En aquest sentit, cal considerar la xarxa com un nou espai públic, on implementar projectes que, a més a més, poden tenir una participació no únicament local, donat que en l'àmbit virtual les fronteres es difuminen. Tot i que el programa de Cultura Digital realitza accions en aquest sentit, amb una resposta desigual, encara existeix un gran ventall de possibilitats a desenvolupar.

La formació en l'àmbit de la cultura digital, es desenvolupa des de fa aproximadament 10 anys, amb una clara evolució al darrer any. En un primer període, la formació desenvolupada des de La Capsa i els centres cívics estava vinculada a l'àmbit de l'ofimàtica, amb determinades propostes vinculades a la imatge i la música. Actualment es desenvolupa una proposta especialitzada, en la que un dels espais, el Cèntric Espai Cultural, s'especialitza en l'accés a la informació i els paquets ofimàtics per facilitar l'accés a un itinerari que té per objecte que la ciutadania pugui desenvolupar les seves capacitats creatives en l'àmbit digital, i és per aquest motiu que els altres tres espais formatius (La Capsa i els centres cívics) treballen línies com la imatge, la música, els interactius, les xarxes i les eines de treball col·laboratiu. D'altra banda, a la ciutat existeixen centres tant privats com del tercer sector especialitzats clarament en l'àmbit de la ofimàtica, amb una

---

<sup>52</sup> Tant en relació a les infraestructures com a les línies d'especialització, veure punt 2.4. "La dimensió de la Cultura Digital al Prat"

component no específicament cultural. És important la voluntat de no competència de la proposta municipal amb el sector privat de la ciutat. L'actual aposta del Departament de Cultura està tenint una resposta desigual per part del públic, però es valora positivament, tot i que és necessària una mirada més a llarg termini.

Les accions de dinamització en l'àmbit de la cultura digital, ha estat un espai d'actuació pràcticament exclusiu de l'Ajuntament, únicament als darrers anys, ha aparegut un emprenedor amb propostes en aquest sentit<sup>53</sup>. En un primer moment van estar vinculades als equipaments de proximitat, amb una doble vessant les pròpies dels equipaments (sobre tot dels centres cívics) i la vessant de xarxa o ciutat. Als darrers anys, amb la redefinició del projecte, l'espai de coordinació o xarxa s'ha vist molt minvat en aquest àmbit, essent molt mínima la proposta d'aquest tipus d'activitat. En canvi, sí s'ha treballat més intensament en accions d'aquest tipus vinculats a programes de cultura popular i tradicional com són el carnaval i principalment la Festa Major, amb uns índex de participació força alts i una valoració positiva tant pel propi Ajuntament com per la ciutadania.

L'àmbit de la comunicació digital i la documentació de processos és un dels aspectes que ha evolucionat més als darrers anys, des dels diferents programes del Departament de Cultura s'ha fet un esforç important en aquest sentit, que tot i que es valora de forma positiva, cal reforçar-ho.

Un altre aspecte important al programa municipal de Cibercultura ha estat l'accessibilitat tant a equips com a la xarxa. En aquest àmbit s'ha vist una clara evolució dels usos socials d'Internet a la ciutat. Als primers anys, el nivell d'ús de l'autoservei als espais físics habilitats als equipaments de proximitat eren alts, però actualment han minvat de forma molt notable, essent necessària una actualització d'aquest servei, és per aquest motiu que es va optar pel servei d'accés wifi o el recent servei de préstec de portàtils, que està tenint una acceptació desigual.

La darrera de les línies d'especialització és el suport a la creació o a les iniciatives digitals, aquest aspecte, no ha estat dotat de recursos i tampoc s'ha realitzat un impuls real. El seu impacte ha estat molt residual, als darrers dos anys, han començat a aparèixer iniciatives d'emprenedors a la ciutat que s'han acostat al programa de Cultura Digital a la cerca de suport per desenvolupar accions de dinamització, fent evident la manca de recursos i eines del programa. Ni el sector privat ni el tercer sector, basats en la formació, presenten accions en aquest àmbit.

---

<sup>53</sup> Pratencs.cat i WikiPrat



## 2.7. Reptes de futur: projecció CAME

A través del CAME, eina de projecció estratègica, i partint de l'anàlisi desenvolupat amb el DAFO anterior, es defineixen el tipus d'estratègies que caldria desenvolupar al programa de Cultura Digital per a la ciutat del Prat de Llobregat. Aquesta projecció és la guia que orienta el desenvolupament posterior del treball.

*En negre es mostren les dades del DAFO i en blau les estratègies que es recomanen desenvolupar per a cadascuna d'elles.*

Taula 7. **Projecció CAME pel programa de Cultura Digital del Prat de Llobregat**

Corregir (debilitats) – Estratègies de reorientació	Afrontar (amenaces) – Estratègies de supervivència
<p>· <i>Manca d'un projecte digital transversal, organitzat i estructurat a la ciutat</i>  <b>Pressionar per al disseny d'un projecte digital de ciutat on la vessant cultural estigui present</b></p> <p>Manca de visibilitat i impacte del projecte municipal de Cultura Digital a la ciutat  <b>Elaborar un pla de comunicació i màrqueting que atengui les diferents vessants del projecte i els diferents públics</b></p> <p>· <i>Moment de redefinició del projecte municipal de cultura digital, amb certa crisi tant organitzativa com en relació a la seva missió i visió, i al paper de cada equipament o espai. Situació que provoca la manca d'una proposta clara a la ciutadania</i>  <b>Elaboració d'un pla estratègic al programa de Cultura Digital que defineixi de forma clara l'estructura organitzativa, la missió, la visió, els objectius i el paper de cada espai en el seu desenvolupament, així com els recursos necessaris per al seu desenvolupament</b></p> <p>· <i>Als darrers dos anys, la intervenció municipal, en l'àmbit de la cultura digital, s'ha centrat en la formació i la comunicació, deixant poc ateses les accions de dinamització i cocreació</i></p>	<p>· <i>La crisi econòmica i les previsibles retallades del pressupost del Departament de Cultura en els propers anys</i>  <b>Posar en marxa una pla de finançament que cerqui la diversificació de les fonts d'ingressos</b></p> <p>· <i>El nou consistori ha d'acabar de posicionar-se en relació al programa de cultura digital</i>  <b>Facilitar la informació necessària sobre el programa al consistori perquè esdevingui un punt rellevant en l'agenda política</b></p> <p>· <i>L'existència d'un equipament com el CitiLab a una ciutat propera al Prat de Llobregat, Cornellà de Llobregat, que desenvolupa un programa important de cultura digital, comptant amb importants ajuts tant de la Generalitat com de l'Estat</i>  <b>Establir relacions amb el CitiLab per desenvolupar un treball en xarxa i de suport mutu</b></p> <p>· <i>A Espanya no existeix un posicionament clar, des de l'esfera pública, respecte al desenvolupament digital. Manca general de planificació, estructuració i rendibilitat dels recursos i energies per constituir un sistema que doni suport estable a la</i></p>

Reprendre el treball en xarxa en relació a les accions de dinamització atenent al pla estratègic de cultura digital. Augmentant el nombre d'accions i fomentant la participació la creació col·laborativa

· *La situació actual del projecte deriva en l'existència de pràctiques de captació de públics, però la impossible fidelització dels mateixos*

Desenvolupar un mapa de públics que atengui a estratègies de captació i de fidelització de públics atenent a les diferents línies del pla estratègic

· *Deficiències en l'actualització i renovació dels equips informàtics dels espais municipals*

Establir un pla de manteniment i renovació dels equips informàtics, dotat amb els recursos econòmics necessaris, en coordinació amb el Departament de Serveis d'Informàtics i de Tecnologies de la Informació i la Comunicació

· *Manca de suport municipal per al desenvolupament del projecte de cultura digital*  
Aconseguir un bon posicionament en l'agenda política i cercar les sinèrgies necessàries amb els departament municipals necessaris (SITIC, Educació, Premsa i Comunicació...)

· *Coordinació dèbil entre espais i projectes, tant municipals, com privats i associatius*

Augmentar els espais i accions de coordinació, sobre tot dins el programa municipal de cultura digital, però també amb privats i tercer sector

· *Programa amb pocs recursos econòmics*

Dotar el programa de Cibercultura dels recursos econòmics necessaris, definint un pla de finançament, diversificant les fonts (públiques, privades, patrocini...)

· *El parc empresarial de la ciutat no compta amb companyies amb projectes vinculats a la innovació digital*

*creació, producció, difusió, en l'àmbit de la cultura digital. Existeixen importants deficiències tant legals (Llei de propietat intel·lectual, Llei de protecció de dades...) com infraestructurals*

· *Nul treball en xarxa a nivell supralocal, paper de Diputació de Barcelona i Generalitat de Catalunya*

Cercar complicitats amb les administracions supralocals, Generalitat i Diputació, i d'altres administracions locals, per possibilitar el treball en xarxa

· *La constant innovació en l'àmbit digital, requereix d'una constant renovació i redefinició*

Establir un observatori en l'àmbit digital per incorporar les innovacions al programa de Cultura Digital en les seves diferents vessants

· *Població de més de 14 anys del Prat de Llobregat té baixos nivells d'instrucció*  
Dissenyar accions formatives i de dinamització que atenguin a les necessitats dels públics atenent a aquesta variable

· *El parc empresarial de la ciutat no compta amb empreses amb projectes vinculats a la innovació digital*

Mantenir (fortaleses) - Estratègies defensives	Explotar (oportunitats) - Estratègies ofensives
<ul style="list-style-type: none"> <li>· <i>Experiència consolidada (aproximadament 10 anys) del projecte de Cibercultura municipal</i> Aprofitar l'experiència adquirida per definir el programa actual</li> <li>· <i>Existència d'espais municipals per al desenvolupament d'accions formatives i de difusió d'activitats vinculades a la cultura digital</i> Mantenir els espais i si es possible millorar o actualitzar les infraestructures i recursos</li> <li>· <i>Equip de persones especialitzades i dedicades exclusivament al desenvolupament de projectes de Cultura Digital als equipaments</i> Mantenir i si és possible incrementar els recursos humans del projecte, donant-ne suport per a la seva contínua formació</li> <li>· <i>Accions vinculades a la cultura popular (Festa Major principalment), en relació a la cultura digital, amb un fort impacte i seguiment a la ciutat</i> Mantenir el nivell d'activitat, introduint innovacions, que puguin ser aplicables a d'altres activitats i serveis. I aprofitar el nivell de seguiment de les mateixes per potenciar-ne d'altres amb menys impacte</li> <li>· <i>Lleu incorporació d'accions de Cultura Digital a la resta de programes del Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat</i> Fomentar l'increment d'accions de Cultura Digital en tots els programes del departament</li> <li>· <i>Petita presència de projectes vinculats a la cultura digital, específicament a la formació, en entitats del tercer sector a la ciutat</i> Conèixer les seves propostes i coordinar-ne accions així com facilitar sinergies de suport</li> <li>· <i>Aflorament, als darrers anys, d'iniciatives i emprenedors digitals al municipi, en l'àmbit de la cultura digital</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· <i>El Departament de Cultura té la voluntat de treballar amb programes sectorials de manera més estructurada i transversal (àmbit digital, arts visuals i arts escèniques)</i> Aprofitar aquest moment per dissenyar un pla estratègic consensuat amb els diferents agents</li> <li>· <i>La xarxa d'equipaments culturals municipals de proximitat de la ciutat i certs serveis estan molt consolidats (en quant a visibilitat i usos)</i> Treballar per la visibilitat dels projectes i espais digitals dins dels equipaments de proximitat</li> <li>· <i>El nou consistori i la renovació del PAM, així com la situació de crisi econòmica poden ser factors per impulsar els projectes digitals, i per tant el programa de cultura digital</i> Desenvolupar la informació necessària sobre el programa de Cultura Digital perquè pugui entendre's la seva importància</li> <li>· <i>L'esfera digital i en aquest sentit la seva aplicació a la cultura és un àmbit relativament recent i en continu desenvolupament</i> Generar un espai d'observatori sobre les innovacions en aquest àmbit per incorporar-ne al programa i mantenir la seva actualitat</li> <li>· <i>La cultura i específicament la digital és un sector econòmic emergent en l'àmbit de les indústries creatives</i></li> <li>· <i>L'existència d'un equipament com el CitiLab Cornellà, en una ciutat limítrofa amb el Prat de Llobregat pot generar sinèrgies positives per al programa de Cultura Digital del Prat</i> Establir accions de coordinació amb el CitiLab Cornellà per generar activitats i serveis conjunts que afavoreixin els dos programes</li> </ul>

Facilitar eines de suport a iniciatives i emprenedors en l'àmbit de la Cultura Digital i fomentar-ne l'aparició de noves propostes

· *Bon posicionament del programa municipal de Cibercultura vers el projecte digital de l'Ajuntament del Prat de Llobregat*

Mantenir el lideratge del programa de Cultura Digital vers el projecte digital de l'Ajuntament

· *Relacions fluïdes amb el Departament de Serveis Informàtics i Tecnologies de la Informació i la Comunicació de l'Ajuntament del Prat de Llobregat*

Mantenir les relacions amb el Departament de SITIC i establir plans conjunta d'actuació

· *Al Prat de Llobregat es desenvolupen diversitat d'activitats econòmiques, teixit fort d'empreses i serveis. La ciutat està especialitzada en l'àmbit de serveis i acull grans infraestructures a nivell autonòmic (aeroport, dessaladora, estació d'AVE construint-se, etc)*

Cercar relacions d'esponsorització o patrocini amb el teixit empresarial de la ciutat per facilitar la diversificació de fonts

· *El futur de la ciutat es dibuixa en clau de creixement a través del projecte del Prat Nord i el Prat Sud*

Dissenyar una projecció del programa de Cibercultura que atengui les previsibles demandes dels nous districtes amb una visió de ciutat

· *La població escolar desenvolupa assignatures que utilitzen suports digitals tant a nivell d'infraestructures (PCs, portàtils) com Internet*

Introduir accions pensades per al públic escolar en l'àmbit de la cultura digital, per facilitar el contacte amb les expressions culturals a través d'aquest mitjà

· *La societat està familiaritzada amb l'ús de suports digitals, més enllà dels Pcs i portàtils, sobre tot a partir dels dispositius mòbils (telefonía, fotografia, música, videojocs...). Específicament l'ús social dels smartphones pot afavorir la socialització de projectes de cultura digital*

Incorporar aquest coneixement social dels mitjans per generar un programa d'accions ampli i que atengui els diferents públics

*Elaboració pròpia*

## Part 3. **DEFINICIÓ ESTRATÈGICA DEL PROJECTE**

### **3.1. Missió, visió i valors**

El projecte de Cultura Digital de la ciutat del Prat de Llobregat liderat pel Departament de Cultura de l'Ajuntament té la següent missió, visió i valors:

#### ***Missió***

Garantir l'accés universal i normalitzat de la ciutadania del Prat a la cultura digital, facilitant que desenvolupi les seves capacitats creatives i relacionals dins el paradigma digital, amb l'objectiu de fomentar una ciutadania cultural activa, generant un clima favorable per al desenvolupament cultural de la ciutat, que contribueixi a donar a la ciutat una imatge d'innovació, modernitat i proximitat. Afavorint els valors de participació i cocreació, enfortint la identitat col·lectiva i donant suport a les iniciatives culturals dels diferents agents que intervenen a la ciutat: públics, privats, col·lectius o individuals.

#### ***Visió***

El projecte de Cibercultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat vol:

- Ser referent per a la ciutadania, gestionant projectes de Cibercultura, als diferents àmbits culturals, amb paràmetres de qualitat, eficiència i efectivitat, transparència, coherència i professionalitat.
- Projectar una imatge d'integració i connexió entre els diferents agents culturals (usuaris, creadors, entitats, etc.), facilitant recursos i posant les condicions per al desenvolupament de projectes i accions digitals.
- Aportar valors i continguts a les polítiques públiques municipals, incidint en la presa de decisions sobre planificació estratègica i en la construcció de la ciutat...
- Generar una imatge innovadora i moderna de la ciutat a través de la generació col·lectiva i en xarxa de projectes de cultura digital
- Facilitar processos d'empoderament ciutadà dels espais públics, amb especial incidència als virtuals.

#### ***Valors***

El projecte de cultura digital, que es desenvolupa al departament de cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat, integra un seguit de valors que són referents del propi desenvolupament dels projectes, en aquest sentit és defineix com:

*Un servei públic format per professionals de la gestió cultural que treballa en equip sota els principis de transparència informativa, confiança, lleialtat i confidencialitat amb una clara orientació als interessos generals i al ciutadà.*

Treballem en xarxa, com a organització oberta, que comparteix la informació, construint i aprenent de la nostra acció de forma col·laborativa i amb criteris de proximitat. Compartim una cultura creativa en la gestió, que aposta per la innovació, el risc i la qualitat dels nostres projectes, que desenvolupem en el marc d'una gestió econòmica responsable i sostenible.

Som un equip humà compromès, amb capacitat d'adaptació, respectuós amb les persones i les institucions, empreses i entitats. Generem confiança i treballem amb il·lusió i autocrítica.

Estem atents a noves formes d'expressió i nous llenguatges creatius, mantenint la tensió entre consum i creació, tradició i innovació, local i global... Incorporem les eines tecnològiques en la conceptualització, materialització i comunicació dels projectes.

Treballem amb complexitats i material sensible. Ens relacionem entre nosaltres, la institució, la ciutadania, els agents culturals, els proveïdors... amb confiança i respecte.

### **3.2. Objectius generals i específics**

El projecte de Cultura Digital del Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat té com a **objectius generals**:

1. Liderar el procés de digitalització de la ciutat, treballant en la difusió i formació a partir d'una planificació i estructuració dels recursos públics, possibilitant, així, una major rendibilitat dels recursos i energies i establint un sistema que doni suport estable a les iniciatives ciutadanes per a la creació de projectes en aquest àmbit.
2. Garantir i promoure l'accés de la ciutadania a les accions digitals, especialment orientades a la creació i al consum cultural.
3. Facilitar l'ús de les tecnologies com a instruments relacionals que reforcin la identitat local amb una mirada global, facilitant la creació de xarxes ciutadanes orientades a interessos comuns.
4. Fomentar la reflexió, el debat i el treball intel·lectual sobre la Cibercultura i el pensament contemporani

Partint dels objectius generals s'estableixen els següents **objectius específics**:

1. Dissenyar un pla estratègic de Cultura Digital al departament de cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat.
2. Bastir una xarxa d'espais digitals amb les infraestructures necessàries per a la realització de projectes digitals a la ciutat, posant a l'abast dels ciutadans i ciutadanes

els mitjans i la infraestructura per accedir a la informació, la creació i la producció d'accions de cultura digital.

3. Promoure la realització de projectes municipals digitals als diferents àmbits culturals: arts escèniques, música, arts visuals, cultura popular, patrimoni i lectura, treballant de forma coordinada, coherent i equilibrada a la ciutat, atenent als diferents públics.

4. Promoure una programació coordinada, de qualitat i innovadora en l'àmbit de la Cibercultura.

5. Facilitar l'aprenentatge de llenguatges tecnològics, a través d'un programa de formació, orientat a la creació artística.

6. Possibilitar la descoberta de l'univers de la tecnologia digital i les seves aplicacions als projectes culturals, educatius i socials.

7. Crear un instrument de "suport a iniciatives" en l'àmbit de la cultura digital, ja sigui a emprenedors locals o iniciatives innovadores que puguin revertir a la ciutat.

8. Fomentar espais de documentació sobre processos i accions de Cibercultura orientats a la reflexió i el treball intel·lectual en aquest àmbit.

9. Fomentar l'ús de les xarxes socials com a elements de dinamització cultural, facilitant la creació de comunitats d'interessos i entorns relacionals.

10. Generar sinèrgies amb projectes de Cultura Digital d'agents privats i d'emprenedors digitals de la ciutat.

11. Fomentar la implementació, dins l'Ajuntament, de serveis digitals a la ciutat del Prat de Llobregat, no només en l'àmbit cultural.

12. Fomentar el treball en xarxa amb d'altres municipis, així com, amb d'altres projectes i equipaments que desenvolupen projectes en l'àmbit de la cultura digital.

13. Consolidar els públics reals i crear-ne de nous.

### **3.3. Definició de les estratègies d'actuació**

La Cibercultura o Cultura Digital és un àmbit relativament nou, no només al municipi del Prat de Llobregat, sinó al context nacional, però a més a més és un àmbit en constant innovació i actualització, on res és estable i l'evolució és constant i exponencial. En aquest sentit, cal tenir una mirada oberta i permeable, fent-se imprescindible el disseny i construcció d'un pla estratègic, on es defineixi el model de ciutat i de ciutadania en l'àmbit cultural que es vol. Aquest pla, ha de partir de l'anàlisi de l'acció realitzada per reorientar-la i fer-la créixer. Aquest procés requereix d'una mirada col·lectiva i comuna entre tots els tècnics del Departament de Cultura, hagin o no treballat en aquest àmbit, donat que en un



futur ja no sembla que ningú hi pugui estar al marge. L'objectiu d'aquest pla ha de ser doble, d'una banda ordenar, estructurar i dissenyar una estratègia d'acció del Departament de Cultura, i d'una altra banda, incidir en l'equip de govern per entomar aquest pla amb més intensitat en la seva implementació, i en la construcció d'una estratègia global de la institució en l'àmbit digital.

