

AMICS DEL CINEMA

LAURA FERNÁNDEZ YÉBENES

UN CENTRE DE CINEMA A TERRASSA

Projecte final professional Màster en Gestió Cultural 09-11

Autora: Laura Fernández Yébenes

Tutor: Albert de Gregorio Prieto

Universitat de Barcelona, Gener de 2011

ÍNDIX

1. INTRODUCCIÓ	6
1.1. Presentació i justificació personal	6
1.2. Idees clau	7
1.3. Metodologia	9
1.4. Agraïments	10
2. MARC TEÒRIC	12
2.1. El cinema d'autor. Antecedents i situació actual	12
2.1.1. La situació del sector cinematogràfic a nivell d'exhibició	12
2.1.2. Cinema independent o cinema d'autor?	14
2.1.3. La situació del cinema d'autor	18
2.2. Justificació cultural, social i política	19
2.2.1. Justificació cultural i social	19
2.2.2. Justificació política	23
2.3. Experiències de referència	30
2.3.1. Filmoteques i altres institucions de grans dimensions dedicades al cinema	30
2.3.2. Centres de cine de dimensions reduïdes i sales alternatives	34
2.3.3. Els cineclubs	37
2.3.4. Els festivals de cinema	41
2.3.5. Experiències relacionades amb la formació	42
2.3.6. Altres experiències de referència	44
3. CONTEXTUALITZACIÓ	45
3.1. Anàlisi territorial	45
3.1.1. El Vallès Occidental: grans trets	45
3.1.2. Terrassa: dades bàsiques	51
3.1.3. Terrassa: panorama cultural	56
3.1.4. Terrassa: el sector audiovisual	59
3.1.5. El cinema a Terrassa	63
3.1.5.1. Antecedents	63
3.1.5.2. La oferta cinematogràfica de Terrassa	64
3.2. Anàlisi de la competència	67
3.3. Anàlisi de la demanda	70
3.3.1. Els hàbits de consum de cinema	71
3.3.2. La demanda de cine d'autor a Barcelona	79
3.3.3. La demanda de cine d'autor a Terrassa	82

4. ANTECEDENTS	84
4.1. El Cinema Catalunya	84
4.1.1. Què és el Cinema Catalunya: història, dades bàsiques i missió	85
4.1.2. Programació i activitats	86
4.1.3. La distribució	89
4.1.4. Col·laboracions amb altres entitats	90
4.1.5. Recursos disponibles	91
4.1.6. Gestió, recursos humans i fonts de finançament	93
4.1.7. Públic i polítiques de preu	96
4.1.8. Comunicació	98
4.2. Diagnosi	99
5. EL PROJECTE	102
5.1. Conceptualització	102
5.2. Missió	104
5.3. Objectius	104
5.3.1. Objectius estratègics	104
5.3.2. Objectius operatius	104
5.4. Programes	105
6. MODEL DE GESTIÓ	113
6.1. L'espai	113
6.2. Forma jurídica	117
6.3. Aliances	121
6.4. Organigrama i recursos humans	123
6.5. Pressupost	130
6.5.1. Pressupost d'ingressos i despeses	132
6.5.2. Fonts de finançament	134
6.5.2.1. Recursos propis	134
6.5.2.2. Recursos externs	137
6.6. Estratègia de públics i política de preus	144
6.6.1. Estratègia de públics	144
6.6.2. Política de preus	148
6.7. Pla de comunicació	151
6.8. Cronograma	160
6.9. Proposta d'avaluació	165

7. CONCLUSIONS	168
8. BIBLIOGRAFIA	172
9. ANNEX	183
9.1. Taules	183
9.2. Articles	192
9.3. Mapes	195
9.4. Plànols i altres documents visuals sobre els espais	196
9.5. Anàlisis DAFO	200
9.6. Fitxes programes	203
9.7. Imatge corporativa	208
9.8. Cronograma	210
9.9. Entrevistes	211

1. INTRODUCCIÓ

1.1. Presentació i justificació personal

La realització del present projecte de finalització de màster es deu sobretot, a la culminació d'un procés personal, procés que es va anar gestant durant deu anys d'experiència professional i que s'ha pogut concretar gràcies als coneixements obtinguts amb els estudis de gestió cultural.

L'any 2000 vaig llicenciar-me en publicitat i relacions públiques i poc després vaig poder accedir a una feina en una productora. Des de llavors, he dut a terme diferents tasques dins del món audiovisual. El cinema havia estat des de sempre una afició per mi, però arrel de la meua feina he après a comprendre'l i a valorar-lo tal i com es mereix. És per això que quan, amb la realització del màster de gestió cultural, se'm va presentar la oportunitat de desenvolupar una proposta de gestió vaig decidir que, fos el que fos, es tractaria d'una proposta relacionada amb el cinema.

A banda d'endinsar-me en la vessant cultural amb la que em sento més identificada, amb aquest projecte també volia reivindicar el paper que té el cinema en la societat i que sovint no es valora suficientment. I és que, donada la seva potencialitat comercial, se sol considerar el cinema com a un espectacle i no com a una forma de cultura. És cert que en el cinema, com en qualsevol altre àmbit cultural, es realitzen obres de major i de menor qualitat, però el que està clar és que es tracta d'una manifestació cultural que dóna lloc a una sèrie d'externalitats positives que no es poden subestimar. Estem parlant de l'adquisició de coneixements i de visió crítica de la societat, de comprensió d'altres cultures, col·lectius i realitats, del cinema com a element d'identificació i cohesió social, etc.

Un cop aclarits els principis sota els quals volia basar el meu projecte, vaig pensar en les mancances que hi havia actualment en el nostre territori, concretament en referència al cinema d'autor, com a representant del cinema que porta implícits de manera més important els esmentats valors culturals i socials que beneficien la ciutadania.

A Catalunya existeixen diverses polítiques públiques i iniciatives empresarials que pretenen fomentar la producció de cinema d'autor; el mercat exhibidor, en canvi, es troba en una situació de repartiment desigual de la oferta cinematogràfica sense que avui dia s'hagin

posat en marxa unes actuacions públiques o privades de prou envergadura com per aconseguir solucionar aquest problema d'una manera definitiva¹.

D'aquesta manera, trobem que per exemple a Barcelona existeixen moltes més sales de cinemes comercials que de cinema d'autor, desigualtat que encara s'accentua encara més si analitzem la oferta fóra d'aquesta i de la resta de capitals catalanes. La nostra idea era doncs intentar contrarestar lleugerament aquesta desigualtat impulsant la creació d'un espai d'exhibició de cinema d'autor en un municipi català, proposta que idealment, s'hauria de fer extensiva a la resta del territori català.

Ens vam decidir per la ciutat de Terrassa. En primer lloc, perquè es tracta d'una ciutat que coneixem personalment i que tot i ser propera a Barcelona, manca d'un espai de cinema d'autor en proporció a la seva població i potencialitat de consum cultural. D'altra banda, coneixíem l'existència de l'estratègia d'especialització d'aquest municipi en el sector audiovisual, la qual cosa vam pensar que beneficiaria la nostra iniciativa.

A partir d'aquí la nostra feina ha consistit en desenvolupar un model de gestió, ajustat a la realitat existent a Terrassa però aplicant una sèrie d'hipòtesis sense les quals el projecte no es podria fer possible. Es tracti o no d'un model massa optimista tenint en compte l'actual context de crisi econòmica, estem segurs d'haver encertat en l'aplicació dels diferents aspectes de la gestió cultural ja que considerem que tant la professionalització com la racionalització en la gestió d'un equipament cultural són dos elements imprescindibles per a l'òptim aprofitament dels seus recursos i de la seva potencialitat.

1.2. Idees clau

Visió i missió

El nostre projecte es basa en la idea de que el cinema és un instrument per a l'adquisició de nous coneixements i cultures, així com per a la identificació i la cohesió social.

Inevitablement estem fent una distinció entre dos tipus de cinema, ja que som conscients que també hi ha moltes experiències que només pretenen generar riquesa a partir de l'entreteniment momentani del públic, però sense aportar-li a aquest cap "element afegit".

Nosaltres pensem que certes propostes cinematogràfiques, potser menys "lamineres" poden configurar-se com a un bon exercici cultural i social. Ens proposem doncs traslladar

¹ Precisament la iniciativa de la Xarxa Concertada de Cinemes que impulsa la nova Llei del Cinema es dirigeix a frenar aquesta situació de desigualtat del repartiment i diversitat de la oferta cinematogràfica.

aquesta concepció del cinema a la ciutadania i aconseguir que no només treguin profit del visionat de pel·lícules i altres formats audiovisuals, si no que també comprovin com es poden realitzar tota una sèrie d'activitats al voltant d'aquestes.

Es tracta de traslladar aquesta visió del cinema a la realitat d'un context concret, en aquest cas Terrassa però que, com ja hem comentat, podria ser qualsevol altre. De fet, haurien de ser molts altres si pretenem que s'ampliï l'abast del cinema com a àmbit cultural de qualitat a nivell de Catalunya i d'Espanya.

En definitiva, la missió del nostre projecte és fomentar l'apropament de la ciutadania al cinema d'autor, afavorint la seva comprensió i aconseguint així que identifiqui aquest amb un instrument cultural que permet l'aprenentatge d'altres experiències i cultures, així com l'intercanvi i la cohesió social.

Valors

La cultura és un instrument per a l'aprenentatge i pel coneixement d'altres cultures, ideologies, formes de vida, fins i tot idiomes... En definitiva, té un alt valor afegit que es tradueix en una sèrie de beneficis per a la ciutadania. El cinema d'autor és una de les variants culturals que pensem té tots aquests poders, els quals volem explotar a partir del nostre projecte.

D'altra banda, una manifestació cultural que expressi les particularitats, problemes (o alegries) d'un col·lectiu determinat estarà configurant-se com a vehicle d'identificació de dit grup. En aquest sentit, el cinema pot contribuir a la cohesió social d'un territori, alhora que, amb la realització d'activitats lligades al fenomen cinematogràfic es pot aconseguir crear un sentiment de pertinença a dita regió.

En la mateixa línia, el cinema no ha d'ésser vist com a un fenomen extern i llunyà, si no que pot formar part de la vida dels ciutadans. És per això que la nostra proposta aposta per la proximitat al municipi, per la vinculació als seus ciutadans, col·lectius i entitats fins al punt de formar part del seu entramat cultural i social, de la mateixa manera que fomenta les accions participatives.

Finalitat del projecte

Partint dels valors intrínsecs de la cultura i particularment, del cinema d'autor, la nostra finalitat és crear un espai a on els ciutadans puguin realitzar una sèrie d'activats que els

portin a tenir una experiència cinematogràfica completa, experiència que els reportarà tota una sèrie de beneficis.

Hem hagut de fer un anàlisi profund de les característiques del context de Terrassa, per tal de veure quina és la seva situació respecte a l'àmbit cultural cinematogràfic i quines són les seves necessitats concretes en aquest sentit. En una segona fase i gràcies a la opinió dels professionals del sector i l'estudi d'altres experiències de referència, s'ha procedit a desenvolupar una proposta cultural concreta.

Com veurem, el nostre projecte s'ha convertit en la millora d'una modesta iniciativa ja existent, la qual cosa ens ha permès tenir un punt de partida però al mateix temps ens ha obligat a ser més estrictes en l'ajustament del model de gestió proposat a la realitat terrassenca. Hem hagut de valorar quina serà l'estructura més adequada per al nostre centre, com i quan s'haurà d'implantar, quina serà la seva idoneïtat i quin serà el seu grau de viabilitat.

1.3. Metodologia

La realització del nostre projecte ha tingut dues fases diferenciades. La primera es basava en la investigació i l'estudi tant de l'àmbit cinematogràfic en general i el del cinema d'autor en particular com del context escollit, per tal d'adquirir la base necessària per a procedir, en una segona fase, a desenvolupar la nostra pròpia proposta de creació i gestió d'un espai cultural especialitzat en el cinema.

Així, la primera fase ha consistit en la recerca de bibliografia en referència al cinema i al cinema d'autor, complementada amb la consulta de materials sobre realització de projectes culturals i de propostes de models de gestió cultural. Per compensar l'escassa bibliografia sobre cinema d'autor², s'han realitzat un conjunt d'entrevistes a professionals del sector audiovisual³, alhora que s'han recollit dades sobre la situació del cinema d'autor al nostre territori.

En segon lloc, s'ha fet una investigació per esbrinar quins espais o centres culturals duen a terme iniciatives semblants a la que nosaltres ens proposem. S'han estudiat els seus

² Trobem bibliografia poc actualitzada i referent a la situació a nivell estatal, són escassos els estudis del cinema d'autor a Catalunya.

³ Val a dir que, a banda de les entrevistes que s'han realitzat per a aquest projecte, també s'ha comptat amb d'altres que vam fer anteriorment com a font d'informació per a un treball anomenat "El cinema independent a Barcelona", per a l'assignatura Marc Econòmic de la professora Anna Villaroya.

objectius, les seves programacions, el seu funcionament i el model de gestió que fan servir, i tot això per a poder establir un conjunt de referents que ens ajudessin a crear posteriorment un model propi coherent i ajustat a la realitat, tot i que evidentment, s'ha d'adaptat a les nostres necessitats específiques.

I en tercer lloc, s'ha realitzat una investigació per conèixer la situació de Terrassa. Havíem de saber quines són les característiques del municipi i de la seva ciutadania i en referència a l'àmbit del cinema, quins són els seus principals actors i en quina situació es troba aquest en tot els sentits (producció, exhibició, demanda, etc). Hem obtingut aquesta informació, bàsicament, a partir d'una segona tanda d'entrevistes, en aquest cas a aquelles persones representants dels principals agents o entitats de Terrassa que pertanyen o tenen una incidència destacada en l'àmbit cinematogràfic. Arrel d'aquest estudi s'han pogut extreure quines són les necessitats que existeixen actualment a Terrassa en referència a l'exhibició de cinema d'autor.

Un cop establerts els antecedents i diagnosticades les mancances existents, hem procedit a endinsar-nos en la segona fase del projecte, que consistia en elaborar la nostra proposta de gestió. Hem pogut desenvolupar els diferents apartats del model a partir dels coneixements obtinguts al màster i de la consulta dels continguts de les diferents matèries que hem cursat durant el mateix. També s'ha comptat amb l'ajuda de diferents col·laboradors que han actuat com a informadors, consellers, assessors o supervisors de la nostra feina.

1.4. Agraïments

Un projecte com el que hem realitzat aquí planteja una sèrie de dificultats. D'una banda, es tracta d'un espai cultural de nova concepció, ja que si bé existeixen iniciatives que fan una o algunes de les activitats que nosaltres proposem no n'hi ha cap⁴ que les aglutini totes en un sol centre. Això fa que no podem partir d'exemples concrets que ens serveixin de base per al conjunt de la nostra proposta.

D'una altra banda i com ja hem comentat, la bibliografia que existeix al voltant de l'àmbit del cinema acostuma a centrar-se en el cinema comercial. Com a màxim podem trobar títols que expliquen la història del cinema independent, com es justifica i quines són els seus màxims exponents, però en cap cas hem pogut accedir a estudis o estadístiques que ens

⁴ Parlem a partir dels nostres coneixements. L'estudi dels centres de referència ens ha portat a iniciatives arreu del món que tenen objectius i programes semblants, però en cap cas porten a terme tots els que ens proposem ni a partir del mateix model de gestió.

expliquin quina és la situació real -i actual- d'aquest tipus de cinema en el nostre territori.

En aquest context, ha resultat imprescindible per al nostre treball la col·laboració dels diferents professionals del sector audiovisual i cinematogràfic que han accedit a facilitar-nos informació de gran valor donada la seva experiència i el seu alt nivell de coneixements. Parlem concretament d'una sèrie d'acadèmics, crítics, experts i responsables de diverses iniciatives culturals, com són Roman Gubern, escriptor, historiador i expert en cinema, Lluís Bonet, periodista i crític de cinema, Esteve Riambau, director de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya i d'altra banda⁵, Carlos Rodríguez Ríos, codirector de la desapareguda 100.000 Retinas, Ricardo Almazán, cap de programació dels Cinemes Verdi de Barcelona i Carles Balagué, fundador i propietari dels Cines Meliès de Barcelona.

També ens han rebut amablement els diferents representants de les entitats terrassenques l'activitat de les quals afectava directa o indirectament al nostre projecte i sense l'ajuda dels quals no podríem haver accedit a les dades necessàries per a conèixer la realitat cinematogràfica d'aquesta ciutat vallesenca. Gràcies doncs a Jordi Ballart, regidor d'Imatge i Comunicació de l'Ajuntament de Terrassa, Pietat Hernández, directora de Serveis de Cultura de l'Ajuntament de Terrassa, Maite Piqueras, codirectora del Cinema Catalunya, Lourdes Albareda, cap de comptabilitat de la Societat Municipal de Comunicació de Terrassa, Juanjo Caballero, secretari general acadèmic de l'Escac, Meritxell Antigua, cap de comunicació del Parc Audiovisual de Catalunya i els representants de les iniciatives o entitats culturals terrassenques Amics de les Arts, Societat Coral Joventut Terrassenca, Baumann i Pedagogia de l'Espectacle.

El nostre agraïment també per aquelles persones, professionals de diversos àmbits i sectors que ens han cedit part del seu temps per a que poguéssim entendre alguna de les particularitats de la posta en marxa d'un nou equipament. Parlem, entre d'altres de Bel Divi, dissenyadora gràfica, Lluís Satorras, arquitecte terrassenc, Ramon Fito, del despatx d'arquitectes Dilme & Fabré i David Veiga, del departament comercial de Kelonik (especialistes en equipaments per a sales de cine).

Gràcies al meu tutor, Albert de Gregorio, per dedicar-me el seu temps i per ser tan sincer i clar amb mi i per suposat a totes les persones que m'estimen i que, tot i portar uns mesos sense veure'm gaire, m'esperen pacients tot sabent que aquest projecte és una gran inversió en el meu enriquiment personal.

⁵ Entrevistes realitzades originalment per a un treball de Marc Econòmic.

2. MARC TEÒRIC

2.1. El cinema d'autor. Antecedents i situació actual

2.1.1. La situació del sector cinematogràfic a nivell d'exhibició.⁶

El cine va aparèixer a finals del segle XIX com un fenomen quasi de fira, com una curiositat, i tal i com menciona Mark Cousins en la seva *Historia del cine*⁷, aviat es va convertir en un “espectacle d'entreteniment dirigit a les grans masses incultes”. L'*star system*, nascut als Estats Units durant la primera dècada del segle XX, no va fer més que accentuar aquest caràcter banal, tan allunyat de les “arts nobles”.

Al llarg de les següents dècades el cinema es va anar consolidant i va evolucionar: es va diversificar, van sorgir els gèneres cinematogràfics... Si bé és cert que amb el temps van anar sorgint diversos autors destacats (com Charles Chaplin, Alfred Hitchcock, Fritz Lang, Sergei Eisenstein i King Vidor, entre d'altres) i corrents estilístiques de gran qualitat artística arreu del món, el cinema va continuar sent un espectacle eminentment popular.

No va ser fins a mitjans del segle passat quan realment va proliferar un circuit paral·lel de cinema amb propòsits socials, polítics i culturals, lluny de la gran indústria. En aquells moments “es va començar a equiparar el cinema amb qualsevol altre forma d'art, com seria un quadre, una novel·la o una escultura”.⁸

A Catalunya, igual que a la resta de l'Estat Espanyol i en general, a la resta de països occidentals, les dècades de l'equador del segle XX van ser també l'època d'or del cinema des del punt de vista del públic, donat que es va convertir en l'entreteniment preferit de la població.

Però a partir de 1970 i durant els anys 80, la gent va girar l'esquena al cinema com a resultat de varis factors, entre els que destaquen l'augment progressiu del preu de les entrades, la creixent oferta televisiva i més tard l'aparició del vídeo.

⁶ A l'annex podeu trobar un recull de taules estadístiques que il·lustren les dades que expliquem al llarg d'aquest capítol a nivell d'Espanya i, més extensament, a nivell de Catalunya

⁷ Extret de “Historia del Cine” (veure bibliografia).

⁸ Extret de l'entrevista amb Esteve Rimbau, director de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya (veure annex).

Com a conseqüència de la davallada d'espectadors⁹, moltes sales es van veure obligades a tancar, especialment les de barri i als pobles. Sovint aquestes sales eren iniciatives d'amants del cinema que oferien una programació de qualitat, és a dir, propostes de cine d'autor.

Tot i això, hi va haver alguns empresaris que van saber veure en aquest context la oportunitat d'aixecar un nou model de negoci: les multi sales. En comptes del que es podria pensar per la seva major capacitat, les multi sales no diversifiquen la oferta sinó que tenen una programació bastant uniforme: sovint s'organitzen en cadenes o associacions, que imposen una cartellera dominada pel cinema comercial nord-americà, doblat, i que es veu afavorit per campanyes de publicitat milionàries. A més, els grups d'exhibició comercial solen formar part de multinacionals que dominen així tot el procés: producció, distribució i exhibició (concentració vertical de les empreses del sector).

Tot i la seva faceta negativa, les multi sales, sovint immerses dins de grans complexes comercials i d'oci, van aconseguir empènyer els espectadors a tornar a les sales, de manera que a finals dels anys 80 i durant la dècada dels 90 es van recuperar notablement les xifres d'assistència als cines.

Tornem a trobar una fase descendent a partir del 2002. Aquest nou declivi en l'assistència a les sales de cine es veu afavorit per les noves i variades alternatives de visionat de pel·lícules, la descàrrega de llargmetratges per Internet i la pirateria fílmica. Entre el 2001 i el 2006 es va reduir el nombre d'espectadors a Catalunya en un 20,19%¹⁰, ritme de caiguda que s'insereix en la trajectòria estatal, així com a la resta d'Europa.¹¹

Actualment, sembla que estem vivint una nova recuperació, quant a assistència de públic i recaptació es refereix (ja que, paradoxalment, tant el número de pantalles com de sessions segueix disminuint). Segons l'anuari de l'SGAE del 2010¹², l'any passat es va produir un lleuger augment d'assistència a les sales, tendència que ha continuat al llarg del 2010. De ben segur que el fenomen del 3D, tecnologia encara no gaire estesa a nivell d'equipament domèstic, ha tingut molt a veure amb la tornada del públic a les sales, però segons opinen diversos professionals del sector hi ha d'altres factors que han influït.

⁹ Tal i com es pot observar a la taula 2 de l'annex "Evolució d'espectadors de cinema a Espanya (anys 1968 a 2009), el número d'espectadors de cinema a Espanya va passar de 364,6 milions el 1969 a 69,6 milions el 1988.

¹⁰ Del llibre "Producció audiovisual a Catalunya" (veure bibliografia).

¹¹ Tot i això, val a dir que les dades de freqüència d'assistència al cinema de l'any 2008 ens indicaven que Catalunya es trobava en la segona posició, després d'Irlanda (veure taula a l'annex).

¹² De l'Anuario SGAE 2010 de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales.

2.1.2. Cinema independent o cinema d'autor?

El cinema neix com un fenomen eminentment independent, però amb la creació de la indústria i l'arribada dels primers estudis es converteix en un negoci i la independència pràcticament desapareix.

Sota aquest punt de vista, trobem que el cine independent s'inicia oficialment als Estats Units a finals dels anys 40, quan unes decisions judicials antimonopolistes obren les portes a noves iniciatives, a banda dels grans estudis.

Es van crear dos corrents de cineastes independents: els preocupats per ampliar l'horitzó creatiu amb nous components de crítica als convencionalismes socials, polítics, religiosos i racials, i els de caràcter més oportunista inclinats al cine d'explotació de baix pressupost. Apareix doncs una dicotomia que ha durat fins als nostres dies: el cine independent com a mitjà d'expressió d'inquietuds culturals, artístiques i socials, i el cine de baix cost que podria funcionar com a producte de consum massiu i que abasta diferents gèneres (terror, policíac, ciència ficció, erotisme, pornografia, etc.)

La primera d'aquestes accepcions és la que es podria identificar més clarament amb el que entenem com a cinema d'autor. Si ens centrem doncs en aquest cinema "impregnat de valors", podem veure l'evolució que aquest ha sofert al llarg dels anys.

En primer lloc, a finals dels 50 i principis dels 60 destaca el moviment "Nouvelle Vague", d'origen francès. És un estil innovador, que pretén explicar històries quotidianes, sense glamur, tractant fins i tot temes tabú. Durant les dècades de 1970 i 1980 el cinema independent i d'autor gira entorn de diverses temàtiques, de vegades de protesta social o política (com per exemple el cinema d'Stanley Kubrick), de vegades gèneres determinats com cine de gàngsters o de violència (Francis Ford Coppola, Martin Scorsese, Brian de Palma), cine surrealista (David Lynch), o propostes personals (Woody Allen).

A partir del 1980 el cine nord-americà viu l'eclosió del cinema d'autor i comencem a trobar-hi èxits comercials del que fins ara era considerat cine independent (com serien "Extraños en el paraíso" de James Jarmush, "Sangre Fácil" dels germans Coen, o "Sexo, mentiras y cintas de video" d'Steven Soderbergh). Aquesta nova generació de cineastes sovint acaba introduint-se en l'entramat de Hollywood, tot i que, en general, les seves propostes no perden la qualitat arrel d'aquesta "conversió".

Als anys 90 es confirma la rendibilitat del cine independent. Trobem unes visions molt més riques que les que tradicionalment se'ns oferien als cines i que provenen dels diferents punts del planeta: el cinema d'autor es converteix en la "parcel·la creativa de la cinematografia actual"¹³.

En plantejar-nos la denominació del nostre producte, vàrem consultar una sèrie de bibliografia i també ens vam demanar la seva opinió a alguns experts entrevistats. Per exemple, en el llibre "Historia crítica y documentada del cine independiente en España. 1995-1975"¹⁴ es va fer una enquesta a realitzadors de cine independent espanyols per a preguntar-los què era per ells aquest tipus de cinema. Entre les seves respostes, trobem definicions com les que segueixen:

- cine d'autor
- que es fa fóra del control de l'administració
- cine experimental
- el que prescindeix dels arquetips de la indústria de l'espectacle
- el que proposa noves formes de finançament
- el cine subversiu (que pretén destruir l'ordre establert)
- el que no es difon davant d'un públic
- el que manté la triple independència econòmica, artística i ideològica
- el que prescindeix d'avantatges materials
- el cine al que no se l'hi exigeixen uns ingressos a taquilla
- una enrabiada
- el cine en el seu estat més pur

Els propis autors del citat llibre, fent referència a l'origen del cinema independent, en aquest cas espanyol, acaben elaborant la seva pròpia definició: "és aquell cine que, per raons polítiques, econòmiques, artístiques, conjunturals o simplement, perquè sí, no va acceptar els tràmits de la censura oficial, és a dir, que no tenia permís d'exhibició pública, no beneficiant-se així de distribució comercial".

Veiem doncs que aquesta definició implica que el cinema independent tenia, al menys en els

¹³ Del llibre "Guía del cine independiente americano de los 90". Veure bibliografia.

¹⁴ Joaquim Romaguera i Ramió Llorenç Soler de los Mártires. "Historia crítica y documentada del cine independiente en España. 1995-1975". Ed. Alertes. Barcelona, 2006.

seu origen, una actitud d'enfrontament amb el sistema (introduïm el concepte d'il·legalitat). A més no s'inscrivía dins els processos de producció industrials, de manera que no devia obediència a les ideologies del capital.

En aquest sentit, en parlar d'una certa "violació de les regles del joc" i d'oposició frontal amb els valors morals podríem dir que cinema independent seria un sinònim de "cinema marginal".

A "El cine independiente y experimental"¹⁵, el seu autor ens diu que també podem denominar aquest tipus de cinema com a "cine d'avantguarda", "off-cinema", "new wave". Aquesta obra indica que "el cinema independent es caracteritza per una personalitat fresca i autocrítica amb sí mateix i el seu entorn i amb un esperit de llibertat obert a tot tipus de gèneres, idiomes, projectes i persones. Sovint ha servit com a forma d'expressió per a tot tipus d'artistes: pintors, escriptors, arquitectes, músics, escultors i pensadors. Sovint té un caràcter experimental."

També explica que l'exhibició d'aquest tipus de cinema és "la part més desagradada": són pel·lícules difícils de vendre perquè no es poden permetre la publicitat. És un sector que, donat que el negoci és la seva prioritat, posa moltes dificultats a la difusió d'aquest tipus de pel·lícules. És per això, que els festivals de cinema, com a vehicle de difusió i de reconeixement de les pel·lícules d'autor té una importància clau.