En una societat global agreujada pel context actual de crisi econòmica, es fa cada cop més necessària la creació de xarxes, com a entorns de diàleg i de col·laboració, així com l'establiment d'espais on compartir coneixements i bones pràctiques. Cal treballar, amb intensitat, en aquest sentit, per establir diversos entorns; a nivell intermunicipal, cercant municipis amb situacions similars amb qui establir sinèrgies comunes, però també dins la ciutat del Prat de Llobregat, amb altres agents públics que treballen en aquest àmbit (Generalitat de Catalunya), el tercer sector (Fundació Catalana de l'Esplai, GISC i el CPS Francesc Palau,...), emprenedors digitals de la ciutat i agents privats. Cal remarcar que a la ciutat del Prat de Llobregat, existeix un escàs nombre d'actors en l'àmbit digital, molt menys en termes de Cibercultura, on l'Ajuntament és l'actor principal, tant en relació a la formació com a la difusió d'activitats culturals amb vessant digital.

El Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat treballa amb una lògica de proximitat i de dinamització del territori, a través d'una xarxa d'equipaments i espais, cal continuar en una lògica descentralitzada al territori amb una visió de foment de l'accessibilitat. Tot i que cal tenir en compte el creixement urbà i poblacional de la ciutat, durant els propers anys, no es planteja la construcció d'un espai tecnològic, sinó en la integració d'aquests espais i el desenvolupament dels programes a través dels equipaments culturals (existents o de nova construcció) i de tots els àmbits culturals. D'altra banda, cal considerar el fet que Internet facilita el trencament de les fronteres territorials, ampliant-les. Les fronteres vinculades a un accés directe dels ciutadans vinculats a un territori es difuminen i cobren més importància els interessos compartits dels col·lectius, tot i així cal treballar des del territori i amb una orientació primera a la seva població. És necessari l'equilibri local - global.

Aquest projecte, ha d'incentivar la reflexió comuna i la participació, el fet i l'acció digital, amb una clara vocació per facilitar la immersió als llenguatges artístics i les experiències, també *físiques*, de consum i creació cultural, amb una estratègia de dinamització, accessibilitat i connexió amb la ciutadania.

El Departament de Cultura ha de tenir un posicionament i presència a les xarxes socials, com a element estratègic d'acostament, diàleg, dinamització i transmissió del coneixement mutu amb tots els públics, però amb especial rellevància es destaca el públic jove (de 15 a 30 anys)<sup>54</sup>, on la participació en xarxes socials marca els seus hàbits de consum i relació,

---

<sup>54</sup> Segons el Pla Jove, 2006-2011, del Prat de Llobregat

ahora que és un dels considerats com més difícil per establir-hi connexions. D'altra banda, el treball de captació i fidelització dels públics, més enllà del repte del públic jove, ha de ser una estratègia constant del projecte.

Un projecte de Cibercultura en l'àmbit local no pot abstenir-se dels reptes socials actuals, en aquest sentit, l'Ajuntament del Prat de Llobregat, ha de definir una estratègia d'obertura i transparència que faciliti l'accessibilitat dels ciutadans i ciutadanes al coneixement, tant l'acumulat patrimonialment com el generat a les diverses activitats que s'organitzen. Ha de prendre les llicències *creatives commons* com a eina de publicació de continguts tant visuals com documentals i fomentar el seu ús entre els creadors que treballin amb recursos públics. D'altra banda, cal que s'adapti activament al software lliure en el desenvolupament de les accions formatives i de difusió.

Finalment, la sostenibilitat ha de ser un eix del projecte, entesa tant econòmicament com socialment. En aquest sentit, es planteja una estratègia de creixement sostingut, paulatí i planificat, que permeti el seu desenvolupament progressiu. En relació al finançament del mateix, es fa necessari plantejar una diversificació de les fonts.

### **3.4. Definició dels blocs i programes d'actuació**

Amb la finalitat d'assolir els objectius plantejats, s'estableixen quatre blocs d'actuació: accessibilitat; activisme digital; comunicació i documentació; i articulació. Cadascun dels blocs d'actuació es concreten en un seguit de programes i accions.

Fins al moment actual, l'Ajuntament del Prat, tot i que ha fet petites accions en cadascun dels blocs que es plantegen, s'ha centrat en l'accessibilitat. Aquest projecte vol mantenir i millorar els recursos i el programa formatiu, però sobretot vol reforçar els altres blocs, incrementant les accions de dinamització i difusió, o d'activisme digital, i millorant els àmbits de comunicació i documentació, incidint en l'articulació i el lideratge d'aquest àmbit a la ciutat.

Alguns dels objectius específics plantejats poden donar resposta a més d'un dels objectius generals del projecte, en el mateix sentit, les activitats concretes que a continuació es defineixen poden respondre a més d'un bloc organitzatiu, tot i així s'ha optat per la seva localització en un bloc o altre amb la finalitat de mantenir una coherència interna, definida per una línia conceptual que respon a una estructura definida i planificada, però que podria ser una altra.

El projecte es defineix en quatre blocs que interaccionen entre ells, cercant sinèrgies positives. És a dir, el fet de treballar en la formació des de l'àmbit de la cultura, i concretament des de l'àmbit digital, no té un objectiu únicament formatiu, sinó que té com a finalitat fomentar les capacitats i habilitats creatives de pratencs i pratenques per

participar de forma activa en accions de dinamització cultural, siguin generades directament per la institució, o a través del suport a emprenedors o promogudes per agents privats. Accions que es puguin documentar per facilitar la reflexió col·lectiva en aquest àmbit, facilitant espais de diàleg i relació que permetin la generació de sentiment de comunitat a l'espai públic (t tant físic com digital).

### ***Bloc d'actuació 1: ACCESSIBILITAT***

Des del primer moment, el Departament de Cultura té entre els objectius del programa de Cibercultura, garantir l'accés de la ciutadania a les tecnologies digitals des d'una doble òptica, d'una banda posant les infraestructures per facilitar l'accés a la xarxa i a equips tècnics, i d'una altra, amb un programa formatiu i un servei d'assessorament, que es desenvolupa en una xarxa d'espais i projectes digitals. Ambdues vessants han evolucionat al llarg dels anys de vida del programa.

L'accessibilitat entesa des d'aquesta doble vessant, treballa no només per posar els mitjans físics o tècnics, sinó amb l'objectiu de facilitar coneixements a la ciutadania que possibilitin, en un primer moment lluitar contra l'analfabetisme funcional en l'àmbit digital, per potenciar, en un segon nivell, les seves habilitats creatives, específicament en l'àmbit de la cultura, però també per fomentar l'activisme digital de la població.

En relació a les infraestructures, actualment es conceptualitza com la disposició d'espais tecnològics (aules i equips), ubicats en equipaments culturals, però també en la generació d'espais de connexió wifi oberta a la ciutat.

El programa formatiu s'entén en un sentit ampli, que ha d'atendre des de l'aprenentatge bàsic i l'alfabetització digital, fins a un segon nivell de formació especialitzada en eines i habilitats vinculades directament amb les arts, basant-se en elements d'experimentació, que puguin generar productes artístics, més o menys amateurs o professionals. En relació a la formació, cal treballar en equilibri amb l'oferta privada, en aquest sentit, les acadèmies que existeixen a la ciutat, desenvolupen programes formatius bàsicament en l'àmbit de l'ofimàtica, per tant, no hi ha competència entre la proposta plantejada i la del sector privat.

El servei d'assessorament, enllaça directament amb un nivell més avançat de coneixements, orientat al desenvolupament de projectes artístics que vulguin treballar el seu projecte en una vessant digital.

Concretant, els **programes** d'accessibilitat que es proposen, són:

- Programació de cursos trimestrals als equipaments cultural amb espais tecnològics, en aquest sentit cal implementar un itinerari formatiu que atengui els diferents nivells i

àmbits: el Cèntric Espai Cultural com a espai d'accés a la informació, amb els nivells d'alfabetització digital; el Centre Cívic Jardins de la Pau, amb propostes orientades a la imatge (fotografia) i l'escriptura (blocs, wikis...); el Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa, amb propostes orientades a la identitat digital, les comunitats i xarxes, i als interactius (orientats a les arts escèniques); i La Capsa, amb propostes orientades a la música.

- Oferta d'activitats educatives promogudes des dels diferents programes de difusió cultural dirigides a centres educatius per treballar amb el públic escolar, accions digitals vinculades a la creació cultural col·lectiva i al consum de productes culturals a la xarxa.
- Servei d'assessorament digital als centres cívics i al Cèntric, on es disposa de personal especialitzat i recursos (aules i equips tècnics).
- Incorporació del servei de certificació de capacitats digitals, a la ciutat, via programa AcTic de la Generalitat de Catalunya.
- Millora contínua dels equips i recursos tècnics, els espais i la connexió dels equipaments culturals amb espais digitals físics.

Donada la intensa relació d'una part d'aquest programa, basat en l'educació no formal o no reglada, és evident que cal un treball de coordinació amb el Departament d'Educació i els centres educatius de la ciutat per trobar sinèrgies, espais de col·laboració o creació d'accions de complementarietat.

### ***Bloc d'actuació 2: ACTIVISME DIGITAL***

Aquest bloc integra els projectes orientats a la difusió d'accions de cultura digital, siguin organitzades directament pel departament de cultura de l'Ajuntament del Prat o aquelles fetes en col·laboració amb emprenedors digitals. Aquest bloc es concreta en una programació d'activitats dissenyades i implementades pels diferents programes del departament de cultura que tenen per objectiu l'augment del consum cultural, així com l'empoderament de la ciutadania a través de la creació col·lectiva de continguts culturals.

Aquest bloc es concreta en els següents **programes**:

- Programació estable d'accions de dinamització via les TIC amb presència als diferents programes culturals (arts escèniques, música, patrimoni, cultura popular, arts visuals i lectura), que combinin accions orientades al consum i a l'animació sociocultural, que poden ser íntegrament digitals o híbrides, és a dir, que complementin accions a l'espai físic.
- Un festival o programa d'activitats, dissenyat des d'una perspectiva integral i en xarxa des dels diferents programes i que tingui per objecte l'experimentació ciutadana.

- Implementar un projecte anual basat en el treball col·laboratiu amb la ciutadania, a partir d'una eina de cocreació, que parteix de la consideració de la riquesa del col·lectiu i del coneixement compartit.
- Programa de suport a iniciatives culturals d'emprenedors digitals, que poden ser dissenyades per creadors del Prat, o accions que tinguin un impacte a la ciutat.

### ***Bloc d'actuació 3: COMUNICACIÓ I DOCUMENTACIÓ***

Els programes que integren aquest bloc d'actuació es conceptualitzen no només com a espais informatius, sinó com a forma de treball que cerca el diàleg, l'establiment d'un treball amb els públics des d'una òptica de coneixement bidireccional i amb l'establiment d'una relació directa amb els públics reals i potencials. Una comunicació que cerca ésser un espai informatiu, de coneixement i reconeixement mutu, un espai per compartir experiències, recursos...

L'estratègia de comunicació digital aglutina espais d'informació (bàsicament webs) que es complementen amb espais de dinamització i relació amb els públics mitjançant les xarxes socials. En aquest sentit, l'ús d'eines 2.0 es consolida, també, com a element bàsic per a la documentació dels processos, que cada vegada cobren més importància en el treball amb col·lectius. Així com, la documentació d'accions d'experimentació i de treball creatiu que no es basen en la producció o difusió de productes que ofereix el mercat.

En aquest bloc d'actuació s'inclou:

- Programa de digitalització i publicació de continguts: documentació, àudios i videoconferències, especialment al Cèntric Espai Cultural, però de forma generalitzada als diferents programes i equipaments.
- Estratègia de presència a la xarxa dels diferents programes culturals, segons les necessitats i objectius de cada projecte cultural.

### ***Bloc d'actuació 4: ARTICULACIÓ***

El Departament de Cultura és el principal generador d'activitats digitals a la ciutat, qui ha liderat la implementació d'activitats en aquest àmbit tant dins de la pròpia institució com a la ciutat. D'altra banda, el caràcter emergent d'aquest àmbit, la seva ràpida socialització entre la ciutadania i la innovació constant del sector, fa necessària la implementació d'una certa estructura de treball per potenciar aquest àmbit a la ciutat, fomentar la visibilitat i potenciar la consideració del Prat com a ciutat de primer nivell en el sector.

Tot i que als diferents blocs s'ha constatat la necessitat de treballar de forma coordinada dins del propi departament, en aquest bloc es vol remarcar la necessitat també d'un treball

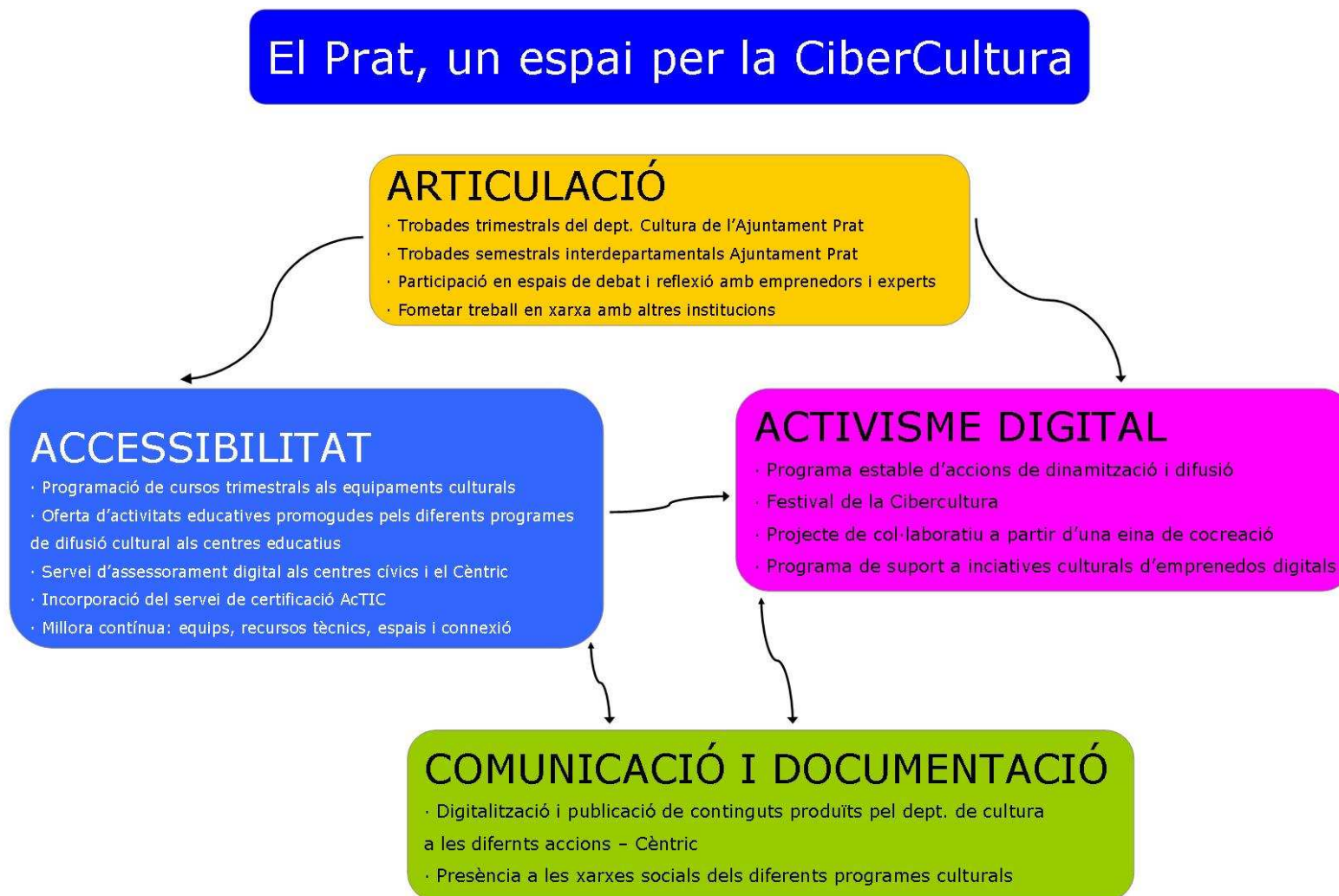
transversal dins l'Ajuntament, amb els creadors digitals de la ciutat i d'establir sinèrgies amb d'altres Ajuntaments o Institucions que treballin dins d'aquest àmbit.

Els programes que es proposen són:

- Trobades trimestrals de treball al departament per consolidar estratègies i el sistema de treball.
- Trobades semestrals amb responsables d'altres departaments de la institució per fomentar estratègies i serveis digitals a la ciutat.
- Participació en espais de debat i reflexió digital amb emprenedors i experts en la matèria.
- Fomentar el treball en xarxa amb d'altres institucions en l'àmbit de la Cultura Digital.

### 3.5. Mapa del projecte

Figura 1. Relació blocs i programes



### 3.6. Cronograma dels blocs i programes d'actuació, 2012 – 2015

Figura 2. Cronograma bloc d'actuació 1. ACCESSIBILITAT, 2012 - 2015

ACCESSIBILITAT	2012				2013				2014				2015			
	H	P	E	T	H	P	E	T	H	P	E	T	H	P	E	T
1. Programa cursos trimestrals																
2. Activitats educatives																
3. Assessorament																
4. Certificació ActIC																
5. Actualització d'equips i infraestructures per l'accés																

Figura 3. Cronograma bloc d'actuació 2. ACTIVISME DIGITAL, 2012 - 2015

ACTIVISME DIGITAL	2012				2013				2014				2015			
	H	P	E	T	H	P	E	T	H	P	E	T	H	P	E	T
1. Activitats de dinamització dels diferents programes																
2. Festival de la Cibercultura																
3. Projecte de cocreació																
4. Programa de suport a iniciatives d'emprenedors digitals																

Figura 4. Cronograma bloc d'actuació 3. Documentació i comunicació, 2012 – 2015

DOCUMENTACIÓ I COMUNICACIÓ	2012				2013				2014				2015			
	H	P	E	T	H	P	E	T	H	P	E	T	H	P	E	T
1. Digitalització i publicació continguts																
2. Presència a la xarxa dels diferents programes																

Figura 5. Cronograma bloc d'actuació 4. ARTICULACIÓ, 2012 - 2015

ARTICULACIÓ	2012				2013				2014				2015			
	H	P	E	T	H	P	E	T	H	P	E	T	H	P	E	T
1. Trobades inter-departamentals																
2. Trobades inter-Ajuntament																
3. Espais de debat amb agents i experts																
4. Fomentar el treball en xarxes																



### 3.7. Anàlisi pre-viabilitat del projecte

El treball que es presenta planteja la implementació per part de l'Ajuntament del Prat de Llobregat d'una política pública en l'àmbit de la Cibercultura. Per al seu desenvolupament es planteja treballar a partir d'una xarxa d'equipaments i projectes culturals amb un seguit de recursos tant humans com infraestructurals i pressupostaris, en definitiva econòmics, de mitjana envergadura per a un municipi de les dimensions de la ciutat (de tipus mitjà a Catalunya). Cal remarcar que el projecte de Cibercultura ja està funcionant amb una trajectòria de més de 10 anys i, amb la majoria de recursos implementats. En aquest sentit, el que es planteja és una reorientació del mateix, atenent a una actualització dels programes, els seus continguts i serveis.

El projecte planteja una projecció a quatre anys, en aquest sentit, i en relació a les infraestructures, no es planteja una necessitat immediata de nous espais físics, tot i que sí millores infraestructurals en els mateixos. Caldria, però, apuntar que en la mesura que la ciutat creixi (existeixen dos projectes de creixement urbanístic<sup>55</sup> de la ciutat en un futur pròxim, que significarà un augment d'aproximadament un terç de la població actual) serà necessari incrementar els recursos. Els **espais** municipals necessaris per a desenvolupar el projecte, en les condicions actuals, són els següents:

- Cèntric Espai Cultural: sala de tecnologies (amb 15 punts de treball) i connexió wifi a l'equipament
- Centre Cívic Jardins de la Pau: sala de tecnologies (amb 8 punts de treball) i connexió wifi a determinats espais de l'equipament
- Centre Cívic Sant Jordi - Ribera Baixa: sala de tecnologies (amb 12 punts de treball) i connexió wifi a determinats espais de l'equipament
- La Capsa: pendent d'una reforma integral a realitzar als propers dos anys, que preveu espai de tecnologies i connexió wifi a l'equipament

Però per al desenvolupament d'aquest projecte, són tan importants els espais físics com els virtuals, així com els recursos vinculats als espais físics (formació, assessorament i cert tipus d'accions i serveis), i els necessaris per desenvolupar les accions del projecte únicament virtuals. D'altra banda, si les **infraestructures i equips tècnics** són bàsics per al desenvolupament de qualsevol projecte, en el cas del projecte de cultura digital, requereixen d'una actualització i manteniment de nivell mitjà-alt imprescindible en un projecte tecnològic amb caràcter innovador. En aquest sentit:

- Els espais físics requereixen del mobiliari necessari per a desenvolupar accions formatives (taules i cadires adaptades per al treball amb ordinadors, pissarres),

---

<sup>55</sup> El Prat Nord i el Prat Sud, amb una projecció de creixement al voltant de 20.000 habitants als propers 4 anys

equips informàtics (de sobretaula i portàtils), equips de projecció; punts de treball per a cada ordinador, connexions a la xarxa tant de tipus fix com sense fils. Connexió per a recàrregues múltiples de portàtils. Software adequat al desenvolupament dels programes i accions.

- Espais virtuals, servei de hosting i dominis propis amb capacitat de multiús, adaptables a projectes i equipaments.
- Connexions sense fils, cal una cobertura total dels equipaments amb capacitat de navegació mitjana.

Actualment els espais disposen dels recursos, però existeixen importants dificultats en relació a l'actualització dels equips i el seu manteniment, que és un dels punts dèbils del projecte a millorar. Caldria cercar i experimentar noves fórmules, en aquest sentit, com el renting o el leasing, i realitzar una integració progressiva. També és necessària l'ampliació de la cobertura sense fils dins els equipaments que actualment ja en disposen i a tots els equipaments culturals.

En relació als **recursos humans** del projecte, com en qualsevol projecte, l'equip ha de ser el suficient, amb el perfil professional adient. En aquest projecte, cal parlar d'un equip format per un doble perfil, d'una banda els dinamitzadors dels espais físics (que també lideren els projectes de Cultura Digital als equipaments on s'ubiquen, amb una certa projecció de ciutat), però també els responsables dels programes culturals, que desenvolupen accions virtuals que no requereixen d'un espai físic.

L'equip es concreta en tres persones amb dedicació completa i exclusiva al projecte, aproximadament sis persones amb una dedicació desigual al voltant d'un terç de jornada i una persona, que realitza la coordinació del projecte, amb una dedicació d'aproximadament mitja jornada. A aquest equip cal sumar els informadors i persones d'atenció al públic, els talleristes especialitzats que treballen temes de formació i d'altres figures eventuais que participen en funció de l'evolució i desenvolupament dels programes i accions. En relació a l'equip estable del projecte, en comparació amb els recursos humans que el conformen actualment, el projecte que es planteja requereix d'un cert increment, però sobretot d'una reorganització de funcions, consolidació de les mateixes i d'una estabilitat en la proposta. L'augment respecte la situació actual es pot estimar en aproximadament una jornada completa, repartida entre diferents persones i projectes.

En relació al desenvolupament dels diferents programes i accions, aquest projecte defineix la posada en marxa d'un seguit d'accions, sobretot al bloc d'activisme digital, que requereix de **recursos econòmics** per posar-los en marxa i mantenir-los en el temps. La valoració econòmica d'aquests programes<sup>56</sup> s'estima aproximadament en 28.950€, és a dir, triplicar

---

<sup>56</sup> La despesa enunciada no incorpora les dades vinculades al personal estable del projecte.

el pressupost actual, tot i que en números relatius l'augment és molt gran, si s'analitza en números absoluts, el pressupost del mateix, és realment petit. D'altra banda, dins d'aquest pressupost es planteja la creació d'eines perdurables que requereixen d'una inversió inicial, per posar-les en marxa, però que permeten la seva utilització posterior implementant altres projectes amb un cost molt inferior. També cal recordar que el treball presentat planteja una planificació a quatre anys, per tant en aquest sentit no sembla inviable, tot i que requereix d'un esforç econòmic estable. D'altra banda, es proposa reconvertir determinades accions actuals d'altres programes del Departament de Cultura, que disposen d'un pressupost propi, com per exemple el Mapping de Festa Major en comptes dels focs artificials que precedeixen el pregó de la Festa Major.

D'altra banda, considero que quan es parla del desenvolupament d'una política pública, alhora de valorar la viabilitat del projecte també s'ha de tenir en compte altres elements com les **externalitats positives** que provoca la seva posada en marxa. En aquest sentit, la potenciació d'un projecte de Cultura Digital o Cibercultura a la ciutat del Prat de Llobregat implica:

- Millorar les capacitats i habilitats tecnològiques de la seva ciutadania, i per tant el seu potencial, tant ocupacional, com econòmic.
- Millorar els estàndards de consum cultural de la ciutat, a través d'altres vies d'accés.
- Ampliar les capacitats creatives de la ciutadania.
- Crear una ciutat més cohesionada i més participativa.
- Potenciar la imatge externa de la ciutat del Prat de Llobregat, en clau d'innovació, i millorar-ne el seu posicionament provincial i nacional.

El projecte que es desenvolupa, es basa en una realitat i una acció existent, però planteja un creixement sostingut del mateix i una reorientació dels programes que s'hi desenvolupen, en aquest sentit, tot i que la majoria dels recursos existeixen, es requereix d'una actualització, ordenació i reorientació d'alguns dels mateixos, així com també una dotació més àmplia del seu pressupost. Tal i com s'ha plantejat al darrer punt, tot i que l'augment proporcional és gran, cal observar que els recursos que s'hi dediquen des del punt de vista de la difusió són molt limitats.

D'altra banda, el fet de realitzar una prospectiva a quatre anys, fa que aquest increment es pugui realitzar de forma progressiva en el temps, d'altra banda cal cercar noves formes de finançament (esponsoritzacions, col·laboracions i noves estratègies com el crowdfunding...) que facin que l'esforç de l'administració sigui menor.

Atenent a la valoració realitzada, la conclusió indica que el projecte és viable, malgrat el context de crisi econòmica i de restriccions pressupostàries actual.

## Part 4. **PLA OPERATIU** del bloc d'actuació 2: **ACTIVISME DIGITAL**

El projecte presentat planteja la definició i planificació d'una política pública en l'àmbit de la Cibercultura a l'Ajuntament del Prat de Llobregat, basat en quatre blocs d'actuació<sup>57</sup>. Davant la impossibilitat de desenvolupar amb la concreció d'un pla de gestió tots els blocs d'actuació, en aquest darrer apartat del treball, es realitza l'operativització d'un dels quatre blocs d'actuació definits al projecte, el d'activisme digital. L'elecció d'aquest bloc es justifica perquè és el que presenta una major innovació respecte la proposta actual desenvolupada al Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat, plantejant-se un increment important en relació al volum d'activitat, vinculat a un canvi i actualització de la pròpia concepció del projecte a la institució i un increment important dels recursos, principalment econòmics. Tot i així, cal incidir en la dificultat de formular un bloc de forma aïllada respecte el tot, donat que els diferents blocs s'interrelacionen entre sí, són desenvolupats pel mateix equip de treball i es basen en uns objectius i mitjans globals.

En aquest apartat, tal i com s'ha comentat, es realitza un pla de gestió sobre conceptes de planificació, estructura organitzativa i recursos humans, requisits tècnics i infraestructurals, pla de comunicació, pla de gestió econòmic i de finançament, i elements d'avaluació del mateix.

#### **4.1 Definició del bloc d'Activisme Digital i línies d'acció**

Tal i com s'ha explicat anteriorment, *la Cibercultura<sup>58</sup> o Cultura Digital sorgeix de la relació de la pròpia concepció de cultura i les Tecnologies de la Informació i la Comunicació. Un conjunt de noves produccions culturals, de noves realitats que possibiliten la relació entre persones i cultures diferents. La Cibercultura es caracteritza per ser virtual, instantània i universal, inclou tots els processos culturals, que es desenvolupen, en part o en la seva totalitat, a través de les TIC, en general i d'Internet en particular.*

L'activisme digital fa referència a aquelles accions de difusió cultural que utilitzen les Tecnologies de la Informació i la Comunicació com a elements per a la dinamització del consum cultural als diferents àmbits culturals (arts escèniques i música, arts visuals, patrimoni, lectura i cultura popular), així com l'empoderament de la ciutadania a través de la creació col·lectiva de continguts culturals.

Aquest bloc d'actuació planteja la difusió d'accions, tant de programació pròpia com el suport a iniciatives d'emprenedors digitals de la ciutat, o de projectes que puguin desenvolupar-se a El Prat. Tanmateix es combina una programació d'accions variades, en relació al gènere, que es treballin des dels diferents programes culturals, posant l'accent en la cocreació de continguts culturals amb la ciutadania. Accions puntuals que es concretin en

---

<sup>57</sup> Veure apartat: 3.4. Definició dels blocs i programes d'actuació

<sup>58</sup> Clelia Colombo, *e-cultura. Les noves tecnologies aplicades a la gestió cultural*. APGCC

un producte de consum cultural, i accions on la importància recaigui en el procés de treball amb ciutadans i creadors de les diverses disciplines, així com en l'experimentació.

En relació al programa d'accions, es preveuen diferents fórmules: exposicions virtuals, difusió d'elements patrimonials a la xarxa, accions d'escriptura col·lectiva, creació de música de forma col·laborativa, intervencions artístiques interactives, creació col·lectiva de continguts artístics, entre d'altres...

Es combinen accions de petit format en quant als recursos i al públic diana, amb d'altres amb un àmbit d'actuació més gran com un festival. D'altra banda, les activitats d'aquest bloc d'actuació, i en general de tot el projecte, poden complementar accions físiques o tradicionals amb d'altres on l'accent és únicament digital.

Cal incidir en la importància de consolidar una programació estable en Cibercultura a la ciutat, és a dir, que les accions passin d'ésser anecdòtiques a convertir-se en un programa regular amb una oferta global, que atengui els diferents programes culturals amb vessant digital, bàsic per crear hàbit i estratègies de creació i fidelització de públics. En aquest sentit, la consolidació de l'oferta formativa i els serveis d'accessibilitat garanteixen l'existència a la ciutat d'un nombre important de persones formades en aquesta matèria amb orientació cultural, que puguin participar de l'activisme digital, que a la vegada s'ha de complementar amb les accions de documentació i publicació de continguts culturals.

#### **4.1.1. Objectius estratègics i operatius**

Els objectius estratègics del bloc d'actuació d'Activisme Digital són:

1. Garantir i promoure l'accés de la ciutadania a les accions digitals, especialment orientades a la creació i el consum cultural, com a element de foment dels hàbits de consum cultural.
2. Generar una programació de qualitat i innovadora als diferents programes culturals, de forma coordinada, que faciliti l'empoderament de la ciutadania, a partir de processos de participació i cocreació de continguts culturals.
3. Consolidar els públics reals, crear-ne de nous i crear demanda.
4. Generar elements de suport a emprenedors digitals en l'àmbit de la cultura.
5. Fomentar la reflexió, el debat i el treball intel·lectual sobre la Cibercultura.

A continuació es defineixen un seguit d'**objectius operatius**, que posen en contacte els objectius estratègics d'aquest bloc amb els resultats esperats per al 2012 de les diferents accions. Aquests objectius es classifiquen en relació al desenvolupament del programa, la participació en les diferents accions, la valoració de les mateixes, aspectes econòmics del programa i l'impacte social del mateix.

Taula 8. **Objectius operatius dels programes del bloc d'Activisme digital**

<b>Programació</b>	· Desenvolupar el 100% de les accions del programa de dinamització
	· Posar en marxa l'eina de suport a projectes d'emprenedors digitals
<b>Participació</b>	· Aconseguir un increment del 20% del públic participant en les accions continuïstes respecte l'edició de 2011
	· Aconseguir la participació de diferents creadors de la ciutat en els projectes de cocreació amb artistes
	· Aconseguir una participació mitjana de 60 persones a les activitats de nova creació
	· Aconseguir que el 50% del públic del programa d'accessibilitat_ formació participi en activitats del bloc d'activisme digital
	· Aconseguir que el 60% dels participants en les activitats formin part de la base de dades d'usuaris i usuàries del Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat
<b>Valoració</b>	· Aconseguir una valoració mitjana de 7 sobre 10 en la satisfacció dels participants a les diferents accions del programa
	· Aconseguir una valoració de 8 sobre 10 en la valoració tècnica i en el desenvolupament de les diferents accions
<b>Econòmics</b>	· Acabar l'any amb un pressupost d'ingressos i despeses equilibrat
	· Aconseguir un 14% de finançament extern via patrocini
<b>Impacte</b>	· Augmentar la visibilitat del projecte a la ciutat

Més endavant, un cop s'hagi realitzat la concreció de les accions d'aquest bloc d'actuació i el detall dels objectius operatius, a l'apartat d'avaluació es desenvoluparan les eines de registre i els indicadors necessaris per avaluar el compliment d'aquests objectius i del programa en la seva globalitat.

#### 4.1.2. Pla d'operacions o producció

A l'Ajuntament del Prat de Llobregat, el Departament de Cultura desenvolupa les seves polítiques públiques amb un model de **gestió directa**, amb contractes de serveis per a la dinamització i gestió de diversos equipaments i serveis, com els centres cívics, La Capsa, el pla de foment de la lectura, la gestió tècnica del Teatre Modern o amb l'externalització de serveis amb un conveni de col·laboració amb l'Associació d'Amics de l'Art del Prat per a la dinamització de la sala d'art Josep Bages. En aquest sentit, donat que el programa de Cibercultura, i en concret el bloc d'actuació d'activisme digital, treballa en el desenvolupament d'un programa d'accions transversal vinculant els diferents àmbits culturals i equipaments, es combinen els diferents models de gestió en el disseny i la implementació de les accions, treballant amb diferents empreses i equips tècnics.

Als diferents equipaments, tot i que hi hagi un treball intens amb empreses especialitzades, compta amb una direcció municipal que hauria de garantir una coherència en la implementació de la missió, objectius i metodologia del departament als diferents

programes. Tot i que pugui ser una organització complexa, la definició de funcions i rols dels diferents membres de l'equip garanteix que, al contrari, sigui una estructura rica en quant a coneixements i especialització dels equips, amb una direcció coherent amb la globalitat.

Aquest bloc d'actuació consisteix en la **programació** d'accions de dinamització i difusió cultural combinada amb un programa de suport a iniciatives digitals.

El programa d'activitats d'aquest bloc combina una majoria de produccions pròpies (creades a través del software i xarxes socials existents), amb accions realitzades previ desenvolupament d'eines específiques (en coproducció amb empreses del sector que treballen amb codi obert com el mapa de ciutat), amb d'altres en què es difon un producte existent en el mercat que es contextualitza en una activitat pròpia (Festival de la Cibercultura).

La programació ha de combinar accions als diferents programes o àmbits culturals desenvolupats al Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat (arts visuals, arts escèniques i música, cultura popular i tradicional, lectura i patrimoni). No és un programa que desenvolupa accions en un únic sector o àmbit, sinó que en aquest sentit és multidisciplinari, com també ho és en relació a la tipologia d'accions desenvolupades.

En relació als objectius i estratègies del projecte, les accions conceptualitzades com d'activisme digital han de combinar aspectes com el foment de la proximitat i la identitat local o el territori, amb accions vinculades a l'experimentació, la innovació, la creació i el treball col·lectiu de la ciutadania, fomentant la seva participació als diferents projectes no només des d'una visió de consumidor, sinó com a prosumidors (productors i consumidors de continguts culturals).

En una programació com la que es planteja cal tenir en compte les accions dirigides a la ciutadania en general, amb d'altres dirigides als creadors (amateurs i emergents bàsicament). D'altra banda, tot i que l'enfocament del programa en relació al seu públic diana, ha d'atendre a tots els públics, aquest bloc d'actuació es dirigeix prioritàriament al públic jove i adult (entre 16 i 50 anys), sense deixar al marge determinades accions per al públic infantil i els segments poblacionals amb més edat, facilitant accions d'accessibilitat per a la resta de segments, bàsicament a través del programa de formació.

En relació al programa de **suport a emprenedors digitals**, es planteja la creació d'una beca per a projectes sobre Cibercultura. Aquesta beca es dirigirà a creadors/emprenedors que es presentin de forma individual o col·lectiva, per desenvolupar projectes que tinguin incidència al municipi del Prat de Llobregat i a la seva ciutadania, és a dir, es puguin implementar a la ciutat (entesa com a espai físic o virtual). Aquesta beca, a banda de dotar de recursos econòmics, al projecte o projectes guanyadors (màxim 2 / any); en una segona fase, també facilitarà l'ús d'espais físics per a la seva implementació, des de a La Capsa (al



moment de la seva reobertura); i suport i assessorament empresarial per part del Centre de Promoció Econòmica de la ciutat. La dotació econòmica de la beca es condicionarà a la cerca de recursos propis de finançament via eines de crowdfunding a plataformes com verkami<sup>59</sup> o similars, establint-se un requisit mínim d'un 25% de l'aportació municipal. La beca es posarà en marxa l'any 2012 amb una dotació 3.000€ per finançar fins a un màxim de dos projectes / any, que en funció de la valoració es podria incrementar fins als 4.000€ en anys posteriors.

A continuació, s'estableix el detall del programa<sup>60</sup> de dinamització i difusió del bloc d'Activisme Digital per als anys 2012-2015. Es tracta d'una programació de 18 accions /any, que combina accions anuals (el 7%) amb accions puntuals (el 83%), d'una durada temporal més o menys ample. Cal tenir en compte que no es pot fer una lectura atomitzada de les propostes d'aquest bloc sense analitzar la globalitat del projecte presentat. En relació als àmbits, cal remarcar la dificultat de classificar una acció en un àmbit temàtic exclusiu, doncs en la majoria dels casos tenen incidència en mes d'un. Tanmateix, les accions que es plantegen tenen la següent consideració temàtica: un 43% de les accions desenvolupen aspectes escènics i/o musicals, un 33% treballen aspectes d'arts visuals, un 24% estan vinculats a lectura / escriptura, un 14% tenen s'inscriuen en la cultura popular i tradicional i un 3% a aspectes patrimonials.

Altres elements importants d'aquest projecte, i per tant d'aquest bloc d'actuació són aspectes com l'experimentació, la creació col·lectiva i col·laborativa de continguts amb la ciutadania, la cerca d'una participació activa, així com el treball de territori o de construcció de la identitat. En aquest sentit, les accions plantejades en un 67% presenten aspectes de cocreació de continguts, en un 24% incideixen en aspectes territorials i en un 19% treballen temes d'experimentació.

---

<sup>59</sup> <http://www.verkami.com>

<sup>60</sup> A continuació es presenten 2 quadres amb la programació detallada per al 2012-2015, en un primer es planteja el detall de les accions, on consten 3 activitats (marcades amb blau) que es desenvoluparien exclusivament al 2012, la resta són activitats perdurable en el temps. Al segon quadre es plantegen 3 accions a afegir a les anterior de forma progressiva.