Sense decantar-se per una denominació o altra, els representants del mític Cineclub de Vic, a la seva obra "La película del Cineclub. Un capítulo de la historia de Vic (1958-2000)", expliquen que les pel·lícules que es programen en els cineclubs i les sales alternatives són aquelles que reuneixen valors artístics, estètics o morals significatius.

Quant a la opinió dels entrevistats¹⁶, el crític de cinema Lluís Bonet, en primer lloc, ens diu que el concepte "cinema d'autor", tot i estar "una mica gastat", encara podria ser vàlid si el contrastem amb el de "cinema comercial" o en tot cas, és més correcte que el de "cinema independent", ja que avui la major part del cinema arriba a través dels circuits establerts (siguin les intermediàries distribuïdores grans o petites). Ell ens proposa la denominació "cinema de culte".

El catedràtic i expert en cinema, Roman Gubern, opina que el concepte "cinema d'autor"

¹⁵ Rafael Romero de Ávila. "El cine independiente y experimental". Colección "100 años de cine". Ed. Royal Books. Barcelona, 1995. Veure bibliografia.

¹⁶ Veure detall de les entrevistes a l'annex.

s'ha generalitzat i que ara no s'identifica només amb el cinema no comercial (per exemple el cine de Woody Allen és cine d'autor i és comercial), tot i que sí és cert que sort portant implícit uns criteris de valor qualitatiu. Tampoc podem oblidar-nos de l'existència d'un cinema experimental i contemporani. Ell ens proposa el terme "cinema off", com a cinema fóra de les corrents comercials dominades per les grans distribuïdores, és a dir, fóra del "cinema *mainstream*". Hem de tenir en compte, però, que dins del cinema *mainstream* també es troben algunes propostes d'autor.

Carles Balagué, director dels Cinemes Meliès, programa en el seu centre "cinema contemporani, independent i d'autor", mentre que als Cinemes Verdi, segons el seu director de programació, Ricardo Almazón, tenen un compromís entre les pel·lícules "independents-comercials", és a dir, entre el cine d'autor i de qualitat, però de directors ja consagrats que assegurin un èxit de taquilla i aquelles propostes també d'autor, però més arriscades. En tot cas, mai renunciïn a que siguin títols d'autor i de qualitat.

El director de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya ens parla indistintament de cinema independent o d'autor i, al seu torn, ens remet a la definició de la nova Llei del Cinema. La Llei tampoc parla d'un o un altre tipus de cinema, però sí vol fomentar, amb la futura creació de la Xarxa Concertada de Cinemes de Catalunya, la difusió "d'obres cinematogràfiques d'elevada qualitat artística i reconeixement internacional" i en referència a aquest tipus de cinema diu que "un dels efectes fonamentals de tota obra cultural són l'enriquiment personal i la creació de valors col·lectius".

Trobem doncs que hi ha diferents postures i moltes definicions quan parlem de cine independent, unes que defensen que és només aquell cine que segueix sense inscriure's en els processos de producció industrial, i d'altres que passen per alt aquest fet sempre i quan es garanteixin uns estàndards de qualitat.

Sigui com sigui, s'ha de reconèixer que, efectivament, hi ha dos subtipus de "cine independent": el cine d'autor més comercial i aquell més arriscat (directors més desconeguts, més experimental, més contemplatiu, etc.)

Per tal de fugir d'aquesta divagació terminològica i amb la idea de ser més fidels a la finalitat del nostre projecte, hem decidit parlar de "cinema d'autor" i no de "cinema independent". Així, en la nostra opinió, el cinema d'autor podria respondre a la següent definició que hem elaborat a partir de les diferents definicions i comentaris extrets de la bibliografia i de les entrevistes:

“és aquell cine que reuneix certs valors artístics, estètics o morals significatius, de manera que parlem d’una obra de qualitat. I és d’autor perquè respon a les inquietuds d’un artista en particular i no a uns objectius econòmics, al menys no principalment”.

2.1.3. La situació del cinema d’autor

Com ja hem comentat anteriorment, en l’actualitat el mercat cinematogràfic es troba dominat per unes poques companyies que distribueixen un tipus concret de pel·lícules: les superproduccions comercials nord-americanes que sovint manquen d’un interès social i cultural significatiu. Aquest fenomen, que té lloc a Catalunya però que també és extensiu a la resta d’Espanya i fins i tot, d’Europa, consisteix en el fet d’entendre el cine com a un espectacle i no com a una manifestació cultural.¹⁷

Les propostes d’autor, distribuïdes per una gran quantitat de petites companyies i fins i tot directament per la pròpia productora que les ha fet possibles, arriben al públic a partir dels circuits paral·lels de sales no comercials, incloent-hi les filmoteques i els cine-clubs, així com a través dels festivals i altres experiències alternatives. Sigui com sigui, es troben en una situació residual davant del gegant de les grans distribuïdores internacionals.

Aquest panorama pot semblar molt negatiu, però la nostra investigació¹⁸ ens ha permès observar que existeixen una sèrie de senyals que ens indiquen que la situació del cinema d’autor no és tan preocupant:

- si ens fixem en la última davallada d’assistència al cinema, veurem que en el cas del cinema d’autor aquesta disminució és menys intensa.¹⁹
- cada cop hi ha més interès pel cinema d’autor per part de la ciutadania. Una altra cosa és que el públic consumeixi el cinema a les sales d’exhibició.²⁰
- la resposta als festivals, així com a diverses experiències alternatives d’exhibició és multitudinària.²¹

¹⁷ Una senyal prou evident d’aquest fet és, tal i com ens comentava l’Esteve Rimbau, que a certs diaris el contingut cinematogràfic estigui recollit a l’apartat d’“Espectacles” i no al de “Cultura”.

¹⁸ Del nostre anterior estudi de la situació del cinema d’autor centralitzat a la ciutat de Barcelona.

¹⁹ No existeixen dades del cinema d’autor o independent, però sí hem trobat xifres de cinema europeu. Donat que, segons la bibliografia i els professionals consultats, el cinema europeu sol identificar-se com a un cinema “típicament d’autor” ens permetrem remetre’ns a les xifres sobre l’assistència al cinema europeu com a referent.

En l’apartat d’anàlisi de la demanda de cine d’autor veurem les causes per les quals l’assistència al cinema d’autor ha disminuït en menor mesura.

²⁰ Opinió generalitzada entre els diferents professionals entrevistats, així com a la mostra de públic enquestada per al nostre anterior estudi de la situació del cinema d’autor centralitzat a la ciutat de Barcelona.

²¹ De les Jornades de debat, formació i projeccions: Festivals de Cinema (Barcelona, desembre de

2.2. Justificació cultural, social i política

2.2.1. Justificació cultural i social

Anteriorment hem parlat sobre els orígens del cinema, i com aquest es va convertir en un fenomen popular i de masses. El problema apareix quan, pel fet d'ésser un producte massiu o bé pel seu potencial industrial, se'l considera únicament com a un espectacle i hom s'oblida del seu valor social i cultural.

No es pot negar el poder que té el cinema, més enllà dels beneficis econòmics que pugui generar. Estem parlant de la capacitat de difondre determinades experiències, conductes, cultures, visions i realitats. Evidentment, aquest poder es pot fer servir (i així s'ha fet al llarg de la història) amb propòsits molt diversos i de vegades moralment qüestionables, però el que està clar és que el cinema és un àmbit cultural de primer ordre, que genera diversos tipus d'externalitats positives i mereix per tant un tractament equivalent a les altres manifestacions artístiques.

Citarem aquí un extracte de la nova Llei del Cinema que defensa la importància del cinema, tal i com hem argumentat:

"l'audiovisual i el cinema, tenint en compte la seva ampla influència social, constitueixen un element essencial per al bon funcionament de les nostres democràcies i estan en el centre de les transformacions derivades del desenvolupament de la societat de la informació. Les innovacions tecnològiques ofereixen noves oportunitats per fomentar la cultura i la conservació del patrimoni, així com per augmentar la comprensió mútua entre els diferents pobles i per tant contribuir de manera decidida al foment de la cohesió social."²²

D'altra banda, també s'ha comentat abans l'actual situació quant a la oferta de cinema. Recordem que avui dia el mercat internacional d'exhibició cinematogràfica es troba dominat pel cinema nord-americà. El problema va més enllà si pensem que, de fet, el públic prefereix aquest tipus de cinema.

Davant d'aquesta situació trobem postures bastant negatives i radicalitzades, com mostren

2009).

²² Extracte de la nova Llei del Cinema (veure bibliografia).

les paraules del director i productor Jaime Rosales:

El cinema ha tingut molta importància en la construcció de la societat del segle XX, ha estat un catalitzador social. Societat i cinema han tingut una evolució paral·lela. S'ha anat construint una societat basada en la superficialitat, i el cinema s'hi ha anat adaptant i ha reforçat aquesta idea a través del seu llenguatge: moltes imatges, so molt fort, impactes nombrosos...; però sense cap mena de profunditat. Jo crec que això és un problema.²³

Tot i aquesta realitat, no hem d'oblidar que existeix també un altre tipus de cinema, el cinema que nosaltres hem denominat "d'autor", i que no té uns objectius únicament econòmics, si no que pretén transmetre una sèrie de valors artístics, morals, socials o culturals.

La nostra postura, que pretén defensar el cinema d'autor com a una manifestació amb uns valors intrínsecs superiors als del cinema comercial, ve avalada per la bibliografia consultada, així com per la opinió dels diversos professionals entrevistats i per altres fonts a les que ens hem remès per a la realització d'aquest projecte.

A mode d'exemple citarem algunes de les mostres de suport al cinema d'autor que hem pogut trobar:

- Tots els professionals consultats, a excepció d'Esteve Rimbau, director de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya que no vol prendre partit per un tipus de cinema o un altre, defensen el valor del cinema d'autor com a representació de les diverses realitats socials i culturals existents en el planeta. Insisteixen que és una eina d'educació i formació, d'intercanvi i enriquiment cultural i que també pot actuar com a element de cohesió.²⁴

- Certes iniciatives i plataformes reclamen que l'art del cinema "recuperi el seu espai social", en el sentit que cal que el cinema "de qualitat" torni a arribar al conjunt de la població com a espai de trobada i eina de difusió i intercanvi social.²⁵

- Uns dels objectius de la nova Llei del Cinema és fomentar l'exhibició del cinema europeu (novament ens remetem al cinema europeu com a referent del cinema d'autor).

²³ Extret de l'entrevista realitzada per L'OPA (Observatori de Producció Audiovisual). Veure bibliografia.

²⁴ Veure entrevistes a l'annex.

²⁵ Consultar objectius del Circuit Català de Cinema Digital: <http://www.circuitocinedigital.es/presentacion-y-objetivos/>

Concretament, la Llei parla del cinema europeu com a font d'intercanvi i difusió cultural amb aquestes paraules:

“... paper important que les obres audiovisuals i el cinema tenen en la conformació de les identitats europees, tant pel que respecta als aspectes comuns compartits en el conjunt d'Europa com pel que fa a la diversitat cultural que caracteritza les diferents tradicions i històries, posant un èmfasi especial en aspectes com el pluralisme i la diversitat cultural i lingüística.”

*“... importància de fomentar el cine Europeu, per la riquesa del pluralisme lingüístic i cultural.(...) Cal potenciar la diversitat cultural, compartir les diferents tradicions i històries”.*²⁶

- La funció social d'algunes sales de cinema d'autor van més enllà en el seu compromís social en engegar diverses iniciatives de difusió de la cultura cinematogràfica i de suport als autors novells. En aquest sentit, els cinemes Verdi de Barcelona cedeixen les seves sales per a l'exhibició de curtmetratges realitzats per realitzadors joves i col·laboren en iniciatives per tal de fomentar el visionat de cine de qualitat (per exemple, van ajudar a un emprenedor a obrir una sala de cine independent a Cardedeu, i actualment li planifiquen la programació).²⁷

- El propi públic li aporta al cinema d'autor un valor més enllà del cinema que només persegueix fins industrials. En una enquesta realitzada a una mostra no representativa d'assistents a sales de cinema d'autor va sorgir el següent llistat de característiques diferencials pròpies d'aquest tipus de cinema:²⁸

- llibertat, per tant, creativitat: suposadament, no està subjecte a les lleis del mercat, motiu pel qual es pot permetre plantejaments més arriscats.
- diversitat i originalitat: lligat a la llibertat inherent a aquest cine, trobem una major varietat temàtica i tècnica, no hi ha límits.
- compromís social: educatiu. El cinema com a eina de reivindicació i protesta per les desigualtats. El públic es consciència de dits problemes.
- intercultural: El cinema independent ens transporta als més inhospitats racons del món. Ens permet conèixer, comprendre i respectar altres cultures. Es per tant, una altra de les seves vessants educatives.

²⁶ Extracte de la Nova Llei del Cinema.

²⁷ De l'entrevista realitzada al cap de programació dels cinemes Verdi, Ricardo Almazón.

²⁸ De l'enquesta a una mostra no representativa de públic assidu a sales no comercials. Estudi realitzat per al treball "El cinema independent a Barcelona".

- proper, creïble, humà: Sol explicar-nos històries més mundanes, ens hi sentim més identificats. No sol haver-hi tants efectes especials.
- fresc (nous directors i actors): ens permet accedir a obres que no tenen cabuda al cine comercial, dirigides i protagonitzades per talents sovint desconeguts.
- qualitat: és una garantia. Aquesta és la característica més important del cine independent. Justament per la conjunció de totes les anteriors, les pel·lícules independents, per sobre de tot, sempre resulten interessants i ens aporten beneficis.

Es prengui o no partit en defensa del cinema d'autor, el que està clar és que aquest només configura una part irrisòria de l'actual oferta de cinema al nostre territori. Totes les fonts consultades coincideixen en que aquesta és una situació de desequilibri injustificat que cal corregir.

En justificar la necessitat de que existeixi un circuit de difusió del cinema d'autor l'Esteve Riambau també va fer menció a aquesta idea de la manca de diversitat cinematogràfica. Fins i tot ens podem remetre a l'Informe de Desenvolupament Humà de les Nacions Unides del 2004²⁹, que promulga que:

“la llibertat cultural constitueix una part fonamental del desenvolupament humà donat que per a viure una vida plena és important poder triar la identitat pròpia –el que és un- sense perdre el respecte pels altres o veure's exclòs d'altres alternatives.”

Així, i segon una manera d'arribar a tenir una major llibertat cultural consisteix en estimular la diversitat cultural, que en el cas cinematogràfic es tradueix en augmentar la oferta de pel·lícules de manera que s'hi trobin representades totes les propostes i nacionalitats.

Estem parlant, en definitiva de l'aplicació de la democratització de la cultura a l'àmbit del cinema: cal que els diferents tipus de cinema arribin a la ciutadania. Per aconseguir aquest propòsit caldria:

- re-equilibrar la oferta, des d'un nivell de contingut però també territorialment, ja que actualment trobem que com més rural és l'àmbit en qüestió més difícil és que hi arribi una oferta diversa.
- formar el públic present i futur perquè entengui el cinema i en pugui extraure les seves potencialitats socials i culturals.

En el seu Informe Anual sobre l'estat de la Cultura 2010, el ConCa també fa referència a

²⁹ De l'Informe de Desenvolupament Humà de les Nacions Unides del 2004 (veure bibliografia).

aquestes necessitats:

“Manca una real vertebració del sector i un re-equilibri territorial pel que fa a la xarxa d'exhibició cinematogràfica. Així mateix, caldria fomentar l'art del cinema a l'escola i al sistema educatiu en general.”³⁰

2.2.2. Justificació política

“Les polítiques culturals sorgeixen i es desenvolupen a partir de quatre grans principis: el valor estratègic de la cultura com a difusor d'estàndards simbòlics i comunicatius; base en la que fonamentar les identitats col·lectives, i per tant les identitats de les nacions i dels estats; per tenir efectes positius, tant econòmics com socials, al desenvolupar la creativitat, l'autoestima i una imatge positiva de les persones i dels territoris; i finalment per la necessitat de preservar el patrimoni col·lectiu de caràcter cultural, històric o natural.”³¹

Aquesta explicació de l'origen i raó de ser de les polítiques culturals, tot i fer referència a la cultura en general, pot ser perfectament aplicable a l'àmbit del cinema. Efectivament, la cinematografia i l'audiovisual en general és un sector estratègic en els aspectes cultural, econòmic i social, i és per això que existeixen un gran nombre de polítiques no només públiques, si no també impulsades des de l'àmbit privat, que intenten treballar per a la seva millora i desenvolupament.

Si ens fixem en primer lloc en el cas espanyol en el seu conjunt, trobem que el text constitucional confereix als poders públics deures específics en matèria de cultura com a “atribut essencial” d'aquests. Els principals objectius de la política cultural espanyola són la conservació i la difusió del patrimoni i el foment de la creació cultural com a nou patrimoni en formació. D'altra banda, l'accés a la cultura ha estat un dels principis inspiradors de l'actual política cultura espanyola, així com la democratització cultural, entesa com el dret dels ciutadans a participar en la definició de la vida cultural.

Altres característiques de les actuals polítiques culturals espanyoles i que poden incidir en l'àmbit audiovisual serien:

- Una tendència a la descentralització, tant a nivell territorial com sectorial. Així, el sector cinematogràfic està gestionat per l'organisme independent Instituto Nacional

³⁰ Extracte de l'Informe Anual sobre l'estat de la Cultura 2010 (veure bibliografia)

³¹ Cita de Lluís Bonet, extreta de la web de la Asociación de gestores y técnicos culturales. (veure bibliografia)

de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), i com veurem més endavant, Catalunya té les seves pròpies polítiques culturals i cinematogràfiques.

- El sector cultural es caracteritza per la seva complexitat i per la convergència de diferents agents (públics, privats i associatius). Això, sumat a la profunda influència que exerceix en la cultura la realitat canviant, fa que sigui necessari construir espais de trobada que permetin la definició d'estratègies conjuntes entre els diferents operadors. Exemple d'aquesta tendència serien els cada cop més nombrosos "Plans Estratègics de Cultura", alguns dels quals tenen un interès especial per al sector cinematogràfic.
- En l'àmbit de la cultura, especialment en la seva vessant més comercial (un exemple seria el sector audiovisual), està en revisió el model de la subvenció, ja que es tracta de recolzar la constitució d'un teixit industrial sòlid a partir de la col·laboració entre el sector públic i el privat.
- El Ministeri de Cultura assenyalava com a un dels seus objectius principals el foment de la participació. Existeixen diversos programes i plans amb aquesta finalitat, la major part dels quals es gestionen des de l'àmbit regional o local.
- Destaca la importància que se li dona a la formació dels nous públics. En aquest sentit s'incentiva la cooperació entre escoles i les diverses institucions culturals.

Polítiques cinematogràfiques a Espanya

Ens centrarem a continuació en l'àmbit que ens ocupa, és a dir, el cinema. El sector cinematogràfic i audiovisual han estat objecte de diverses regulacions al llarg del temps, de les quals extraïem una creixent apreciació del cine com a un valor cultural en sí mateix, a l'hora que s'escurça la distància entre el concepte de cinematografia i arts visuals.

A nivell estatal, actualment la regulació més recent és la Ley 55/2007 de 28 de desembre, del cine. El Instituto Nacional de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales és l'encarregat de la seva implementació. Aquesta llei estableix una sèrie de mesures destinades a conservar el patrimoni cinematogràfic i audiovisual com a part de la identitat i diversitat cultural, així com a promoure i fomentar la producció, distribució i exhibició d'obres en aquests àmbits. També pretén facilitar l'activitat d'empreses de producció cinematogràfica originàries d'Espanya o bé d'altres estats membres de la UE que estiguin establertes a Espanya.

L'única part de l'anterior llei (Ley 15/2001, de 9 de julio, de fomento y promoción de la cinematografía y el sector audiovisual) que es conserva és la Disposició addicional segona que obliga els operadors televisius de canals que programin llargmetratges a invertir cada any al menys el 5% dels seus ingressos en el finançament de la producció de pel·lícules i

curtmetratges.

La Llei 55/2007 també estableix algunes disposicions concretes per les Comunitats Autònomes, com per exemple la obligació dels beneficiaris d'ajudes públiques d'entregar una còpia de la obra a les filmoteques de les CCAA, la obligació de vetllar per la lliure competència o la col·laboració amb les administracions locals en la creació de sales de titularitat municipal que promoguin el cine.

El Reial Decret 2062/2008, de 12 de desembre desenvolupa la Llei 55/2007 en aspectes com la qualificació de les obres cinematogràfiques i audiovisuals, la seva nacionalitat, normes per les sales d'exhibició, regulació de coproduccions o mesures de foment del sector.

Polítiques cinematogràfiques a Catalunya

Parlarem ara del cas particular de Catalunya. Quant a competències, l'Estatut d'autonomia de Catalunya designa la Generalitat com l'encarregada del foment i difusió de la creació i la producció audiovisuals. La Generalitat també regula les sales d'exhibició cinematogràfica i posa en marxa les mesures de protecció del sector, entre d'altres tasques.

És la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de comunicació audiovisual de Catalunya, la que regula el sector al nostre territori. Aquesta llei pretén actualitzar i integrar les anteriors per tal de donar resposta als canvis generats per les noves tecnologies i a la necessitat de noves formes de gestió.

La Llei 22/2005 es caracteritza, entre d'altres continguts, per emfatitzar el dret de la ciutadania a disposar d'un sistema audiovisual adequat i competitiu, regular els continguts audiovisuals, posant especial interès en la protecció de la infància i la joventut, establir mesures per facilitar l'accés de persones discapacitades així com per a fomentar la llengua i cultura catalana i aranesa i per imposar obligacions en matèria de difusió d'obres europees.

Existeixen també altres regulacions que afecten al sector audiovisual català com serien el Decret 267/1999 de 28 de setembre, sobre règim administratiu de la cinematografia i l'audiovisual i el Decret 210/2005, de 27 de setembre, a través del qual es crea la Comissió de Qualificació d'Obres Audiovisuals.

La nova Llei del Cinema

La nova Llei del Cinema de Catalunya, que entra en vigor l'1 de gener del 2011 respon a

una llarga demanda del sector. Va ser una de les principals iniciatives legislatives del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació el 2006, i el març del 2009 es van fer públiques les seves bases per tal d'iniciar els tràmits per aprovar l'avantprojecte, donant pas a tota una sèrie de debats i també molts desacords per part d'alguns professionals del sector.

Aquesta Llei té per objecte l'establiment del marc normatiu pel que s'han de regir les indústries cinematogràfiques i audiovisuals, la producció, la distribució, la comercialització i l'exhibició d'obres cinematogràfiques i audiovisuals, així com aquells aspectes relacionats amb el seu foment i la preservació i difusió del patrimoni cinematogràfic.

La Llei es fomenta en dos pilars de referència:

- El nou marc competencial establert per l'Estatut d'Autonomia de Catalunya en el qual s'especifica les competències exclusives en matèria de Cultura atribuint-li les potestats legislatives, reglamentàries i executives en matèria cinematogràfica en diferents àmbits i estadis del seu desenvolupament, des del foment fins a l'exhibició i altres aspectes relatius al règim administratiu
- La necessitat de regular de forma coordinada l'activitat desenvolupada a nivell cinematogràfic i audiovisual a Catalunya per tal d'atorgar a aquest sector econòmic i cultural el paper estratègic que li correspon com a motor de progrés econòmic i com a element de cohesió i transformació social. Un pilar, doncs, que neix de la consideració de la cinematogràfica i l'audiovisual com a un sector amb aspectes claus a nivell cultural, econòmic i social.

Pel que fa a les seves finalitats, la nova Llei és presentada amb l'objectiu d'establir el marc normatiu pel que s'han de regir les indústries cinematogràfiques i audiovisuals, la producció, la distribució, la comercialització i l'exhibició d'obres cinematogràfiques i audiovisuals, així com aquells aspectes relacionats amb el seu foment i la preservació i difusió del patrimoni cinematogràfic. En tot cas, la nova Llei ha de garantir la llibertat artística i de creació, la diversitat cultural i lingüística i el paper estratègic del cinema des del punt de vista industrial.

Per tal de garantir la diversitat lingüística, l'avantprojecte de la Llei estableix una sèrie de mesures, que són les que han causat la polèmica amb els empresaris referida anteriorment, entre les que trobem la obligació de les empreses distribuïdores de distribuir el 50% de les estrenes a Catalunya en versió original catalana o bé doblades o subtitulades al català, exceptuant les obres cinematogràfiques en versió original castellana o aquelles obres de les quals es distribueixin a Catalunya menys de 16 còpies.

Així mateix, la Llei preveu la creació de diversos fonts de foment per a impulsar el cinema com a motor econòmic: per la producció, per a la distribució independent, per a l'exhibició, per a la difusió i promoció d'obres cinematogràfiques i per a la competitivitat empresarial.

D'entre totes les mesures que es preveuen aplicar, és interessant destacar la voluntat de crear la Xarxes Pantalles Concertades de Catalunya. Aquest conjunt es caracteritzarà a nivell formal per una adhesió voluntària i l'establiment d'uns convenis de col·laboració permanents amb la Generalitat. En quant a la programació, aquesta xarxa, mitjançant el suport i les ajudes econòmiques, pretén fomentar l'exhibició de pel·lícules en versió original de producció catalana, europea i de països de fora de la UE que resultin d'interès cultural i artístic. D'aquesta manera, mitjançant la creació d'aquesta xarxa es preveu que augmenti l'oferta de cinema d'autor en V.O.S a tot el territori català. Aquesta situació, doncs, planteja la voluntat de treballar en la democratització del cinema d'autor en V.O.S, intentant fer arribar al màxim nombre de ciutadans, mitjançant la incentivació als cinemes d'ajudes econòmiques, una ampla oferta d'aquest tipus de cinema. A més a més, també és interessant plantejar-se si, gràcies a la a la recepció d'aquestes ajudes, es viurà una rebaixa en el preu de les entrades al cinema, fent una oferta a nivell econòmic més accessible per a tots els públics fomentant així, la difusió dels beneficis i les externalitats lligades al sector. El director de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya, Esteve Riambau, ens comentava a l'entrevista³² que aquesta futura Xarxa de Pantalles Concertades demostra l'interès públic per al foment d'una oferta cinematogràfica al marge de la de les sales comercials, de manera que s'estaria treballant per a l'enriquiment de la diversitat cultural, dret de tots els ciutadans.

D'altra banda, la nova Llei del cinema de Catalunya, varia la definició de sala de cinema, que resulta més àmplia i més laxa, i que no especifica la periodicitat, la capacitat o la naturalesa d'aquesta. Aquest canvi de concepció, es preveu que pugui ajudar a la creació del teixit d'una xarxa de sales, formant un panorama divers amb la idea que qualsevol ciutadà pugui gaudir del cinema per igual (ja sigui en una sala polivalent, en un cineclub, en un festival o en un cinema). Aquesta mesura, doncs, pretén beneficiar aquells ciutadans de poblacions més petites que poden tenir un difícil accés a aquest tipus de cinema i, que mitjançant aquesta nova concepció, i a través de petits festivals, puguin satisfer les seves necessitats. Una vegada més, ens trobem davant un mitjà a través del qual es pretén assolir l'anteriorment esmentada democratització cultural.

³² Veure entrevista a l'Esteve Riambau a l'annex.

Les indústries culturals

El cinema també pot ser considerat des del punt de vista de les indústries culturals. Per aquest motiu pararem atenció breument a la regulació que fa referència a aquest sector cultural.

El desembre del 2008 el Ministeri de Cultura va presentar el Pla de Foment de les Indústries Culturals amb la finalitat de donar una forta empenta a les indústries culturals i contribuir així a la seva consolidació, modernització i rellevància.

Actualment, el marc administratiu estatal està avançant cap a la desregularització del sector, així com cap a la integració dels sectors cinematogràfic i audiovisual sota una mateixa denominació. L'abans citada Llei 55/2007, de 28 de desembre, de cine, és una de les lleis estatals més recents que fa referència a les indústries culturals en ser considerat el cinema part d'aquestes.

A nivell autonòmic, destaca la creació de l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC), a partir de la Llei 20/2000, de 29 de desembre, donat que ha representat un pas important de cara al foment d'aquestes indústries. Aquest organisme, que centralitza les polítiques relatives a indústries culturals de la Generalitat de Catalunya, té com a finalitat la coordinació dels esforços dels diferents agents involucrats en el sector mitjançant un esquema participatiu, sempre vinculat al conjunt més ampli de polítiques de suport a la creació cultural.