Taula 9. **Activisme digital\_Programació 2012**

<b>Acció</b>	<b>Contingut</b>	<b>Calendari</b>	<b>Àmbit</b>	<b>Lideratge</b>	<b>Model de gestió</b>	<b>Recursos</b>
<b>Música de Carnaval</b>	Llista col·laborativa de música a partir del pecat protagonista del Carnaval 2012, la ira.	Febrer	Cultura Popular i Tradicional	La Capsa	Gestió directa. Contracte de serveis amb Transit Projectes	Programari específic, accés a la xarxa
<b>Exposició virtual temàtica dona</b>	Exposició fotogràfica col·laborativa, a partir d'una temàtica específica vinculada al Dia Internacional de la Dona.	Març	Arts visuals	Centre Cívic Jardins de la Pau	Gestió directa. Contracte de serveis amb Transit Projectes	Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa
<b>Concurs MicroReceptes</b>	Concurs virtual de receptes de cuina en 140 caràcters, amb motiu de les Jornades Gastronòmiques.	Març	Gastronomia	Centre Cívic Sant Jordi - Ribera Baixa	Gestió directa. Contracte de serveis amb Taca Projectes d'Animació Sociocultural	Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa
<b>Conte inacabat</b>	Creació col·laborativa d'un conte. Públic: nens i nenes de 8 a 10 anys.	Abril	Lectura	Biblioteca Antonio Martín	Gestió directa	Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa
<b>Dansa interactiva_Anella Cultural</b>	Creació d'una peça de dansa, de forma interactiva amb creadors de dos ciutats més a temps real, a través de l'Anella Cultural.	Abril	Arts Escèniques i música	Centres cívics, Teatre Modern i Cèntric	Gestió directa. Contractes de serveis amb Transit Projectes i Tasca Projectes d'Animació Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Espai: Cèntric Espai Cultural_Auditori</li> <li>· Equips: Pantalla 4x7 m. Equips imatge i so d'última generació</li> <li>· Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa</li> </ul>
<b>Festival Cibercultura</b>	Jornada d'experimentació, a partir d'un espai físic de trobada on es realitzaran un seguit d'activitats: <ul style="list-style-type: none"> <li>· Jam d'escriptura a través de l'Anella Cultural</li> </ul>	Maig	Experimentació, Arts Escèniques i música, Arts visuals	Centres cívics, Cèntric, La Capsa, Centre d'Art Torre	Gestió directa. Contractes de serveis amb Transit Projectes i Tasca Projectes d'Animació Sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Espai: Cèntric Espai Cultural: auditori, sala d'actes, sala exposicions, hall, terrasses i vestíbuls.</li> <li>· Equips: Pantalla 4x7 m. Equips imatge i so d'última</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Representació de teatre interactiu</li> <li>· Joc interactiu a l'espai públic</li> <li>· Install party</li> <li>· Exposició interactiva dels Luthiers</li> </ul>			Muntadas, Teatre Modern		<p>generació. PCs i portàtils.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Connexió a la xarxa, equips escènics i de vídeo projecció</li> </ul>
<b>Al meu ritme</b>	Creació col·laborativa d'una peça musical, amb motiu del dia de la música.	Juny	Música	La Capsa	Gestió directa. Contractes de serveis amb Transit Projectes	Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa
<b>Viu l'estiu</b>	Acció col·laborativa de recollida d'emocions i valoracions de les diferents activitats culturals de la campanya d'estiu en format visual.	Estiu	Arts visuals	Centres cívics, La Capsa i Cèntric Espai Cultural	Gestió directa. Contractes de serveis amb Transit Projectes i Tasca Projectes d'Animació Sociocultural	Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa
<b>Mapping Festa Major</b>	Procés de treball amb creadors de la ciutat (interactius, músics i arts visuals) i experts, per mapejar la façana de l'Ajuntament, l'acció de difusió es realitzaria després del Pregó de la Festa Major.	Setembre	Creació	Centres Cívics, Centre d'Art Torre Muntadas, La Capsa	Gestió directa. Contractes de serveis amb Transit Projectes i Tasca Projectes d'Animació Sociocultural. I externalització serveis amb conveni de col·laboració amb l'Assoc. Amics Art Prat	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Espai de creació: Espais tecnològics del Cèntric Espai Cultural i els centres cívics. Façana Ajuntament del Prat</li> <li>· Equips: Pantalles. Equips imatge i so d'última generació. Pcs. I portàtils</li> <li>· Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa</li> </ul>
<b>Itineraris de Festa Major</b>	Itineraris virtuals de la Festa Major dels cercaviles i espais de la festa	Setembre	Cultura Popular i Tradicional	Arxiu municipal	Gestió directa	Programari específic, accés a la xarxa
<b>#tenimunpremium</b>	Llista col·laborativa de música de la Festa Major que sonarà als espais de la festa	Setembre	Música	La Capsa	Gestió directa. Contracte de serveis amb Transit Projectes	Programari específic, accés a la xarxa

<b>Itinerari escultòric de la ciutat</b>	Itinerari virtual pel patrimoni escultòric i arquitectònic de la ciutat, amb informació visual, sonora i escrita. Amb espai per a la participació a través de la recollida d'emocions i anècdotes.	Octubre	Patrimoni	Arxiu Municipal	Gestió directa	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa</li> <li>· Software específic –Mapa Prat-</li> </ul>
<b>Mapa de sons</b>	Mapa col·laboratiu de la ciutat on es recullen el seus sons. Enregistrament en llicències de creatives commons. A partir dels mateixos es generaran projectes artístics i musicals.	Octubre --	Música / Patrimoni	La Capsa	Gestió directa. Contracte de serveis amb Transit Projectes	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa</li> <li>· Software específic –Mapa Prat-</li> </ul>
<b>Link@festa</b>	Proposta lúdica, dirigida a públic familiar, de descoberta i experimentació d'eines per fomentar la creativitat dels infants.	Novembre	Infantil_ Experimentació	Centre Cívic Jardins de la Pau	Gestió directa. Contracte de serveis amb Transit Projectes	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Espai: Centre Cívic Jardins de la Pau_Sala d'Actes</li> <li>· Equips: Pantalla 4x3 m. Equips imatge i so. Pc's i portàtils</li> <li>· Accés a la xarxa</li> </ul>
<b>Concurs de MicroRelats #potablava</b>	Concurs virtual de relats en 140 caràcters amb el pollastre pota blava com a protagonista amb motiu de la Fira Avícola Raça Prat.	Desembre	Lectura	Biblioteca Antonio Martín / Pla de Foment de la Lectura	Gestió directa. Contracte de serveis amb Taleia Cultura	Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa
<b>366 dies 366 cançons</b>	Creació d'un bloc de recomanacions de cançons, cada dia de l'any una persona recomana directament.	Anual	Música	La Capsa	Gestió directa. Contracte de serveis amb Transit Projectes.	Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa
<b>Exposat</b>	Acció complementària a les exposicions, on els visitants	Anual	Arts visuals	Centre d'Art Torre	Gestió directa. Externalització serveis	Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa

	poden participar, a partir de recreacions gràfiques d'elements de la mateixa, aportació de continguts... que formaran part de l'exposició en la seva vessant virtual.			Muntadas, Patrimoni Cultural, centres cívics	amb conveni de col·laboració amb l'Assoc. Amics Art Prat	
<b>Recomanacions lectores</b>	Espai virtual de recomanacions mensuals de llibres.	Anual	Lectura	Biblioteca Antonio Martín / Pla de Foment de la Lectura	Gestió directa. Contracte de serveis amb Taleia Cultura	Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa

Taula 10. **Activisme digital\_Noves accions de programació 2013 -2015**

<b>Acció</b>	<b>Contingut</b>	<b>Calendari</b>	<b>Àmbit</b>	<b>Lideratge</b>	<b>Model de gestió</b>	<b>Recursos</b>
<b>El Prat ocult</b>	Mapa col·laboratiu de la ciutat que recull anècdotes i fets que marquen la seva memòria col·lectiva.	2013	Cultura Popular i Tradicional	Arxiu municipal	Gestió directa.	· Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa · Software específic –Mapa Prat-
<b>Creacions marca Prat</b>	Mapa del Prat on es localitzen els creadors en diferents disciplines (música, escriptura, teatre, circ, pintura, dansa, fotografia, audiovisuals, ...) amb la incorporació d'una obra o peça de cada creador, en el format que correspongui (imatge, text, so, vídeo...)	2014	Creació	Teatre Modern, Centre d'Art Torre Muntadas, Biblioteca Antonio Martín i Centres Cívics	Gestió directa. Contractes de serveis amb Transit Projectes i Tasca Projectes d'Animació Sociocultural. I externalització serveis a l'Assoc. Amics Art Prat, conveni col·laboració	· Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa · Software específic –Mapa Prat-
<b>Documenta</b>	Audiovisual col·laboratiu, orientat a públic jove, partint d'una temàtica específica. Es	2015	Arts visuals	Centre d'Art Torre Muntadas	Gestió directa. Externalització serveis a Assoc. Amics Art Prat,	Espai digital amb domini propi i accés a la xarxa

	treballarà amb llicències <i>creatives commons</i> .				conveni col·laboració	
--	---	--	--	--	-----------------------	--

Taula 11. Accions programa Activisme digital per àmbits

PROJECTES	ÀMBITS							
	Arts visuals	Música i Arts Escèniques	Cultura Popular	Patrimoni	Lectura i Escriptura	Territori	Experimenta	Creació i Cocreació
Música Carnaval								
Exposició Dones								
Concurs MicroReceptes								
Conte inacabat								
Dansa interactiva								
Festival Cibercultura								
Al meu ritme!								
Viu l'estiu!								
Mapping Festa Major								
Itineraris Festa Major								
#tenimunpremium								
Itinerari escultòric								
Mapa de sons								
Link@festa								
MicroRelats #potablava								
366 dies 366 cançons								
Exposat								
Recomanacions lectores								
El Prat ocult								
Creacions Marca Prat								
Documenta								
<b>TOTAL</b>	<b>7 accions</b>	<b>9 accions</b>	<b>3 accions</b>	<b>1 acció</b>	<b>5 accions</b>	<b>5 accions</b>	<b>4 accions</b>	<b>14 accions</b>



#### 4.1.4. El procés de producció d'una activitat

En aquest apartat es realitza una breu enumeració de les tasques que conformen el procés de producció d'una activitat. En funció de la complexitat de la mateixa, caldrà posar més incidència en alguns aspectes o d'altres. La complexitat de l'activitat té a veure amb aspectes com: si és una activitat de difusió o comporta un procés de creació col·laboratiu; si és una activitat de petit o gran format; si implica un equip de treball reduït o ampliat; si aquest només està format per personal propi o s'incorporen persones d'altres àmbits, institucions o projectes; si és una activitat només digital o híbrida (incorporant accions a l'espai físic i al digital). La proposta de programació per a 2012 - 2015, d'aquest bloc d'actuació, combina accions que incorporen diferents dels aspectes mencionats.

Tot i així el procés de producció treballa en les següents accions:

- **Reunions de treball** de l'equip promotor de l'activitat, per definir el seu format, calendari, pressupost i vies de finançament, equip de treball, pla de comunicació... Es tracta d'una primera presa de contacte, on definir funcions de l'equip i calendaritzar les accions per a la posada en marxa de l'activitat.
- Aprovació de la **partida pressupostaria** corresponent (segons el procediment administratiu, incorporant l'elaboració dels informes necessaris). Si és una acció que es treballa des d'un equipament amb gestió directa amb contracte de serveis no caldrà realitzar l'aprovació administrativa específica. El contracte i la partida pressupostaria de l'equipament, es contreu en el moment d'inici del contracte.
- **Cerca de col·laboradors** per a la implementació de l'activitat, ja siguin creadors, empreses de desenvolupament de software... Reunions de treball amb ells per establir l'encàrrec concret, i rebre pressupostos (en funció de l'import caldrà realitzar o no un procediment negociat<sup>61</sup>) per a la implementació de contractes o convenis.
- Disseny del **pla de comunicació i màrqueting**, establint elements, formats, calendaris... i implementació del mateix i posada en marxa de la campanya de patrocini (en cas que es defineixi).
- **Reunions de producció** amb l'equip de treball per realitzar el seguiment de les diferents accions que s'han de desenvolupar per la posada en marxa de l'acció. En una primera fase caldrà definir els espais i equips tècnics necessaris (tant si l'activitat es únicament virtual com amb un espai físic de trobada i acció, és a dir activitats híbrides). Si són accions que es treballen de forma col·laborativa, com el Mapping de Festa Major, caldrà tenir en compte tot el procés de creació i els espais de treball / experimentació / formació dels participants / creadors, així com de magatzem pels diferents materials que es vagin produint o les estructures i equips necessaris per a la seva implementació. D'altra banda, també cal preveure els

---

<sup>61</sup> En aquest bloc d'actuació, no es planteja cap acció que requereixi realitzar un procediment negociat per treballar amb un professional.



elements de documentació de les accions que es realitzaran, ja sigui gràfica, sonora o visual, preveure els professionals necessaris per al seu desenvolupament i els espais de publicació dels mateixos.

- **Muntatge i desmuntatge** de l'activitat. La majoria de les accions plantejades es desenvolupen només al pla virtual, per tant no requereixen d'aquest aspecte, que té a veure amb activitats "físiques", tot i així en algunes com: la Dansa interactiva, el Festival de la Cibercultura, el Mapping de Festa Major o la link@festa, on sí és conceptualitzen accions físiques, s'haurà de preveure aquestes dues fases, tenint en compte el personal per realitzar-ho, el transport dels materials i equips, el disseny dels espais, les connexions necessàries, els horaris, i els temps de muntatge i desmuntatge.

- **Implementació** de l'activitat. És el moment de la comunicació pública de l'acció, on caldrà tenir en compte el seu horari de posada en marxa i de finalització. Totes les accions tenen un tret de sortida i un tancament, tot i que la seva duració no correspongui a un dia, i es faci per un mitja digital i al ciberespai. Cal preveure i realitzar correctament el seu tancament, així com la presentació posterior del resultat o producte final. En el cas de les accions que tenen una vessant física s'incorpora una persona que realitza *live twittering*, per dinamitzar i retransmetre l'esdeveniment en directe a la xarxa, així com un tècnic per realitzar streaming en cas que s'hagi definit prèviament.

- **Documentació** de l'activitat. S'han de recollir i publicar els materials realitzats i planificats prèviament, d'una forma àgil i immediata al desenvolupament de l'esdeveniment.

- Recollida **d'indicadors i avaluació** de l'activitat. Als dies posteriors al tancament de l'activitat, amb l'objectiu de fer una lectura crítica de tot el procés de treball i de la seva implementació, es realitza una petita memòria de l'acció que permeti millorar una nova edició de l'activitat o el procés de treball al departament. Aquesta avaluació ha de ser completa, atendre a les diferents fases de la producció de l'esdeveniment i incorporar als diferents actors de la mateixa, en aquest sentit, es tindrà en compte, des de la valoració tècnica de l'equip de treball a la valoració dels participants. Cal preveure en el moment del disseny de l'acció, la metodologia de recollida, si es realitzarà via observació directa, recollida de suggeriments, enquesta on line...

- Recollida de **factures** i realització dels **pagaments** dels diferents proveïdors.

## **4.2. Recursos humans**

Per desenvolupar el projecte de Cibercultura al Prat de Llobregat, es defineix un equip tècnic de professionals que treballen amb major o menor implicació als diferents blocs i programes d'actuació.

L'equip del projecte es conceptualitza en tres nivells, d'una banda l'equip nuclear, està format per un equip de persones amb responsabilitats específiques en el disseny i implementació del projecte o el bloc d'actuació, és l'equip marc i responsable del projecte. A continuació estaria l'equip de col·laboradors, persones que en major o menor mesura també treballen en el projecte, però sense estar-hi des del punt de vista de la conceptualització del mateix, sinó desenvolupant tasques necessàries, però de suport. En darrer terme es situarien els col·laboradors o proveïdors, contractats per al desenvolupament concret d'alguna acció.

L'equip nuclear del projecte, està format per unes 10 persones, algunes són personal municipal, d'altres estan contractades per les empreses especialitzades que gestionen equipaments culturals.

A continuació es defineixen els diferents perfils professionals associats al desenvolupament del bloc d'Activisme Digital, així com les seves funcions, el model de contractació i la seva dedicació.

Taula 12. **EQUIP NUCLEAR DEL PROJECTE**

<b>Perfil professional</b>	<b>Funció</b>	<b>Dedicació</b>	<b>Contractació</b>
Tècnica de Cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Coordinació estratègica i supervisió general del programa i el bloc d'actuació. Seguiment i coordinació de la programació d'accions del bloc</li> <li>· Suport al disseny, producció i implementació de les accions</li> <li>· Coordinació amb altres departaments municipals (Serveis informàtic, premsa, educació,...)</li> <li>· Gestió i seguiment del procediment administratiu de contractació, en relació al projecte global, a l'aprovació de la seva partida pressupostària i la de les accions que ho requereixin</li> <li>· Seguiment de l'avaluació de les accions i del bloc d'actuació, i proposta de millores</li> <li>· Disseny, implementació i seguiment de la publicació de la Convocatòria de Suport a emprenedors</li> <li>· Seguiment dels projectes guanyadors de la beca de suport a emprenedors. I avaluació del resultat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 1/2 jornada al projecte</li> <li>· 1/4 de jornada bloc: Activisme digital</li> </ul>	Funcionària
Tècnics i tècniques de cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat (6 persones)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Definició de les accions. I implementació de la producció d'activitats del seu programa o equipament</li> <li>· Cerca de proveïdors i col·laboradors. Gestió de la contractació, seguiment de la implementació de l'acció. Seguiment de la facturació. I avaluació de la mateixa</li> </ul>	Variable, al voltant de: <ul style="list-style-type: none"> <li>· un 33% al projecte</li> <li>· un 15% de jornada bloc: Activisme digital</li> </ul>	Funcionaris i funcionàries
Dinamitzadors especialitzats en Cultura Digital (3 persones)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Definició de les accions. I implementació de la producció d'activitats del seu programa o equipament</li> <li>· Cerca de proveïdors i col·laboradors. Seguiment de la implementació de l'acció, i avaluació de les mateixes</li> <li>· Suport i assessorament a la tècnica de cultura coordinadora del projecte i als tècnics de cultura que defineixen accions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Jornada complerta al projecte</li> <li>· 35% de la jornada bloc: Activisme digital</li> </ul>	Contracte indefinit a jornada complerta. A través d'empreses del sector <sup>62</sup> (segons conveni del lleure educatiu)

<sup>62</sup> Actualment: Trànsit Projectes; Tasca, projectes cultural; i Entorn

Taula 13. **PERSONAL DE SUPORT**

<b>Perfil professional</b>	<b>Funció</b>
Cap Dept. de Cultura i Joventut	Supervisió i coordinació estratègica del programa
Cap de negociat Dept. de Cultura	Suport a la gestió economicoadministrativa del projecte i del bloc d'actuació
Gerències dels equipaments i projectes amb contracte de gestió externalitzat	Suport a la gestió econòmica del projecte i el bloc d'actuació Suport a la cerca de proveïdors i gestió de la seva contractació i facturació i seguiment del seu pagament Seguiment de la gestió econòmica del projecte
Auxiliars administratives (2 persones)	Suport seguiment comptable. Manteniment base de dades (mailing). Trameses. Petició de serveis extraordinaris al Departament de Manteniment i Serveis (per les accions a la via pública)
Animadors socioculturals (12 persones) i tècnics auxiliars de cultura (14 persones)	Suport a la difusió de les accions del bloc Contacte directe amb els públics presencials, informació sobre opinions, valoracions dels mateixos. Recollida de dades dels mateixos i implementació del CSM
Personal del dept. municipal de Serveis informàtics i Telecomunicacions	Suport en la concepció d'activitats i mitjans digitals on desenvolupar-los Instal·lació de les infraestructures necessàries per implementar les accions Seguiment i millora de serveis genèrics de connexió i infraestructures (wifis, PCs, portàtils de préstec...)
Responsable comunicació dept. de Cultura	Assessorament i suport en comunicació i tics
Personal del dept. manteniment i serveis	Instal·lació d'infraestructures extraordinàries en les accions a la via pública
Personal del dept. de Logística	Transports interurbans i rodalies

Taula 14. **ALTRES COL·LABORADORS**

Dissenyadors gràfics, programadors informàtics, desenvolupadors web...

### 4.3. Recursos materials i infraestructurals

En aquest bloc d'actuació, Activisme Digital, la majoria de les accions no requereixen d'un espai físic de realització (a excepció de la Dansa interactiva, el Festival de la Cibercultura i el Mapping Festa Major), es porten a terme a la xarxa, a Internet. Tot i així cal un espai digital (hosting i dominis propis) per al seu desenvolupament, amb capacitat de trànsit. Així doncs la majoria de les accions no requereixen d'una infraestructura i uns recursos materials per a la seva difusió o implementació.

El Departament de Cultura disposa de la majoria dels recursos materials i els equips tècnics necessaris, a través de les instal·lacions dels diferents equipaments culturals, d'altra banda existeix un protocol de cessió d'equips al departament que facilitaria la utilització dels mateixos i que la despesa per aquest concepte sigui mínima, tot i que en el cas del Mapping serà necessària una petita inversió.