La política referent a les indústries culturals del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació en la present legislatura (2007-2010) pretén posar èmfasi no tant en la producció com en la promoció, el màrqueting i la distribució, millorant així la modernització, la innovació, la internacionalització i l'autonomia de les empreses catalanes. Aquest govern també té com a objectiu millorar les quotes de consum de productes culturals catalans (i/o en català), tant al mercat interior com en l'exterior. En aquesta línia cal destacar la creació de diverses institucions (Catalunya Film Commission, Catalan Films), de serveis de suport a les empreses del sector i d'eines de finançament de projectes culturals (Crèdit Cultura, Línies de préstec, publicitat a risc, Mesfilms Inversions, etc.)

Quant a les polítiques de reorganització territorial, el 2004 el govern de Catalunya i

l'Ajuntament de Terrassa van impulsar el projecte del Parc Audiovisual de Catalunya³³, centre d'activitat audiovisual competitiu a escala internacional i a través del qual les administracions posen a disposició del sector un conjunt d'instal·lacions i serveis. Aquest projecte es complementa amb el del Parc Barcelona Media (PBM), en el districte tecnològic de la ciutat (denominat 22@), creat per a reforçar la posició productiva, cultural i de investigació de Barcelona i Catalunya en el sector cinematogràfic i audiovisual.

Per últim, dins l'àmbit de les indústries culturals, destacar que Catalunya ha estat una de les primeres CC.AA. que ha respòs a la necessitat formativa del sector. Existeix un ampli ventall d'oferta en aquest sentit, tal i com veurem més endavant en el cas concret de la ciutat de Terrassa.³⁴

El programa Media: Europa Cinemas

Per finalitzar aquest apartat de justificació política de la cinematografia i, en concret, de les obres d'un alt interès social i cultural, destacarem, a nivell europeu, l'existència de la plataforma Media, també coneguda com a Europa Cinemas.

Fundat el 1992 amb fons de la Unió Europea i amb el suport del Centre National de la Cinématographie, Media és el primer programa de suport a les sales de cinema centrat en les pel·lícules europees.

Europa Cinemas intervé en 31 països i és present en més de la meitat de les ciutats europees de més de 150.000 habitants. Els objectius del programa són els següents:

- augmentar la programació europea a les sales de cinema i incrementar-hi també l'assistència, en particular pel que fa a les pel·lícules europees no nacionals
- fomentar el desenvolupament d'iniciatives d'exhibició cinematogràfica dirigides al públic Jove.
- promoure la diversitat dins de la programació de les sales europees.
- fomentar la col·laboració a nivell nacional i europeu.
- donar suport a la transició de les sales a la projecció digital.

A través de la subdivisió "Media International", Europa Cinemas també treballa en els àmbits d'exhibició i distribució amb Àsia, Amèrica Llatina i els països del sud de la Mediterrània. Es pretén afavorir així l'intercanvi entre els diferents països i la diversificació de la oferta

³³ Veure apartat 3.1.

³⁴ Veure apartat 3.1.

cinematogràfica a les sales europees.

Així, trobem que Media ofereix ajudes operatives i financeres a aquelles sales de cinema que exhibeixin un nombre significatiu de pel·lícules europees no nacionals. També donen suport per a les activitats dirigides al públic jove i posa en marxa diversos programes per a afavorir la diversificació de la oferta cinematogràfica.

2.3. Experiències de referència

Donada la nostra afició al cinema, ja coneixíem algunes experiències interessants arreu del món, moltes de les quals ens havien ajudat a inspirar-nos per al nostre projecte, però gràcies a l'anàlisi més profunda que hem dut a terme per a aquest treball hem pogut saber de l'existència de molts altres centres, institucions i iniciatives, que sense coincidir exactament amb el concepte que hem pensat, ens sembla que ofereixen alguns serveis que val la pena comentar.

El que sí direm és que, a hores d'ara, no hem pogut trobar cap organització que, a nivell local i amb caràcter de proximitat, aglutini tots els serveis i activitats que nosaltres volem integrar en Amics del Cinema.

Hem intentat agrupar les diferents experiències per blocs, segons les seves dimensions i/o activitats principals. Farem a continuació una breu anàlisi d'elles:

2.3.1. Filmoteques i altres institucions de grans dimensions dedicades al cinema

Parlarem, en primer lloc, de la **Filmoteca de la Generalitat de Catalunya**³⁵. La Filmoteca organitza les seves activitats al voltant de tres eixos:

- Arxiu: les seves funcions són recuperar, preservar, catalogar i restaurar les pel·lícules que constitueixen el fons fílmic.
- Difusió: les seves funcions són programar la sala de projeccions de Barcelona, organitzar taules rodones, cursos, seminaris i altres activitats pedagògiques, i l'edició de llibres i publicacions.
- Documentació: les seves funcions són preservar, catalogar i, eventualment, restaurar el

³⁵ Web de la Filmoteca de la Generalitat:

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.a698cbe5a26e56a65a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=2c342950b347a010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=2c342950b347a010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD>

fons documental que la Filmoteca gestiona a través de la Biblioteca de Cinema.

Com a referent per al nostre projecte, ens interessa fixar-nos en les seves àrees de difusió i documentació.

Quant a la difusió, la Filmoteca exhibeix cine d'autor, que pot ser més o menys actual, sempre emmarcat dins de cicles (poden ser cicles per director, per temàtica, per coincidir amb un fet o event actual d'interès, etc). El fet és que no busca l'efecte estrena, sinó que té una prioritat divulgativa i educativa. Desenvolupa doncs una funció complementària a les sales d'exhibició.

Paral·lelament a les projeccions hem vist que realitza una sèrie d'activitats, sigui al voltant de les pel·lícules o cicles que estiguin en programa en aquell moment, sigui de manera transversal, amb l'objectiu de fomentar el cinema en general. Aquests serveis i activitats es dirigeixen d'una banda, a l'àmbit educatiu, incloent-hi estudiants de l'àmbit del cinema, i d'altra, al públic en general i per a dur-los a terme compten amb la col·laboració d'especialistes del sector.

Cal destacar dos aspectes més del departament de difusió. El primer és que, per a contribuir en la seva tasca de formació de la ciutadania, elaboren publicacions en format escrit i audiovisual, i que sol estar relacionat amb els diferents cicles que han anat duent a terme. El segon és que la Filmoteca compta amb una important política de preus encaminada a la democratització del cinema, és a dir, que tothom hi pugui accedir. Val a dir que es poden permetre aquesta política de preus baixos, abonaments i incentius varis perquè parlem d'una institució pública que, segons hem pogut deduir, pràcticament no genera recursos propis.³⁶

La Filmoteca compta amb set seus concertades al territori català: Vic, Terrassa, Tarragona, Olot, Manresa, Terres de Lleida i Girona. En tots els casos es tracta d'entitats amb una activitat d'exhibició pròpia, però que han incorporat a les seves programacions les pel·lícules corresponents als cicles de la Filmoteca.

Quant a l'àrea de documentació, la Biblioteca de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya és una de les col·leccions especialitzades en cinema més importants que existeixen al país.

³⁶ En l'entrevista mantinguda amb l'Esteve Rimbau, director de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya, ens comentava que els objectius prioritaris de l'àrea de difusió de la Filmoteca són contribuir en la diversificació de la oferta cinematogràfica i treballar en la formació de la ciutadania, especialment en els infants i joves.

Els seus objectius són:

- Col·laborar en l'activitat pròpia de la institució, és a dir, amb l'àrea de Difusió i l'Arxiu
- Promoure i donar suport a la investigació cinematogràfica, especialment, en l'àmbit del territori català
- Col·laborar amb l'activitat cultural cinematogràfica de Catalunya
- Posar els fons a l'abast dels estudiosos, investigadors, professionals i persones en general interessades en el fet cinematogràfic

La seva col·lecció està formada per llibres, publicacions periòdiques i reculls de premsa, pel·lícules i documentals en DVD, i CD de bandes sonores, fonoteca (enregistrament de conferències, entrevistes a professionals i altres activitats realitzades a la Filmoteca), arxiu gràfic (col·lecció de cartells, cromos i postals, programes de mà, dibuixos, fotografies, etc), arxiu de col·leccions especials de persones i entitats determinades i col·lecció d'aparells cinematogràfics que s'exposen a la pròpia biblioteca.

Volem destacar que, a banda dels serveis clàssics de consulta, reprografia i digitalització i préstec, la biblioteca compta amb un espai per al visionat de DVD, amb 7 punts de visionat individual i un lector de microfilms. També ens sembla important esmentar que s'ofereixen visites guiades per a escoles, instituts o per a qualsevol organització amb fins pedagògics.

Tot i no ser una filmoteca, el **Filmmuseum**³⁷ de Berlín, també conegut com Deutsche Kinemathek, es configura com un dels centres de cinema europeus més importants. El Filmmuseum, com el seu nom indica, conté un museu de cinema, concretament de la història cinematogràfica alemanya, així com també de la seva televisió. També organitzen projeccions de pel·lícules, col·loquis i altres events, i són els responsables de la secció retrospectiva del festival de cinema Berlinale.

Altres serveis que ofereix el Filmmuseum de Berlín són una biblioteca-mediateca del cinema, amb un catàleg de més de 80.000 títols entre llibres, publicacions periòdiques, catàlegs, programes i DVD (incloent-hi dues estacions per al visionat), una botiga especialitzada en el cinema i la televisió alemanyes i un bar temàtic.

³⁷ <http://www.filmmuseum-berlin.de/>

Però el que desperta especialment el nostre interès és la divisió anomenada **Arsenal**³⁸. Arsenal, Institut del cinema i del vídeo-art, és una societat que existeix des del 1963 i que actualment es troba ubicada a les instal·lacions del Filmmuseum de Berlín. Les seves activitats es poden englobar en quatre blocs:

- projecció de pel·lícules en format de cicles temàtics o territorials.
- desenvolupament d'activitats al voltant del cinema (simposis, taules rodones, conferències, tallers i exposicions)
- arxiu d'uns 9.000 títols englobats dins l'art del cinema i del vídeo-art
- organització del Fòrum del Nou Cinema, secció independent del festival Berlinale.
- distribució dels títols del programa del Fòrum del Nou Cinema, més enllà del context del festival. De moment tenen els drets de 2.000 pel·lícules.
- servei d'assessorament i possibilitat d'investigació per encàrrec de professionals i acadèmics.
- edició de llibres i DVD

El **British Film Institute** (BFI), de Londres, és un altre dels centres de referència a nivell europeu. Fundat l'any 1933, el BFI promou la comprensió i el reconeixement del valor del patrimoni i de la cultura cinematogràfica i televisiva. Per aconseguir-ho, ofereix a la ciutadania una sèrie d'activitats i serveis que resumirem a continuació:

- en referència al patrimoni fílmic i televisiu, el BFI restaura, conserva i posa a disposició d'investigadors i professionals una col·lecció d'un milió de títols aproximadament.
- quant a l'àmbit d'exhibició i distribució, projecta unes mil pel·lícules a l'any a la seva sala, alhora que gestiona Festival de Cine Gay i Lèsbic de Londres. D'altra banda, s'encarrega de la distribució de clàssics a cinemes de tot el Regne Unit.
- publica mensualment la revista sobre cinema Sight & Sound i edita una gran quantitat de llibres sobre el sector. També publica pel·lícules i documentals en DVD o Blu-ray.
- en l'àmbit de l'educació, porta a terme programes per a la formació de públic de totes les edats i facilita recursos i assessorament per recolzar l'educació en el cinema al Regne Unit.
- compta amb una biblioteca del cinema i la televisió, amb la col·lecció més gran del món.

En ocupem ara d'una altra institució amb una llarga història, **la Cinématèque Française** o

³⁸ <http://www.arsenal-berlin.de/en/home.html>

Musée du Cinéma³⁹ de França. A grans trets, les activitats que ofereix la Cinemateca Francesa són les següents:

- una programació cinematogràfica diversificada, projectada a les quatre sales de les que disposa.
- la organització d'exposicions temporals destinades al gran públic
- exposicions permanents, concebudes a partir de les col·leccions de la Cinemateca Francesa, del CNC (Centre Nacional de la Cinematografia) i del BiFi (Biblioteca de pel·lícules).
- la organització de tallers pedagògics destinats als escolars
- trobades i col·loquis sobre el cine
- la Biblioteca de Pel·lícules, una instal·lació que permet al públic consultar arxius i documents sobre la història del cine.
- de manera complementària, la oferta gastronòmica d'un restaurant temàtic.

2.3.2. Centres de cine de dimensions reduïdes i sales alternatives

Al llarg de la nostra exposició hem relacionat en més d'una ocasió el cinema comercial amb el cinema nord-americà, però hem de dir que no només existeix una gran oferta de pel·lícules nord-americanes d'autor de gran qualitat, si no que a més ens consta que als Estats Units també hi ha un circuit de cinema independent i un gran interès per a accedir a propostes cinematogràfiques diferents. Prova d'això és el **Cinema Center** de Fort Wayne, Indiana. Es tracta d'una institució que no només ens sembla interessant per la seva filosofia i per les seves activitats, si no també pel fet que es tracta d'un centre de proximitat, desenvolupat a nivell local, i que busca formar als seus ciutadans en l'art del cinema.

Aquesta organització sense ànim de lucre, així, es dedica a fer arribar al públic una oferta el més amplia possible "del millor cinema independent, estranger, documentals, clàssics i films especialitzats", oferta que d'altra manera no arribaria a aquest territori. D'aquesta manera pretenen "incrementar la comprensió i el gaudi del cinema com un art i donar als espectadors de totes les edats l'oportunitat d'esdevenir aficionats i consumidors d'aquest cada cop més influent mitjà."

Els trets principals del centre, segons el nostre interès, són:

- ofereixen un programa dividit en dos blocs: el dirigit a una audiència àmplia i aquell

³⁹ <http://www.cinematheque.fr/>

més “especialitzat” per servir a una demanda menys nombrosa, però fins ara poc coberta.

- organitzen events i activitats relacionades amb el cinema com xerrades, conferències, visites de professionals i programes especialment dirigits als escolars i altres col·lectius locals.
- Paren una especial atenció a la comunitat, no només alhora de triar les pel·lícules a exhibir, si no també comptant amb la opinió i la participació dels veïns i de les associacions locals, així com acollint iniciatives impulsades per aquests.
- Ofereixen un “cursos d’estiu de cinema”, la temàtica dels quals varia cada any.
- Tenen una interessant política de preus, que té com a objectiu intentar arribar al màxim de ciutadans i que es fa possible gràcies a les col·laboracions d’entitats públiques i privades locals, i a les quotes d’adhesió dels socis.

Ja hem parlat de Berlín i el seu Filmmuseum. Però a més, a un nivell més alternatiu hem pogut conèixer dos iniciatives que ens sembla que val la pena esmentar.

La primera és el **Lichtblick Kino**⁴⁰.

Tot i tractar-se d’una institució de dimensions i abast relativament modestos, el Lichtblick ofereix una àmplia gamma d’activitats i serveis:

- Exhibició de clàssics de cinema i cinema d’autor en cicles
- Cine fòrum posterior a les projeccions (comptant amb algun professional o membre de l’equip de la pel·lícula en qüestió).
- Cicles de cinema per a nens i famílies els caps de setmana
- Venda de publicacions sobre cine
- Programes de formació per escoles
- Cursos i tallers dirigits al públic en general

De la mateixa manera, l’activitat del segon “petit centre de cine” de Berlín que volem comentar, el **Central Kino**⁴¹, es fonamenta en la projecció de pel·lícules en format de cicles i festivals, incloent-hi la programació per nens, el passi de pel·lícules comentades i els programes per escoles. Pel que hem pogut esbrinar a través d’Internet, aquest segon centre s’ha guanyat el reconeixement del circuit alternatiu de centres culturals de Berlín per la seva aposta per una programació original, arriscada i al mateix temps, de gran qualitat.

⁴⁰ <http://www.lichtblick-kino.org/lichtblick.php>

⁴¹ <http://www.kino-central.de/index.html>

Si ens apropem una mica més al nostre territori trobem **La Enana Marrón**⁴², a Madrid. Es tracta d'una associació cultural sense ànim de lucre que té com a objectiu "difondre les obres cinematogràfiques i audiovisuals de caràcter exclusivament no comercial i experimental". Concretament, ofereixen una programació dividida en diversos blocs temàtics: cine inèdit, clàssics d'autor i "derivats de cine" (vídeo-art, sessions sonores, multi-projeccions, etc). També acullen diversos festivals minoritaris. Completen la seva oferta amb la realització de tertúlies cinematogràfiques, cursos, seminaris, tallers, conferències, col·loquis i cine-fòrum.

Destaca la seva política de preus, que fomenta la fidelització a partir de l'adquisició d'abonaments o de l'adhesió com a socis. A banda del taquillaatge, compten com a font de finançament amb l'aportació de patrocinadors públics i privats i amb el lloguer de les seves instal·lacions.

El fet és que es tracta d'una sala totalment alternativa, que ha pogut existir des del 1999, tot i oferir uns preus més que atractius i una programació ben arriscada. Com ells promulguen a la seva web:

"hi ha una demanda de cinema diferent, de marcat valor cultural, de vegades artesà i que està fóra dels circuits comercials. Cal oferir aquestes obres al públic, i fer que aquest s'involucri, per a poder trencar amb el concepte de sala a on véns, veus i te'n vas".

Per últim, a Girona tenim el **Cinema Truffaut**⁴³, la programació del qual s'encarrega responsabilitat del col·lectiu de crítics cinematogràfics de Girona. Aquest cinema, inicialment de titularitat privada i posteriorment adquirit per l'Ajuntament de la ciutat (que va cedir la gestió al col·lectiu de crítics a través de concurs).

El Cinema Truffaut programa pel·lícules d'autor, en versió original i sovint en format de cicles. També hi tenen cabuda iniciatives de col·lectius locals, així com festivals i altres events culturals destacats (com exhibicions relacionades amb el Temporada Alta). S'organitzen cine-fòrums i xerrades al voltant de les pel·lícules, amb la presència de professionals del cinema.

⁴² <http://www.laenanamarron.org/>

⁴³ <http://www.cinematruffaut.com/>

2.3.3. Els cineclubs

Els Cineclubs són organitzacions independents que s'ocupen de la projecció, anàlisi i discussió de projectes audiovisuals. Tenen un propòsit educatiu, en enfrontar nous públics a diferents obres cinematogràfiques mitjançant una programació metodològicament organitzada i procedint després al seu anàlisi col·lectiu.

El seu programa es basa en la difusió de clàssics del cinema i cinema d'autor. A banda de les pròpies projeccions, també és important la seva tasca divulgativa en editar materials que reforcen el contingut de les pel·lícules que exhibeixen.

Les sessions d'un cineclub solen constar de:

- presentació o introducció de la pel·lícula al públic assistent.
- projecció de la pel·lícula
- debat o discussió sobre la pel·lícula, a on els assistents, organitzadors i de vegades els directors dels films, intercanvien punts de vista.

A Catalunya, el moviment cineclubístic es va iniciar a finals dels anys 20. L'edat d'or es va allargar durant la dècada dels 50 i dels 60 degut a la falta de llibertats. La crisi d'aquest fenomen es produeix justament en paral·lel amb el declivi de la dictadura franquista, és a dir, quan la seva funció sociopolítica va deixar de tenir sentit, i va ser substituïda per les noves formes de difusió cinematogràfica.

Tanmateix, aquesta suposada desaparició no es va arribar a produir: després que el cinema ha remuntat la crisi dels noranta, els cineclubs també s'han anat recuperant.

Avui dia són especialment importants en ciutats petites i mitjanes, a on constitueixen la única programació alternativa i de qualitat.

La **Federació Catalana de Cineclubs**⁴⁴ (FCC) es va crear el 1978 amb l'objectiu d'agrupar els cineclubs de Catalunya i altres territoris de parla catalana i potenciar el cinema com a fet cultural, facilitant els serveis necessaris d'assessorament, gestió, documentació i divulgació per a estendre el moviment cineclubístic.

La Federació treballa i ofereix els seus serveis als cineclubs i entitats sense ànim de lucre que organitzen activitats al voltant del cinema. La seva activitat gira entorn d'una serie de programes, tal i com detallem a continuació:

⁴⁴ <http://www.federaciocatalanacineclubs.cat/ca/>

1. Actualització i manteniment de les dades dels cineclubs membres.

2. Assessorament en diferents àmbits:

- Assessorament legal i tècnic per a la creació de nous cineclubs, tot facilitant la documentació necessària per a crear una associació, models d'estatuts, pautes per a la gestió, etc.
- Recolzament tècnic: la FCC assessorà a nivell tècnic en programacions de sessions de cinema, cicles i tota mena d'activitats cinematogràfiques a cineclubs i d'altres entitats sense ànim de lucre.
- Recolzament a nivell comunicatiu. La FCC compta amb un butlletí electrònic i un web, a partir dels quals difon l'activitat dels cineclubs membres. També fa servir una àmplia base de dades de mitjans de comunicació, als que se'ls envia puntualment totes les informacions dels actes més importants que programen els cineclubs.

3. Gestió i programació de pel·lícules.

La FCC gestiona el lloguer de pel·lícules i l'autorització dels drets d'exhibició per als cineclubs adherits (que han de formar part del circuit cultural i no comercial).

En aquest sentit cal destacar que la Federació és la representant en el sud d'Europa i nord d'Àfrica de la distribuïdora cineclubista Cinesud⁴⁵, que consisteix en la difusió i divulgació de films internacionals de difícil distribució i visionat, als quals la Federació té accés pels seus intercanvis internacionals. Aquesta activitat s'està convertint en una eina de coneixement i diàleg entre cinèfils d'arreu, alhora que potencia la dimensió internacional del cineclubisme.

Així mateix, elabora la programació de cicles de cinema sobre diferents temàtiques per a cineclubs, i també per ajuntaments, centres cívics, etc. Un bon exemple del desenvolupament de cicles el trobem al projecte "Nous catalans, nous cinemes", organitzat per la FCC amb el suport del Centre de Promoció de Cultura Popular i Tradicional catalana (CPCPTC) i la Secretària d'Immigració. Aquest projecte es recolza en la idea del cinema com a eina de participació ciutadana, de manera que tots els catalans, mitjançant el cineclubisme, poden treballar per afavorir la cohesió social de la població.

La FCC, a més, actua com a intermediària de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya

⁴⁵ CINESUD és una distribuïdora alternativa cineclubista que pretén fer arribar a tots els cineclubs del món, films que no tenen sortida comercial. Són films de diverses nacionalitats que mantenen el seu caràcter independent i que són una mostra de cinema d'autor internacional.
<http://cinesud.blogspot.com>

amb el projecte “Sessions de Filmoteca”, iniciativa que té l'objectiu de fer arribar els materials i programes de la Filmoteca als diferents cineclubs del territori català i a d'altres entitats sense ànim de lucre (Ajuntaments, biblioteques, associacions, centres cívics, etc).

També relacionat amb la gestió de films, trobem la iniciativa “La pel·lícula dels Cineclubs”. Una de les preocupacions de tots els cineclubs i de la Federació Catalana de Cineclubs és la d'aconseguir preus de lloguer de pel·lícules més competitius, que els permetin optimitzar costos i reduir despeses. “La pel·lícula dels Cineclubs” pretén millorar aquest aspecte. Es tracta de proposar regularment un títol que sigui susceptible de ser programat pels cineclubs (pel·lícules d'autor, filmografies perifèriques, cinema independent, etc.). Es negocia el preu amb la distribuïdora per tal de que sigui veritablement interessant per ambdues parts. No cal dir, que en tant molts cineclubs programin el títol presentat, més força té la FCC a l'hora de negociar.

Una de les línies d'actuació que la Federació catalana de cineclubs es planteja des de fa temps és la de treballar en l'àmbit del cinema infantil i juvenil, amb els objectius, entre d'altres, d'ampliar i millorar l'oferta al nostre país i de posar en contacte creadors i públic. Després de tres anys de feina i gràcies a la col·laboració del Festival d'Animació de Lleida, l'Animac, l'associació Decapacap i de l'Associação brasileira d'animacao la FCC ha pogut desenvolupar la col·lecció de curtmetratges d'animació “Fet i amagar”, dirigida a infants i a públic familiar i que ofereix als cineclubs associats i a altres entitats sense ànim de lucre.

4. Suport als cineclubs per a la organització de Festivals i mostres de cinema.

5. Organització i coordinació de presentacions, fòrums i conferències al voltant del cinema i del cineclubisme.

6. Organització d'exposicions.

7. Assistències a festivals nacionals i internacionals de cinema i a altres esdeveniments.

La presència de la FCC a diferents és important per tal de fer valdre el pes del cineclubisme català arreu del món. D'altra banda, tots els cineclubs socis de la FCC tenen la possibilitat d'assistir a dits esdeveniments amb importants avantatges.

8. Organització de cursos i tallers.

La FCC elabora el contingut d'aquests cursos, que van des de la teoria a la pràctica i que

són impartits per especialistes en cinema i història del cinema. Els cursos es posen a la disposició no només dels cineclubs membres, si no també de qualsevol entitat pública o privada sense ànim de lucre que hi pugui estar interessada.

9. Ordenació del patrimoni cineclubístic.

L'extensa tradició cineclubística catalana ha donat lloc a un destacat patrimoni que fins fa uns anys es trobava en un alt estat de desorganització. La FCC va procedir a endreçar i classificar aquest patrimoni per a facilitar la seva conservació (i el lliurament del material corresponent a la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya) i des d'ençà es preocupa per a continuar amb aquesta tasca.

10. Altres activitats.

Per exemple, la FCC s'ha reunit en diverses ocasions amb els diferents grups parlamentaris per tal de presentar les seves propostes cara a la futura Llei del cinema de Catalunya. La FCC també ha col·laborat en el procés d'estudi del Tercer sector a Catalunya, promogut pel Centre de la cultura popular i tradicional catalana.

La Federació Catalana de Cineclubs forma part, des del 1986, de la Federació Internacional de Cineclubs (FICC) i actualment compta amb un total de 43 cineclubs catalans Federats, segons detalla la relació de la taula 9.

Destacar en darrer lloc que la FCC ha signat convenis de col·laboració amb altres entitats catalanes de l'àmbit del cinema que representen marcs de treball comú que permeten obtenir avantatges per les entitats i els cineclubs federats:

1. Acadèmia del Cinema Català
2. Drac màgic
3. Casa Amèrica Catalunya
4. Filmoteca de Catalunya
5. Museu del Cinema de Girona
6. Festival de Cinema Àrab i del Mediterrani

Cineclub 2001	Celrà
Cineclub 24 ips.	Tordera
Cineclub 8 i 1/2	Cassà de la Selva
Cineclub Adler	Lloret de Mar
Cineclub AEC la Trampolina	Castellví de Rosanes
Cineclub Altafulla Link	Altafulla
Cineclub Amics del cinema de la Capital del Cava	St. Sadurní d'Anoia
Cineclub AMPA Biada	Mataró
Cineclub Associació del Amics del Cinema de la Vall de Ribes	Ribes de Freser
Cineclub BEC (Barcelona Espai de Cinema)	Barcelona
Cineclub casal d'Olesa	Olesa de Montserrat
Cineclub Centre de Lectura	Reus
Cineclub CinemaNet	Barcelona
Cineclub de l'Associació Cultural de Granollers	Granollers
Cineclub de l'Ateneu Adrianenc	Sant Adrià de Besòs
Cineclub d'Igualada	Igualada
Cineclub Diòptria	Figueres
Cineclub de l'Aula	Castellar del Vallès
Cineclub El Forat del Dijous	Arbúcies
Cineclub Emmetcinats	Abrera
Cineclub Espai Cultural Caja Madrid	Barcelona
Cineclub Filmat	Mataró
Cineclub Imatge 74	Esplugues de Llobregat
Cineclub Imatges	Sta. Coloma de Gramenet
Cineclub La Garriga	La Garriga
Cineclub La Lira	Roquetes
Cineclub Les Valls	Andorra la Vella
Cineclub Manresa	Manresa
Cineclub Olot	Olot
Olot.doc	Olot
Cineclub Pedagogia de l'Espectacle	Terrassa
Cineclub Pessic	Pedreguer
Cineclub Sabadell	Sabadell
Cineclub Sant Boi	St. Boi
Cineclub Sant Esteve	S.Esteve de Palautordera
Cineclub Sant Jaume	Premià de Dalt
Cineclub Utopia	Sant Just desvern
Cineclub Valls	Valls
Cineclub Vic	Vic
Cineclub Vilafranca	Vilafranca
Cinefòrum Vitarris	Vidreteres
Cineclub Xiscnèfils	Cerdanyola del Vallès

Taula 9: Cineclubs que formen part de la Federació Catalana de Cineclubs.⁴⁶

2.3.4. Els festivals de cinema

Tot i no coincidir exactament amb el model de gestió que nosaltres ens plantejem per al nostre projecte, hem volgut fer una reflexió al voltant dels festivals de cinema perquè pensem que comparteixen certes característiques amb Amics del Cinema i, en certa manera, cobreixen una demanda que bé es podria re-dirigir cap a iniciatives com la nostra, de sales o centres de cinema alternatius.