A continuació es detallen segons les accions:

Taula 15. **Relació accions\_Espais de realització\_Recursos materials i equips tècnics**

Acció	Espai realització	Recursos materials i equips tècnics
<b>Música Carnaval</b>	Digital_Internet	Programari específic, accés a la xarxa
<b>Exposició dones</b>	Digital_Internet	Domini propi i accés a la xarxa
<b>MicroReceptes</b>	Digital_Internet	Domini propi i accés a la xarxa
<b>Conte inacabat</b>	Digital_Internet	Domini propi i accés a la xarxa
<b>Dansa interactiva</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Digital_Internet</li> <li>· Cèntric Espai Cultural: Auditori</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Pantalla 4x7m, Projector multimèdia d'alta definició, Ordinador, Equip de so d'alta qualitat</li> <li>· Connexió a la xarxa de darrera generació</li> </ul>
<b>Festival Cibercultura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Digital_Internet</li> <li>· Espais físics: Cèntric Espai Cultural, Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Pantalla 4x7m, Projector multimèdia d'alta definició, Equip de so d'alta qualitat, Pc's i portàtils</li> <li>· Càmera escènica, Projectors de llum, Cadires, Equip de so2</li> <li>· Pantalla de 3x1, Projector multimèdia, Equip de so3</li> <li>· Càmera de vídeo gravació</li> <li>· Connexió a la xarxa</li> </ul>
<b>Al meu ritme</b>	Digital_Internet	Domini propi i accés a la xarxa
<b>Viu l'estiu</b>	Digital_Internet	Domini propi i accés a la xarxa
<b>Mapping Festa Major</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Centres Cívics i Cèntric: espai de creació</li> <li>· Espai públic, pl. de la Vila, façana de l'Ajuntament: espai de difusió</li> <li>· Digital_Internet: espai de difusió</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Espai de creació: Cadires, Taules, PCs, Portàtils, Programari específic, Magatzem</li> <li>Equips de difusió: Projectors multimèdia d'alta qualitat, Equip de so, Pcs i portàtil, Taula</li> <li>· Domini propi i accés a la xarxa</li> </ul>

<b>Itineraris Festa Major</b>	· Digital_Internet	Programari específic, accés a la xarxa
<b>#tenimunpremium</b>	· Digital_Internet	Programari específic, accés a la xarxa
<b>Itinerari escultòric</b>	· Digital_Internet	· Domini propi i accés a la xarxa · Software específic –Mapa Prat-
<b>Mapa de sons</b>	· Digital_Internet	· Domini propi i accés a la xarxa · Software específic –Mapa Prat-
<b>Link@festa</b>	· Espai físic: Centre Cívic Jardins de la Pau · Digital_Internet	· Pantalla 4x3 m. Equip de so, Projector multimèdia, Pc's i portàtils · Accés a la xarxa
<b>MicroRelats #potablava</b>	Digital_Internet	Domini propi i accés a la xarxa
<b>366 dies 366 cançons</b>	Digital_Internet	Domini propi i accés a la xarxa
<b>Exposat</b>	Digital_Internet	Domini propi i accés a la xarxa
<b>Recomanacions lectores</b>	Digital_Internet	Domini propi i accés a la xarxa
<b>Suport a emprenedors digitals</b>	Segons propostes	A concretar segons les propostes

#### 4.4. Pla de màrqueting

En aquest apartat del treball es desenvolupa el pla de màrqueting que s'aplica al bloc d'actuació d'Activisme Digital. Tot i que aquest bloc té un seguit de particularitats, les orientacions que es plantegen són comunes a la resta d'accions del projecte, articulats al bloc d'actuació 3: Documentació i comunicació, on s'estableixen els principis i estratègies en aquest camp de tot el projecte.

El pla de màrqueting<sup>63</sup> entès com el "procés de planificació i execució de la concepció, el preu, la promoció, i la distribució d'idees, béns i serveis per crear intercanvis que donin satisfacció als objectius d'individus i organitzacions". És a dir, el conjunt d'accions que tenen per objecte la promoció d'una acció o programa per fer arribar el producte cultural al seu públic objectiu, però també a tota la ciutadania com a marc on s'inscriu. Per al seu desenvolupament ens basarem en les quatre Ps<sup>64</sup> del màrqueting mixt: producte, preu, promoció i distribució.

##### 4.4.1. Producte

El producte del bloc d'activisme digital, tal i com s'ha descrit àmpliament en apartats anteriors és el conjunt d'accions de Cibercultura que organitza el Departament de Cultura

<sup>63</sup> Definició del *Diccionari de Termes de Màrqueting*, publicat per l'Associació Americana de Màrqueting. *Màrqueting de las Artes y la Cultura*. François Colbert i Manuel Cuadrado. Cap. 1.2.1, pag. 20

<sup>64</sup> Product, Price, Promotion, Place

de l'Ajuntament del Prat de Llobregat, orientades a la difusió i creació de continguts culturals que tenen per objectiu la dinamització del consum cultural (als àmbits d'arts escèniques i música, arts visuals, cultura popular, patrimoni i lectura) i l'empoderament de la ciutadania.

En global es tracta d'una programació anual de 18 accions considerades de difusió i 1 de suport a l'emprenedoria digital. A continuació es realitza un breu anàlisi de les mateixes des del punt de vista del producte:

Taula 16. **Descripció dels productes d'Activisme Digital, 2012**

<b>Acció</b>	<b>Àmbit</b>	<b>Públic diana</b>	<b>Objectiu</b>	<b>Espai realització</b>
<b>Música Carnaval</b>	Cultura Popular i Tradicional	Joves i adults	Cocreació i dinamització	Digital_Internet
<b>Exposició dones</b>	Arts visuals	Adults, principalment dones	Cocreació	Digital_Internet
<b>MicroReceptes</b>	Gastronomia	Adult	Dinamització	Digital_Internet
<b>Conte inacabat</b>	Lectura	Infantil, nens i nenes de 8 a 10 anys	Cocreació	Digital_Internet
<b>Dansa interactiva</b>	Arts Escèniques	Joves i adults. Persones que participen als tallers de dansa dels centres cívics	Experimentació	· Digital_Internet · Cèntric Espai Cultural
<b>Festival Cibercultura</b>	Experimentació, Arts Escèniques i música, Arts visuals	Tots els públics, amb activitats diferenciades per a cada segment	Experimentació	· Digital_Internet · Espais físics: Cèntric Espai Cultural i Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa
<b>Al meu ritme</b>	Música	Tots els públics	Cocreació	· Digital_Internet
<b>Viu l'estiu</b>	Arts visuals	Joves i adults	Cocreació	· Digital_Internet
<b>Mapping Festa Major</b>	Creació	· Com a procés d'aprenentatge i creació a creadors en arts visuals, música i interactius · En la vessant de difusió a tota la ciutadania	Experimentació i Cocreació	· Centres Cívics i Cèntric: espai de creació · Espai públic, pl. de la Vila, façana de l'Ajuntament: espai de difusió · Digital_Internet: espai de difusió
<b>Itineraris Festa Major</b>	Cultura Popular i Tradicional	Tot el públic, especialment joves i adults	Difusió	· Digital_Internet
<b>#tenimunpremium</b>	Música	Joves	Cocreació	· Digital_Internet
<b>Itinerari escultòric</b>	Patrimoni	Escoles Públic adult i familiar	Difusió	· Digital_Internet
<b>Mapa de sons</b>	Música / Patrimoni	Tots els públics amb especial incidència en joves i adults	Cocreació	· Digital_Internet
<b>Link@festa</b>	Experimentació	Famílies amb nens i nenes de 6 a 12 anys	Experimentació	· Espai físic: Centre Cívic Jardins de la Pau · Digital_Internet

<b>MicroRelats #potablava</b>	Lectura	Escriptors amateurs de la ciutat o persones interessades en l'escriptura	Difusió	Digital_Internet
<b>366 dies 366 cançons</b>	Música	Musics de la ciutat o persones interessades en la musica	Cocreació	Digital_Internet
<b>Exposat</b>	Arts visuals	Tots els públics	Cocreació	Digital_Internet
<b>Recomanacions lectores</b>	Lectura	Tots els públics, especialment adults i gent gran	Difusió	Digital_Internet
<b>Suport a emprenedors digitals</b>	Suport a la creació	Emprenedors digitals	Suport a la creació i l'experimentació	Segons propostes

Es tracta d'una línia de producte innovadora, amb una demanda no consolidada, tot i que el marc social actual crea un clima molt favorable per al seu consum.

#### 4.4.2. Preu

En relació a la variable preu dels productes culturals, l'Ajuntament del Prat de Llobregat desenvolupa una política de subvenció del consum cultural amb l'objectiu de promoure els seus hàbits de consum cultural de pratencs i pratenques, basant-se en, entre d'altres aspectes, facilitar l'accessibilitat a les programacions culturals, i que el preu a les mateixes no esdevingui un obstacle o barrera al consum.

D'altra banda, cal incidir en què la majoria de les accions dels programes d'Activisme Digital tenen components d'experimentació i cocreació, no responen estrictament al consum de productes, per tant l'establiment de preus a la participació anirien en contra de la pròpia concepció de les activitats i dels seus objectius.

Per tant les activitats que configuren aquest bloc d'actuació seran gratuïtes a excepció del "teatre interactiu" del Festival de la Cibercultura, que tindrà un preu / entrada de 10 € (segons estàndards de preus de teatre a la ciutat i se li aplicarà descomptes tradicionals del sector a la ciutat, com els descomptes 2x1).

#### 4.4.3. Distribució

El canal de distribució de les activitats d'aquest bloc d'actuació es clarament la xarxa, Internet. Les accions que es desenvolupen al projecte són accions que o bé es desenvolupen íntegrament a la xarxa o bé generen un producte final (imatges, àudios, vídeos, documents...) que es distribuirà a Internet a través de diverses xarxes socials.

El producte cultural que es planteja en aquest bloc és per al consum col·lectiu, tot i que la majoria de les accions (a excepció de les que presenten un espai híbrid de realització) es



preveuen ésser consumides de forma individual pels usuaris, en el temps i espai escollit per ell mateix.

El fet d'ésser accions digitals fa que no hi hagi limitacions horàries ni espacials per al seu consum i participació. D'altra banda, aquest fet amplia els horitzons d'impacte de les activitats, fent que la participació a les accions no es limiti a la ciutadania del Prat, tot i ésser el seu públic diana principal, sinó que amplia les possibilitats de tràfic a les activitats.

En relació als agents que intervenen a les activitats, el fet d'ésser digitals fa que es concentrin en el productor (bàsicament l'Ajuntament del Prat de Llobregat) i els usuaris prosumidors directament, aquest fet facilita que s'estableixi una relació directa i bidireccional amb els participants.

#### **4.4.4. Promoció**

En aquest apartat, s'especifica l'estratègia de promoció entesa<sup>65</sup> com "*l'eina de comunicació, l'instrument per transmetre el missatge i la imatge de la institució tant al públic general com al públic especialitzat*". En aquest projecte, es planteja un treball de comunicació que integri accions de publicitat, publicity i relacions públiques (enteses com el contacte directe amb els públics).

A continuació s'especificarà l'estratègia de comunicació o promoció del bloc d'Activisme Digital, però cal especificar que moltes de les eines que es plantegen són comunes a tots els blocs i a la concepció del conjunt del projecte.

Aquesta estratègia inclou diferents suports publicitaris i accions de promoció combinant eines, mitjans i suports específics per a activitats o esdeveniments, amb d'altres que donaran una visió del conjunt del projecte. Tanmateix es combinaran accions dirigides a tots els públics on la visualització i la informació del projecte serà l'objectiu prioritari, amb d'altres accions de comunicació segmentades i dirigides a públics concrets i específics.

El treball plantejat presenta un salt endavant respecte al projecte que actualment està desenvolupant l'Ajuntament del Prat de Llobregat, en l'àmbit de la Cultura Digital. Un salt endavant en relació a la concepció global del projecte i els seus diferents blocs d'actuació, i en referència, principalment a les accions de difusió i dinamització que conformen el bloc d'Activisme Digital. Aquest fet, ha de ser una oportunitat per visualitzar la globalitat del projecte i generar un pla de màrqueting, que no només afecti a les accions concretes d'aquest bloc d'actuació, sinó que afecti a la totalitat del projecte; amb una doble vessant, posant l'accent en la innovació i l'experimentació, però també en la proximitat, l'accessibilitat i la participació. En aquest sentit, les eines de comunicació que es plantegen tenen aquesta mirada múltiple.

---

<sup>65</sup> François Colbert, Manuel Cuadrado. *Marketing de las Artes y la Cultura*. cap. 8, pàg. 189

La campanya de comunicació, en relació als elements de **publicitat**, donada la naturalesa del propi projecte i els seus objectius, utilitzarà mitjans digitals, que es concreten en els següents elements:

- **Web** del projecte de Cibercultura<sup>66</sup> al Prat de Llobregat, aquesta web seria el node informatiu del projecte, on es recolliria tota la informació del mateix, tant en l'àmbit formatiu, com les diverses accions d'activisme digital, els diferents materials de documentació, així com la informació respecte els diferents serveis d'accessibilitat (wifi, préstec de portàtils, suport i assessorament digital...). La web ha de tenir una estructura clara on la informació sigui fàcilment consultable, ben identificada, però alhora amb una imatge innovadora. La web del projecte aglutina tota la informació així com l'accés a les diferents xarxes socials del mateix.
- **Web** dels diferents **equipaments i projectes**<sup>67</sup> del Departament de Cultura. El projecte de Cibercultura al Prat, és un projecte transversal que s'implementa des de diferents programes i equipaments culturals municipals, en aquest sentit, les accions de tots els blocs d'actuació, i en aquest cas del d'Activisme Digital, tindran presència a les webs dels diferents programes o equipaments promotors. Així com un baner situat al menú de Cultura Digital que linki directament amb la web-node on es concentrarà la visió global del projecte.
- **Xarxes socials** pròpies de **Cibercultura**, aquest projecte ha de desenvolupar perfils propis a determinades xarxes socials que facilitin la seva relació amb el públic potencial, a la vegada que permetin una interacció directa amb equipaments i projectes de continguts similars. En un programa d'actuació, com el d'Activisme Digital, on la dinamització, la conversa bidireccional amb els participants, i el diàleg són elements intrínsecs a les accions, és bàsica la utilització de xarxes socials. Es considera que ha de tenir un perfil a twitter (com a eina de relació i difusió) i un perfil a delicious o un altra xarxa d'etiquetatge col·laboratiu de continguts. D'altra banda, aquest projecte, específicament ha d'estar atent i obert a la seva participació en xarxes socials que apareguin, després d'un anàlisi de la seva idoneïtat en relació als objectius del projecte. En relació a d'altres xarxes contenidor com flickr, youtube, vimeo o issuu, on el punt fort recau en ésser espais de publicació de continguts que es dinamitzen i mouen en altres xarxes o eines 2.0, la funció de les quals és la xarxa i la relació (com facebook, tuenti o twitter...), s'utilitzaran les eines genèriques al Departament de Cultura.

---

<sup>66</sup> <http://www.cibercultura.elprat.cat>. Actualment no existeix

<sup>67</sup> <http://www.centric.elprat.cat>; <http://www.biblioteca.elprat.cat>; <http://www.patrimonicultural.elprat.cat>;  
<http://www.ccjardinspau.org>; <http://www.ccriberabaixa.cat>; <http://www.lacapsa.org>;  
<http://www.torremuntadas.elprat.cat> i <http://www.elprat.cat>

- **Xarxes socials** del **Departament de Cultura**<sup>68</sup> de l'Ajuntament del Prat de Llobregat. El Departament de Cultura ha desenvolupat els darrers tres anys una estratègia de relació i comunicació a les xarxes socials, que es basa en un seguit de perfils a diverses xarxes socials. En aquest sentit, des d'aquests perfils (elpratcultura, lacapsa o la biblioteca) es recolzaria la difusió de les accions d'Activisme Digital. D'altra banda, l'Ajuntament del Prat disposa de perfils a twitter i facebook, des d'on també s'haurien de recolzar les accions.
- **Apps Smartphones**, cada dia la telefonia mòbil és més important en relació a la comunicació no només per al contacte telefònic, sinó per les aplicacions i la connexió a la xarxa. En aquest sentit, aquest projecte ha d'estar molt atent a les novetats del sector. D'altra banda, es fa necessari treballar amb sistemes de relació mòbil, en apps que facilitin la visualització i informació a través dels smartphones, però sobre tot per a activitats com: Viu l'estiu o Exosat, on la variable presencial a les activitats és bàsica.
- **Blocs** específics que es desenvoluparan, vinculats al domini de la web de Cibercultura o del projecte promotor (en cas que no sigui creat en xarxa), com a elements de documentació dels processos col·laboratius que es desenvolupin en relació a una acció, ja sigui com a part del procés de creació o per explicar el propi procés i les experiències dels seus participants. Es considera necessari en els següents: Mapping de Festa Major i 366 cançons<sup>69</sup>, el conte inacabat, D'altres accions com: el Concurs de MicroReceptes al bloc lacuinadelribera<sup>70</sup>; o el conte inacabat, el concurs de MicroRelats #potablava i les recomanacions lectores al bloc del pladelectura<sup>71</sup>.
- **Butlletí electrònic**. Mensualment s'editarà un butlletí digital, que incorporarà les accions de Cibercultura que es realitzin al municipi del Prat de Llobregat, incorporant articles web sobre serveis, formació... però on les protagonistes seran les accions d'Activisme Digital. Aquest butlletí es farà arribar a les persones incorporades al CSM del Departament de Cultura que hagin sol·licitat, prèviament, rebre informació sobre Cultura Digital.
- Al Prat de Llobregat existeix una secció **d'agenda cultural** incorporada a la revista municipal (edició de 30.000 exemplars, en format Din-A4, color), on apareixerà una breu ressenya de les diferents accions amb informació i imatge. Aquesta separata

---

<sup>68</sup> Perfils de "elpratcultura" i "la capsa" a facebook, twitter, flickr, youtube, vimeo, spotify i grooveshark; dels centres cívics a flickr; de la biblioteca a facebook i issuu; del Centre d'Art Torre Muntadas a flickr, youtube i vimeo. Elpratcultura també en té a issuu. Veure Annex 2

<sup>69</sup> <http://366cansongs.wordpress.com>

<sup>70</sup> <http://lacuinadelribera.elprat.cat>

<sup>71</sup> <http://pladelectura.elprat.cat>

amb els links corresponents es publicaran a l'issuu de cultura<sup>72</sup> des d'on s'insereix a diverses xarxes socials i webs.

- Edició de **vídeos – promocionals o de documentació** sobre el procés de creació de determinats esdeveniments, en concret al 2012 serien: Dansa Interactiva, Festival de la Cibercultura, Al meu ritme, Mapping Festa Major, Mapa de sons i Itinerari escultòric. D'altra banda, altres accions estarien recollides en clips genèrics com: Música de Carnaval o Concurs de MicroReceptes. Els vídeos es publicarien a xarxes com youtube, o el prat.tv i es vincularien a la web del projecte i dels equipaments o programes promotors. El seu objectiu principal és documentar les accions, a més a més, de promocionar-les.
- L'Ajuntament del Prat de Llobregat disposa d'un **sistema d'enviament d'SMS**, a través del qual es poden segmentar els sms per públic interessats segons subscripció prèvia. En aquest sentit, s'enviarà un sms sobre l'esdeveniment el dia en que es realitzi l'acció.

Com a accions de **publicity**, es preveu realitzar un anunci gràfic i petit dossier que es distribuiria a diversos mitjans, principalment locals i comarcals (El Delta, H2O, La riuada, El meu Prat) de les accions que requereixen un procés de treball més complex o que siguin més innovadores.

A la **revista municipal** apareixeran anuncis gràfics o articles que facin referència als processos de creació col·lectiva dels diferents esdeveniments, així com informació sobre els productes culturals resultants dels mateixos.

D'altra banda, aquelles accions que tenen un grau d'innovació més important, com pot ser la Dansa Interactiva (caldrà treballar de forma col·laborativa amb les altres ciutats que s'incorporessin al projecte) o el Mapping Festa Major, es realitzaria una campanya de difusió més importants, perquè mitjans d'àmbit generalista es fessin ressò, tot i que cal comentar que és molt difícil que això succeeixi, donada l'amplitud d'accions de difusió que es realitzen a la ciutat de Barcelona.

Es convidarà a el prat.tv i el prat ràdio a realitzar reportatges sobre els esdeveniments i entrevistes als promotors i a participants a les mateixes.

Un altre element important d'un pla de comunicació és el que s'anomena **relacions públiques**, en aquest sentit, els equipaments culturals on es desenvolupen branques del projecte de Cultura Digital, disposen de personal especialitzat i personal d'atenció al públic que desenvolupa accions d'informació i implementació de serveis vinculats a aquest programa (inscripcions a cursos i activitats, certificació AcTIC, préstec de portàtils, ...), i

---

<sup>72</sup> <http://www.issuu.com/elpratcultura>

que sens dubte són un immillorable canal de comunicació i difusió de les accions que es porten a terme, i de relació amb els públics actuals i potencials de les accions.

A continuació es fa una relació de les accions previstes al 2012, amb l'atribució de les accions no genèriques que es realitzarien en funció de les necessitats del projecte.