⁴⁶ És curiós com l'única institució terrassenca que forma part de la FCC és "Pedagogia de l'Espectacle", que, de fet, és una entitat cultural que es dedica a organitzar activitats educatives dels diferents àmbits culturals per a infants. Per a més informació veure el punt 3.1.5.2. "La oferta cinematogràfica de Terrassa".

És ben sabut que en els darrers anys hi ha hagut una gran proliferació de festivals de cinema. Aquest fenomen ha tingut lloc no només a Catalunya i Espanya, si no també al conjunt dels països occidentals. Cal distingir, però, entre aquelles propostes que tenen un discurs de qualitat darrera i les que simplement sorgeixen per inèrcia, per a donar sortida a un excés de producció audiovisual que no troba canals de distribució.

Segons es va comentar a les Jornades de Festivals de Cine celebrades a Barcelona el desembre del 2009, els festivals de cinema tenen les següents funcions:

- Exhibir aquell cine que no té cabuda a les sales de cinema
- Educar la gent jove en la cultura cinematogràfica (*fer que els espectadors de demà estimin el cinema*) i recuperar la gent que consumeix cine però que ha deixat d'anar a les sales.
- Descobrir nous directors: en aquest sentit els festivals han d'arriscar
- S'han convertit en distribuïdors naturals: els programadors hi van a buscar propostes, idees i opinions
- Punt de trobada de professionals (destaca la organització de fires i mercats paral·lels al festival)
- Test d'audiència per als productors abans de distribuir una pel·lícula

Trobem, així, que d'una banda els festivals de cinema estan donant sortida a una part de la oferta a la que l'actual xarxa de cinemes no pot arribar, i d'altra, estan realitzant una tasca de formació, especialment dels nous espectadors.

Sigui com sigui, l'experiència diu que, de moment, els espectadors responen positivament i en un nombre elevat en la majoria dels casos. En paraules del Carlos Rodríguez⁴⁷, co-director de 100.000 Retinas,

“els festival tenen molt èxit, sobretot entre els joves, que estan cada cop més formats però que no van a les sales de cinema perquè no els motiva prou. Van, converteix en un esdeveniment social.”

2.3.5. Experiències relacionades amb la formació

En exposar diverses entitats i propostes de cinema d'autor i alternatiu, hem fet referència ja

⁴⁷ Veure entrevista a l'annex.

a activitats formatives. Així, la major part de filmoteques, cinemateques i centres de cinema tenen una línia d'activitat encaminada a la formació del públic, especialment dels infants i els joves.

En aquest apartat, però volem parlar breument de dos organitzacions que, per la seva proximitat geogràfica i per la seva oferta de cursos dirigits al públic en general ens resulten un bon exemple per al nostre projecte, i d'altra banda, d'una organització que, de fet, centra la seva activitat en la formació i l'ensenyament dels nens i joves en l'àmbit de la cinematografia i l'audiovisual.

Quant a les organitzacions amb una oferta formativa general interessant, tenim la **Casa Elizalde**⁴⁸ d'una banda i **el centre cívic Golferichs**⁴⁹ d'una altra.

La Casa Elizalde és un centre cultural que s'ha convertit en un referent a la ciutat de Barcelona per la seva particular oferta d'activitats i sobretot, de cursos de diferents àmbits. Dins les humanitats, concretament, el cinema, realitza els següents cursos:

- Obres mestres de la història del cinema
- Estils cinematogràfics
- Llibres de pel·lícula. Literatura i cinema
- Anem al cinema

Es tracta en tots els casos de cursos d'una durada aproximada de 100 hores, de preu molt econòmic i en horaris adaptats a les jornades laborals. Impartits per professionals del sector, es dirigeixen al públic en general amb l'objectiu d'ensenyar a entendre el cinema i a establir-hi lligams amb la realitat i la societat. Els cursos de cinema que ofereix la Casa Elizalde estan són producte de la Federació Catalana de Cineclubs, entitat a la que ens hem referit anteriorment.

El centre cívic Golferichs, al seu torn, espai situat a l'Eixample de Barcelona i especialitzat en multimèdia i fotografia, també té un ampli programa d'activitats, espectacles, exposicions, conferències i cursos. Dins la oferta formativa trobem igualment una sèrie de cursos destinats a millorar la comprensió i afició al cinema, també a preus populars i horaris molt compatibles:

⁴⁸ www.casaelizalde.com

⁴⁹ <http://www.golferichs.org/cursos/humanitats-i-ciencies-socials/>

- Gaudir del cinema
- La història del cinema

I, en tercer lloc, **Drac Màgic**⁵⁰ és, tal i com dèiem fa un moment, una organització especialitzada en la formació audiovisual, tot i que també realitzen altres tasques com seria la organització de projeccions i cinefòrums, congressos, jornades, seminaris, festivals, etc, de la mateixa manera que gestionen la plataforma “Observatori de les dones en els mitjans de comunicació”.

Centrant-nos en el seu àmbit relacionat amb l'ensenyament del cinema, hem de dir que compten amb un extens programa formatiu, dirigit a escoles i altres centres educatius, al professorat i a col·lectius varis, com per exemple casals de gent gran. Igualment organitzen cursos, tallers i altres activitats formatives per organitzacions públiques i privades.

La temàtica dels seus cursos intenta, d'una banda, aprofundir en el coneixement de l'art i del llenguatge cinematogràfic, i d'altra relaciona les pel·lícules amb disciplines, temes o problemàtiques determinades. Per a l'elaboració d'aquests cursos de vegades compten amb la col·laboració d'altres organitzacions socials i culturals.

Un altre aspecte que volem destacar és el ric catàleg de material audiovisual d'elaboració pròpia que ofereixen i que serveix de complement per a la tasca educativa que es duu a terme a través de les projeccions i altres activitats. Es tracta d'una extensa col·lecció de DVD, muntatges audiovisuals, maletes didàctiques i dossiers pedagògics, a banda d'una sèrie de publicacions editorials.

2.3.6. Altres experiències de referència

Per finalitzar l'anàlisi dels centres de referència pel nostre projecte, farem una breu menció a dos experiències més que ens semblen interessants en algun sentit.

En primer lloc, la recentment desapareguda organització **100.000 Retinas** realitzava dos iniciatives relacionades amb el cinema d'autor: el CineAmbigú i el Festival BAFF (Barcelona Asian Film Festival). El que tenien d'especial aquestes experiències és que en els dos casos

⁵⁰ <http://www.dracmagic.cat/programacions.html>, <http://www.dracmagic.cat/cat/cinemaen/alpri.html>

es tractava de l'exhibició de pel·lícules que no havien arribat al nostre país (en el cas del CineAmbigú es tractava d'un cicle continuat de pel·lícules d'autor en V.O. i en el cas del BAFF, d'un festival de cinema asiàtic contemporani).

I en segon lloc, la **Mediateca del CaixaForum**⁵¹ de Barcelona, que per la seva proximitat i dimensions ens sembla un bon referent per nosaltres.

La Mediateca es defineix com a centre especialitzat en "Media Art" (manifestacions de l'art relacionades amb els mitjans tecnològics i de comunicació), per tant, comprèn un ampli ventall de disciplines. Quant a la cinematografia, el seu fons consisteix en més de 500 DVD i un fons complementari de llibres, revistes i recursos on-line. Destaca l'apartat especialitzat en animació, i com a continguts propis es presenten dos itineraris realitzats per dos especialistes en el món del cinema: Eugeni Bonet en "Kinetoscop: mirador de cinema" i Quim Casas en "Cinema(s): Itinerari de cinema contemporani". A través d'una àmplia selecció de pel·lícules i directors, elaboren dues mirades complementàries sobre la història del cinema i el cinema més actual.

També ens crida l'atenció el seu catàleg de bibliografies i filmografies recomanades per a centres educatius.

La Mediateca del CaixaForum compta amb els serveis típics de consulta, préstec i reprografia, i quant al visionat de DVD, té diversos punts individuals però també una petita sala de projecció amb capacitat per unes 6 o 8 persones.

3 . CONTEXTUALITZACIÓ

3.1. Anàlisi territorial

3.1.1. El Vallès Occidental: grans trets

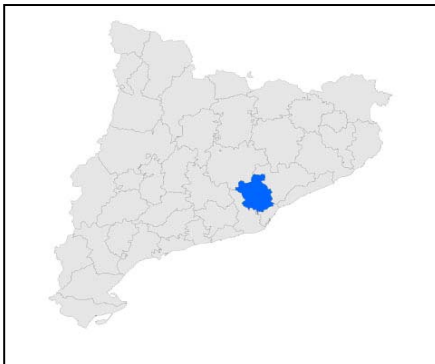
A la presentació d'aquest treball hem explicat que havíem triat la localitat de Terrassa per a dur a terme el nostre projecte. En aquest apartat farem una anàlisi de les característiques principals de Terrassa, a nivell general breument i de manera més extensa a nivell

⁵¹ http://www.mediatecaonline.net/mediatecaonline/SHome?ID_IDIOMA=ca

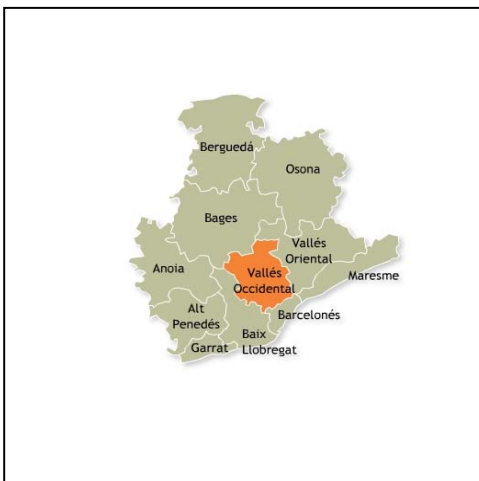
d'equipaments i oferta cultural.

Abans de centrar-nos en Terrassa, però, farem una ullada a la situació cultural de la resta del Vallès Occidental, comarca a la que pertany Terrassa. Concretament ens centrarem en aquells municipis més destacats i en els que es troben més a prop del municipi de Terrassa i que per tant, es veuen més afectats per la seva influència

El **Vallès Occidental** és una comarca constituïda per 23 municipis i situada a la part central de la Regió Metropolitana de Barcelona⁵²⁵³. Comparteixen la capitalitat de comarca les localitats de Terrassa i Sabadell. Es tracta d'un territori essencialment urbà i densament poblat, i és de gran importància per a l'economia catalana. Antigament caracteritzada per la importància del sector industrial, el Vallès Occidental està cada cop més orientat cap als serveis.



Mapa 1: ubicació del Vallès Occidental a Catalunya



Mapa 2: ubicació del Vallès Occidental

Tot i que destaquen les localitats de Terrassa, Sabadell i Sant Cugat, a la comarca del

⁵² Veure mapes 1 i 2.

⁵³ En concret Terrassa es troba a 28 km de Barcelona.

Vallès Occidental en general es pot trobar una gran quantitat de patrimoni arquitectònic i cultural. La comarca també destaca per la seva rica vida associativa i cultural: més de 3.800 associacions registrades, moltes de les quals són de caràcter cultural. Disposa d'una cultura popular rica en manifestacions folklòriques.

Deixant de banda Terrassa, que serà analitzada extensament en el proper apartat, parlarem ara dels altres dos municipis que destaquen per la seva activitat cultural: Sabadell i Sant Cugat.

Sant Cugat⁵⁴, tot i tenir una població de només 70.514 habitants, té una oferta cultural molt important, tant a nivell d'equipaments com d'associacions, entitats i iniciatives existents. Concretament, compta amb tres arxius i dos biblioteques públiques, diverses galeries d'art i dos museus. El seu patrimoni més important el constitueix el Reial Monestir i el claustre romànic.

Però el que ens resulta particularment interessant és la oferta de l'Auditori, que programa espectacles de teatre, música i dansa durant tot l'any. La Casa de la Cultura, per la seva banda, acull exposicions i ofereix tot tipus de cursos i activitats.

Quant a l'àmbit cinematogràfic, Sant Cugat compta amb dos multi cinemes, la programació principal dels quals són les estrenes comercials, però un d'ells, el Cinesa Sant Cugat exhibeix pel·lícules d'autor en versió original des de l'any 2005, això sí, parlem només d'una projecció setmanal.

Sabadell⁵⁵, amb 203.317 habitants, és la capital del Vallès Occidental, juntament amb Terrassa. Compta amb un ric patrimoni arquitectònic i cultural, i també existeixen moltes associacions relacionades amb aquest àmbit, però sobretot, destaquen la gran quantitat d'equipaments culturals de que disposa:

- 8 teatres
- 28 auditoris/sales de concerts
- 7 museus
- 7 galeries d'art
- 10 biblioteques
- 1 arxiu
- 10 centre de documentació

⁵⁴ Font principal de les dades: <http://www.santcugat.cat/>

⁵⁵ Font principal de les dades: <http://www.sabadell.cat/Home/>

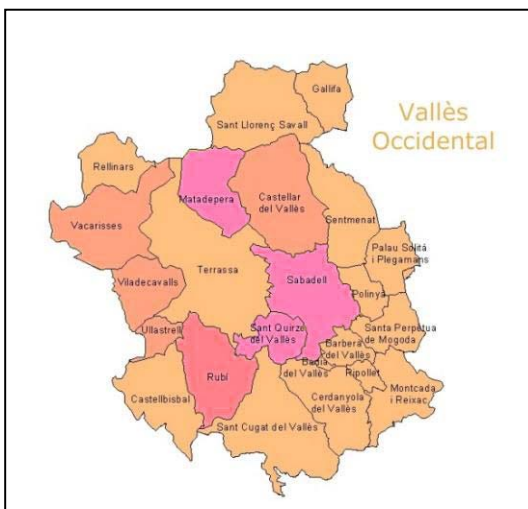
- 2 multi cinemes

De la oferta que ofereixen la ciutat a partir d'aquests centres i de les seves entitats, destacarem el següent:

- Cicles de concerts de l'Orquestra Simfònica del Vallès.
- Cicle d'òpera per l'Associació d'Amics de l'Òpera de Sabadell.
- Programació del Teatre del Sol.
- Temporada de teatre de petit format.
- Cicles de dansa.
- Programacions estables de música de cambra, jazz i rock.
- Cicle 30 nits a Sabadell (festival que té lloc a l'estiu i que inclou espectacles de diferents disciplines, incloent projeccions de curtmetratges).

Com hem pogut observar, no existeix una oferta cinematogràfica, al menys de manera estable, fóra del cinema comercial que es programa als dos multicinemes amb que compta la localitat.

A partir de les entrevistes⁵⁶ realitzades a professionals terrassencs per a l'estudi del context, podem dibuixar un mapa aproximat de les zones d'influència cultural de Terrassa. Segons hem pogut averiguar, Terrassa és el referent cultural d'alguns dels municipis de la seva comarca. En el mapa que presentem a continuació, es poden observar els diferents graus d'influència⁵⁷.



Mapa 3: àrea i grau d'influència de la oferta cultural de Terrassa.

⁵⁶ Veure entrevistes a l'annex.

⁵⁷ Veure mapa 3.

El color més morat, dels municipis de Sabadell, Matadepera i Sant Quirze del Vallès, correspon a l'àrea on la oferta cultural de Terrassa és més forta. En el cas de Sabadell, pensem que aquesta influència es pot deure a la major oferta cultural de Terrassa en referència a aquesta. Quant a Matadepera i Sant Quirze, suposem que es tracta de dos localitats a on, havent-hi un interès cultural important, no existeix una oferta prou atractiva com perquè els habitants es quedin al seu poble.

En el cas de Rubí, la influència de Terrassa és mitja donat que, tot i ser un referent cultural destacat i molt proper, es compta també amb la presència de Sant Cugat, la oferta del qual és més atractiva que la de Terrassa en alguns àmbits (per exemple la qualitat i el prestigi de l'Auditori de Sant Cugat no es pot comparar amb el de la oferta terrassenca).

Terrassa exerceix una influència relativa sobre la resta de municipis que hem marcat amb un taronja lleugerament més fosc que les àrees més allunyades (és a dir, Vacarisses, Viladecavalls, Ullastrell i Castellar del Vallès), mentre que aquestes altres àrees no pensem que es vegin influenciades de manera prou notable com per tenir-les en compte.

Per finalitzar aquest apartat farem un repàs ràpid a les principals característiques, des d'una perspectiva cultural, dels municipis que es troben afectats per la influència de Terrassa en algun grau.

Rubí⁵⁸ té una població de 68.102 habitants i compta amb diversos edificis d'interès patrimonial i algunes festes i esdeveniments tradicionals. Quant als seus equipaments, té un museu municipal, una biblioteca i una sala d'exposicions, però el més atractiu és el seu teatre municipal, La Sala, a on s'exhibeixen espectacles de diferent naturalesa. Tot i no tenir cap cinema, a La Sala es projecten cicles de cinema d'autor d'una forma més o menys regular.

Sant Quirze⁵⁹, amb 16.581 habitants, també té com a principals punts d'interès elements patrimonials tangibles i intangibles. Compta amb els següents equipaments:

- Biblioteca Municipal
- Casa de Cultura Vila-Puig, avui casa museu del pintor i espai polivalent que acull exposicions.
- Casal de Cultura: espai multi-funcional on actualment està ubicada la Sala de Plens Municipal i on, a més, s'hi reuneixen diverses entitats per desenvolupar-hi les seves

⁵⁸ Font de les dades: <http://www.rubi.cat/ajrubi/portada/index.php>

⁵⁹ Font de les dades: <http://www.santquirzevalles.cat/>

activitats.

- La Patronal: edifici de titularitat municipal a on s'hi fan diferents manifestacions artístiques com ara obres de teatre o concerts.

Matadepera⁶⁰, tot i ser una petita població de 7.966 habitants celebra diversos esdeveniments culturals destacats, com serien el Festival internacional de música, els Jocs Florals i Premis Literaris i la Festa de la Música. Disposa d'una biblioteca i un casal de cultura que actua com a centre de gestió i coordinació de les activitats culturals de la localitat i és també la seu d'entitats culturals diverses. Disposa de sales de reunions i aules on tenen lloc cursos i tallers.

A banda del seu patrimoni arquitectònic, els equipaments de **Vacarisses**⁶¹ (4.802 habitants), es componen per una biblioteca, un Casal de Cultura, un Casal de Joves a on també tenen lloc activitats culturals, una Escola Municipal de Música i "La Fàbrica". Aquest últim espai, de titularitat municipal, compta amb espais per a realitzar actes organitzats tant per l'Ajuntament com per les entitats municipals, alhora que també acull les seus d'algunes entitats de la vila.

Volem destacar que des de l'abril de 2006, Vacarisses té una filmoteca. Tots els veïns poden gaudir d'un cicle de comèdia clàssica i de versions originals en projeccions setmanals.

Viladecavalls⁶² té 6.893 habitants realitza diversos actes i esdeveniments culturals al llarg de l'any, i té una biblioteca i l'Auditori de l'Escola de música Pau Casals, a on fan cicles de música estables per adults i cicles d'espectacles infantils.

El Casal Cultural i Recreatiu d'**Ullastrell**⁶³ (1.450 habitants) va ser inaugurat a l'any 1990 i a l'actualitat centra tota l'activitat cultural i social del poble. Ofereix cada any un cicle de conferències, així com concerts i teatre a la seva sala d'actes. Quasi totes les entitats del poble disposen d'una seu al Casal. També incorpora una biblioteca municipal amb un fons bibliogràfic de 5.000 exemplars.

Per últim, **Castellar del Vallès**⁶⁴, amb una població de 20.579 habitants, compta amb una

⁶⁰ Font de les dades: <http://www.matadepera.cat/>

⁶¹ Font de les dades: <http://www.vacarisses.cat/>

⁶² Font de les dades: <http://www.viladecavalls.cat/>

⁶³ Font de les dades: <http://www.ullastrell.cat/>

⁶⁴ Font de les dades: <http://www.castellarvalles.cat/>

oferta cultural prou interessant. Hi tenen lloc fires, mostres, mercats i un destacat cicle de dansa, música i teatre a l'auditori municipal.

La seva oferta d'equipaments culturals es compon dels següents espais:

- Ateneu: equipament municipal dedicat a les arts escèniques (3 sales)
- Casa Massaveu: seu de les regidories d'Educació, Cultura i Lleure i Promoció de la Vila i del Servei Local de Català.
- Espai Jove
- Ludoteca municipal Les 3 Moreres
- "Antic Ajuntament", equipament municipal que acollirà l'Arxiu Municipal i una Sala d'Exposicions.
- Arxiu Municipal
- Biblioteca Antoni Tort
- Casa Ribas - Arxiu d'Història de Castellar
- Auditori Miquel Pont, que és el teatre-auditori municipal de la vila. Té un aforament de 308 places i hi tenen cabuda espectacles de diferents naturalesa.

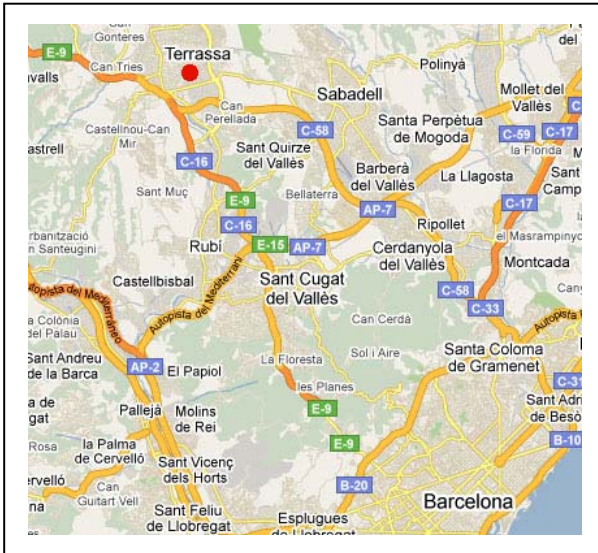
Per exemple, la organització BRAM organitza en l'espai de l'Auditori cicles de cinema regularment, donat que aposta pel cinema com a eina de coneixement i intercanvi cultural.

3.1.2. Terrassa: dades bàsiques⁶⁵

Amb 210.941 habitants i una densitat de 3.006,6 (hab./km²), Terrassa és una de les ciutats més gran de Catalunya quant a població es refereix, concretament la tercera. A 28 km de Barcelona⁶⁶, és un municipi de gran dinamisme i amb una oferta de serveis i equipaments públics molt important, com veurem més tard.

⁶⁵ Font de les dades <http://www.terrassa.cat/>, <http://www.idescat.cat/>, <http://es.wikipedia.org/wiki/Tarrasa>, <http://www.gencat.cat/municat/>, <http://www.perfilciutat.net/>.

⁶⁶ Veure situació de Terrassa al mapa 4.



Mapa 4: Situació de Terrassa.

Pertany a la comarca del Vallès Occidental, de la qual comparteix capital juntament amb Sabadell, de fet, hi ha una històrica rivalitat entre els dos municipis. Tot i això, ens han comentat els professionals entrevistats⁶⁷ que els veïns sabadellencs no dubten a consumir la oferta cultural terrassenca, més atractiva en alguns àmbits⁶⁸, i a gaudir de les seves propostes d'oci.

I inclou cinc entitats de població diferents: Can Goteres, Can Palet de Vista Alegre, Les Fonts, Terrassa i Torrebonica. És una dada important perquè a cada una d'aquestes entitats, que antigament eren pobles diferenciats, existeixen una identitat pròpia i unes característiques determinades i diferents de les altres. Per tant, s'haurà de tenir en compte aquest fet alhora de dissenyar les estratègies d'actuació del nostre projecte.

Terrassa és una ciutat que compta amb una excel·lent xarxa de comunicacions que faciliten l'accés des de qualsevol punt de Catalunya. Es troba a 28 km de Barcelona i s'hi pot arribar fàcilment gràcies a diversos mitjans de transport públics (RENFE i Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya), o bé per carretera a través d'algun dels tres accessos que hi existeixen.

Quant a la xarxa urbana té diferents línies de busos i una línia de metro en construcció (en realitat es tracta d'una extensió dels Ferrocarrils).

⁶⁷ Veure entrevistes a l'annex.

⁶⁸ Sabadell no compta, per exemple, amb una oferta estable de cinema d'autor.

A continuació, hem fet un recull d'algunes dades socioeconòmiques⁶⁹⁷⁰ que ens semblen rellevants per al nostre projecte. Per començar, donat que el comportament del consumidors de cinema és diferent segon quina sigui la seva edat i per tant, haurem d'actuar de manera diferent amb uns i amb els altres, volem fixar-nos en la població de Terrassa per grups d'edat.

Si ens fixem en el detall de la següent taula⁷¹ veurem que a Terrassa el grup d'edat majoritari està format per persones de mitjana edat (de fet, és el comú de Catalunya). Tot i això, i tal i com passa a la resta del Vallès Occidental, hi ha una proporció lleugerament més gran de nens (fins a 14 anys), i menor en el cas de la gent gran.

		Edat			Total
		De 0 a 14 anys	De 15 a 64 anys	De 65 anys i més	
Terrassa	2009	16,5	68,9	14,6	210.941
	2008	16,1	69,3	14,6	206.245
Vallès Occidental	2009	17,1	69,5	13,5	878.893
	2008	16,7	69,8	13,4	862.369
Catalunya	2009	15,0	68,7	16,3	7.475.420
	2008	14,7	69,0	16,2	7.364.078

Font: Idescat, Padró Continú
Anys disponibles: del 1996 al 2009

Taula 10: Població de Terrassa per grups d'edat.

En segon lloc, el lloc de naixement⁷² tampoc varia molt de la mitja de Catalunya. Només comentar que el Vallès Occidental en general i Terrassa en particular tenen una proporció més gran de procedències d'altres indrets de l'Estat Espanyol i que la proporció d'estrangers està per sobre de la mitja de la comarca, tot i ser inferior, en els dos casos, de la proporció de Catalunya. Pensem que hem de tenir molt en compte de quines nacionalitats està composta la ciutat i per tant, quines cultures hi predominen, per tal, entre d'altres coses, de fer unes programacions o unes altres: intentarem que totes elles s'hi sentin identificades i respectades i també que puguin conèixer-ne d'altres.

⁶⁹ Font de totes les dades: Idescat. Veure bibliografia

⁷⁰ Per a poder obtenir una visió més completa del perfil de la ciutat de Terrassa i de la qualitat de vida dels seus habitants, aconsellem consultar l'Informe de conjuntura de Terrassa, concretament l'apartat "El perfil de la ciutat. Indicadors bàsics de qualitat de vida". Veure link a la bibliografia.

⁷¹ Veure taula 9

⁷² Veure taula 10

Lloc de naixement (2009)	(percentatge)			
	Catalunya	Resta Estat	Estranger	Total
Terrassa	62,8	21,7	15,5	100
Vallès Occidental	64,3	22,2	13,5	100
Catalunya	62,4	20,2	17,4	100

Taula 11: Lloc de naixement de la població de Terrassa.

Pensem que és important conèixer el caràcter de la localitat sobre la que volem actuar, un dels indicadors principals del qual és el seu grau de terciarització. En la següent taula de distribució de la població terrassenca per sectors⁷³ veurem que el passat industrial de Terrassa encara es deixa notar avui dia: un bona part de la ocupació pertany a la indústria, concretament al sector tèxtil⁷⁴, tot i que es veu clarament com aquesta xifra va baixant ràpidament, alhora que els serveis són cada cop més representatius.

		Ocupats				Total
		agricultura	indústria	construcció	serveis	
Terrassa	2001	0,5	29,7	12,2	57,5	78.005
	1996	0,4	41,1	7,7	50,7	56.785
Vallès Occidental	2001	0,5	31,7	10,1	57,8	337.667
	1996	0,6	40,3	6,9	52,2	249.627
Catalunya	2001	2,5	25,2	10,4	62,0	2.815.126
	1996	3,2	32,1	7,0	57,7	2.204.652

Font: Idescat. Estadística de població 1996
Idescat. Cens de població 2001
Anys disponibles: 1991, 1996, 2001.

Taula 12: Distribució de la població per sectors a Terrassa.

		Establiments d'empreses industrials							Total
		Energia i aigua	Química i metall	Transform. metalls	Productes alimentaris	Tèxtil i confecció	Edició i mobles	Indústria NCA	
Terrassa	2002	0,5	2,9	37,7	4,4	33,3	15,9	5,4	1.261
	2001	0,5	2,9	37,7	4,4	33,3	15,9	5,4	1.260
Vallès Occidental	2002	0,7	7,1	43,8	4,5	18,0	18,1	7,8	8.541
	2001	0,6	7,0	43,4	4,4	18,6	18,1	7,9	8.567
Catalunya	2002	2,1	6,6	34,8	8,0	18,0	23,6	6,9	58.778
	2001	2,1	6,6	34,5	7,9	18,2	23,7	7,0	59.194

Font: Idescat.
Anys disponibles: del 1994 al 2002.

Taula 13: Distribució de les empreses industrials a Terrassa.

⁷³ Veure taula 11.

⁷⁴ Veure taula 12.

Segons la bibliografia consultada en relació als hàbits de consum de cinema, un factor que incideix en gran mesura en dit consum és el grau de formació del públic. És per això que per finalitzar el nostre anàlisi general de Terrassa pararem atenció en el seu nivell d'instrucció⁷⁵.

Com podem observar, el panorama no és gaire encoratjador, donat que si bé a nivell de Catalunya el 51,1% de la població té estudis de segon grau i només el 15,7% d'universitaris, en el cas de Terrassa les proporcions disminueixen encara més: 39,6% d'habitants amb estudis de segon grau i 8,5% amb titulació universitària. Serà doncs tot un repte aconseguir que el cinema d'autor connecti amb el conjunt dels terrassencs.

Població	Terrassa	Vallès Occidental	Catalunya
Població de 10 anys i més. Per nivell d'instrucció. 2007			
Font: Idescat. Enquesta demogràfica.			
Informació extreta del Banc d'estadístiques de municipis i comarques.			
Sense titulació	30.800	54.500	568.900
Primer grau	63.700	173.400	1.578.200
Segon grau	72.300	364.800	3.303.000
Ensenyament universitari	15.600	110.200	1.015.000
Total	182.500	756.600	6.465.200

Taula 14: Nivell d'instrucció de la població a Terrassa. Xifres totals

Població	Terrassa	Vallès Occidental	Catalunya
Sense titulació	16,8	7,2	8,8
Primer grau	34,9	22,9	24,4
Segon grau	39,6	48,2	51,1
Ensenyament universitari	8,5	14,6	15,7
Total	100	100	100

Taula 15: Nivell d'instrucció de la població a Terrassa. Percentatges

Paradoxalment, la oferta formativa que existeix a Terrassa és molt destacada. Concretament, quant a als ensenyaments universitaris, Terrassa es considera la segona ciutat universitària de Catalunya.

⁷⁵ Veure taules 13 i 14.

3.1.3. Terrassa: panorama cultural⁷⁶

Terrassa és una ciutat amb una oferta cultural molt intensa i variada que abasta tots els àmbits de la creació i la difusió artística, i que es presenta en una important xarxa d'equipaments, en la seva major part, de titularitat municipal.

Compta també amb un potent teixit associatiu⁷⁷ que genera una activitat constant, amb un extens calendari de festes populars i amb un ric patrimoni cultural i arquitectònic, que han esdevingut uns dels principals signes d'identitat de la ciutat.

Quant al seu patrimoni arqueològic, arquitectònic i cultural destacarem:

- Les troballes a les excavacions al Parc Vallparadís de les èpoques neolítica i paleolítica.
- El conjunt museístic del Castell Cartuja de Vallparadís, construcció del S.XII.
- Les excavacions a la zona del conjunt monumental de Sant Pere (antic bany romà i pont), de la època romana.
- De l'època medieval trobem la Torre del Palau i el Castell Cartoixa de Vallparadís.
- El conjunt monumental de Sant Pere (Sant Pere, San Miquel i Santa Maria), que pertany a l'art romànic.
- A l'època del modernisme i la industrialització, el sector tèxtil, especialitzat en la indústria de la llana, va impulsar la creació del que és avui un patrimoni únic en el seu gènere a Catalunya: el Vapor Aymerich, (actual Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya), la Masia Freixa, la Casa Alegre de Sagrera, l'edifici de l'Ajuntament, el Gran Casino i el Teatre Principal, entre d'altres.

Els seus atractius culturals més destacats són els que citem a continuació:

- El Festival Internacional de Jazz, que amb els seus 25 anys s'ha convertit en un festival de referència.
- Hi ha diverses temporades de dansa, música i teatre.
- També cal mencionar el seu patrimoni immaterial, és a dir, la seva cultura popular. La ciutat és representativa dins el món dels castellers: els Minyons de Terrassa són una de les colles més importants.

⁷⁶ Font de les dades: <http://www.terrassa.org/>, Memòria de la bct xarxa (any 2007), [Mapa de Lectura pública de Catalunya \(2008\)](#), <http://www.encyclopedia.cat/>, web Generalitat de Catalunya sobre Arxius i Gestió documental:

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.03f78855c746589fda97dc86b0c0e1a0/?vgnextoid=86efa3c922e31210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=86efa3c922e31210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>, web de la Xarxa d'Observatoris del Desenvolupament Econòmic Local (XODEL): <http://www.diba.es/promoeco/xodel/default.asp>

⁷⁷ Veure llistat de les associacions culturals de Terrassa a <http://isac.terrassa.cat/isac/servlet/cerca?cerca=entitats%20culturals>.

I si parem atenció en els equipaments culturals, trobem la següent oferta:

- Arxius

- Arxiu Municipal de Terrassa
- Arxiu Històric Comarcal de Terrassa
- Arxiu Tobella

- Biblioteques públiques

- Biblioteca Central de Terrassa (bct)
- Biblioteca del Districte 2 (bd2)
- Biblioteca del Districte 3 (bd3)
- Biblioteca del Districte 4 (bd4)
- Biblioteca del Districte 5 (bd5)
- Biblioteca del Districte 6 (bd6)

- Museus

- Museu de Terrassa
- Centre de Documentació i Museu Tèxtil
- Museu Nacional de Ciència i Tècnica de Catalunya

- Teatre i dansa

- Teatre Principal
- Teatre Municipal Alegria
- Espai d'assaig del Centre d'Arts Escèniques
- Amfiteatre del Parc de Sant Jordi
- Institut del Teatre i Sala Maria Plans
- Centre Cultural - Fundació Caixa Terrassa
- Sala Crespi
- Teatre Socialet (Centre Social Catòlic)
- Sala d'actes de la Parròquia de la Santa Creu

- Arts visuals

- Casa Soler i Palet
- Sala Muncunill
- ESPAIDOS - de la Sala Muncunill

- Música

- Auditori Municipal de Terrassa
- Nova Jazz Cava
- Altres equipaments. Centre Cultural - Fundació Caixa Terrassa

- Cinema⁷⁸

- Cinema Catalunya
- Multicinemes CINESA (Parc Vallès)
- Cinemes Segle XXI
- Cine-clubs

- Equipaments cívics

- Centres Cívics
- Casals Cívics
- Locals Socials

L'Ajuntament de Terrassa aposta per la dinamització i per la participació de la seva ciutadania i les diferents associacions i entitats del territori en la vida cultural del municipi. En aquest sentit es va crear el projecte municipal "Cultura a prop", iniciativa de difusió cultural i dinamització comunitària aplicat al territori. El seu objectiu és treballar els diferents projectes culturals de manera participativa amb les entitats i col·lectius dels barris de Terrassa i les seves característiques principals són:

* Estabilitat: programa ininterromput i estable d'accions culturals dutes a terme durant els 12 mesos de l'any.

* Pluralitat: respon a les diferents realitats demogràfiques (procedència, cultura ...) i tipologies de públic (edats, nivell sociocultural)

* Adaptabilitat: ajustat a les diferents realitats físiques i infraestructurals del territori.

* Rendibilitat: s'optimitzen al màxim tots els recursos humans i econòmics.

Per últim farem una reflexió personal a la que hem arribat després de l'anàlisi del territori i a partir de la opinió dels professionals entrevistats. I el fet és que, tot i comptar amb una àmplia oferta d'equipaments i un ampli programa d'activitats, sembla ser que a Terrassa hi ha sectors culturals molt atractius i d'altres que necessiten d'una bona empenta per arribar a l'alçada, ja no de la capital barcelonina, si no d'altres ciutats veïnes com Sant Cugat. Així,

⁷⁸ Desenvoluparem l'actual oferta de cinema a Terrassa a l'apartat 3.1.5. "El cinema a Terrassa".

els nostres col·laboradors ens comentaven que de la mateixa manera que el panorama patrimonial, la cultura tradicional, la oferta museística i la musical (sobretot amb el Festival de Jazz) tenen una gran força i són un referent a la comarca, d'altres àmbits com el cinema i les arts escèniques han anat disminuït el seu atractiu any rera any.

La següent taula, que fa referència a la oferta i el consum de cultura per part del terrassencs il·lustra en part aquesta reflexió que acabem d'exposar:

Conceptes	Període de referència					Període analitzat	Δ 07-08
	1991	1996	2001	2007	2008		
Cultura							
Usuaris préstec Biblioteques Municipals	41.531	43.841	113.832	162.184	192.750	1991, 96, 01 i 07-08	18,85%
N. Biblioteques Municipals	8	8	7	7	7	1991, 96, 01 i 07-08	0,00%
Visitants museus	75.394	117.786	141.701	149.303	150.642	1991, 96, 01 i 07-08	0,90%
Representacions teatrals		135	75	75	74	1991, 96, 01 i 07-08	-1,33%
Repres. teatrals sales mun.	92	104	43	61	61	1991, 96, 01 i 07-08	0,00%
Núm. exposicions		33	62	58	51	1991, 96, 01 i 07-08	-12,07%
Núm. expos. sales municipals	9	9	22	22	22	1991, 96, 01 i 07-08	0,00%
Visitants exposicions		65.533	80.668	78.598	91.306	1991, 96, 01 i 07-08	16,17%
Visitants expos. sales mun.	7.881	3.200	25.668	7.766	6.498	1991, 96, 01 i 07-08	-16,33%
Aforament cinemes/hab.*1000	20,00	20,00	36,17	36,26	28,12	1991, 96, 01 i 07-08	-8,14
Aforament teatres/hab.*1000	17,20	16,44	14,60	11,97	11,28	1991, 96, 01 i 07-08	-0,69

Taula 16: Oferta i consum de cultura a Terrassa. Font: Informe de conjuntura de Terrassa 2009⁷⁹.

3.1.4. Terrassa: el sector audiovisual

El fet d'haver triat el municipi de Terrassa com a seu del nostre projecte audiovisual no és casualitat, i és que a banda de la importància històrica d'aquest sector a Terrassa⁸⁰, l'Ajuntament⁸¹ promou un projecte estratègic d'especialització com a Ciutat Audiovisual de Catalunya.

El projecte "Terrassa Ciutat Audiovisual" s'estructura a nivell local en 4 grans eixos estratègics, aprovats per unanimitat pel Ple Municipal el gener del 2004:

- * Centralitzar una indústria, serveis i activitats productives del sector audiovisual
- * Oferint un ampli ventall de possibilitats en l'àmbit de formació teòrica i pràctica del sector
- * Acollir festivals, fires i mercats...
- * Proporcionar una oferta lúdica, recreativa i divulgativa per al gran públic.

⁷⁹ <http://www2.terrassa.cat/laciutat/xifres/ic09/portadaic09.htm>. Veure bibliografia.

⁸⁰ Segons les explicacions dels nostres entrevistats. Parlarem d'aquest passat audiovisual, concretament, del cinematogràfic a l'apartat 3.1.5. "El cinema a Terrassa".

⁸¹ Veure informació addicional a l'entrevista a Jordi Ballart, regidor d'Imatge i Comunicació de l'Ajuntament de Terrassa, a l'annex.

El Parc Audiovisual⁸²

Per tal de desenvolupar aquests eixos estratègics, la Generalitat de Catalunya (a través de l'Institut Català d'Indústries Culturals-ICIC) i l'Ajuntament de Terrassa (a través de la societat municipal Patrimoni Audiovisual SL) impulsen des de mitjans de 2004 el Parc Audiovisual de Catalunya, un dels més destacats complexos industrials de producció audiovisual al nostre país i al sud d'Europa. La voluntat d'ambdues administracions és la de posar a disposició del sector audiovisual un conjunt d'instal·lacions de producció plantejades des del punt de vista dels interessos públics però amb criteris de gestió propis de qualsevol complex d'aquestes característiques.

L'objectiu final és l'impuls a la producció audiovisual al nostre país, la generació directa i indirecta d'ocupació i negocis, oportunitats per a joves, plataformes de projecció de talent i la innovació en el sector audiovisual, i la vinculació entre la universitat i l'empresa. El capital de la societat s'estructura de la següent manera: Ajuntament (80%) i Generalitat (20%).

La Generalitat inclou la seva participació dintre del Parc Audiovisual de Catalunya en el marc de la seva estratègia audiovisual i cultural a nivell nacional, coordinant-la amb una altra plataforma pública de producció com és la de Barcelona@22. L'Ajuntament de Terrassa manté un conveni de cooperació estratègica amb l'Ajuntament de Barcelona i l'entitat gestora de Barcelona@22.

El Parc Audiovisual de Catalunya ofereix més de 50.000 m² d'instal·lacions per crear una gran comunitat audiovisual on s'integrin activitats temporals (rodatges cinematogràfics, produccions per TV...) i empreses i activitats residents, així com un ampli catàleg de serveis externs concertats.

D'entre els seus serveis, volem destacar la oficina de màrqueting i promoció del Parc, que també ofereix suport a les empreses del sector residents o sòcies (existeix un "Club del Tòrax" per a les empreses no residents que vulguin gaudir dels serveis del Parc), així com a les entitats, associacions i col·lectius del municipi de Terrassa.

D'altra banda, L'Ajuntament de Terrassa va cedir 3.000m² per acollir els fons actuals de tot el patrimoni cinematogràfic català i una previsió suficient per al seu increment a mig i llarg termini. La seu de l'arxiu de la Filmoteca també compta amb unes oficines i amb els serveis de conservació i restauració dels fons cinematogràfics.

⁸² <http://www.parcaudiovisual.cat/>. Veure informació addicional a l'entrevista a Meritxell Antigua, cap de comunicació del Parc Audiovisual, a l'annex.

La ubicació a Terrassa del patrimoni cinematogràfic català té un valor simbòlic per a la ciutat i constitueix també un element de referència per al Parc Audiovisual, on es troben el passat i el futur de l'audiovisual del nostre país.

Formació: l'Escac⁸³

Com hem vist, una de les branques de l'estratègia de fer de Terrassa una ciutat audiovisual és comptar amb una àmplia oferta de possibilitats en l'àmbit de formació teòrica i pràctica del sector.

És per això que l'Escola Superior de Cinema i Audiovisual de Catalunya (ESCAC-Universitat de Barcelona) es va traslladar al campus de Terrassa el 2003, després de rebre una atractiva oferta de l'Ajuntament.⁸⁴

L'Escac és el primer centre de formació en especialitats cinematogràfiques de l'estat espanyol, de caràcter superior i amb titulació universitària. Té adscrit el títol de Graduat Superior en Cinema i Audiovisuals, títol propi de la Universitat de Barcelona.

Gestionat a partir d'una Fundació, l'Escac té els següents objectius⁸⁵:

- * Impartir cursos, seminaris o tallers adreçats al reciclatge de professionals.
- * Organitzar postgraus i/o màsters propis o amb col·laboració amb la Universitat i altres institucions.
- * Organitzar esdeveniments (Festivals, encontres, projeccions, conferències).
- * Incentivar la recerca en el sector del cinema i les noves tecnologies audiovisuals.
- * Promoure la publicació de material sobre el sector del cinema i els audiovisuals.

A banda de la impartició del títol que li és propi en les seves especialitats respectives, l'Escac duu a terme una sèrie d'activitats per a aconseguir els objectius citats, entre les quals trobem:

- * Celebració de classes magistrals (que poden obrir-se a persones externes).
- * Fila Zero-ESCAC, sessions on professionals de primera línia presenten i comenten la seva obra.

⁸³ <http://www.escac.es/cat/>. Veure informació addicional a l'entrevista a Juanjo Caballero, Secretari General Acadèmic de l'Escac, a l'annex.

⁸⁴ Segons ens va explicar Juanjo Caballero, l'Escac també es plantejava la possibilitat de traslladar-se a Sitges.

⁸⁵ Tot i no aparèixer oficialment com a un dels objectius de l'Escac, el Juanjo Caballero ens va dir que un dels plans de futur que tenen és oferir cursos o tallers bàsics de cinema dirigits a la població.

* Taula Rodona-ESCAC, dinars amb debat sobre temes d'interès professional.

* Creació del carnet Club ESCAC, que portaria implícit certs avantatges a l'Escola i al municipi. Disponible per alumnes i per antics alumnes.

L'oferta de formació especialitzada en el sector audiovisual de Terrassa es completa amb el Centre de la Imatge i la Tecnologia Multimèdia (UPC – fotografia i multimèdia), Enginyeria d'Imatge i So (UPC), Interpretació i Tècniques de l'Espectacle (Institut del Teatre) i la oferta de les universitats a distància (UNED, UOC).

Societat Municipal de Comunicació de Terrassa (SMC)⁸⁶

La Societat Municipal de Comunicació de Terrassa o SMC, és l'empresa de titularitat municipal que gestiona els mitjans de comunicació públics de la ciutat (televisió, ràdio i Internet) i també del Cinema Catalunya. Fermament consolidada en el panorama comunicatiu de Terrassa, la SMC s'encarrega de la promoció, producció i explotació de qualsevol activitat relacionada amb la informació, la comunicació i la publicitat dins el territori de Terrassa.

Els òrgans de gestió de la SMCT són el Consell d'Administració i la Junta General. El seu President és el Pere Navarro i Morera, alcalde de Terrassa, el seu Conseller delegat, el Jordi Ballart i Pastor⁸⁷, també Regidor d'Imatge i Comunicació i el seu Gerent, el Jordi Llonch i Massanés.

Pel que hem pogut saber arrel de l'entrevista amb el Conseller Delegat de la Societat, Jordi Ballart, aquesta compta amb un edifici a on s'ubiquen les diferents entitats que conformen la SMC, amb excepció de l'àmbit de cinema, que es troba en una altra localització⁸⁸. Les diferents entitats comparteixen certs departaments com ara Gerència, Administració i Comunicació, que es troben en aquest edifici central.

Destacarem la secció dedicada a Internet: Terrassadigital⁸⁹, ja que a banda de configurar-se com al portal informatiu digital de la SMC, serveix de base i eina de difusió per a la resta d'entitats de la Societat.

⁸⁶ <http://www.terrassadigital.cat/smc/>

⁸⁷ Veure entrevista a Jordi Ballar a l'annex.

⁸⁸ Analitzarem en profunditat el Cinema Catalunya a l'apartat 4.1.

⁸⁹ <http://www.terrassadigital.cat/smc/>

3.1.5. El cinema a Terrassa

3.1.5.1. Antecedents

En diferents apartats d'aquest treball hem fet referència al destacat passat cinematogràfic de la ciutat de Terrassa. Ara ens disposem a fer un recorregut a aquest passat, per tal que el lector pugui comprovar perquè Terrassa és una ciutat especialment sensibilitzada amb aquest àmbit cultural.

Com a qualsevol altre municipi català, el cinema es va introduir a Terrassa als anys 20. Les primeres projeccions daten de l'any 1928, en el Saló Catalunya. A la dècada del 1930 ja trobem els orígens del cinema amateur a la ciutat, amb l'aparició dels primers cineastes terrassencs i amb la creació de grups de cinema amateur, que organitzaven projeccions d'autors estranger, afavorint així un intercanvi enriquidor.

El "Cine-Club Avançada", degà dels successius cine-clubs terrassencs, fou fundat durant la II República. Les activitats d'aquesta agrupació acabaren amb al Guerra i els seus integrants hagueren de fugir. No es va poder reemprendre l'activitat fins a finals dels anys quaranta, amb la creació del "Cine-Club Cinema".

Sobre el cinema comercial que es podia veure abans de la guerra, es tractava de programacions majoritàriament integrades per films de les grans productores europees i cada vegada d'una manera més notable, americanes. L'any 1936 hi havia els següents cinemes: Doré, Rambla i Recreu. També es projectava cinema al Teatre Alegria.

La represa de l'activitat entorn del Cine-Club a finals dels 40 a Terrassa es produeix simultàniament en moltes ciutats catalanes. Els integrants del Cine-Club Cinema es reunien en un Cafè a on projectaven pel·lícules de forma semi-clandestina, la qual cosa va provocar la interrupció de les activitats degut a l'actuació de les autoritats.

Fins a finals de la dècada del 50, amb la reaparició de les activitats del Cine-Club, ara sota el nom de Cine-Fòrum, l'escassa activitat cinematogràfica no comercial és mantinguda a Terrassa de la mà d'entitats privades.

A finals dels anys 50 es va crear el Cine-Fòrum de Joventuts Musicals. Les trobades es realitzen en diferents locals (entre d'ells el Cinema Catalunya), i la seva importància, més enllà de la pel·lícules projectades en cada ocasió, radicava en els fòrums que es generava a continuació, amb la participació de professionals i governants, i en els que es relacionava

l'argument de la pel·lícula amb els problemes de la vida real.

Les activitats continuen d'una forma més o menys constant, incloses les programacions "descentralitzades" en alguns dels cinemes comercials de la ciutat. El punt àlgid de les activitats del nou Cine-Club es viurà a Terrassa, per motius polítics i socials ben evidents, durant la dècada del anys setanta i la primera meitat dels vuitanta, decaure després davant de la competència del cinema comercial i de la indiferència i irresponsabilitat de les institucions públiques, que deixaren desprotegides aquestes iniciatives.

Els anys 80 contempen la desaparició de moltes de les iniciatives culturals que havien aconseguit una certa implantació en l'anterior dècada. Davant de tot això, s'aprecia una polarització de les principals activitats a l'entorn d'unes intencions més aviat polítiques i econòmiques.

Durant els 90 Terrassa es trobava amb un buit de cinema no comercial, amb la única excepció de la cooperació entre el Cine-Club i altres entitats del municipi per a recuperar les sessions de la Fimoteca de la Generalitat a través, de nou, de la idea de descentralització de la programació d'aquesta.

Finalment, el 23 de desembre de 1999 l'Ajuntament de Terrassa es fa càrrec de la programació del Cinema Catalunya per tal d'oferir un cinema diferent al que ofereixen les sales comercials del municipi, i amb un alt contingut social i cultural.

3.1.5.2. La oferta cinematogràfica de Terrassa

La oferta cinematogràfica de Terrassa consisteix bàsicament en la programació de tres espais:

1. **Cinesa Parc Vallès**⁹⁰, "el conjunt de cines més gran de Catalunya". Amb aquest eslògan, no és difícil imaginar que estem parlant d'un gran multi cinema (concretament, té 24 sales), ubicat dins un centre comercial i d'oci que porta el mateix nom i que està situat en un dels barris perifèrics de Terrassa.

Tampoc és difícil pensar en el tipus de programació que aquest multi cinema ofereix: estrenes de cine comercial, en la seva gran majoria pel·lícules americanes de gran pressupost. El Cinema Parc Vallès va ser inaugurat l'any 1998.

⁹⁰ <http://www.cinesa.es/cines/cines2.aspx?id=231>

2. **Segle XXI**⁹¹ és un altre multi cinema, però més modest (té 9 sales). Situat fóra del centre de la ciutat però no tan lluny com el Cinesa Parc Vallès, el Segle XXI existeix des del 2004 i també projecta pel·lícules comercials.

3. El **Cinema Catalunya**⁹², de titularitat municipal i situat al centre de Terrassa, es configura avui com l'únic centre amb una programació estable de cinema d'autor. També és una de les seues concertades de la Fílmoteca de la Generalitat de Catalunya. Ubicat en el mateix recinte que l'antic cinema que portava el mateix nom, només va realitzar unes mínimes reformes el 1.999, i compta amb un públic fidel i que es redueix quasi pràcticament als aficionats al cinema que viuen als barris propers.

En tractar-se d'un espai públic, també hi tenen cabuda cicles organitzats per les diferents associacions i entitats de Terrassa.

A banda d'aquestes sales, algunes organitzacions culturals terrassenques organitzen activitats relacionada amb el cinema d'autor de manera més o menys regular. Solen identificar-se amb els antics Cine-Clubs de la ciutat. Destaca:

- **Amics de les Arts i Joventuts Musicals de Terrassa**⁹³, entitat fundada el 1927, que treballa per promoure la cultura i l'art en totes les seves formes i per ser un espai de debat i de reflexió entorn a la creació i a la societat. Compta amb seccions d'arts plàstiques, fotografia, cinema, teatre, música clàssica i coral (Cor Montserrat), jazz (Jazz Terrassa) i literatura.

El Cine-Club d'Amics de les Arts i Joventuts Musicals és la secció de l'entitat responsable de les activitats cinematogràfiques, que actualment se centren en els passis comentats de pel·lícules, generalment el primer dijous de cada mes, d'octubre a juny. El mes de juliol, coincidint amb la Festa Major de Terrassa, es fan projeccions públiques de títols populars de la història del cinema, que cada any varien d'emplaçament. Puntualment, la secció també ha organitzat exposicions.

- **La Societat Coral Joventut Terrassenca ("Coro Vell")**⁹⁴ és una entitat cent-cinquantenària sense anim de lucre que vetlla per la divulgació del cant coral, la cultura i l'esbarjo.

⁹¹ <http://www.cinessegle21.com/index.php>

⁹² Explicarem en profunditat les característiques del Cinema Catalunya a l'apartat 4.1.

⁹³ http://www.amicsdelesarts-jimm.cat/index.php?option=com_content&view=article&id=65&Itemid=90

⁹⁴ <http://www.corovell.cat/main.html?src=%2F>

Compta amb les següents seccions: orfeó, cinema, excursionisme, Tar (taller d'artistes reunits), literatura, ball, Baton Rouge (club de jazz) i Butifarra (joc típic català). Quant al cinema, posen en marxa diferents concursos, com per exemple el "Rotllo" o el "Pla Seqüència"⁹⁵ per a fomentar la producció de material audiovisual.

- Pedagogia de l'Espectacle⁹⁶ és actualment l'única entitat de Terrassa que forma part de la Federació Catalana de Cineclubs (FCC). Pedagogia de l'Espectacle forma part, de fet, d'una fundació anomenada Torre de Palau⁹⁷ i es dedica a l'ensenyament a través de la cultura. Des de fa 35 anys, pretenen transmetre els valors socials i pedagògics del teatre, la dansa, la música i el cinema als estudiants terrassencs. En el cas concret del cinema, ofereixen els seus serveis a les escoles, que consisteixen en proposar certs títols cinematogràfics, entregar un dossier didàctic al professor encarregat i organitzar la projecció dels títols al Cinema Catalunya. A més, fins fa uns anys, feien un col·loqui després del visionat del film.

Però són els festivals que se celebren a Terrassa els que tenen més participació i difusió mediàtica⁹⁸. Especialment el **Baumann, "festival de creació audiovisual jove"**⁹⁹, organitzat per la Regidoria de Joventut de l'Ajuntament de Terrassa, gaudeix d'un gran prestigi no només a la ciutat si no també més enllà de les seves fronteres. El seu objectiu és mostrar les tendències narratives audiovisuals joves i pot aglutinar tant propostes de joves emergents com de persones consagrades dins del sector. Està dirigida tant a escoles d'audiovisuals, productores professionals i no professionals com a distribuïdores i *outsiders* fora de la indústria audiovisual.

A banda de la secció a competició es realitzen tota una sèrie d'activitats i events coincidint amb el festival Baumann, incloent projeccions de curts (i recentment també de curts d'animació per a infants), demostracions, xerrades, mostra de creacions audiovisuals d'autors terrassencs, tallers, concursos, etc. A més el Baumann compta com a col·laboradors amb entitats públiques i privades de Terrassa, que en alguns casos, a banda de diverses aportacions econòmiques, ofereixen també activitats als seus espais durant el festival.

⁹⁵ <http://www.corovell.cat/main.html?src=%2F#4,2>

⁹⁶ <http://www.torredelpalau.org/portadapedagogia.htm>

⁹⁷ <http://www.torredelpalau.org/index.htm>

⁹⁸ A l'apartat 3.3 es mostra l'evolució de l'assistència al festival Baumann al llarg dels anys.

⁹⁹ <http://www.festivalbaumann.com/>

El **Base Film Festival**¹⁰⁰, és un festival organitzat per l'Escola de Cinema i Audiovisuals de Catalunya, Escac i té com a seu la ciutat de Terrassa. El Base va començar com a plataforma d'exhibició de curtmetratges per a afavorir l'intercanvi entre escoles de cinema, per convertir-se, el 2007, en un "Festival d'Òperes Primes", de manera que actualment es configura com un instrument per al foment de la cinematografia nacional i internacional en ser seu del foment de les primeres pel·lícules i lloc de trobada d'estudiants de cinema, talents emergents, directors reconeguts i amants del cinema.