Taula 17. **Utilització de suports de comunicació específics segons accions d'Activisme digital**

<b>Acció</b>	<b>Altres Webs</b>	<b>Bloc</b>	<b>APP</b>	<b>Clips</b>
<b>Música Carnaval</b>	La Capsa			Genèric
<b>Exposició dones</b>	CC Jardins de la Pau			
<b>MicroReceptes</b>	CC Ribera Baixa	lacuinadelribera		Genèric
<b>Conte inacabat</b>	Biblioteca i Cèntric	pladelectura		
<b>Dansa interactiva</b>	Teatre Modern <sup>73</sup>			Propi
<b>Festival Cibercultura</b>	Cèntric Espai Cultural, La Capsa, centres cívics, Torre Muntadas, Teatre Modern i Biblioteca			Propi
<b>Al meu ritme</b>	La Capsa			Propi
<b>Viu l'estiu</b>	Cèntric Espai Cultural, La Capsa, centres cívics, Torre Muntadas, Teatre Modern i Biblioteca		Sí	Genèric
<b>Mapping Festa Major</b>	Torre Muntadas, La Capsa i centres cívics	Sí		Propi
<b>Itineraris Festa Major</b>	Patrimonicultural			Genèric
<b>#tenimunpremium</b>	La Capsa			Genèric
<b>Itinerari escultòric</b>	Patrimonicultural			
<b>Mapa de sons</b>	La Capsa			Propi
<b>Link@festa</b>	CC Jardins Pau			
<b>MicroRelats #potablava</b>	Biblioteca i Cèntric	pladelectura		
<b>366 dies 366 cançons</b>	La Capsa	366cansongs		
<b>Exosat</b>	Torre Muntadas		Sí	
<b>Recomanacions lectores</b>	Biblioteca i Cèntric	pladelectura		
<b>Suport digital emprenedors</b>	Web municipal			

<sup>73</sup> A activar durant el 2012

Taula 18. Elements campanya promoció accions\_ACTIVISME DIGITAL

Eina	Mitjà	Tipologia Informació	Suport	Canal	Distribució	Periodicitat
<b>Web Cibercultura</b>	Publicitat	General i Segmentada	Digital	Internet www.Cibercultura.elprat.cat		Actualització constant
<b>Webs equipaments i projectes</b>	Publicitat	Segmentada	Digital	Veure annex 2		Actualització constant
<b>Xarxes socials Cibercultura</b>	Publicitat	General i Segmentada	Digital	Twitter i delicious	Amics, fans i seguidors	Diària
<b>Xarxes socials departament</b>	Publicitat	General i Segmentada	Digital	Twitter, facebook, flickr, youtube, viemo, issuu, spotify, grooveshark	Amics, fans i seguidors	Puntual
<b>APPs Smartphones</b>	Publicitat	Segmentada	Digital	Smartphones	Subscrits	Intensiva a les accions específiques
<b>Blocs</b>	Publicitat	Segmentada	Digital	Internet		Intensiva
<b>Butlletí electrònic</b>	Publicitat	General i segmentada	Digital	Internet	Subscrits	Mensual
<b>Agenda cultural (ressenya)</b>	Publicitat	General	Paper	Físic-paper	Tots els domicilis ciutat	Mensual
<b>Ressenya agenda web Ajuntament</b>	Publicitat	General	Digital	Internet www.elprat.cat		
<b>Vídeos promocionals</b>	Publicitat	Segmentada	Digital	· Webs: Cibercultura, projectes i elprat.tv · Xarxes socials (youtube i vimeo)		En funció projecte
<b>SMS</b>	Publicitat	Segmentada	Digital	Mòbils	Subscrits	Inici accions
<b>MCM locals municipals</b>	Publicity	General o Segmentada	·Paper (revista municipal) ·Digital: elprat.tv, El Prat ràdio	Físic-paper So Televisió per Internet	· Revista a tots els domicilis ciutat	Inici accions, informació sobre serveis i projectes
<b>MCM locals privats</b>	Publicity	General o Segmentada	Paper o Digital	Físic-paper Internet		Inici accions, informació sobre serveis i projectes
<b>MCM privats</b>	Publicity	General o Segmentada	Paper o Digital	Físic-paper Internet		Dansa interactiva Mapping FM

#### 4.4.5. El treball de públics

El treball de públics és necessari en qualsevol acció de difusió que s'hagi de portar a terme. En l'àmbit de la cultura existeix una preocupació important respecte a la seva captació i fidelització, després de les teories de la democratització i la democràcia cultural, es fa necessari posar l'accent en el treball de coneixement dels públics, però també dels no públics, sobre tot en l'àmbit de l'administració pública, on la finalitat social i de millora de la qualitat de vida de les persones, a través de la cultura i el foment dels hàbits culturals és un principi bàsic.

Les accions que es desenvolupen en aquest bloc d'actuació, en tenir totes una vessant virtual pot dificultar el fet de conèixer els públics, doncs la no presencialitat sembla que pugui allunyar i crear una distància, per això es fa imprescindible un paper de dinamització a través de les xarxes socials que acompanyi tots els processos, així com un treball amb els públics presencials en determinades accions tant del propi bloc d'actuació, com sobretot del d'accessibilitat. D'altra banda, tot i que potser és complicat conèixer dades com sexe i edat dels usuaris de webs, les eines digitals faciliten informació de forma relativament senzilla, sobre hàbits de consum i participació, fidelització, recorreguts, horaris de connexió, ...

D'altra banda, és important comptar amb CSM estructurat que et permetin recollir informació sobre usuaris, des d'una visió àmplia i completa, que atengui a criteris sociodemogràfics, però també a interessos i hàbits culturals.

A continuació es desenvolupa un mapa operatiu de públics del bloc, partint de la identificació, jerarquització i creuament de variables de segmentació significatives i la posterior agrupació de categories de comportament<sup>74</sup>. Posteriorment es construeix una matriu de perfils de consum del programa, facilitant el coneixement diferenciat dels públics, per poder establir estratègies de relació i coneixement per millorar canals de comunicació, però també orientar les accions amb l'objectiu de cobrir necessitats de la població.

Figura 7. **Mapa de públics\_Activisme digital**

CATEGORIES			Proactius	Reactius	Inactius
1	Públics en formació	Nens	A		B
2		Adolescents	C		D
3	Públics adults	Adults singles	E	F	G
4		Parelles i nuclis familiars sense dependències			
5		Nuclis familiars amb dependències			
6		Persones d'edat avançada dependents	H		

<sup>74</sup> Es parteix de l'exemple que proposen Colomer i Sellas a *Marketing de las artes escénicas. Creación y desarrollo de públicos*, amb dos diferències: respecte el públic adolescent és dels més habituals a treballar en l'àmbit digital, es fa una diferenciació d'aquest públic entre proactius i reactius; i els inactius. D'altra banda s'entén que dins el públic adult les característiques es situen en la seva actitud davant el consum i en ésser dependents o no, donat que el consum d'aquestes accions no requereix un espai i horari concret.

Taula 19: **Matriu de perfils de consum del bloc d'Activisme digital**

PERFILS DE CONSUM	CARACTERÍSTIQUES	ESTRATÈGIES D'ACTUACIÓ
<b>Públics infantils d'entorns familiars actius</b>	Nens i nenes que tenen experiències en l'àmbit digital introduïdes per adults del seu entorn familiar o per l'àmbit escolar	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Programació activitats per a públic infantil i familiar (<i>El conte inacabat, la Link@festa, i en segon terme el Festival Cibercultura, el Mapa de sons o l'itinerari escultòric</i>)</li> <li>· Comunicació relacional amb adults de l'entorn familiar (mailing digital específic per a activitats familiar)</li> </ul>
<b>Públics infantils d'entorns familiars inactius</b>	Nens i nenes que no tenen experiències en l'àmbit digital en la seva socialització primària, segurament vinculats dificultats en l'accessibilitat i a entorns de baixos nivells socioeconòmics	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Accions del bloc d'accessibilitat (programa escolar, accions d'accés a infraestructures i programa formatiu per a adults)</li> </ul>
<b>Adolescents actius</b>	Col·lectiu poblacional, en estat transitori entre la influència vertical dels pares i l'horitzontal dels amics. Amb hàbits integrats de treball col·laboratiu i en l'àmbit digital, principalment vinculats a videojocs, consum de música i pel·lícules on line; així com amb la comunicació via xarxes socials	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Programació activitats orientades a públic adolescent i jove (<i>Música Carnaval, Link@festa, #tenimunpremium, Mapa de sons, i en segon terme: Festival Cibercultura, Al meu ritme, Viu l'estiu</i>)</li> <li>· Comunicació relacional via xarxes socials, principalment facebook i twitter</li> </ul>
<b>Adolescents inactius</b>	Adolescents que no tenen experiències en l'àmbit digital o aquestes són molt esporàdiques, no tenen hàbits integrats, segurament per tenir dificultats en l'accés.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Accions del bloc d'accessibilitat (programa d'activitats per a centres d'educació secundària i institut; i accions d'accés a infraestructures i programa formatiu per a adults)</li> </ul>
<b>Adults proactius amb o sense dependències familiars</b>	Adults (conjunt que incorpora des de joves a jubilats amb autonomia personal) amb hàbit de consum i experiències de consum interioritzat en l'àmbit digital, específicament en temes culturals.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Programa d'activitats (a excepció de les dirigides al públic infantil)</li> <li>· Comunicació relacional</li> </ul>
<b>Adults reactius</b>	Adults (conjunt que incorpora des de joves a jubilats amb autonomia personal) amb experiències de consum digital, no sempre en temes culturals, i que en tot cas reaccionen a estímuls externs (mitjans de comunicació, amics, familiars).	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Programació vinculada a grans esdeveniments de la ciutat: Carnaval, Festa Major, Fira Avícola...</li> <li>· Incidència en mitjans de comunicació locals (digital i escrita), comunicació via web i butlletí; i relacional</li> </ul>
<b>Adults inactius</b>	Adults (conjunt que incorpora des de joves a jubilats amb autonomia personal) que no tenen experiències de consum digital. Han incorporat una barrera actitudinal davant l'àmbit digital	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Programa d'accessibilitat, específicament el programa formatiu</li> <li>· Reforçar la importància de la capacitació per temes ocupacionals</li> </ul>
<b>Adults d'edat avançada dependents</b>	Col·lectiu amb baixos índex formatius en l'entorn digital, on la pèrdua progressiva de facultats orgàniques disminueix l'autonomia persona, agreujant la situació.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Programa de difusió a l'espai públic: Mapping de Festa Major</li> </ul>



D'altra banda, al Departament de Cultura de l'Ajuntament s'ha desenvolupat diversos sistemes de coneixement dels públics de les activitats, i per tant també de les d'aquest bloc d'actuació:

- Sistema de valoració de les activitats que recull aspectes quantitius en referència al perfil del públic de les activitats (total, repartiment del mateix per edat i sexe, properament també el seu repartiment per tipologia de l'activitat) i el seu grau de satisfacció observat. El sistema de gestió és un programa on line de desenvolupament propi.
- Sistema de recollida d'informació de les persones que s'inscriuen a les activitats o volen rebre informació (conté informació sociodemogràfica de la persona: edat, sexe, localització; interessos temàtics: teatre i dansa, música, exposicions, lectura, cultura digital, gastronomia...; preferències en la comunicació: digital, sms, postal; històric de participació a les activitats i per tant "fidelitat"...). La informació recollida conforme a la llei de protecció de dades (en base a formularis on line i en paper) es gestiona a través d'una base de dades en accés.
- Existeixen diverses eines de recollida de valoració: enquestes de satisfacció dels cursos, enquestes de valoració de festes del calendari festiu com festa major o carnaval, i enquestes esporàdiques de satisfacció al Teatre Modern, o del servei de préstec de portàtils.

Tot i que existeixen diverses eines de recollida de dades que poden facilitar força informació sobre públics i no públics de les activitats culturals de la ciutat, existeix un deficient sistema de creuament i anàlisi de tota la informació, que caldria millorar i incorporar al treball diari dels tècnics de cultura i programadors.

## 4.5. Pla financer

### 4.5.1. Pressupost de despeses

A continuació s'inclou el pressupost de despeses del bloc d'actuació d'Activisme Digital, en aquest pressupost, s'incorporen els conceptes de personal, producció de les diferents accions, en referència a 2012, les accions de promoció específiques del programa per a aquest període, és a dir, no s'incorporen aquelles vinculades a eines genèriques del projecte.

Taula 20. **Pressupost de despesa 2012 del bloc d'actuació d'Activisme Digital**

<b>PRESSUPOST DE DESPESES 2012</b>		
<b>PERSONAL</b>		
Coordinació municipal	7.855 €	
Tècnics municipals	28.280 €	
Personal especialitzat als equipaments	28.627 €	
<b>Total personal</b>	<b>64.762 €</b>	<b>69,11%</b>
<b>PRODUCCIÓ PROGRAMACIÓ</b>		<b>%</b>
· <b>Música de Carnaval</b>	<b>0 €</b>	0,00%
· <b>Exposició virtual dones</b>	<b>0 €</b>	0,00%
· <b>Concurs MicroReceptes</b>	<b>150 €</b>	0,59%
· Premis guanyadors	150 €	
· <b>Conte inacabat</b>	<b>250 €</b>	0,99%
· Imatge i aplicacions	250 €	
· <b>Dansa interactiva</b>	<b>750 €</b>	2,97%
· Imatge i aplicacions	250 €	
· Conductor de l'activitat	300 €	
· Varis per participants	200 €	
· <b>Festival Cibercultura</b>	<b>5.750 €</b>	22,77%
· Imatge i aplicacions	250 €	
· Representació teatre	2.500 €	
· Jam d'escriptura	500 €	
· Exposició luthiers	800 €	
· Ambientació espais	200 €	
· Joc interactiu espai públic	1.000 €	
· Personal suport install party (2)	300 €	
· Varis	200 €	
· <b>Al meu ritme</b>	<b>850 €</b>	3,37%
· Imatge i aplicacions	250 €	
· Dinamització	600 €	
· <b>Viu l'estiu</b>	<b>0 €</b>	0,00%
· <b>Mapping de Festa Major</b>	<b>7.200 €</b>	28,51%
· Acompanyament programació software	4.000 €	
· Lloguer d'equips de projecció	1.900 €	
· Materials	1.000 €	
· Varis	300 €	
· <b>Itineraris Festa Major</b>	<b>4.000 €</b>	15,84%
· Desenvolupament software	4.000 €	
· <b>#tenimunpremium</b>	<b>0 €</b>	0,00%

· <b>Itinerari Escultòric</b> · Imatge i aplicacions	<b>250 €</b> 250 €	0,00%
· <b>Mapa de sons</b> · Imatge i aplicacions	<b>250 €</b> 250 €	0,99%
· <b>Link@festa</b> · Imatge i aplicacions · Tallers i jocs · Varis	<b>1.000 €</b> 200 € 700 € 100 €	3,96%
· <b>Concurs de MicroRelats #potablava</b> · Imatge i aplicacions · Premi guanyadors	<b>600 €</b> 200 € 400 €	2,38%
· <b>366 dies 366 cançons</b> · Imatge i aplicacions · Dinamització	<b>1.200 €</b> 200 € 1.000 €	4,75%
· <b>Exposat</b>	<b>0 €</b>	0,00%
· <b>Recomanacions lectores</b>	<b>0 €</b>	0,00%
· <b>Suport a emprenedors digitals</b> · Import convocatòria	<b>3.000 €</b> 3.000 €	11,88%
<b>Total producció programació</b>	<b>25.250 €</b>	<b>26,94%</b>

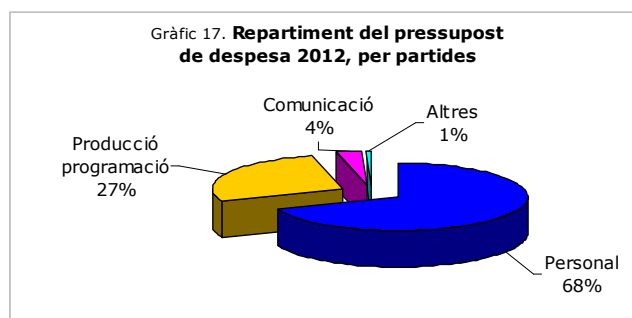
COMUNICACIÓ		%
<b>Desenvolupament APPs (2)</b>	1.200 €	37,50%
<b>Vídeos anunci o documental (5)</b>	2.000 €	62,50%
<b>Total comunicació</b>	<b>3.200 €</b>	<b>3,41%</b>

IMPREVISTOS		%
<b>Imprevistos</b>	<b>500 €</b>	<b>0,53%</b>

<b>TOTAL</b>	<b>93.712 €</b>	<b>100%</b>
--------------	-----------------	-------------

El pressupost, elaborat per a l'any 2012 només incorpora els costos directes de les accions que es plantegen al bloc d'actuació d'Activisme Digital. En l'elaboració del pressupost de despesa, no s'han imputat les despeses de manteniment de les infraestructures ni equips, subministraments, neteja, així com tampoc el personal d'atenció al públic en aquelles accions que es realitzen de forma presencial a equipaments. Ni els costos que tenen a veure amb hostings web.

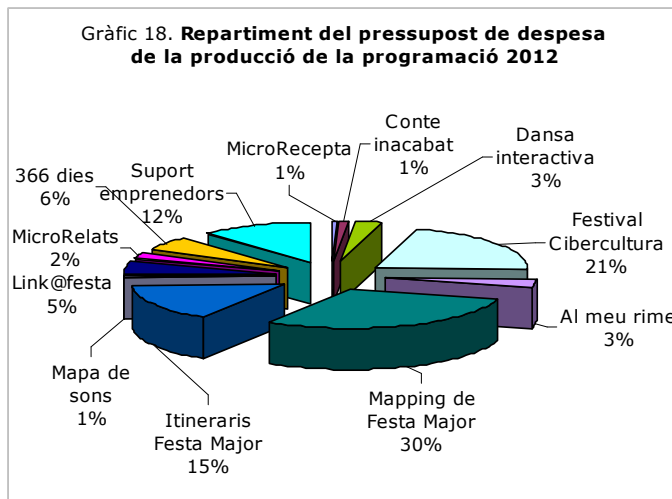
El total de la despesa del bloc d'actuació d'Activisme Digital és de 93.712€, la despesa més important de la programació és el personal (amb un 68% del total), seguit de la despesa de producció de les activitats de programació (un 27%) i les accions específiques de comunicació de les accions (un 3%).



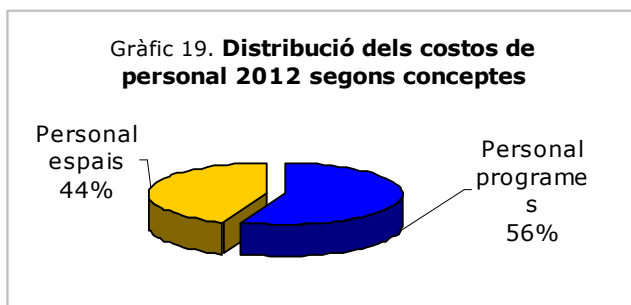
Si s'analitza el **cost de la producció** s'observa que hi ha 6 accions on no hi ha cost de producció, donat que es basen en la generació d'un espai de relació i cocreació de

continguts amb la ciutadania, que a la vegada no requereixen d'un software específic, i que estan integrades en altres cicles d'activitats, fet que determina que no requereixin d'una imatge pròpia.

Així doncs, si analitzem les 12 accions restants, el volum de despesa es concentra en 6 accions que superen els 1.000€, d'entre les quals destaquen quatre accions estrella del programa: el Mapping de festa Major (amb un 30% del total de la despesa per a producció, que incorpora un aspecte de formació, experimentació i suport a creadors de la ciutat), el Festival de la Cibercultura (amb un 22% del total de la despesa per a producció), els Itineraris de Festa Major (amb un 15% de la despesa, destinada a la creació d'una aplicació de geolocalització que serà la base per al desenvolupament posterior d'altres projectes com el Mapa de sons, l'Itinerari escultòric, el Prat ocult o Creacions Marca Prat. S'ha optat per concentrar tota la despesa en aquesta activitat, tot i que es podria repartir entre les diferents accions); i el suport a emprenedors digitals (amb un 12% de la despesa).



La **despesa de personal** vinculada al programa d'Activisme Digital suma 64.761,73€. Aquest pressupost incorpora diferents perfils professionals i dedicacions<sup>75</sup>. S'observa que el 56% correspon a personal municipal no vinculat a espais físics, i el 44% correspon a personal específic d'equipaments, contractat de forma externalitzada.



Els costos vinculats al personal contractat de forma externalitzada s'ha fet prenent com a base el Conveni del Lleure amb l'increment corresponent de l'IPC, a més a més, del percentatge de benefici d'empresa per la gestió.