El 2008 el Base Film Festival també esdevé la seu del taller Four Corners, programa de desenvolupament de llargmetratges patrocinat per Media¹⁰¹. I el 2009, amb el recolzament de l'ICIC, Media i altres col·laboradors, Base acull un nou event, el Base New Talent, en el que els millors projectes seleccionats es presenten en un *pitching* davant dels mitjans i la indústria nacional.

En tercer lloc, Terrassa és subseu del **Festival Internacional de Cine Gay i Lèsbic de Barcelona**¹⁰². El Festival Gay i Lèsbic, que compta amb el suport de la secció de Ciutadania i Drets Civils de l'Àrea d'Acció Social de l'Ajuntament de Terrassa, any rere any guanya en seguidors i reconeixement i a Terrassa és ja una cita consolidada i esperada pel públic, una cita amb el cine de qualitat i compromès socialment.

3.2. Anàlisi de la competència

Quan ens plantejem la possible competència que pot tenir el nostre projecte centrat en el cinema d'autor hem de pensar en les alternatives que pot tenir un habitant de Terrassa a l'hora de decidir com satisfer les seves necessitats cinematogràfiques en primer terme, culturals en segon i d'oci en tercer.

El nostre centre de cine és, sobretot un espai per a aquells que volen consumir cinema, un cinema de qualitat, això sí. Per tant, la possibilitat de substitució més important pel nostre centre de cine o "competència directa" estaria composta pels altres espais d'exhibició cinematogràfica de Terrassa.

Com hem comentat anteriorment, a Terrassa existeixen tres cinemes: el Cinesa Parc Vallès, els Cinemes Segle XXI i el Cinema Catalunya. En els dos primers casos es tracta de multi

¹⁰⁰ <http://www.basefilmfestival.net/>

¹⁰¹ Per tenir més detalls sobre la plataforma Media, veure apartat 2.2.2. "Justificació política".

¹⁰² www.barcelonafilmfestival.org, www.terrassa.cat/ciutadania

cinemes que projecten pel·lícules comercials i en el tercer, d'una oferta de cinema d'autor. A part hi ha la oferta cinematogràfica d'altres centres culturals i els festivals que tenen lloc a la ciutat.

Per tal d'esbrinar en quin grau ens pot influir cada un d'aquests centres o iniciatives, hem de dividir el públic cinematogràfic de Terrassa en dos grans grups¹⁰³:

- a) Aquells que van al cinema com a acte d'esbarjo i que busquen en aquest una experiència únicament lúdica.
- b) Els aficionats al cinema, que busquen en aquest una experiència cultural i social.

Els integrants d'aquest primer grup, quan volen anar al cinema, solen optar per la oferta d'un dels multi cinemes, a on s'exhibeixen pel·lícules comercials.

El segon grup, en canvi, anirà més aviat a alguna de les opcions que existeixen de cinema d'autor. Això no vol dir que no pugui acudir als multi sales de tan en quan, però serà més aviat per veure pel·lícules determinades. La seva confiança estarà dipositada en la selecció del cinema no comercial.

En aquest segon cas, la oferta cinematogràfica alternativa d'altres espais i els festivals no solen suposar una competència gaire important, donat que es tracta d'events esporàdics o que es realitzen en molt poca quantitat. D'alguna manera, els podríem considerar doncs com a complements de la oferta del Cinema Catalunya. De fet, nosaltres pensem que aquestes propostes haurien de complementar-se realment amb la oferta del Cinema Catalunya, és a dir treballar plegades i aprofitar les sinèrgies que ja existeixen entre elles.

Un problema que sí existeix en relació amb aquest sector aficionat al cinema és que, potser degut a la reduïda oferta del Cinema Catalunya, a la seva manca de personalitat o la seva insuficient comunicació¹⁰⁴, bona part dels seus integrants tenen en la oferta de Barcelona el seu referent cinematogràfic, i prefereixen traslladar-se allà per a veure cinema d'autor.

I per acabar amb l'anàlisi de la competència directa del nostre projecte cinematogràfic, no podem oblidar l'hàbit àmpliament estès no només al municipi de Terrassa, si no també a nivell general en tot el món occidental, de consumir els productes cinematogràfics a la pròpia

¹⁰³ En l'apartat 3.3. "Anàlisi de la demanda", desenvoluparem més aquesta divisió de la demanda.

¹⁰⁴ Debilitats del Cinema Catalunya, que queden recollides, a part d'algunes altres, al DAFO del Cinema Catalunya que es pot trobar a l'annex.

llar. Existeixen diverses causes que han propiciat l'augment progressiu d'aquesta tendència durant la última dècada¹⁰⁵, però està clar que avui en dia es configura com un dels “principals enemics” de l'assistència a les sales de cinema, per tant no podem oblidar-lo en plantejar la nostra estratègia de públics.

En un segon nivell, estem intentant que el nostre centre especialitzat en cinema d'autor es consideri com a una alternativa d'oferta cultural amb una sèrie de valors afegits. En aquest sentit, hem de tenir en compte que la resta d'opcions culturals de Terrassa, més enllà de la pròpiament cinematogràfica, es poden considerar com a competència, en un grau inferior a les descrites anteriorment. A continuació descriurem les alternatives culturals¹⁰⁶ que podrien substituir, en un moment donat, l'assistència a Amics del Cinema. Així, un terrassenc que vulgui consumir cultura...

1. Pot accedir a la oferta d'arts escèniques i musicals que podem trobar en una de les sales de la ciutat. Sobretot, constitueix un gran perill de substitució la oferta que representa l'Auditori de Sant Cugat amb la seva atractiva programació que abasteix tot tipus d'espectacle i a preus prou competitius.
2. El panorama musical especialitzat també pot absorbir gran part del consum cultural terrassenc. Especialment en la època del Festival de Jazz, és molt probable que el públic prefereixi assistir a un concert que anar a veure una pel·lícula.
3. Pot acudir a alguns dels equipaments cívics amb què compta la ciutat i a on tenen lloc tota una sèrie d'events culturals i socials. Aquests equipaments acostumen a tenir als seus socis com a públic recurrent i fidel, la nostra opinió és però, que dits socis bé han de poder tenir altres centres de referència, sobretot quan ofereixen uns serveis especialitzats, o si més no, han de tenir la opció de “variar”.
4. El consumidor té la possibilitat també d'anar a veure una exposició a una de les sales d'arts visuals que hi ha a Terrassa, o bé a les galeries d'art privades. En tot cas, pensem que es tractaria d'un públic molt determinat, amb unes necessitats culturals molt concretes, motiu pel qual pensem que tampoc representaria una gran competència per a una iniciativa cinematogràfica.
5. Pot anar a un dels museus que té la localitat. Estem parlant de museus amb una temàtica molt determinada (Terrassa no compta amb museus contemporanis i multi temàtics com el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, per citar un exemple), així que es tractaria d'una competència molt relativa.
6. Pot acudir a les biblioteques municipals, de gran qualitat i amb una programació

¹⁰⁵ Veure més detalls a l'apartat 2.1.1. “La situació del sector cinematogràfic a nivell d'exhibició”.

¹⁰⁶ No incloem aquí la oferta cinematogràfica perquè aquesta serà analitzada de manera independent.

d'activitats de tot tipus més que atractiva. Cal tenir en compte, però, que tenen limitacions d'horaris importants, sobretot a l'estiu i els caps de setmana.

7. Per últim, pot visitar alguns dels elements patrimonials amb que compta la ciutat, sigui de tipus arquitectònic o arqueològic. Evidentment, en el moment que hi ha alguna manifestació o celebració relativa a la cultura tradicional, aquesta acapara gran part de l'atenció ciutadana.

I en tercer lloc, considerem que un centre cultural a on es realitzaran diferents activitats, i que vol ser considerat com a un lloc a on gaudir i passar-ho bé, ha de pensar que qualsevol altre oferta d'oci que estigui a l'abast dels ciutadans de Terrassa pot suposar una competència, si bé a un nivell inferior. És el que denominariem "competència indirecta". Entre aquestes opcions d'oci, trobem:

- Oferta comercial: centralitzada al centre històric de la ciutat, hi trobem representades les grans marques, a més de les típiques botigues de poble que compten amb una clientela fidel. El "passeig pel centre" és una de les principals activitats d'oci dels terrassencs.

Afortunadament per a nosaltres, els diumenges i dies de festa les tendes estan tancades.

- Al centre es concentra també una bona part de la oferta de restauració. Ens interessen especialment les cafeteries i bars, com a punt de reunió social. Està clar que el "sortir a prendre alguna cosa" amb la parella o els amics és també una de les principals activitats d'oci que poden suposar una competència indirecta per a un projecte cultural.

- Patrimoni natural, integrat principalment pel Parc de Vallparadís, ubicat molt a prop del centre del municipi i recentment habilitat com a itinerari de cultura, natura i oci al llarg de gairebé tres quilòmetres de longitud, i pel Parc Natural de Sant Llorenç del Munt i l'Obac, a només deu minuts del centre de Terrassa i que esdevé l'espai d'excursions dominicals preferits del terrassencs.

- Oferta esportiva. A banda dels equipaments públics, que compten amb una gran aflluència de públic que intenta gaudir del seu temps lliure amb l'esport, Terrassa és coneguda pel hoquei herba amb tres clubs en la màxima categoria nacional espanyola i una gran quantitat de jugadors internacionals. Bona part dels terrassencs són seguidors d'aquests esports i van sovint a veure partits o fins i tot entrenaments.

3.3. Anàlisi de la demanda

La metodologia que seguirem per a analitzar la demanda de cinema és la expliquem a continuació. En primer lloc parlarem dels hàbits de consum en general i de cinema en particular segons la bibliografia consultada i la opinió dels experts entrevistats. En segon lloc

pararem atenció a la situació actual de la demanda de cinema d'autor a Barcelona, com a capital i centre de referència, i per últim ens fixarem en la demanda de cinema i de cinema d'autor a la ciutat de Terrassa.

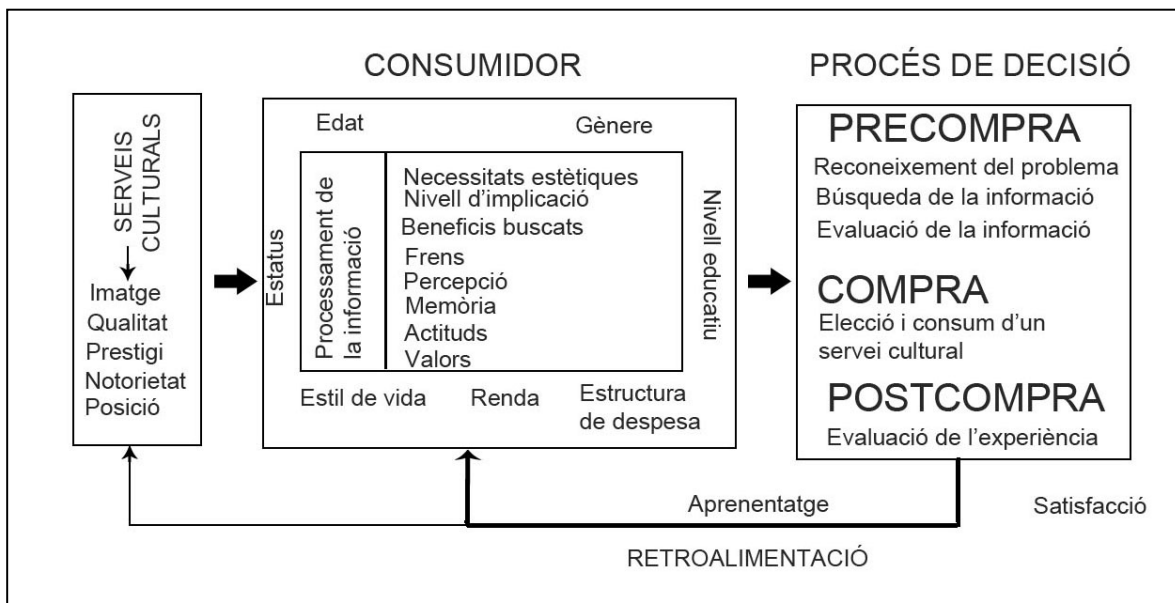
Per a la obtenció de dades sobre Barcelona i Terrassa hem fet servir diversos estudis i estadístiques, però la font d'informació principal han estat els coneixements i opinions dels professionals entrevistats, ja que, sobretot en el cas de Terrassa, existeixen molt poques dades oficials.

3.3.1. Els hàbits de consum de cinema¹⁰⁷

Per introduir el tema, farem una ullada al què diuen els llibres **sobre els hàbits de consum cultural a Espanya**.

La clau dels diferents textos és trobar les causes del comportament dels consumidors. Existeix tot un procés al voltant d'aquest comportament, tal i com podem veure a la taula 16. D'una banda existeix una oferta de serveis culturals, que porta implícit una imatge i prestigi determinats, d'altra banda aquesta oferta arriba al consumidor, que té unes característiques concretes i que es troba amb unes necessitats que ha de satisfer. En aquest punt el consumidor s'enfronta a un procés de decisió, resumit en les etapes de precompra, compra i postcompra i materialitzat en les accions de reconeixement del problema, recerca i avaluació de la informació, elecció i avaluació post compra.

¹⁰⁷ Cal tenir en compte que la bibliografia existent sobre el consumidor de cinema parla del cinema en general, només es mencionen de manera quasi anecdòtica les preferències quant al cinema europeu. És per això que no es poden aplicar totes aquestes dades al cinema d'autor. També volem comentar que les dades sobre aquesta primera part fan referència a l'assistència del públic a nivell d'Espanya.



Taula 17: Procés de comportament del consumidor de serveis culturals¹⁰⁸.

Doncs bé, el procés de decisió es troba condicionat per nombroses variables, que es podrien agrupar en el nivell d'implicació amb el servei cultural concret, els beneficis buscats en dit servei i els obstacles que poden frenar-ne el consum.

Respecte el nivell d'implicació o compromís d'un consumidor respecte un bé o servei cultural, direm que fa referència al grau de rellevància o importància del mateix respecte de les metes i valors personals del consumidor.

Els factors determinants del consum de serveis culturals¹⁰⁹, es poden resumir en aquest llistat:

- Actitud favorable vers la cultura
- Assistència recent a esdeveniments culturals
- Aspecte virtuós de les activitats artístiques
- Atributs de l'espectacle
- Atributs del visitant
- Descentralització de les oportunitats culturals
- Distància entre residència i entitat cultural ofertora
- Estil de vida d'oci cultural

¹⁰⁸ Font: Cuadrado García, Manel, Berenguer Contrí, Gloria (Universidad de Valencia). "El consumo de servicios culturales". ESIC Editorial. Madrid, 2002. Veure bibliografia.

¹⁰⁹ Font: Cuadrado García, Manel, Berenguer Contrí, Gloria (Universidad de Valencia). "El consumo de servicios culturales".

- Influència dels líders d'opinió
- Interès passat o present per les activitats artístiques
- Mobilitat geogràfica
- Mobilitat social
- Notorietat de l'entitat cultural ofertora
- Pertinença a club de socis

I els beneficis buscats¹¹⁰ en la pràctica cultural són principalment:

- Aconseguir plaer o excitació
- Aconseguir prestigi o categoria social
- Apreciar l'activitat cultural
- Arreglar-se, vestir-se de manera elegant
- Buscar noves experiències
- Combatre l'avorriment
- Aconseguir relaxar-se
- Entretenir-se, divertir-se, gaudir
- Establir relacions socials
- Obtenir valors o enriquir-se personalment
- Rebre una formació, educar-se

Si ens centrem ara en el **consum de cinema**, hem de tenir en compte dos factors. El primer és que el pes que té el cinema en el consum cultural i d'oci dels espanyols varia segons les activitats alternatives considerades. Si en aquestes alternatives s'exclouen aquelles realitzades a domicili, el cine es revela com l'activitat cultural més apreciada. Si es consideren, però, altres alternatives d'oci, l'atractiu del cinema es veu molt disminuït. En tot cas, si parlem de l'interès del conjunt de la població pel cinema, veurem que ben bé dos terços no van mai a les sales de cinema, i si més no només hi va de manera esporàdica. En el pol oposat, menys del 10% dels espanyols poden considerar-se com a cinèfils (aquells que van a les sales al menys un cop per setmana)¹¹¹.

El segon factor a considerar és que el públic considera "l'audiovisual" com un tot, és a dir, l'individu decideix consumir un producte audiovisual i busca el mitjà que millor s'adapta a les seves preferències i restriccions. És per això que l'afició al cinema no sempre coincideix

¹¹⁰ Font: Cuadrado García, Manel, Berenguer Contrí, Gloria (Universidad de Valencia). "El consumo de servicios culturales".

¹¹¹ Font: Fernández Blanco, Víctor, Prieto Rodríguez, Juan, et al. "Cinéfilos, veadictos y telespectadores. Los perfiles de los consumidores de productos audiovisuales en España".

amb l'assistència a les sales (tot i que els espanyols es consideren en general aficionats al cinema, amb un valor mig de 3,74 en una escala de l'1 al 6).¹¹²

Dit això, direm que s'han realitzat diversos estudis sobre el consum de cinema a Espanya¹¹³ i que han arribat a conclusions comunes, recollides als llibres que hem consultat i que ens disposem a explicar a continuació.

Hem pogut trobar dos tipus de segmentació del públic assistent al cinema. La primera classificació¹¹⁴ és molt simple, i fa referència a la freqüència d'assistència a les sales.

Trobaríem:

1. Els no assistents: no van al cinema pràcticament mai o menys de cinc cops a l'any
2. Els poc habituals: inclou les persones que van al cine entre un cop al mes i cinc o sis cops l'any
3. Els habituals: són aquells espectadors que van a les sales al menys dos o tres cops al mes.

I la segona, faria referència a l'actitud del consumidor vers aquest art. Així doncs, trobaríem els "socials", que com el seu nom indica, van al cinema per causes de relació social, els "aficionats" i els "apàtics", que són aquells que no ofereixen un motiu clar que justifiqui la seva assistència.

Cada un d'aquests perfils o grups té unes característiques determinades i un comportament determinat davant el consum cinematogràfic, tal i com resumeix la taula 17¹¹⁵.

¹¹² Font: Cuadrado García, Manel, Berenguer Contrí, Gloria (Universidad de Valencia). "El consumo de servicios culturales".

¹¹³ Destaquen els realitzats per Cuadrado i Frasset (1999), les obres de Prieto Rodríguez (1997) Fernández Blanco ((1996, 1997 i 1998) i Redondo (2000) i l'informe SGAE sobre hàbits de consum cultural. Tots ells han servit de font d'informació per al llibre "Cinéfilos, videoadictos y telespectadores. Los perfiles de los consumidores de productos audiovisuales en España2. Veure bibliografia.

¹¹⁴ Font: Fernández Blanco, Víctor, Prieto Rodríguez, Juan, et al. "Cinéfilos, videoadictos y telespectadores. Los perfiles de los consumidores de productos audiovisuales en España". Ed. Fundación Autor. Madrid, 2002.

¹¹⁵ Veure taula 17: Segmentació dels espectadors socials, aficionats i apàtics.

	SOCIALS	APÀTICS	AFICIONATS
Motius d'assistència	- Passar l'estona - Divertir-se - Estar amb els amics o la parella - Combatre l'avorriment	- Cap motiu especialment fort	- Cultivar i compartir l'afició pel cine - Veure la obra d'un director
Quota de mercat del tipus de sala	- Multisales en centre comercials: 45,2% - Multisales V.O.: 2,07%	- Multisales en centre comercials: 44,1% - Multisales V.O.: 4,04%	- Multisales en centre comercials: 34,6% - Multisales V.O.: 11,6%
Freqüència d'assistència	10,9% un cop per setmana	11% un cop per setmana	19,3% un cop per setmana
Dia de la setmana	9,8% entre setmana	15,6% entre setmana	19,3% entre setmana
Valoració dels atributs de les sales	Alta	Baixa	Mitja
Perfil sociodemogràfic - Edat - Nivell d'estudis - % d'estudiants - Sexe	- Més joves - Més baix - Més alt - 35% homes 65% dones	- Intermedi - Intermedi - Intermedi - 52% homes 48% dones	- Més grans - Més alt - Més baix - 27% homes 63% dones

Taula 18: Segmentació dels espectadors socials, aficionats i apàtics¹¹⁶.

De les dades contingudes en aquesta taula, en destacarem algunes. Com és lògic, els aficionats són els que van a les sales amb més freqüència. Tot i que el cap de setmana és el moment preferit de tots els col·lectius, entre els aficionats també abunden els que trien qualsevol altre dia.

Pel que fa al tipus de cinema, els consumidors socials i apàtics solen triar els multiplex i multi cinemes. D'altra banda, i tot i que aquesta taula no ho recull, altres fonts ens confirmen que entre els aficionats s'observa una major assistència a les sales tradicionals i les que ofereixen pel·lícules en versió original.

Entre aquests tres col·lectius també identifiquem diferents característiques socioeconòmiques. Així, entre els aficionats hi ha més dones i els seus integrants tenen un nivell d'estudis més alt. En canvi, aquells que assisteixen al cine per raons socials són majoritàriament homes, i solen ser més joves. En els tres segments predominen els individus de renda mitja.

D'altra banda, hem trobat en els diferents llibres una descripció del perfil mig o "perfil tipus"

¹¹⁶ Font: Cuadrado García, Manel, Berenguer Contrí, Gloria (Universidad de Valencia). "El consumo de servicios culturales".

de l'espectador de cinema¹¹⁷, la descripció del qual seria la que segueix:

- És un individu amb un nivell d'estudis mitjans o superiors, solter i sense responsabilitats familiars, de classe alta o mitja, treballador i que viu en una ciutat.
- Mostra un gran interès pel cine, inclòs el minoritari, i també consumeix pel·lícules en formats domèstics. Es dedueix per tant que anar al cinema és més que una moda o un instrument de relació social.
- El tipus de sala preferit és, més aviat, un multi sala.

També cal dir que aquest perfil s'ha mantingut estable durant dues dècades i és molt similar al d'altres països desenvolupats.

Una altra dada que hem trobat en la major part de les fonts consultades és que el perfil mig del consumidor de cine sol correspondre amb una persona jove, de menys de trenta anys. Aquesta dada coincidiria amb la situació catalana, com ja veurem més endavant.¹¹⁸ I és curiós veure com la proporció de dones assistents a sales és més gran que la d'homes.

NIVELL D'ESTUDIS	%
Formació Professional	9,9
Secundaris	9,5
Preuniversitaris	21,8
Universitaris	58,8
OCUPACIÓ	
Estudiant	74,5
Treballador a temps parcial	7,7
Treballador a temps complet	17,2
Aturat	0,6
NIVELL D'INGRESSOS	
Alt	0,6
Mig-alt	20,2
Mig	64,6
Mig-baix	10,9
Baix	2,8

Taula 19: Característiques dels espectadors cinematogràfics.¹¹⁹

Lligat amb el perfil del consumidor de cine, podem extreure quins són els factors que incideixen a l'hora d'assistir a les sales d'exhibició:

¹¹⁷ Veure taula 18: Característiques dels espectadors cinematogràfics.

¹¹⁸ Veure article "El consum cultural entre els joves creix en tots els àmbits i supera el de les persones adultes". LA VANGUARDIA, 10-09-10, a l'annex.

¹¹⁹ Font: Cuadrado García, Manel, Berenguer Contrí, Gloria (Universidad de Valencia). "El consumo de servicios culturales".

- L'edat: un cop superats el 35-40 anys, la freqüència d'assistència va disminuint.
- El nivell educatiu: com més alt, més es va a les sales.
- Les variables familiars (estat civil, responsabilitats familiars...): com menys lligams familiars, més consum hi ha.
- El nivell de renda: dominen entre els consumidors els de nivell mig i alt
- El grau d'urbanització de la població de residència: com més urbanita, més es va al cinema.
- La possessió i nivell d'ús de tecnologia domèstica: com més es facin servir dites tecnologies com a substitutius, menys s'acudirà a les sales.

I també les barreres més importants per no assistir-hi:

- Econòmiques: inclòs el preu de la localitat i el cost dels serveis accessoris
- Familiars: responsabilitats i lligams
- D'oferta: quan no hi ha sales a l'abast o bé la programació que ofereixen no és prou diversa, també es pot frenar el consum
- Mitjans alternatius per veure pel·lícules: tecnologies domèstiques
- Publicitàries: quan el consumidor no s'assabenta de les pel·lícules en oferta o no sap res sobre elles.

En aquest punt volem introduir una nova idea: i és que sembla ser que hi ha una elevada relació entre l'interès pel cine i l'assistència a les sales, però per anar a les sales regularment són necessaris una sèrie de factors "complementaris", com estar al dia de la programació, dels esdeveniments, freqüentar cercles a on es comenti el cinema, etc.

Parlarem ara dels trets que distingeixen al bon **aficionat al cine**, comparant-los amb els de l'espectador o perfil mig:

- Les dones són més aficionades, tot i no haver-hi una diferència significativa quant a l'assistència.
- Hi ha més individus joves i amb estudis. Però en aquest cas no existeix un efecta renda positiu ni una influència negativa lligada a les responsabilitats familiars.
- L'entorn cultural no incideix especialment en l'afició ni en l'assistència al cine.
- Aquells que van a les sales d'exhibició amb més freqüència coincideixen amb els grans aficionats. Aquests, però, consumeixen també cinema a través d'altres canals domèstics.
- L'interès pel cine és bastant estable, no disminueix amb el temps.
- Tot i estar molt pendent del patró nord-americà, l'aficionat està molt interessat en les

pel·lícules procedents d'altres països i en les experiències minoritàries. De fet, tenir en alta estima el cinema europeu, per exemple, incrementa la possibilitat d'assistència.

El gran aficionat, però, també es troba amb unes barreres particulars que disminueixen o frenen la seva assistència a les sales. D'entre aquestes barreres destacarem:

- el visionat de les pel·lícules a la llar, tendència afavorida per les noves tecnologies i la pirateria.
- la manca d'una oferta prou variada i atractiva a les sales d'exhibició.
- la manca d'informació o d'una promoció publicitària suficient.

Ara procedirem a analitzar l'efecte de diverses **variables qualitatives** dels films sobre la conducta i les decisions dels espectadors. En primer lloc parlarem de la nacionalitat i es segon d'altres trets qualitius que l'espectador té en compte a l'hora de triar una pel·lícula.

En primer lloc, s'aprecia una relació positiva entre totes les cinematografies, és a dir, com més es valora una nacionalitat, més es valoren les altres. D'alguna manera s'està confirmant que qui és un bon aficionat, ho és en general, tot i poder tenir preferències vers una cinematografia o una altra. El que sí és interessant és veure com aquells que més aprecien la producció europea (normalment els grans aficionats), tenen una major consideració per la resta de nacionalitats.

Si comparem les característiques dels aficionats al cinema nord-americà (comercial) i a l'europeu, trobarem també dades interessants:

- l'aficionat al cine nord-americà és l'espectador mig a Espanya, que consumeix sobretot productes estandarditzats.
- entre el col·lectiu que prefereix el cinema europeu trobem més dones, d'una edat lleugerament superior i amb més freqüència sense responsabilitats familiars. Sol ser un grup amb més inquietuds intel·lectuals i culturals.

En conclusió, el cine europeu és una opció més personal, mentre el nord-americà té un comportament col·lectiu més gran. En el seu Informe, la SGAE arribava a la mateixa conclusió:

“ Per gran part de la població anar al cine és sinònim d'anar a veure una pel·lícula nord-americana. Veure una pel·lícula d'una altra nacionalitat implica un esforç.”¹²⁰

¹²⁰ “Informe SGAE sobre los hábitos de consumo cultural, 2000”. Font: Fernández Blanco, Víctor,

En segon lloc, i en referència a la resta de variables qualitatives que influeixen a l'espectador a l'hora de triar una pel·lícula, trobem que destaquen els següents:

- Els trets artístics, com el tema del film o els actors que intervenen.
- La versió original. Malauradament avui dia és encara una opció minoritària.
- El fenomen boca-orella té un efecte molt positiu.
- Lligat a aquest últim, és molt important que les pel·lícules "durin en cartell": les pel·lícules necessiten un temps de maduració. En aquest sentit és imprescindible una bona política de distribució.
- Els premis rebuts incideixen en la tria, però menys de l'esperat, sobretot si fem referència al gruix d'oferta cinematogràfica (té més influència en les pel·lícules d'autor i no comercials.)