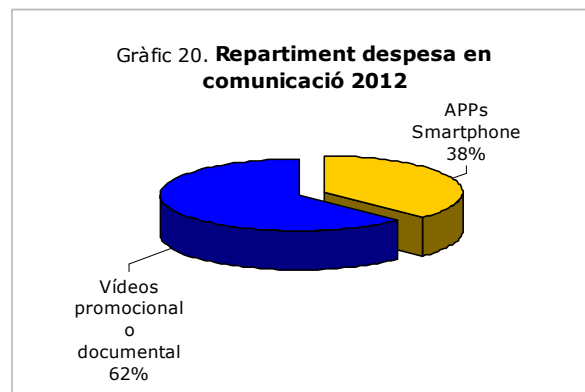
Taula 21. **Repartiment dels costos de personal entre els diferents perfils i dedicacions**

Perfil	Cost total	Persones	Dedicació	Total
<b>Coordinadora projecte</b>	31.421,77 €	1	25%	7.855,44 €
<b>Tècnics cultura</b>	31.421,77 €	6	15%	28.279,59 €
<b>Dinamitzacions dels equipaments</b>	27.263,52 €	3	35%	28.626,70 €
<b>Total</b>				<b>64.761,73 €</b>

<sup>75</sup> Veure punt 4.2 Recursos Humans

En relació a la **despesa de comunicació i documentació**, només s'integren aquelles accions específiques per a les accions d'activisme. Apareixen tres conceptes: la creació d'una imatge i les aplicacions necessàries (el seu cost s'integra a la pròpia producció de l'acció, donat que es treballarà amb diferents dissenyadors); l'enregistrament i edició de vídeos promocionals o de documentació, per a 6 accions (Dansa interactiva, Festival Cibercultura, Al meu ritme, Mapping Festa Major, Mapa escultòric i Mapa de sons), amb un 62,5% del pressupost d'aquesta partida; i el desenvolupament d'APPs per a smartphones per a dues accions (Viu l'estiu i Exposa't) amb un 37,5%.

Per últim, destacar que s'introdueix el concepte d'imprevistos, una petita bossa que correspon al 0,5% del cost previst de la resta de partides, que serveix per cobrir costos d'alguna despesa extra que pugui sorgir.



#### 4.5.2. Pressupost d'ingressos

A continuació es detalla el pressupost d'ingressos del bloc d'actuació d'Activisme Digital, a partir de quatre conceptes, l'aportació municipal, les subvencions d'altres entitats públiques, els ingressos d'activitat i els ingressos vinculats a patrocinis.

Taula 22. **PRESSUPOST D'INGRESSOS 2012, ACTIVISME DIGITAL**

<b>APORTACIÓ AJUNTAMENT DEL PRAT</b>			<b>%</b>
Aportació des de diferents partides pressupostàries	72.712 €	77,59%	
<b>SUBVENCIONS ALTRES ENTITATS PÚBLIQUES</b>			<b>%</b>
· Diputació de Barcelona_Desenvolupament cultural local	3.000 €		
· Subvenció Generalitat_Actes difusió de les tecnologies de la informació i la comunicació	3.500 €		
<b>Total</b>	<b>6.500 €</b>	<b>6,94%</b>	
<b>INGRESSOS ACTIVITATS</b>			<b>%</b>
Entrades Teatre Interactiu Festival Cibercultura	900 €	0,96%	
<b>PATROCINIS</b>			<b>%</b>
Aportacions per patrocinis	13.600 €	14,51%	
<b>TOTAL</b>			<b>100%</b>

Com es pot observar a la taula anterior, el pressupost d'ingressos d'aquest bloc d'actuació, es nodreix bàsicament per **l'aportació de l'Ajuntament del Prat**, un 77,59% dels

ingressos totals. Aquest recursos provenen de diferents partides i capítols del pressupost de l'Ajuntament: capítol 1 - remuneració personal propi; capítol 2- compra béns i serveis (personal vinculat a contractes de gestió, producció activitats i comunicació); i capítol 4 - transferències corrents. El pressupost plantejat s'estructura amb una classificació funcional, en base a projectes i accions.

El 7% dels ingressos del bloc d'Activisme digital, provenen de **transferències corrents** d'altres administracions, Generalitat de Catalunya i Diputació de Barcelona, via subvenció a projectes. Als darrers anys l'Ajuntament del Prat de Llobregat ha comptat amb ingressos derivats per a aquest concepte, en el marc actual de crisi econòmica no existeixen garanties que es publiquin per a l'any 2012, ni que es dotin amb els mateixos recursos. Tot i així, en aquest treball es parteix de la hipòtesi que donada la importància de l'administració electrònica, les subvencions a aquest concepte seran continuistes respecte edicions anteriors. Tanmateix, cal apuntar, que aquestes subvencions no són finalistes, sinó que es dirigeixen directament a la tresoreria general de l'Ajuntament, revertint de forma indirecta al projecte que les genera. Les línies de subvenció a les que es participaria són:

- *Generalitat de Catalunya. Direcció General de Telecomunicacions i Societat de la Informació. Convocatòria de subvencions, en règim de concurrència competitiva, a ajuntaments de Catalunya i ens públics que en depenen, per a l'organització d'actes de difusió de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC). A aquesta convocatòria es presentarà tot aquest bloc d'actuació.*
- *Diputació de Barcelona. Pla de concertació. Catàleg de suport als serveis i activitats locals. Àrea de Cultura. Desenvolupament cultural local. Dinamització del patrimoni cultural local. Mapes de patrimoni cultural*

En relació als **ingressos del públic**, aquesta opció és anecdòtica en aquest bloc d'actuació, l'1%. Aquest fet respon a: d'una banda, la gratuïtat de les activitats (només hi ha una acció que en pugui derivar, el teatre d'interactius, vinculat al Festival de la Cibercultura); d'altra banda, tampoc es poden generar ingressos vinculats a marxandatge. En relació als ingressos vinculat al públic, aquesta és la previsió per a 2012:

Taula 23. **Ingressos directes dels usuaris, accions 2012**

Centre Cívic Sant Jordi - Ribera Baixa_Sala escènica					
Assistents	Preu entrada	80% assistent_ descompte 50%	20% assistents_ paguen 100%	Recaptació	
150	10 €	600 €	300 €	900 €	

Aquests ingressos es gestionarien des del Centre Cívic Sant Jordi - Ribera Baixa, gestionat via un contracte de serveis, aquest fet que s'hagi d'imputar un 10% de gestió de l'import per l'empresa concessionària.

Una de les fonts de finançament nova d'aquest projecte, és la cerca de **patrocinadors**. En aquest bloc d'actuació es planteja un pla de patrocini que aconsegueixi 13.600€, és a dir, el 14,51% dels ingressos del bloc d'Activisme Digital. D'altra banda si es posa en relació el cost dels programes amb els ingressos per patrocini, s'observa que els ingressos de patrocini representen el 53,86% de la necessitat de finançament de la producció de les accions.

Tot i que la situació econòmica, d'entrada sembla poc procliu a desenvolupar estratègies de patrocini per part d'empreses. Amb una bona estratègia on es posi en valor els beneficis no només de caire social, sinó empresarials que aquesta acció pot repercutir vers l'empresa patrocinadora, es pot aconseguir una diversificació de fonts en aquest sentit. Cal incidir en que la cerca de fonts de finançament s'ha d'incorporar en les línies de treball del programa.

Es planteja una estratègia de patrocini molt acurada, realitzada després d'un anàlisi objectiu dels productes a oferir en funció dels seus valors, per tractar de cercar els socis més adequats. En aquest cas, es reforçaran les idees d'innovació, joventut, investigació, experimentació, relació, xarxes... Establint-se una doble estratègia, d'una banda es cercaran grans empreses del sector de les telecomunicacions i els productes culturals en xarxa, d'altra banda comerços de la ciutat que puguin col·laborar amb espècies (igualment comptabilitzats econòmicament), com poden ser restaurants o botigues que facilitin els premis pels concursos de MicroReceptes o MicroRelats.

S'estableix una proposta de patrocini vinculada no al bloc d'actuació d'Activisme Digital, en conjunt, sinó vinculant les empreses a accions o cicles d'accions, i s'aprofitarà els moments de més assistències, en aquest cas la Festa Major, per ser més atractiu de cara als patrocinadors.

El desenvolupament d'una estratègia de patrocini requereix d'una dedicació que cal incorporar al Departament de Cultura per treballar de forma contínua en la cerca d'empreses, el disseny de les propostes, les edicions dels materials, el seguiment de l'impacte, la gestió de l'acord o conveni, així com l'avaluació posterior del resultat ...

Taula 24. **Propostes de patrocini bloc d'actuació d'Activisme Digital**

Tipus patrocinador	Import anual	Accions vinculades	Contraprestacions
<b>Empresa de Telefonía</b>	5.500€	Mapping Festa Major	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Presència logotip amb link a les webs i bloc del procés</li> <li>· Presència als vídeos promocionals tant específics com genèrics</li> <li>· Presència a les banderoles de Festa Major (400 banderoles)</li> <li>· Presència al programa de la Festa Major (faldó publicitari)</li> </ul>
<b>Spotify</b> o similar	5.500€	Música Carnaval	Proposta de campanya específica de

		366 cançons #tenimunpremium Mapa de sons – Mapa escoltòric	<p>subscripció a Spotify premium (o similar) al Prat, 9€ / mes "lacapsa" (només amb la subscripció de 51 persones un any, cobririen la despesa de patrocini. Establint-se una ràtio de resposta del 0,18 segons el nombre assistents 2011)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Presència logotip amb hipervincle, a les webs dels equipaments promotors, als blocs dels projecte</li> <li>· Presència als vídeos promocionals tant específics com genèrics</li> <li>· 1 Lona de difusió (4,5x6m) a l'espai La Capsa, concerts de gran format, de la Festa Major del Prat</li> <li>· Presència al Programa de Festa Major (1 faldó)</li> </ul>
<b>Empresa de Telecomunicacions o Premsa</b>	2.000€	Festival de la Cibercultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Presència logotip amb link a la webs de Cibercultura</li> <li>· Presència al vídeo promocional</li> <li>· Presència d'un plòter publicitari de l'empresa als espais del Festival</li> </ul>
<b>Comerços de la ciutat:</b> restaurants i botigues de llibres	200 €	Concurs de MicroReceptes i MicroRelats	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Presència del logotip amb hiperpinclle als elements de difusió de les accions</li> </ul>

L'objectiu mínim de patrocini durant l'any 2012 per al bloc d'Activisme Digital consisteix en una empresa de telefonia, una xarxa social (especialment vinculada a música, Spotify), una empresa de telecomunicacions o de premsa generalista i tres empreses col·laboradores. Cal incidir, en que caldria desenvolupar una estratègia de patrocini vinculat al bloc d'accessibilitat.

Un element a tenir en compte en el cas dels ingressos per patrocini és la forma d'incorporació dels mateixos al projecte, en aquest sentit hi hauria dues formes d'executar-ho, via un pagament directe de determinades factures vinculades al projecte o a través de les empreses de gestió, en aquest sentit caldria incorporar les despeses de gestió d'aquests ingressos per part de les empreses, aproximadament un 10% dels mateixos.

#### 4.5.3. Gestió del pla de finançament

Una premissa bàsica és que el pressupost de tot projecte ha de partir d'una situació inicial d'equilibri entre despeses i ingressos. En aquest cas partir d'aquesta idea, resulta complexa, tenint en compte que es parla del pressupost d'un bloc d'actuació del projecte de Cultura Digital al Prat. Tanmateix s'ha desenvolupar un pla atenent només a les accions recollides al bloc d'Activisme Digital, tot i que per al desenvolupament d'algunes accions, com les de



patrocini cal tenir una mirada de ciutat i de projecte global (per exemple a la utilització de la Festa Major com a espai de contraprestació).

A nivell de finançament del bloc d'actuació d'Activisme digital, es pot establir que l'aportació municipal representa el 77,59% de la despesa total del bloc.

La gestió d'aquest pla de finançament és complexa doncs combina accions on el pressupost es gestionarà de forma directa per l'Ajuntament, amb d'altres que comptaran amb la intervenció d'empreses del sector que gestionen equipaments que intervenen o són promotors de les accions. Aquest fet comporta que les eines de seguiment econòmic han de ser molt clares, acurades i continuades en el temps, per detectar possibles desviacions i corregir-les a nivell global. També caldrà realitzar un control de tresoreria per disposar dels recursos necessaris per fer front als pagaments.

En aquest sentit el procediment d'execució del pressupost és molt diferent amb una modalitat o altra. En el cas de l'administració cal realitzar el procediment ADOP (autorització, disposició, obligació i pagament), en el cas de les empreses de gestió, treballen establint una distribució en partides (autorització), una obligació i el pagament. En ambdós casos un cop realitzada la cerca de proveïdors, es contrau una obligació que es formula a través d'un contracte, del que es deriva el pagament, segons els acords establerts<sup>76</sup>.

#### 4.6. Avaluació

David Roselló defineix l'avaluació<sup>77</sup> com "*el procés sistemàtic mitjançant el qual s'obté informació necessària sobre els resultats, previstos o no, i el funcionament d'un projecte cultural per saber fins a quin punt s'aconsegueixen els objectius i es desenvolupa la producció. Així es poden prendre les decisions necessàries per reconduir aquest projecte modificant qualsevol dels seus aspectes*".

L'avaluació ha de ser un instrument al servei del projecte, ha d'estar present, de forma transversal, en tot moment, no només un cop s'ha finalitzat. L'objectiu de l'avaluació ha de ser reorientar i reforçar el projecte en tot moment per tal de garantir la consecució dels seus objectius, per millorar el projecte en futures edicions, per actualitzar, renovar i innovar en el projectes, per crear-ne de nous projectes, per crear debat dins dels equips, per poder treballar estratègicament, a mig-llarg termini... Ha d'aplicar-se al conjunt del projecte, no només a les activitats. Analitzant el context i el diagnòstic, els objectius, la definició de les accions, el procés, els resultats i la repercussió del projecte a mig i llarg termini.

<sup>76</sup> El termini de pagament de l'Ajuntament del Prat és a 40 dies, mentre que el de les empreses de gestió ho és a 30 dies.

<sup>77</sup> David Roselló Cerezuela: *Diseño y evaluación de proyectos culturales*. Ariel, patrimonio. 4a edició. Pàg. 206

El model d'avaluació que s'utilitzarà és per objectius i el mètode d'avaluació reflexiva (comparant el mateix context abans i després de la intervenció). A continuació, es fa la concreció genèrica dels objectius operatius, un cop definides les diferents accions, tant conceptualment com econòmicament.

Taula 25. **Objectius operatius bloc d'actuació d'Activisme Digital**

<b>Programació</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Desenvolupar el 100% de les accions del programa de dinamització</li> <li>· Donar suport a la implementació de 2 projectes d'emprenedors digitals</li> </ul>
<b>Participació</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Aconseguir una mitjana de 30 participants a les activitats de: Música de Carnaval, Exposició virtual de dona, concurs de MicroReceptes, Conte inacabat, Al meu ritme, #tenimunpremium, concurs de MicroRelats #potablava</li> <li>· Aconseguir la participació de 10 creadors del Prat a l'activitat Dansa interactiva</li> <li>· Aconseguir la participació de 365 persones a "365 dies, 365 cançons"</li> <li>· Aconseguir una participació de 250 participants al Festival de Cibercultura</li> <li>· Aconseguir una participació de 100 persones a la Link@festa, un 50% mes que en l'edició de 2011</li> <li>· Obtenir una mitjana de 30 visites / mensuals a l'itinerari escultòric</li> <li>· Aconseguir que es publiquin i geolocalitzin, com a mínim 60 sons de la ciutat al Mapa de sons, al 2012</li> <li>· Obtenir la participació mitjana de 35 participants a les accions d'Exposat</li> <li>· Aconseguir una mitja mensual de 50 visites a les lectures recomanades</li> <li>· Aconseguir que el 50% del públic del programa d'accessibilitat_formació participi en activitats del bloc d'activisme digital</li> <li>· Aconseguir que el 60% dels participants en les activitats formin part de la base de dades d'usuaris del departament de cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat</li> </ul>
<b>Valoració</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Aconseguir una valoració mitjana de 7 sobre 10 en la satisfacció dels participants a les diferents accions del programa</li> <li>· Aconseguir una valoració de 8 sobre 10 en la valoració tècnica i en el desenvolupament de les diferents accions</li> </ul>
<b>Econòmics</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Acabar l'any amb un pressupost d'ingressos i despeses equilibrat</li> <li>· Aconseguir un 14% de finançament extern via patrocini</li> <li>· Aconseguir una valoració dels patrocinadors de 8 sobre 10</li> </ul>
<b>Impacte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Augmentar la visibilitat del projecte a la ciutat</li> </ul>

Els criteris que s'utilitzaran per realitzar l'avaluació del projecte són: l'eficàcia (fins a quin punt s'han aconseguit els objectius del projecte); l'eficiència (relaciona la consecució dels objectius i els recursos utilitzats) i l'efectivitat (cost de l'impacte o eficiència en relació amb el resultat obtingut).

Al Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat existeix una metodologia precisa d'avaluació de les accions i projectes, basada en l'assistència, el perfil dels usuaris (classificats per sexes i edats, en la participació d'accions virtuals o presencials), la valoració de la satisfacció del públic, la valoració tècnica de l'activitat (basada en aspectes tècnics, desenvolupament de la mateixa, compliment d'expectatives de públic i la valoració global). És una avaluació realitzada pel propi equip gestor de les accions. En aquest cas, s'incorporaria aquesta metodologia a l'avaluació del projecte de Cibercultura i al bloc d'activisme digital.

Els instruments d'avaluació i eines de registre que es faran servir són:

- Base de dades de programació, planificació i avaluació de les accions del departament de cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat
- Estat de comptes que inclou el pressupost d'ingressos i despeses inicial, i la seva evolució real (mitjançant les fulles de liquidació per projectes)
- Base de dades d'usuaris i usuàries

Una vegada establerts els objectius operatius del projecte, i escollit el mètode, els instruments i criteris, es requereixen uns indicadors que facilitin el coneixement del resultat del projecte. A continuació es defineixen els indicadors que es faran servir al bloc d'actuació d'Activisme digital (similars als de la globalitat del projecte de Cultura Digital). Es plantegen indicadors econòmics (relació entre costos reals i previstos, permet analitzar la idoneïtat dels recursos previstos per les diferents accions), de procés (analitzen aspectes relacionats amb la implementació de les accions) i d'impacte o resultat (valoren la percepció dels usuaris, la seva satisfacció, coneixement,...).

A continuació es descriu el quadre d'indicadors del projecte:

Taula 26. **QUADRE D'INDICADORS ECONÒMICS**

Nom	Definició	Eines de registre
<b>Cost directe accions</b>	Sumatori dels costos de: Personal específic de l'activitat; Proveïdors; Material i equip tècnic de compra o lloguer; Imatge de comunicació, per a cadascuna de les accions que configuren el bloc	· Liquidació mensual per programes · Estat de comptes del bloc
<b>Ingressos directes accions</b>	Sumatori d'ingressos generats de les accions, en aquest projecte es recull únicament els ingressos per entrades al teatre d'interactius al Festival de Cibercultura	· Liquidació mensual per programes · Estat de comptes del bloc
<b>Cost Activisme Digital</b>	Sumatori dels costos directes de les diferents accions que configuren el bloc d'Activisme digital, més els costos de l'equip "nuclear" més els costos de comunicació i documentació	Estat de comptes del bloc
<b>Ingressos Activisme Digital</b>	Sumatori dels ingressos per: Aportació municipal, Ingressos per transferències corrents; Ingressos per patrocinis; Ingressos directes d'usuaris	Estat de comptes del bloc
<b>Nivell finançament Activisme Digital</b>	Ingressos generats (no s'imputa l'aportació municipal) del bloc d'actuació/ despeses del bloc d'actuació x 100	Estat de comptes del bloc
<b>Capacitat explotació Activisme Digital</b>	Ingressos generats (ingressos d'usuaris + ingressos de patrocinis)/ total ingressos x 100	Estat de comptes del bloc
<b>Repartiment del pressupost</b>	Proporcionalitat expressada en % de les partides de Costos (despeses) i finançament (ingressos) del bloc	Estat de comptes del bloc
<b>Cost usuari del bloc Activisme Digital</b>	Total despesa projecte / Nombre total d'usuaris "Activisme Digital"	· Estat de comptes del bloc · Informe d'assistència de la base de dades d'activitats
<b>Despesa Activisme digital per habitant</b>	Total despesa projecte / Nombre d'habitants del Prat de Llobregat	· Estat de comptes del bloc · Cens municipal

Taula 27. **QUADRE D'INDICADORS DE PROCÉS (actes de programació)**

Nom	Definició	Registre
<b>Nombre accions</b>	Sumatori de totes les activitats efectuades	Base dades programació, planificació i avaluació
<b>Repartiment de les accions per públic diana</b>	Proporcionalitat expressada en % de les activitats dirigides a un públic diana en un període de temps	Base dades programació, planificació i avaluació
<b>Nombre participants accions Activisme Digital</b>	Sumatori usuaris totals de les accions, tant físiques com virtuals	Base dades programació, planificació i avaluació
<b>Compliment d'expectativa d'assistència</b>	Participació a les accions / públic esperat x 100	Base dades programació, planificació i avaluació
<b>Repartiment participants per sexe</b>	Proporció expressada en % d'usuaris per sexe	Base dades programació, planificació i avaluació
<b>Repartiment participants per edat</b>	Proporció expressada en % d'usuaris per edat	Base dades programació, planificació i avaluació
<b>Nombre de visitants a les webs i</b>	Sumatori visitants a les diverses webs i xarxes del bloc	Base dades programació, planificació i avaluació

Taula 28. **QUADRE D'INDICADORS DE RESULTATS**

Nom	Definició	Registre
<b>Nombre aparicions accions en mitjans de comunicació</b>	Recompte d'aparicions mensual a Radio local, Altres ràdios, Televisions, Premsa diària, Revistes, webs...	Recull de premsa municipal
<b>Grau satisfacció de les accions</b>	Valoració dels usuaris i usuàries respecte a una activitat	Enquesta valoració usuaris
<b>Valoració satisfacció del públic</b>	Puntuació 0 al 9 respecte la percepció general de satisfacció de públic a l'acte	Base dades programació, planificació i avaluació
<b>Valoració horari i desenvolupament de l'acte</b>	Puntuació 0 al 9 respecte l'ajust d'horaris i desenvolupament de l'acte segons estava programat.	Base dades programació, planificació i avaluació
<b>Valoració qualitat de l'activitat</b>	Puntuació 0 al 9 respecte la qualitat artística, professionalitat, interès cultural etc.	Base dades programació, planificació i avaluació
<b>Valoració aspectes tècnics i de producció</b>	Puntuació 0 al 9 respecte el funcionament tècnic de l'acte (equips, espai, personal...)	Base dades programació, planificació i avaluació

## Part 5. **CONCLUSIONS**

Un dels principals objectius del treball és dissenyar el programa municipal de Cultura Digital a la ciutat del Prat de Llobregat a mig termini (4 anys), establint una revisió del projecte que s'està desenvolupant actualment al municipi, atenent al context social actual del Prat dins el paradigma de la Societat de la Informació i la Comunicació.

Aquest primer objectiu de revisió s'ha desenvolupat al segon capítol de l'estudi, amb la diagnosi interna i externa, on s'ha analitzat amb deteniment les característiques socioeconòmiques i culturals del municipi del Prat de Llobregat, i el projecte actual de Cibercultura amb una mirada retrospectiva al període 2007-2010, per acabar desenvolupant un anàlisi DAFO de la situació actual i definint un seguit d'estratègies, a partir d'una projecció CAME. A partir d'aquesta àmplia diagnosi, s'ha realitzat la projecció estratègica del projecte de Cibercultura al Prat. Aquesta projecció incorpora una definició de la missió, visió i valors del projecte; dels objectius tant generals com específics; i de les estratègies, els blocs i els programes d'actuació.

El projecte s'ha concretat en quatre blocs d'actuació (Accessibilitat; Activisme Digital; Comunicació i Documentació; i Articulació) que plantegen una visió global de la Cibercultura, que atén a elements clàssics en la gestió cultural com són la formació, la difusió i el suport a la creació. Però també a aspectes específics de la pròpia idiosincràsia del projecte, com són temes d'accessibilitat i relacionals.

Al plantejament inicial del treball s'establia una segona vessant o objectiu, operativitzar un dels blocs d'actuació, concretament el vinculat a la difusió "Activisme Digital". Aquest objectiu es desenvolupa en el darrer capítol del treball. Partint dels apartats anteriors, en aquest punt es treballa la definició dels objectius estratègics i operatius d'aquest bloc; el programa d'accions a desenvolupar en el període establert (2012-2015) i la seva calendarització; els recursos humans, infraestructurals i tècnics necessaris per a la seva implementació; el pla de màrqueting (que atén als 4 elements clàssics del màrqueting mix: producte, preu, distribució i promoció; així com un estudi dels públics de les accions); el pla de finançament i els elements d'avaluació de la implementació del bloc (atenent a aspectes econòmics, de resultat, d'impacte).

Al desenvolupar el pla operatiu d'un dels blocs d'actuació s'ha posat de manifest la dificultat de treballar un únic bloc de forma segmentada, donada la imbricació dels diferents blocs i programes en un tot global, moltes de les estratègies definides requereixen d'una mirada global al projecte, tot i així la valoració és positiva.

Un dels aspectes, que considero, més rellevants del treball ha estat la cerca d'una coherència interna entre el nivell macro i el micro. Entre la definició estratègica d'una política municipal que cerca una mirada global sobre la Cibercultura, que atengui tant als seus àmbits tradicionals (arts escèniques i música, lectura, cultura popular, patrimoni i arts

visuals) com als aspectes de formació, difusió i suport a la creació, en un període temporal de 4 anys; i la concreció i operativització d'un bloc concret. Partint de la premissa del coneixement del territori, de la realitat social i cultural del municipi.

En relació al contingut del treball, aquest demostra que el Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat hauria d'apostar pel desenvolupament d'un projecte de Cibercultura com el plantejat. La situació sociocultural actual de la ciutadania del Prat i l'evolució del propi projecte de Cibercultura desenvolupat fins ara, fan necessari un salt endavant en aquest àmbit, cap a un treball global, més contundent, innovador i en coherència amb el seu context. D'altra banda, l'anàlisi de pre-viabilitat mostra la viabilitat del projecte. Tot i així, cal evidenciar que les darreres notícies conceptuals i pressupostàries a la ciutat del Prat del Llobregat no són positives en aquest sentit, fent molt difícil el desenvolupament d'un treball com el presentat l'any 2012.

Finalment, en relació als meus aprenentatges obtinguts en la realització d'aquest treball, més enllà de l'enfrontament a la complexitat d'abordar amb tant de detall l'operativitat d'un bloc d'actuació, atenent a tots els aspectes, el que considero més important és el model de construcció del projecte. El fet de combinar aquesta mirada macro i micro.

El fet de treballar en l'administració i tenir com a una de les meves funcions principals la coordinació del projecte actual de Cultura Digital al Prat de Llobregat m'ha facilitat molt el coneixement de la matèria i la disposició de dades. Tot i així el treball m'ha permès enfrontar-me amb la meva feina quotidiana des d'una vessant teòrica i metodològica diferent. Al Departament de Cultura del Prat de Llobregat s'utilitza una metodologia de desenvolupament operatiu anual, similar, però en aquest treball s'han desenvolupat els diferents aspectes, tots, amb molt més detall, i s'han plantejat alguns punts nous, com el pla de comunicació i estudi de públics o el pla de patrocini. D'altra banda, al Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat no existeix un pla marc en aquest àmbit, on es combini una diagnosi profunda de la situació amb un pla estratègic i operatiu, en aquest sentit, l'aprenentatge ha estat importantíssim, i considero que tot i que la situació actual no convida a l'optimisme en relació a la seva implementació, crec que és un bon punt de partida pel propi Departament de Cultura.

Per finalitzar, un darrer aspecte que vull destacar en relació al meu aprenentatge és a nivell metodològic, he après el funcionament i l'aplicabilitat d'eines de planificació estratègica que fins ara no havia utilitzat i que valoro de forma molt positiva per al desenvolupament de projectes, com són la projecció estratègica CAME o l'anàlisi de pre-viabilitat. D'altra banda, crec que al treball s'han plantejat alguns elements metodològics i eines de gestió com la matriu de públics, el model de finançament o els indicadors d'avaluació que fàcilment són exportables a la meva feina al Departament de Cultura.



## **BIBLIOGRAFIA**

ALSINA, P.; CASACUBERTA, D.; COLOMBO, C.; MARTÍNEZ, Ó. I MARTÍNEZ I ILLA, S. *e-Cultura. Les noves tecnologies aplicades a la gestió de la cultura*. 2006. Barcelona. Associació de Professionals de la Gestió Cultural a Catalunya

CASTELLS M. i TUBELLA, I. (coord.). *La Societat xarxa a Catalunya*. 2002. Barcelona. Universitat Oberta de Catalunya. Internet Interdisciplinary Institute (IN3)

COLBERT, F., & CUADRADO, M. *Marketing de las Artes y de la Cultura*. 2003. Barcelona. Ariel

COLOMER J. I SELLAS J. *Marketing de las artes escénicas. Creación y desarrollo de públicos*. 2009. Barcelona. Quaderns Gescènic

GERE, Charlie. "De la digitalizació de la cultura a la cultura digital. Algunas reflexiones sobre la cultura digital". *Digithum, las humanidades en la era digital*. 2010. Barcelona. Universitat Oberta de Catalunya

LÓPEZ DE AGUILETA, I. *Cultura y ciudad. Manual de política cultural municipal*. 2000. Gijón. Trea

MANITO, F. *Cultura i estratègia de ciutat. La centralitat del sector cultural a l'agenda local*. 2008. Barcelona. Generalitat de Catalunya. Escola de l'Administració Pública

MARTINELL, A. "La funció dels agents culturals, nous escenaris per a la reflexió", *Revista Perifèrica*, no.1. 2000. Cadis

MARTÍNEZ, S. "E-Cultura. Tic i gestió de la cultura. Implicacions en l'àmbit local". 2004. Barcelona. CERC, Diputació de Barcelona

ROSELLÓ CERZUELA, D. *Diseño y evaluación de proyectos culturales*. 2008. Barcelona. Ariel Patrimonio

SAVAZONI, R. "Democracia, innovación y cultura digital". *Digithum, las humanidades en la era digital*. 2010. Barcelona. Universitat Oberta de Catalunya

UZELAC, A. "La cultura digital, un paradigma convergente donde se unen la tecnología y la cultura: desafíos para el sector cultural" *Digithum, las humanidades en la era digital*. 2010. Barcelona. Universitat Oberta de Catalunya

VILLAROYA, A. *Informe sobre la Política Cultural de Catalunya 2010*. Generalitat de Catalunya

ZALLO, R. *Estructuras de la comunicación y de la cultura. Políticas para la era digital*. 2011. Barcelona. Gedisa editorial

*Diagnosi de l'Escletxa Digital a Catalunya, 2010*. FOBSIC

*España 2009. Informe Anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España*. Fundación Orange

*Guía para la evaluación de las políticas culturales locales. Sistema de indicadores para la evaluación de las políticas culturales locales en el marco de la Agenda 21 de la cultura*. Grupo Técnico de la Comisión de Cultura de la FEMP en materia de sistemas de información cultural, evaluación e indicadores. 2009. Federación Española de Municipios y Provincias

*Oportunidades de negocio de los derivados digitales para la industria de contenidos. El papel del marketing y la distribución on-line, el comercio electrónico y las redes sociales como impulsores de la industria.* 2010. Madrid. Rooter Analysis SL

## **WEBGRAFIES**

<http://digithum.uoc.edu>

<http://www.dreig.eu/caparazon/>

<http://www.enriquedans.com/>

<http://espaciorizoma.wordpress.com/>

[http://www.fundacionorange.es/areas/25\\_publicaciones/e2009.pdf](http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/e2009.pdf)

<http://www.genisroca.com/>

<http://nomada.blogs.com>

<http://urbanohumano.org/>

## **ANNEXOS**

- Annex 1. SALES DE TECNOLOGIES ALS EQUIPAMENTS CULTURALS**
- Annex 2. PERFILS, WEBS I EINES 2.0 DEL DEPARTAMENT DE CULTURA, 2011**

## Annex 1. SALES DE TECNOLOGIES ALS EQUIPAMENTS CULTURALS

### Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa



Situat al c. Dolores Ibàrruri, 45  
El Prat de Llobregat  
[www.ccriberabaixa.cat](http://www.ccriberabaixa.cat)

Inaugurat l'any 2003

Les seves línies d'especialització són:

- Arts escèniques
- Gastronomia
- Cultura Digital
- Joc

#### Sala de tecnologies

Es desenvolupen accions de formació, assessorament, dinamització i documentació

Públic jove i adult, entre els 15 i els 50 anys

Equipat amb 12 PCs, 5 portàtils (servei de préstec) i servei wifi



### Centre Cívic Jardins de la Pau



Situat als Jardins de la Pau, s/n  
El Prat de Llobregat  
[www.ccjardinspau.org](http://www.ccjardinspau.org)

Inaugurat l'any 1994

Les seves línies d'especialització són:

- Activitats per a públic infantil
- Fotografia
- Ball
- Cultura Digital
- Foment de la lectura

#### Sala de tecnologies

Es desenvolupen accions de formació, assessorament, dinamització i documentació

Públic adult, entre 30 i 50 anys

Equipat amb 8 PCs, 5 portàtils (servei préstec) i servei wifi



## Cèntric Espai Cultural



Situat a la pl. Catalunya, 39 - 41  
El Prat de Llobregat  
[www.centric.elprat.cat](http://www.centric.elprat.cat)

Inaugurat l'any 2010

S'organitza en 5 serveis:

- Biblioteca Antonio Martín
- Arxiu Municipal
- Auditori
- Sales d'estudi
- Sala d'exposicions

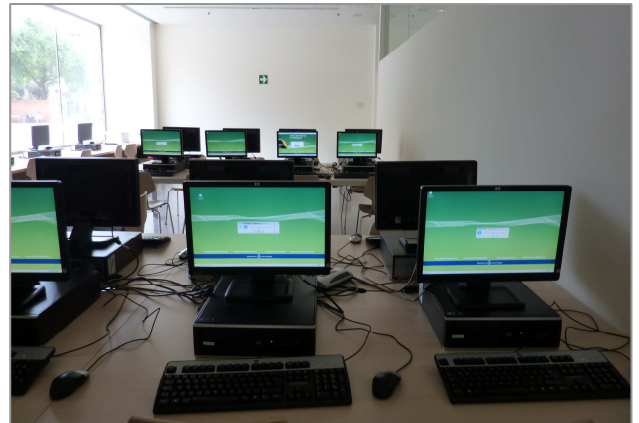
### Sala de tecnologies

Es desenvolupen accions de formació i assessorament

Públic adult, entre 40 i 60 anys

Equipat amb 15 PCs, 15 portàtils (servei préstec) i servei wifi

A més a més, a la Biblioteca hi ha 20 PCs d'autoconsulta, servei Internet i +



Annex 2. **PERFILS, WEBS I EINES 2.0 DEL DEPARTAMENT DE CULTURA, 2011**

PERFIL	OBJECTIU	WEB / BLOC	EINES 2.0
elpratcultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Informació d'agenda, programació general i projectes del Dept. de Cultura</li> <li>· Comunicació de les accions culturals de la ciutat</li> <li>· Dinamització i relació</li> <li>· Documentació d'accions i processos del Dept. de Cultura</li> </ul>		Facebook: <a href="http://ca-es.facebook.com/people/Cultura-El-Prat/1812973023">http://ca-es.facebook.com/people/Cultura-El-Prat/1812973023</a> Twitter: @elpratcultura Flickr: <a href="http://www.flickr.com/photos/elpratcultura">http://www.flickr.com/photos/elpratcultura</a> Youtube: <a href="http://www.youtube.com/elpratcultura">http://www.youtube.com/elpratcultura</a> Vimeo: <a href="http://www.vimeo.com/elpratcultura">http://www.vimeo.com/elpratcultura</a> Spotify: <a href="http://open.spotify.com/user/elpratcultura">http://open.spotify.com/user/elpratcultura</a> Issuu: <a href="http://issuu.com/elpratcultura">http://issuu.com/elpratcultura</a> Soundcloud: <a href="http://soundcloud.com/elpratcultura">http://soundcloud.com/elpratcultura</a>
La Capsa	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Informació d'agenda, programació i projectes de La Capsa</li> <li>· Difusió informació musical</li> <li>· Dinamització i relació</li> <li>· Documentació de les seves accions i processos</li> </ul>	Web: <a href="http://www.lacapsa.org">www.lacapsa.org</a> Blocs: <a href="http://gallum.lacapsa.org">http://gallum.lacapsa.org</a> <a href="http://veus.lacapsa.org/">http://veus.lacapsa.org/</a>	Facebook: <a href="http://www.facebook.com/lacapsa">http://www.facebook.com/lacapsa</a> Twitter: @lacapsa Flickr: <a href="http://www.flickr.com/photos/la_capsa/">http://www.flickr.com/photos/la_capsa/</a> Youtube: <a href="http://www.youtube.com/0lacapsa0">http://www.youtube.com/0lacapsa0</a> Vimeo: <a href="http://vimeo.com/user2546485">http://vimeo.com/user2546485</a> Spotify: <a href="http://open.spotify.com/user/lacapsa">http://open.spotify.com/user/lacapsa</a> Issuu: <a href="http://issuu.com/lacapsa">http://issuu.com/lacapsa</a> Soundcloud: <a href="http://soundcloud.com/lacapsa">http://soundcloud.com/lacapsa</a> Delicious: <a href="http://www.delicious.com/Lacapsa">http://www.delicious.com/Lacapsa</a>
Centre Cívic Jardins de la Pau	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Informació d'agenda, programació i projectes del centre cívic</li> <li>· Documentació de les seves accions i processos</li> </ul>	Web: <a href="http://www.ccjardinspau.org">www.ccjardinspau.org</a> Bloc: <a href="http://pratencs.cat/elplaerdelescriptura">http://pratencs.cat/elplaerdelescriptura</a>	Flickr: <a href="http://www.flickr.com/photos/28294517@N08/">http://www.flickr.com/photos/28294517@N08/</a> Youtube: <a href="http://www.youtube.com/user/ccjardinspau">http://www.youtube.com/user/ccjardinspau</a>
Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Informació d'agenda, programació i projectes del centre cívic</li> <li>· Documentació de les seves accions i processos</li> </ul>	Web: <a href="http://www.ccriberabaixa.cat">www.ccriberabaixa.cat</a> Bloc: <a href="http://lacuinadelribera.elprat.cat">http://lacuinadelribera.elprat.cat</a>	Flickr: <a href="http://www.flickr.com/photos/ccsjrb/">http://www.flickr.com/photos/ccsjrb/</a>
Centre d'Art Torre Muntadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Informació d'agenda, programació i projectes</li> </ul>	Web: <a href="http://www.torremuntadas.elprat.cat">www.torremuntadas.elprat.cat</a>	Flickr: <a href="http://www.flickr.com/photos/torremuntadas">http://www.flickr.com/photos/torremuntadas</a> Youtube: <a href="http://www.youtube.com/torremuntadas">http://www.youtube.com/torremuntadas</a>

	d'arts visuals a la ciutat · Suport a creadors · Documentació d'accions i processos		Vimeo: <a href="http://www.vimeo.com/torremuntadas">http://www.vimeo.com/torremuntadas</a>
Cèntric Espai Cultural	· Informació d'agenda, programació i projectes de l'equipament · Documentació de les seves accions i processos	Web: <a href="http://www.centric.elprat.cat">www.centric.elprat.cat</a>	
Biblioteca Antonio Martín	· Informació d'agenda, programació i projectes de la biblioteca · Documentació de les seves accions i processos · Dinamització i relació	Web: <a href="http://www.biblioteca.elprat.cat">www.biblioteca.elprat.cat</a>	Facebook: <a href="http://www.facebook.com/pages/Biblioteca-Antonio-Mart%C3%ADn/147324125320056">http://www.facebook.com/pages/Biblioteca-Antonio-Mart%C3%ADn/147324125320056</a> Issuu: <a href="http://issuu.com/biblioteca.antoniomartin">http://issuu.com/biblioteca.antoniomartin</a>
Patrimoni cultural	· Informació d'agenda, programació i projectes municipals de caire patrimonial des del punt de vista cultural · Documentació de les accions i processos que organitza l'arxiu municipal	Web: <a href="http://www.patrimonicultural.elprat.cat">www.patrimonicultural.elprat.cat</a> Bloc: <a href="http://alavoradelllobregat.elprat.cat/">http://alavoradelllobregat.elprat.cat/</a>	
Festa Major	· Informació sobre la Festa Major · Dinamització i relació · Documentació de la Festa Major	Bloc: <a href="http://festamajor.elprat.cat">http://festamajor.elprat.cat</a>	Facebook: <a href="http://es-es.facebook.com/pages/Festa-Major-del-Prat/92302308399">http://es-es.facebook.com/pages/Festa-Major-del-Prat/92302308399</a>
Carnaval	· Informació sobre el Carnaval · Dinamització i relació · Documentació del Carnaval	Bloc: <a href="http://carnaval.elprat.cat">http://carnaval.elprat.cat</a>	Facebook: <a href="http://es-es.facebook.com/pages/Carnaval-del-Prat/177926800616">http://es-es.facebook.com/pages/Carnaval-del-Prat/177926800616</a>
Pla de lectura	· Informació sobre els actes i processos vinculats al	Bloc: <a href="http://pladelectura.elprat.cat">http://pladelectura.elprat.cat</a>	Flickr: <a href="http://www.flickr.com/photos/37750139@N06/">http://www.flickr.com/photos/37750139@N06/</a>



	foment de la lectura a la ciutat · Documentació de les accions de lectura a la ciutat		
--	--	--	--