Per últim esmentar que també comptem amb informació interessant sobre les preferències dels espectadors respecte al gènere, temàtica o contingut de les pel·lícules. Només destacarem una dada, i és que entre els aficionats als films "amb missatge" o "que descriuen situacions" trobem aquelles persones amb majors inquietuds intel·lectuals i culturals, que, pel seu torn, són els menys atrets pel cine purament de consum.

Donats tots aquests factors i tenint en compte la situació actual d'assistència al cinema a Espanya, acabarem aquest apartat amb unes recomanacions de futur extretes del llibre "El cine y su público en España. Un análisis económico"¹²¹:

"Cal recomanar una moderació del preu de les entrades de cinema. (...) és necessari cultivar i enfortir el gust pel cinema. Això exigeix moltes mesures que van des de inversions en infraestructures i capital físic que millori l'accessibilitat, qualitat i oferta de les sales d'exhibició, la realització de campanyes d'informació i publicitat sobre dita oferta i la connexió amb iniciatives d'oci (...)."

3.3.2. La demanda de cine d'autor a Barcelona

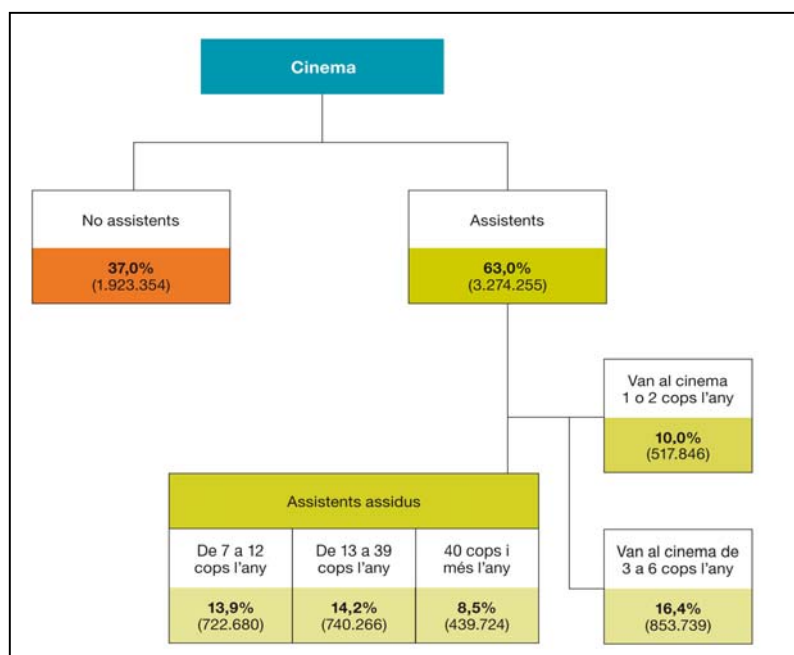
Com a introducció a aquest apartat de la situació de la demanda de cine a la capital catalana, primer reproduïren una taula¹²² que demostra com la realitat de Catalunya no és

Prieto Rodríguez, Juan, et al. "Cinéfilos, videoadictos y telespectadores. Los perfiles de los consumidores de productos audiovisuales en España".

¹²¹ Veure bibliografia.

¹²² Font: "Indicadors i estadístiques culturals de Catalunya". Veure bibliografia. En aquesta taula també es parteix de la segmentació del públic en no assistents i assistents (que inclouen els esporàdics i els assidus).

molt diferent de la de la resta de l'Estat espanyol, que acabem d'analitzar.



Taula 20: Segmentació del públic de cinema a Catalunya.

Ara sí, si ens centrem a Barcelona, volem fer referència bàsicament a la informació que vam obtenir arrel de les entrevistes a diferents professionals del sector que vam entrevistar amb motiu d'un altre treball, a finals del 2009. Hem de dir que dita informació fa referència sobretot a la demanda de cine d'autor.

Com hem vist, avui la davallada dels espectadors de cinema, en el seu conjunt, és una realitat. Les noves opcions tecnològiques, que faciliten tenir una experiència cinematogràfica a casa, juntament amb la pirateria es configuren com a grans enemics de les sales d'exhibició. Aquesta realitat també es dona a la ciutat de Barcelona, de la mateixa manera que el 2009 hi va haver una lleugera revifada de l'assistència als cinemes degut sobretot a l'atracció del 3D.

Centrant-nos en el cinema independent, dins la seva particular davallada de públics, veiem que a Barcelona ha perdut especialment públic jove. I és perquè els joves són el col·lectiu més aficionat a la pirateria, així com a l'ús de les noves tecnologies en general.

Tot i això, com hem dit anteriorment, el cinema independent no ha perdut tant públic com el cinema comercial. Els professionals parlen d'unes pèrdues degudes més aviat a causes circumstancials, però estan convençuts que quan parlem de persones a les que els hi

agrada el cinema de veritat, no està tot perdut: si aquesta gent ha deixat d'anar a les sales per x motius, és temporal, acabaran tornant a les sales. En paraules del Ricard Almazán, cap de programació dels cines Verdi: *“Als que realment els agrada el cine el volen veure en una sala”*.¹²³

I en referència a la possible substitució del visionat de pel·lícules per una altra activitat: *“La gent que va a veure cine independent és perquè vol veure cine independent, no ho substitueixen així com així per una altra cosa”*

Per al treball que vam fer el 2009, també vam fer una enquesta a una mostra de públic de cinemes d'autor de Barcelona. Ens vam trobar que tant els enquestats com la majoria de professionals entrevistats per aquest treball ens va dir que cada cop hi ha més interès cap al cine independent, que si la gent no va més a les sales és o bé per manca d'informació o bé per motius econòmics (recordem que el preu del cine s'ha anat encarint progressivament). Cal dir també que bona part d'aquest públic aficionat al cinema sí va, en canvi, als festivals o altres events que es realitzen a la ciutat i que impliquen un component de relació social.

Si parem atenció al perfil dels assistents a les sales d'exhibició de cine independent veurem que, en general, l'espectador de cinema independent és una persona majoritàriament urbana, amb un alt nivell de formació. És un públic més obert, menys captiu d'estereotips i formats cinematogràfics tradicionals, i sobretot, és un amant i coneixedor del cinema.

Curiosament els joves, tot i ser el públic que més està deixant d'anar al cine, és un dels grups que es conforma com un dels majors consumidors de cinema independent. Pot ser degut a la “gratuïtat” de la pirateria enfront d'un cine cada dia més car.

En tot cas, el gruix més important dels assistents a les sales de cine d'autor de Barcelona és un públic molt fidel, el que coneix i confia en el criteri de selecció dels diferents programadors, i que sovint va als cinemes sense tan sols conèixer les pel·lícules que s'hi exhibeixen, amb el convenciment que sempre trobarà una oferta interessant. Seria la tipologia de públics que denominem com de “decisió prèvia”. Aquí radica doncs la diferència més important entre el públic de cine independent i el de cine comercial: la fidelitat, que juntament amb l'amor pel setè art es configuren com els elements en els que els professionals entrevistats dipositen la seva esperança de cara a un futur.

¹²³ Extracte de l'entrevista amb Ricardo Almazón, cap de programació dels Cinemes Verdi de Barcelona. Veure entrevista a l'annex.

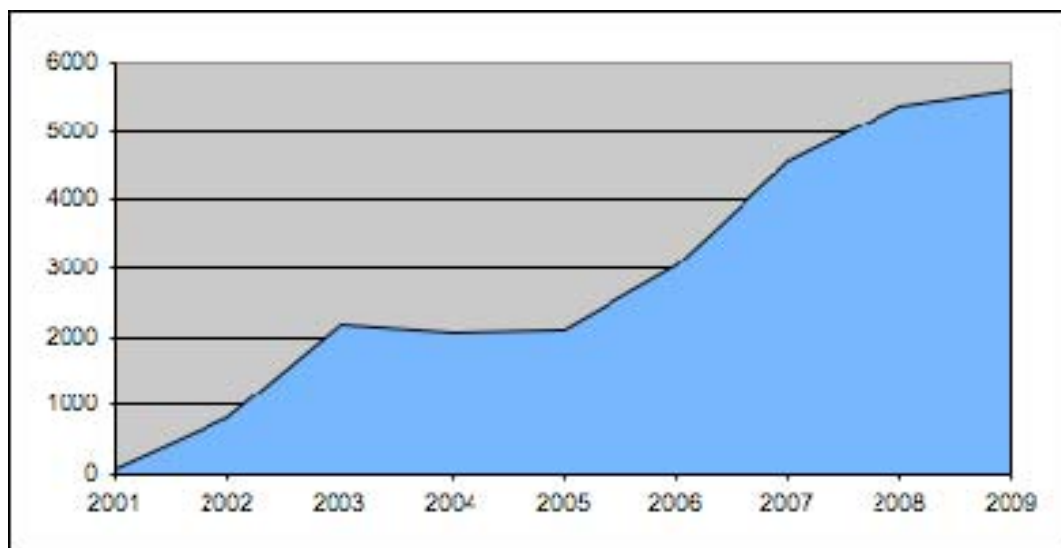
3.3.3. La demanda de cine d'autor a Terrassa

La informació amb què disposem sobre la demanda del cinema d'autor a Terrassa és més pobre, donat que no s'han realitzat gaires estudis seriosos al respecte.

Segons hem pogut observar personalment i la opinió dels professionals terrassencs entrevistats, la situació de la demanda de cinema en general a la ciutat de Terrassa no és gaire diferent de les analitzades anteriorment. És a dir, en els últims anys es va reduir l'assistència a les sales, però mica en mica es va recuperant, sobretot a partir del 2009.

Sobre el cinema d'autor, només hem pogut accedir a les dades de dos de les entitats que programen aquest tipus de pel·lícules.

La primera ho fa en forma de festival, el Baumann¹²⁴. Recordem que es tracta d'una iniciativa que pretén fomentar el cinema entre els joves, i per aconseguir-ho, entre d'altres activitats, exhibeix tota una sèrie de productes audiovisuals alternatius. Doncs bé, l'assistència a dits festivals ha anat creixent de manera progressiva i exponencial al llarg dels anys. Podem comprovar-ho en la taula 20, facilitada per la organització:



Taula 21: evolució de l'assistència al festival Baumann de Terrassa.

La segona entitat que ens ha facilitat dades sobre la seva assistència és el Cinema Catalunya¹²⁵, l'únic cinema que programa cinema d'autor d'una manera estable a Terrassa en l'actualitat. Aquestes dades ens resulten especialment valuoses, tot i ser molt limitades,

¹²⁴ Veure més informació a l'apartat 3.1.5.2. "La oferta cinematogràfica de Terrassa".

¹²⁵ Veure més informació sobre el Cinema Catalunya a l'apartat 4.1. El Cinema Catalunya.

ja que com veurem més endavant serà el punt de partida per a desenvolupar l'estratègia de públics per al nostre projecte.

L'organització gestora del cinema ens ha facilitat una taula¹²⁶ que defineix el públic assidu a les seves projeccions. Les dades ens parlen de diferents característiques, entre les que destaquem:

- El grup d'edat que assisteix al Cinema Catalunya és aquell de més de 61 anys. Amb una diferència poc important trobem el comprès entre 46 i 60 anys i el que està entre 31 i 45 anys. A continuació la proporció d'assistents segueix disminuint, però sempre trobem una quantitat prou significativa.

D'aquí podem concloure, d'una banda, que es compleix el fet, exposat a partir de la bibliografia consultada, que tot i que els joves són el col·lectiu que més va a les sales, en el cas del cinema d'autor la mitja d'edat s'eleva per sobre dels 30 anys. També és important veure com el jovent i els infants sí van a veure cinema d'autor, encara que sigui en una proporció bastant inferior.

- En referència a les zones de procedència dels assistents¹²⁷, la majoria viuen al centre de la ciutat, que és a on es troba el Cinema Catalunya. Però la gestora del Cinema ens comenta que no només es tracta de la proximitat física al cine, si no també que en el centre de la ciutat de Terrassa es troba el sector de població que té, d'una banda, una renda superior, i d'altra, un nivell d'estudis superior. Estaríem confirmant de nou les informacions abans esmentades, que parlen d'un aficionat al cinema d'autor amb més estudis i amb més capacitat econòmica.

També tenir en compte que hi ha un gens menyspreable 10,34% d'espectadors que provenen de poblacions properes a Terrassa (el cas dels habitants de Barcelona suposem que és casual, segurament es tracti de persones que es troben al municipi per motius socials i decideixen anar al Cinema Catalunya).

Per finalitzar aquest apartat de la demanda de cinema d'autor a Terrassa, fer referència a alguns comentaris, rebuts per part dels professionals que hem entrevistat i que coneixen la realitat de Terrassa, perquè hi viuen i hi treballen.

¹²⁶ Veure taula 21: El públic del Cinema Catalunya, a l'annex. Per a establir el tipus de públic d'aquest centre, també hem comptat amb la informació extreta de les entrevistes amb el Regidor d'Imatge i Comunicació i amb la pròpia gestora del Cinema. Veure entrevistes a l'annex.

¹²⁷ Veure també mapa 5: Terrassa: barris, Cinema Catalunya i Teatre Principal, a l'annex.

Tots els entrevistats ens han confirmat les dades facilitades pel Cinema Catalunya: és la gent de 30 anys i més la que més va a la sala d'exhibició de cinema d'autor de Terrassa, i generalment coincideix amb persones que viuen al centre de la ciutat, o aprop del centre, i que solen tenir un nivell d'estudis alt i una renda mitja-alta. Fins aquí d'acord.

La nova aportació que van fer és que no és que la resta de població de Terrassa no estigui interessada en el cinema d'autor (de fet, l'èxit d'assistència a festivals com la Baumann demostren que, per exemple entre els joves, hi ha un gran interès per alternatives cinematogràfiques i audiovisuals diferents), el problema és que la única alternativa que existeix actualment quan parlem d'exhibició estable, que és el Cinema Catalunya, té una sèrie de problemes intrínsecs que no faciliten el coneixement i l'apropament d'aquest tipus de cinema al gruix de la població terrassenca. Però no ens volem avançar més, ja que aquest és un tema que parlarem amb més amplitud al proper apartat, en analitzar el Cinema Catalunya i les seves mancances¹²⁸.

4. ANTECEDENTS

4.1. El Cinema Catalunya¹²⁹

En la presentació del present projecte vam explicar que per a desenvolupar la nostra idea de realitzar un centre cultural especialitzat en el cinema d'autor a Terrassa partiríem del Cinema Catalunya. Creiem que es tracta d'una decisió lògica, donat que el Cinema Catalunya es configura com l'únic espai a on es programa cine d'autor de manera estable en aquesta ciutat, i tal i com va dir la Maite Piqueras, sots-directora d'aquest equipament: *“a Terrassa, més que crear nous espais d'exhibició, caldria millorar el que ja existeix”*.

És per això que introduïm aquest apartat que, amb la denominació d'“Antecedents” intentarà recollir una descripció de l'actual situació i característiques del Cinema Catalunya, per a realitzar després una diagnosi de les mancances que hi detectem i que intentarem millorar en el nostre plantejament de millora i ampliació.

¹²⁸ Veure apartat 4.4. El Cinema Catalunya, 4.5. Diagnosi i el DAFO del Cinema Catalunya a l'annex.

¹²⁹ Hem obtingut la informació d'aquest apartat en la web de l'entitat: <http://www.cinemacatalunya.com>, a partir de l'entrevista amb la Maite Piqueras, sots-directora de la organització (veure entrevista a Maite Piqueras a l'annex) i de la documentació que aquesta ens va facilitar.

4.1.1. Què és el Cinema Catalunya: història, dades bàsiques i missió.

El Cinema Catalunya, situat al bell mig del centre de Terrassa, és tot un símbol per a la ciutat. I ho és per dos motius: el primer, perquè és l'únic cinema que ha sobreviscut a la implantació dels multi sala, i segon, perquè és l'únic espai que ofereix una programació no comercial.

I és que, antigament, tots els cinemes de Terrassa es trobaven en el centre de la ciutat. El Cinema Catalunya, concretament, es va inaugurar el 28 de març de 1918, amb una capacitat de 1.250 espectadors. Durant aquesta època apareixen també altres cinemes a la ciutat, tots al centre. Al llarg dels anys el Cinema Catalunya va passant per mans de diferents propietaris, sense que canviï gaire el seu caràcter de sala de cinema popular.

A finals dels anys 90 el cinema al centre de la ciutat entra en crisi, coincidint amb la inauguració del macrocomplex cinematogràfic Cinesa Parc Vallès, a un barri perifèric de Terrassa. Les antigues sales de cine de la ciutat van tancant, i quan li arriba el torn al cinema Catalunya, l'Ajuntament decideix fer-se'n càrrec. Ens trobem al desembre de l'any 1999.

El març del 2000, després d'unes mínimes obres de renovació, s'inaugura el nou Cinema Catalunya, amb una programació marcada per les obres d'autor i en general, per propostes no comercials. Poc després s'arriba a un acord amb la Generalitat de Catalunya per convertir també el Cinema Catalunya en la seu terrassenca de la Filmoteca de la Generalitat.

A partir d'aquí el Cinema Catalunya ha dut a terme diverses iniciatives i ha establert col·laboracions amb diferents entitats de Terrassa, incloent l'acollida de diversos festivals i fins i tot la realització d'alguna petita exposició al *hall* del local, però en tot cas, pensem que no ha explotat prou totes les seves possibilitats.

El Cinema Catalunya està situat al carrer Sant Pere de Terrassa¹³⁰ i disposa de dues sales d'exhibició. Està obert de dimecres a diumenge, amb tres sessions diàries, i destina les tardes del dilluns i del dimarts i els matins de tota la setmana per a portar a terme els cicles i les diferents activitats que acull.

¹³⁰ Veure mapa de Terrassa amb la ubicació del Cinema Catalunya a l'annex.

La missió¹³¹ del Cinema Catalunya és “apropar al públic propostes cinematogràfiques que difícilment arriben a les sales comercials”. És a dir, en fer-se càrrec d’aquest espai, l’Administració local està intentant garantir la diversitat de la oferta cinematogràfica terrassenca. D’altra banda, segons la Maite Piqueras, darrera d’aquest propòsit existeix una concepció del cinema d’autor com un àmbit cultural que aporta una sèrie de valors positius a la ciutadania. O dit d’una altra manera, els actors públics consideren que és necessari que aquest tipus de cine arribi a la ciutadania pels beneficis que els pot aportar. També va dir que, donats aquests valors intrínsecs, el cinema d’autor permet associar-li el desenvolupament d’una sèrie d’activitats que no tindrien sentit en el cas d’un cinema comercial que només busca el benefici econòmic.

4.1.2. Programació i activitats

Actualment, el Cinema Catalunya compta amb 602 localitats, distribuïdes en dos sales de projecció, la sala gran o “Cinema Catalunya” i a sala petita o “Club Catalunya”. Tot i que aquesta segona sala es va crear amb la intenció d’oferir una altra línia de programació (la qual cosa es va fer durant uns anys), ara es fa servir per gestionar la rotació de les pel·lícules o bé segons el públic esperat, és a dir, únicament per motius logístics.

La programació del Cinema Catalunya, consisteix, bàsicament en estrenes de cine d’autor (a banda estarien els cicles específics, que comentarem més endavant). Com s’ha comentat, fan els passis de dites pel·lícules de dimecres a diumenge, una pel·lícula setmanal per sala, a tres passis per dia (amb excepcions*).

A més està la sessió de la Filmoteca, que tria el mateix equip del Cinema Catalunya i que consisteix en un passi setmanal, els dimecres a última hora. S’hi exhibeix, cada mes, una pel·lícula, un documental, un clàssic i un musical, en aquest ordre, i tant el documental com l’estrena són títols que no s’han estrenat mai a Terrassa.

Així, l’horari quedaria de la següent manera:

	Sala 1	Sala 2
--	---------------	---------------

¹³¹ Font: <http://www.terrassadigital.cat/smc/?id=351>

	17.30	20.00	22.15	16.45	19.15	22.00
Dimecres	Pel·lícula A	Pel·lícula A	Pel·lícula A	Pel·lícula B	Pel·lícula B	Pel·lícula Filmoteca*
Dijous	Pel·lícula A	Pel·lícula A	Pel·lícula A	Pel·lícula B	Pel·lícula B	Pel·lícula B
Divendres	Pel·lícula A	Pel·lícula A	Pel·lícula A	Pel·lícula B	Pel·lícula B	Pel·lícula B
Dissabte	Pel·lícula A	Pel·lícula A	Pel·lícula A	Pel·lícula B	Pel·lícula B	Pel·lícula B
Diumenge	Pel·lícula A	Pel·lícula A	Pel·lícula A	Pel·lícula B	Pel·lícula B	Pel·lícula B

Taula 22: Distribució programació Cinema Catalunya.

Cal tenir en compte, també, que el Cinema Catalunya pertany al Circuit Català de Cinema Digital¹³². Cada cinema de la xarxa pot triar quin dels productes que ofereix el Circuit li interessa projectar i en el cas del Cinema Catalunya opten per les retransmissions d'òperes, teatre o dansa. En el cas que hi hagi algun esdeveniment a retransmetre, el Cinema ha d'adaptar-hi el seu horari, ja que es tracta de retransmissions en directe.

Quant a les activitats que es realitzen a les instal·lacions del Cinema Catalunya i que en general tenen lloc durant la resta de la setmana (dilluns i dimarts i tots els matins), és important saber que el Cinema actua únicament com a espai, l'activitat concreta és gestionada per l'entitat organitzadora (els organitzadors solen ser Departaments de l'Ajuntament de Terrassa o bé associacions o entitats del municipi). Bé, de fet, a banda del lloguer de l'espai, l'equip del Cinema Catalunya s'encarrega d'una única gestió: "comprar" les pel·lícules que els organitzadors trien a les distribuïdores.

Entre les activitats que han tingut lloc al Cinema Catalunya, trobem:

1. Cicles de cinema, que solen comportar la projecció d'un títol i un posterior cine-fòrum entre els organitzadors i el públic. S'han realitzat, per exemple, els següents cicles:
 - Cinefòrum les dones (organitzat per la Regidoria de Polítiques de Gènere)
 - Cinema + 60 (organitzat per la Regidoria de Promoció Gent Gran)
 - Setmana del Medi Ambient (organitzat per la Regidoria de Medi Ambient)
 - Tardor i Primavera solidària (organitzat per la Regidoria de Solidaritat i Cooperació Internacional)
 - El cinema i la mort (iniciativa de la Societat Municipal de Serveis Funeraris de Terrassa)

¹³² El Circuit Català de Cinema Digital té l'objectiu de fer arribar els grans esdeveniments d'entreteniment cultural que sovint només tenen lloc a les grans ciutats. Per a més informació, consultar la web: <http://www.cccd.cat/>.

- Cinema espiritual (iniciativa del Bisbat de Terrassa)
- Cicle de cinema republicà i per la recuperació de la memòria (organitzat per l'associació de Terrassa per la Tercera República)
- Cicle de Cinema per fer pensar (organitzat per associació de foment de la joventut La Vibria)

2. Projeccions o actes amb motiu de festivals o events que tenen lloc a la ciutat:

- Coincidint amb el Festival de Jazz, s'exhibeixen títols relacionats amb la temàtica (de mà de l'equip organitzador del mateix Festival)
- Projeccions, conferències i xerrades de l'Escac. El Cinema Catalunya és, de fet, "la sala de projecció oficial" de l'Escola. Al Cinema no només tenen lloc projeccions que es realitzin com a complements d'assignatures, si no que també acull les inauguracions de curs, incloent la visita de professionals de renom, l'exhibició d'obres realitzades pels alumnes, etc.

3. Projeccions per escolars. Gestionades per dos gestors culturals autònoms, contractats pel Patronat Municipal d'Educació (PAMES) i que treballen amb les diferents escoles i instituts de la ciutat. Ens consta que en aquestes sessions hi ha una introducció del títol a projectar, però que no s'hi desenvolupa una tasca acadèmica més enllà.

D'altra banda, la secció educativa de la Fundació Torre de Palau, Pedagogia de l'Espectacle, organitza també al Catalunya projeccions per escolars, un cop les escoles "compren" els seus serveis, i sí que elaboren un dossier complementari perquè el tutor tregui el màxim profit de cada film. Els col·loquis i debats posteriors a la projecció, però, es van deixar de realitzar fa uns anys.

4. Seu de festivals audiovisuals¹³³:

- Baumann. Festival de curtmetratges
- BASE Film Festival
- Festival Internacional de Cinema Gai i Lèsbic.
- Fins fa pocs anys, el Cinema Catalunya havia estat la seu del certamen DocsBarcelona, un fòrum i mercat de documentals a nivell internacional.

5. "Cinema a la fresca". S'havia fet fa anys, durant l'estiu (amb pel·lícules d'autor conegudes

¹³³ Veure més detalls sobre aquests festivals a l'apartat 3.1.5.2. "La oferta cinematogràfica de Terrassa".

i de contingut “poc complicat”, per a tenir una bona acceptació del conjunt dels ciutadans). Es va deixar de fer per problemes de recursos, sobretot per falta de personal.

4.1.3. La distribució

La distribució es configura com un dels procediments més complicats de l'activitat dels exhibidors cinematogràfics. Aquest fet s'explica per dos motius: el primer motiu és que existeixen unes poques distribuïdores que estan en mans de grans multinacionals i que tenen molt poder, perquè són les úniques posseïdores dels drets de les pel·lícules més demandades. Aquestes distribuïdores obliguen els exhibidors a comprar els títols per packs, de manera que, a banda de les pel·lícules que tenen l'èxit de taquilla assegurat, també han de programar d'altres que no són de gran interès. Aquesta és una pràctica que permet als grans estudis cinematogràfics “col·locar” les pel·lícules d'inferior qualitat, que sovint es produeixen amb l'únic objectiu de rendibilitzar les seves infraestructures.

El segon motiu que dificulta la compra de pel·lícules als distribuïdors té una doble vessant: en primer lloc aquests només compten amb una certa quantitat de còpies de cada títol i en segon lloc, el seu benefici ve donat en funció de l'assistència a les sales, és a dir, els distribuïdors cobren una proporció sobre els ingressos de taquilla. El resultat de la combinació d'aquests factors és que, en dipositar una de les seves còpies en un cinema, estan arriscant la seva rendibilitat: si el cinema no aconsegueix atraure prou clients, la distribuïdora haurà deixat de guanyar uns diners.

Afortunadament, en el cas del cinema d'autor aquests condicionants no solen ser tan intensos. Els drets de les pel·lícules d'autor solen estar en mans de petites distribuïdores, que no apliquen la política de “compra per packs” si no que permeten la compra individual dels films que a la sala li interessen. Tot i això, sobretot en el cas de les estrenes, continuen dipositant la seva confiança en la sala d'exhibició en deixar-li les seves còpies. En el cas del Cinema Catalunya, que durant els seus primers anys d'existència com a exhibidor de cine d'autor va tenir problemes en aquest sentit, trobem que actualment treballa amb una sèrie de distribuïdores que ja han pogut comprovar que es tracta d'un centre totalment establert al municipi i que compta amb un volum d'espectadors important, per tant li cedeixen les seves còpies sense cap mena de reticència. D'altra banda, la sots-directora d'aquest espai ens diu que dites distribuïdores sí fan una certa pressió per intentar que els films estiguin en cartellera durant unes setmanes per donar temps a la seva “maduració”¹³⁴ i aconseguir així

¹³⁴ En general, les pel·lícules d'autor no es poden permetre fer grans campanyes de publicitat, motiu

un volum d'assistència òptim. Aquest fet, tot i ser positiu per les pel·lícules a títol individual, dificulta la rotació dels films i per tant, la diversitat de la programació (sobretot si tenim en compte que el Cinema Catalunya només té dues sales).

El funcionament de les pel·lícules que no són estrenes, però, és diferent: les distribuïdores no facturen una part de la recaptació de taquilla, si no que estableixen un preu fixe determinat. En aquests casos, a més, s'introdueix la possibilitat de negociar, donat que es tracta de còpies que ja no tenen tanta demanda.

4.1.4. Col·laboracions amb altres entitats

El Cinema Catalunya és una organització municipal i com és lògic, treballa amb totes les regidories, departaments i altres entitats municipals que necessitin dels seus serveis. Així mateix, lloga el seu espai a tots aquells col·lectius, associacions, entitats i empreses que ho sol·licitin (amb diferents condicions depenent de la condició de l'entitat i de sí els seus objectius són lucratiu o no).

També s'ha comentat anteriorment que l'Escola de Cinema ESCAC utilitza el Cinema com a espai per a events i projeccions, segons un acord amb l'Ajuntament de Terrassa. I és la seu de diferents festivals.

En tot els casos, però, el Cinema únicament cedeix o lloga l'espai i si cal, gestiona el lloguer de la pel·lícula a projectar, però no intervé de cap altra manera en les iniciatives externes que tenen lloc a les seves instal·lacions.

L'únic cas de col·laboració en que l'equip del Catalunya fa la gestió és pel fet de ser seu de la Filmoteca de la Generalitat. De fet, tenen llibertat per triar la programació d'aquesta "secció", evidentment, amb el vist-i-plau de la Filmoteca.

A l'entrevista realitzada a la Maite Piqueras¹³⁵, sots-directora del Cinema, vam plantejar la possibilitat opcional d'involucrar-se en les etapes creatives d'aquestes activitats per compte de tercers que tenen lloc al seu local. Sigui com sigui, en aquests moments no s'ha pogut dur a terme una tasca més enllà del simple lloguer de les sales, sobretot degut a la manca

pel qual els seus millors aliats per atraure espectadors són els premis als festivals, les crítiques dels professionals i el "boca-orella". En referència a aquest últim fenomen de que siguin els propis assistents qui recomanin la pel·lícula, per a que sorgeixi prou efecte ha de passar un temps, temps que es coneix com a "maduració" de la pel·lícula.

¹³⁵ Veure entrevista a la Maite Piqueras a l'annex.

de personal i de temps. És bo saber, però, que el Parc Audiovisual, també de propietat municipal, va proposar al Cinema Catalunya iniciar alguna proposta conjunta, que tot i que encara no s'ha concretat en cap projecte. Això significa que hi ha la predisposició de que aquesta vinculació es doni.

4.1.5. Recursos disponibles

El Cinema Catalunya comparteix l'edifici¹³⁶ amb un local comercial a la planta baixa i amb habitatges als pisos superiors (la qual cosa impossibilita una eventual ampliació). Es tracta d'un edifici històric (del 1916), emblemàtic a Terrassa, la façana del qual no ha estat modificada pel seu valor artístic.

Segons les dades a les que hem pogut accedir i que són només una aproximació, l'espai corresponent al Cinema es configuraria de la següent manera:

Planta	Espai	Metres quadrats	Metres totals
Soterrani	Maquinària	47,32	47,32
Baixa	Entrada i taquilla	10,52	10,52
Primera	Sala d'exhibició	300,00	456,50
	Cambra de projecció	11,50	
	Vestíbul davant	30,00	
	Despatx	15,00	
	Vestíbul darrera	60'00	
	Serveis	20'00	
	Traster	10,00	
	Habitació per estris neteja	10'00	
Segona	Sala d'exhibició	127,00	232,15
	Vestíbul darrera	35,15	
	Serveis	15,00	
	Espais per maquinària	45,00	
	Vestíbul davant	10'00	
			746,49

Taula 23: Dimensions i distribució d'espais al Cinema Catalunya.

Com hem vist, hi ha dues sales d'exhibició, amb capacitat de 418 i 184 persones respectivament. Aquest és un dels problemes que té el cinema, segons la seva sots-directora, ja que les sales (sobretot la de la primera planta) són massa grans per a la demanda existent de cinema d'autor i costa molt que s'omplin. A més reben queixes del públic fidel, que demana més diversitat i més rotació de títols. De cara a un futur, es plantegen doncs subdividir aquestes sales per poder ampliar la oferta de títols i,

¹³⁶ Veure fotografies i plànols del Cinema Catalunya a l'annex.

conseqüentment, l'afluència de públic.

Val a dir que cada sala té el seu propi accés: la sala 1 pel carrer principal i la sala 2 pel carrer de darrera, tot i que estan perfectament comunicades interiorment. De fet, actualment tot el públic accedeix al local per l'entrada principal donat que les úniques taquilles operatives es troben en aquesta.

En un petit despatx de la planta primera treballa la sots-directora. El vestíbul posterior de la segona planta s'ha utilitzat esporàdicament per allotjar alguna exposició. Trobem, en general, que hi ha una gran quantitat de racons morts i espais poc aprofitats. També pensem que existeixen masses subdivisions a cada planta i que manquen espais diàfans.

Quant a les característiques tècniques, actualment són les següents:

- 2 projectors de 35 mm que permeten les projeccions i retransmissions en directe i via satèl·lit
- Dolby Surround Digital Sala 1
- Dolby Surround Sala 2
- Vídeo Projecció
- Equipament per a conferències

El Cinema de vegades també projecta pel·lícules el màster de les quals és un simple DVD. No és el més indicat, però abarateix molt els costos de lloguer de la còpia i per a determinades activitats és una obligació per a poder oferir sessions a baixíssim preu o fins i tot gratuïtes.

Una de les possibles millores tècniques que el Cinema té en projecte és l'adquisició de projectors digitals, ja que el cinema digital "és el futur"¹³⁷. Tot i que ara per ara no ofereix la mateixa qualitat que les còpies de 35mm, el cine digital és més econòmic en totes les fases del procés, i ja hi ha una quantitat de còpies que només circulen en aquest sistema. Fins i tot la nova Llei del Cinema ofereix ajudes per a les sales d'exhibició que introdueixin millores tècniques, sobretot les que fan referència a aquest nou sistema de projecció¹³⁸.

4.1.6. Gestió, recursos humans i fonts de finançament

¹³⁷ Per a més informació sobre el cine digital, veure: http://es.wikipedia.org/wiki/Cine_digital.

¹³⁸ Veure resum de la nova Llei del Cinema a: <http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.4f810f50a62de38a5a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=04e6923f01369010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=04e6923f01369010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=273fba9a6e626210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD>

El Cinema Catalunya no és una organització municipal independent, si no que forma part de la Societat Municipal de Comunicació de Terrassa, (SMCT)¹³⁹, empresa de l'Ajuntament de Terrassa que gestiona també Canal Terrassa TV i la Ràdio Municipal de Terrassa.

El president de l'empresa és l'alcalde de Terrassa, Pere Navarro, i n'és vicepresident i conseller delegat, el regidor Jordi Ballart. El gerent és Jordi Llonch, i Maite Piqueras ocupa el càrrec de sots-directora del Cinema Catalunya. A la pràctica, és la Maite Piqueras la que porta la gestió del centre, tot i que ha de retre comptes i ha de demanar autorització per a determinades decisions al gerent que, depenent de la importància de la decisió parlarà a la seva vegada amb el regidor i aquest, amb el president i alcalde.

Determinades àrees de gestió són compartides amb les altres subdivisions del SMCT, i es troben centralitzades a la seu de dita societat, i no al local del Cinema Catalunya. Al següent quadre es pot veure en detall quin personal treballa pel Cinema de manera exclusiva i quin ho fa pel conjunt de les plataformes de la SMCT:

	Personal	Total persones
Propi Cinema Catalunya	- Sots-directora - Operador - Operador, taquiller i manteniment - Taquillera - Auxiliar de sala, logística i neteja	5
Compartit amb SMCT	- Gerent - Comptabilitat x 2 - Atenció telefònica - Ajudant direcció i comunicació - Comercial	6
		11

Taula 24: Recursos humans del Cinema Catalunya.

D'aquesta relació del personal del Cinema Catalunya s'han de fer una sèrie de puntualitzacions. En primer lloc, es pot observar que no s'hi han inclòs les figures del president i del vicepresident. El motiu és perquè, en el cas del Cinema Catalunya, aquests càrrecs són sobretot honorífics i el seu rol és de bàsicament de consulta i supervisió en situacions de gran rellevància. D'altra banda, el gerent, tot i ocupar aquest càrrec exclusivament pel Cinema Catalunya, en desenvolupa d'altres en la SMCT, per això se'l

¹³⁹ Veure més informació de la SMCT a l'apartat 3.1.4. "Terrassa: el sector audiovisual".

considera com a “personal compartit”.

L'ajudant de direcció del Cinema Catalunya dóna suport a la sots-directora per a la configuració de la programació i l'elaboració de les ressenyes de les pel·lícules, entre d'altres tasques. També la substitueix quan és necessari i s'encarrega de tot el relatiu a la comunicació del centre. Tot i estar ubicat al SCMT es reuneix amb la Maite Piqueras cada dilluns. La tasca del comercial relativa al Cinema és, bàsicament, la venda dels espais publicitaris de les projeccions.

Per últim comentar que, tal i com es pot observar, bona part del personal del Cinema Catalunya realitza varies feines. No és només una qüestió de necessitat, pel fet d'ésser poques persones, si no també perquè, en paraules de la sots-directora de l'entitat, “són com una família i entre tots s'han d'espavilar”¹⁴⁰.

Quant a les fonts de finançament, el Cinema Catalunya és un centre municipal, per tant, bona part dels seus ingressos provenen del propi Ajuntament de Terrassa. Tot i això el Cinema també compta amb altres fonts de finançament. Òbviament, compta amb uns ingressos propis que provenen en la seva major part de les vendes a taquilla.

També ingressa els lloguers de les seves sales: ja hem comentat que dels cicles i activitats que es realitzen al Cinema Catalunya aquest només lloga la pel·lícula a projectar, el preu de la qual paguen els organitzadors, els mateixos que s'enduen la recaptació del públic que va a dites sessions. El Cinema només els hi cobra el lloguer de les seves sales, la quantitat del qual depèn del tipus de organització que realitzi el lloguer¹⁴¹ (en el cas d'associacions socials o culturals o entitats sense ànim de lucre, a més, el propi ajuntament sol subvencionar una part del lloguer).

D'altra banda, ja fa anys que el Cinema Catalunya signa un contracte de publicitat amb Movierecord, a partir del qual aquesta insereix els seus anuncis publicitaris abans de les sessions cinematogràfiques. Fins ara consistia en una quantitat anual, però amb la crisi s'estan plantejant anar a comissió dels contractes a anunciants que Movierecord faci.

La Generalitat de Catalunya, a través de l'Institut Català de les Indústries Culturals (ICIC) també proporciona al Cinema Catalunya una quantitat anual, de la mateixa manera que ho

¹⁴⁰ Extret de l'entrevista amb Maite Piqueras. Veure entrevista a l'annex.

¹⁴¹ Per escoles: 320€/sessió, per dpmts ajuntament: 400€/sessió, per institucions privades: 560€/sessió

fa la plataforma Media (Europa Cinemas) per ser el Cinema Catalunya una sala amb un mínim establert de pel·lícules projectades de producció europea no nacional.

Per últim, la Filmoteca també fa una aportació anual al Cinema, però més que en concepte d'ajuda ho fa pel fet de ser una de les seves seus: el Cinema fa les gestions per programar en nom de la Filmoteca i aquesta li paga a compte de les pel·lícules llogades.

El següent pressupost, corresponent a l'any 2010, recull els diversos ingressos del Cinema Catalunya, juntament amb el detall de les seves despeses:

Despeses previstes		Ingressos previstos	
Concepte	Quantitats	Concepte	Quantitats
<i>Despeses fixes:</i>		<i>Recursos propis:</i>	
Personal	195.000	Taquilla	147.000
		Publicitat	21.000
		Lloguer de sales	42.000
Total despeses fixes	195.000	Total recursos propis	210.000
<i>Despeses variables:</i>		<i>Recursos externs:</i>	
Lloguer pel·lícules i SGAE	90.000	Subvenció Ajuntament Terrassa	124.000
Transport pel·lícules	2.100	ICIC	12.000
Subministraments	21.000	Filmoteca de la Generalitat	5.000
Manteniment instal·lacions	7.000	Media	13.000
Comunicació	4.500		
Altres proveïdors (alarma, catering, impressió tickets, etc.)	4.500		
Compres vàries (material oficina, neteja, etc.)	3.500		
Total despeses v.	132.600	Total recursos e.	154.000
TOTAL DESPESES	327.600	TOTAL INGRESSOS	364.000

Taula 25: Pressupost del Cinema Catalunya 2010.

4.1.7. Públic i polítiques de preu

No ens entretindrem molt en descriure el públic assistent del Cinema Catalunya perquè ja ho vam fer en detall anteriorment¹⁴², només resumirem que es tracta sobretot del ciutadans del centre de Terrassa i dels barris propers al centre, majoritàriament de més de 30 anys, i amb una renda mitja-alta i un nivell de formació superior.

A banda estarien els assistents a les activitats que tercers organitzen al Cinema, però no hi entrarem perquè no són dades controlades per l'equip del cinema actualment.

Introduïrem però unes dades sobre la quantitat d'assistents, a les quals hem pogut accedir a través de la direcció del centre:

Concepte	Nº assistents per any				
	2005	2006	2007	2008*	2009
Espectadors sessions comercials i Filmoteca	30.444	30.617	35.921	33.842	32.938
Espectadors a activitats	6.213	11.233	13.532	10.915	15.359
Total espectadors actes de pagament	36.657	41.850	49.453	44.757	48.297
Total espectadors actes gratuïts i invitacions	40.006	44.385	53.601	47.910	51.163
Total espectadors	76.663	86.235	103.054	92.667	94.460

Taula 26: Assistència al Cinema Catalunya, 2005-2009.

*Nota: el 2008, la sala gran del Cinema va estar tancada un mes per obres.

Les xifres de l'anterior taula ens indiquen que del 2005 al 2009 hi va haver un increment de l'assistència al Cinema Catalunya, tant en el cas dels actes de pagament com dels gratuïts.

¹⁴² Veure apartat 3.3.3. "La demanda de cine d'autor a Terrassa".

Aquest increment és progressiu del 2005 al 2008, any en el que es produeix una lleugera davallada (cal tenir en compte que el centre va tancar un mes per obres, tot i que no pensem que aquesta es configuri com a la única raó de la menor afluència de públic). En tot cas, el 2009 tornem a notar una recuperació en el número d'assistents, la qual cosa ens fa ser optimistes i pensar que aquesta tendència ha continuat a l'alça. Caldria comptar amb les xifres del 2010 per corroborar aquesta suposició.

A continuació explicarem quines són les polítiques de preu amb que compta el Cinema Catalunya i que, com veurem, tenen l'objectiu d'ampliar i diversificar els seu públic:

Concepte		Preu
Laborable	General	6,00€
	1ª sessió, majors de 65 anys	3,20€
	Preu reduït (majors de 65 anys, carnet d'estudiant i Carnet Jove)	4,20€
Dia de l'espectador (dijous)		4,20€
Cap de setmana i festius	General	6,50€
	Preu reduït (majors de 65 anys, carnet d'estudiant i Carnet Jove)	5,20€
Altres	Sessions Filmoteca	3,50€
	Cicles	2 o 3€
	Joves de 18 anys que ho sol·licitin	Gratis

Taula 27: Preus del Cinema Catalunya.

Sobre aquesta taula sobre les polítiques de preu del Cinema Catalunya, farem una sèrie de comentaris complementaris. En primer lloc, dir que el dijous, dia de l'espectador, a banda del preu reduït per tothom es regalen vals per un entrepà gratuït al mític Frankfurt Casa Vallès de Terrassa. En segon lloc, i en referència al preu de les sessions dins dels cicles, tot i que el Cinema Catalunya no controla la seva gestió, la seva sots-directora ens fa saber que les organitzacions solen cobrar el preu que es detalla al quadre. La promoció dels 18 anys citada dins l'apartat "altres", consisteix en que tot aquell empadronat a Terrassa i que faci 18 anys pot recollir a l'oficina del Cinema un carnet per a entrar a les sessions de forma gratuïta durant un any. El Cinema envia una carta a tots els joves aspirants perquè se n'assabentin.

Així, el Cinema Catalunya, amb aquestes polítiques de preu vol animar als terrassencs a que vagin al seu local, però focalitza els seus esforços sobretot en els joves i en la gent gran, els primers de manera estratègica i els segons per motius més aviat socials¹⁴³.

¹⁴³ Els joves representen els futurs públics, per tant, cal anar apropant-se a ells. La gent gran té pocs

També cal destacar que en nombroses ocasions el propi Cinema Catalunya o bé d'altres institucions o associacions terrassenques organitzen a les instal·lacions del primer sessions gratuïtes pel públic (aquests actes solen estar subvencionats per l'Ajuntament de Terrassa). D'aquesta manera el Cinema reafirma la seva finalitat de fer arribar un cinema diferent al màxim de ciutadans.

4.1.8. Comunicació

Ens resta un aspecte molt important per a qualsevol organització, cultural o no, però que en el cas del Cinema Catalunya no ens ocuparà gaire perquè, malauradament, no està gaire desenvolupada: la política de comunicació.

“El Cinema Catalunya té un pressupost molt baix com per dedicar-lo a fer publicitat”¹⁴⁴, tot i que són molt conscient que és un dels punts que haurien de millorar per tal d'ampliar els seus públics. Ara per ara només compten amb els següents suports comunicatius:

- Insercions als mitjans de comunicació local per a informar de la programació.
- Subsecció del canal digital de la SMCT¹⁴⁵, amb el mateix estil i disseny que la resta de subseccions, en la que, novament, es destaca la programació actual i s'hi troben algunes informacions bàsiques, com ara la ubicació del centre, les tarifes i la història del Cinema. També inclou un arxiu de les pel·lícules exhibides amb una sinopsi de cada una.
- Fitxes individuals amb la sinopsi de les pel·lícules en cartell.
- Sovint les organitzacions que munten cicles al Cinema, sobretot les diferents regidories de l'Ajuntament, editen fulletons que es distribueixen per diferents punts del municipi i que compten amb un cert contingut publicitari i amb un disseny atractiu.

Amb l'excepció d'aquests últims elements, creats per entitats externes al Cinema, els suports que utilitza el Catalunya serveixen, sobretot, per donar a conèixer la programació, però no s'aprofiten per a transmetre cap altre valor. Amb això volem dir que el Cinema no compta amb una estratègia d'imatge pròpia. No dediquen cap esforç en aquest sentit.

És ben cert que es tracta d'una entitat centenària, coneguda i respectada per la ciutadania

recursos, per tant cal ajudar-los. Tot i això, ja es configuren com uns grans consumidors de cinema a Terrassa.

¹⁴⁴ Extret de l'entrevista amb Maite Piqueras.

¹⁴⁵ <http://www.terrassadigital.cat/cinema/>

(de fet, el seu públic es tan fidel en part per la confiança que li tenen, fins i tot hi van sense conèixer la programació), però d'altra banda aquesta antiguitat també fa que per un bon sector dels terrassencs sigui vista com una organització antiga, tancada en sí mateixa. També se sol identificar amb un centre per a intel·lectuals a on s'hi veuen "pel·lícules rares". Detectem aquí un alt grau de desconeixement degut a una política de comunicació insuficient.

4.2. Diagnosi¹⁴⁶

A partir de l'anàlisi que acabem de fer del Cinema Catalunya, de les seves característiques i de la seva situació actual intentarem elaborar a continuació una diagnosi de les mancances que hi detectem. També ens serveix de molta ajuda en aquest sentit la opinió dels diferents actors del sector audiovisual terrassenc amb els que hem pogut parlar.

Com hem comentat anteriorment, el Cinema Catalunya és un espai històric de Terrassa i ara fa deu anys que es caracteritza per programar cinema d'autor i no comercial. Aquests factors fan que sigui prou conegut pel conjunt dels terrassencs i que compti, fins i tot, amb un cert prestigi. El problema és que, per certa part de la ciutadania, sigui per manca d'informació o sigui per poca motivació per les iniciatives culturals, el Cinema Catalunya "no és més que un centre antiquat, a on s'exhibeixen pel·lícules estranyes, i a on només van intel·lectuals".

És per això que al Cinema Catalunya li faria falta un profund procés de renovació de la seva imatge. Estem parlant de la seva imatge de cara als terrassencs. S'hauria de treure de sobre aquest caràcter antic i convertir-se en un espai jove, modern, proper i obert a les inquietuds dels ciutadans. En certa manera, hauria de ser considerat com un centre lúdic i com una alternativa a la gran oferta d'oci que ofereix la ciutat¹⁴⁷. Per aconseguir-ho hauria d'oferir tota una sèrie d'activitats relacionades amb l'art del cinema, activitats que, més enllà de la mera visualització individual permetessin al públic reflexionar sobre les pel·lícules, adquirir més coneixements a través d'aquestes i compartir l'experiència amb d'altres persones.

Seria especialment important que el Cinema Catalunya s'apropés als joves terrassencs. En aquest sentit, pensem que hauria de crear un programa escolar i pels instituts propi i que fós

¹⁴⁶ Veure DAFO del Cinema Catalunya a l'annex.

¹⁴⁷ Per veure quina és l'oferta actual d'oci de Terrassa, veure apartat 3.2. "Anàlisi de la competència".

un referent a la zona, tal i com ho és ara el Drac Màgic de Barcelona.

El Cinema Catalunya acull diferents tipus d'activitats promogudes per entitats i associacions del municipi, però únicament en lloga l'espai i actua com a intermediari per a aconseguir les còpies de les pel·lícules demandades. Hem de reconèixer que la no vinculació del Cinema en aquestes iniciatives ens sorprèn, donada la potencialitat d'un centre amb una gran tradició en l'activitat.

El Cinema Catalunya tampoc organitza activitats pròpies. Té el privilegi, però, de ser seu de Festivals, amb la mateixa condició de lloguer o cessió de l'espai. I és seu de la Filmoteca, sense aprofitar les possibles sinergies que s'hi podrien establir (només s'hi exhibeixen títols que el propi personal del Cinema Catalunya tria, sota el nom de la Filmoteca).

També hem explicat abans que estem parlant d'un local municipal. Aquest fet, amb les avantatges que comporta, també retalla una sèrie de llibertats al Catalunya. Però el que pensem és més greu és que es tracti del "departament" d'una organització municipal. Creiem que seria imprescindible que el Cinema guanyés en autonomia, i això només ho pot fer si compta amb una entitat jurídica pròpia.

L'edifici a on està ubicat el Cinema Catalunya té un valor patrimonial important. Evidentment, això és positiu. Però respira un aire d'antiguitat que cal eliminar. Pensem que caldria "refrescar-lo", és a dir, fer una feina de modernització sense perdre el valor que li dona la seva antiguitat. A banda del component més estilístic o superficial, també cal dur a terme una reforma més profunda, en dos sentits:

- Cal subdividir les sales per tal d'explotar millor la demanda existent i per tal d'oferir una programació més nombrosa i més diversificada: més sales permetrien tenir una major rotació de títols, de manera que el públic fidel estaria satisfet i el nou públic trobaria unes propostes més atractives.
- Hi ha una gran quantitat de petits espais, inutilitzats o mal utilitzats al Cinema. S'haurien d'optimitzar, idealment fusionar-ne alguns per obtenir sales diàfanos a on poder realitzar activitats complementàries.

En el cas de que el Cinema creixés i calgués ampliar les seves dependències, ens trobaríem amb un problema, donat que l'edifici també té una part d'habitatges i una altra de comercial. Faria falta trobar un espai alternatiu a on completar la oferta d'activitats del Cinema.

Un altre dels grans problemes amb els que es troba actualment el Catalunya, és que té molt poc personal (i bona part d'ell és compartit amb la SMCT). Per a poder fer una veritable millora que anés més enllà de les reformes físiques, caldria ampliar la plantilla del cinema, que fos exclusiva d'aquest, i que estigués formada per professionals especialitzats.

Però potser el pitjor inconvenient del Cinema, en la nostra opinió, és la seva inexistència d'estratègia de comunicació. El Cinema es limita a difondre la seva cartellera (de manera molt limitada, bàsicament als mitjans de comunicació municipals), però no fa cap campanya d'imatge corporativa. Molt bona part de la gent que no va al Cinema Catalunya no és perquè no el coneix, si no perquè té uns prejudicis establerts vers aquest. Caldria fer un primer pas de comunicació de la nova imatge del Cinema, per a posteriorment mantenir informat al conjunt de la ciutadania de les seves ofertes, activitats, etc. I fer-ho d'una manera fresca i atractiva, adaptada al caràcter de cada col·lectiu i de cada barri de la ciutat, i aprofitant tots els mitjans possibles, incloent-hi l'ús de les xarxes socials.

Gran part de les mancances que hem anat trobant en el nostre anàlisi del Cinema Catalunya, necessiten d'uns recursos per a solucionar-se:

- Fer reformes en el local
- Fer millores tècniques (sobretot per tal d'adaptar-se al cinema digital)
- Ampliar la oferta d'activitats
- Tenir més personal
- Establir una estratègia de comunicació, àmplia, completa i continuada

Per aconseguir obtenir més recursos, el Cinema hauria de convèncer l'alcalde en primer lloc per a que ampliés l'aportació municipal, però en segona instància hauria d'explotar més la resta de fonts de finançament que ja utilitza (subvencions i ajudes institucionals, taquilla, activitats, lloguer, etc), i sobretot, hauria d'incloure l'aportació privada. Tenint en compte que Terrassa és una ciutat amb un passat cinematogràfic important, a on tant els ciutadans com les empreses estan sensibilitzades amb aquest sector (sector que, a més, es configura com a eix estratègic de la ciutat), pensem que existeixen més possibilitats d'obtenir diners que cal aprofitar.

Així mateix, s'haurien d'explotar més les sinèrgies existents amb organitzacions del sector audiovisual tant potents com el Parc Audiovisual i l'Escac. Val a dir que totes dues hi

estarien disposades¹⁴⁸, sempre i quan s'identifiquessin amb els objectius i les línies d'actuació del Cinema (ara per ara pensen que és un "centre tancat en sí mateix").

Per últim, i lligat amb el propòsit d'apropar-se més a tots els terrassencs, el Cinema Catalunya hauria de desenvolupar més les seves polítiques de preu. En primer lloc, aquestes no haurien de dirigir-se només als joves i a la gent gran, sinó que haurien de contemplar molts altres col·lectius. També s'haurien d'introduir abonaments, que d'altra banda fomentarien la fidelització del públic. I en tercer lloc, els preus especials, abonaments i descomptes haurien d'abastar tota l'activitat del Cinema, i no només la seva programació d'estrena.

Ens trobem doncs amb un equipament municipal atractiu i amb una gran potencialitat, però que cal reformar intensament per a poder aprofitar al màxim totes les seves possibilitats.

5. EL PROJECTE

En l'anterior apartat s'han analitzat les característiques, particularitats i la situació actual del Cinema Catalunya, organització municipal existent a Terrassa i de la qual partirà el nostre projecte. En aquest apartat "El projecte" definirem quin és el concepte de la nostra proposta, quina és la seva raó de ser i quins són els seus objectius operatius i estratègics.

5.1. Conceptualització

Per a descriure el concepte de la nostra proposta, hem de prendre en consideració dos aspectes. El primer és que en un inici, la nostra intenció era la creació d'una nova definició d'espai cultural dedicat al cinema. Conscients de l'escassa oferta d'exhibició de cinema d'autor al territori català ens proposàvem desenvolupar una iniciativa que no s'havia dut a terme abans, al menys a Catalunya o a Espanya, i que no només supliria una part d'aquest buit si no que a més li permetia al públic anar més enllà en la seva experiència cinematogràfica.

El segon aspecte a tenir en compte està directament relacionat amb l'anàlisi del context en el qual vam decidir desenvolupar aquest projecte: la ciutat de Terrassa. Com acabem de comentar, un cop feta aquesta exploració territorial, vam decidir partir de l'actual Cinema

¹⁴⁸ Extret de les entrevistes als representants del Parc Audiovisual i de l'Escac. Veure entrevistes a l'annex.

Catalunya, l'únic espai al municipi a on s'hi exhibeixen pel·lícules d'autor. Així, donades les necessitats de millora detectades en aquest equipament i explicades en l'apartat 4 i en el DAFO corresponent¹⁴⁹, ens proposem:

Ampliar l'actual concepte del Cinema Catalunya per a crear un “centre de cinema”, que anomenaríem “Amics del Cinema”.

Per centre de cinema entenem:

- Espai a on es pugui desenvolupar una experiència cinematogràfica en la seva totalitat (a partir de diverses activitats, no només de l'exhibició).
- Centre lúdic i d'oci, a on es puguin establir relacions socials.
- Centre de proximitat: integrat en les dinàmiques del territori i vinculat a la ciutadania i als diferents actors que hi existeixen.
- Equipament públic, de titularitat municipal, dirigit d'una banda als actuals aficionats al cinema d'autor i d'altra al conjunt dels terrassencs com a potencials aficionats.
- Espai cultural que esdevengui un referent no només a Terrassa si no també a Catalunya i a Espanya.

És a dir, la nostra finalitat és anar més enllà de la simple exhibició cinematogràfica i proposar una sèrie d'activitats al voltant dels films que permetin tenir una experiència més enriquidora, experiència que porti uns majors beneficis culturals i socials.

Per a que aquest equipament experimenti un “èxit d'assistència” caldrà fer una feina prèvia de difusió, d'integració en el municipi i de formació de la ciutadania. Per tant, hem de tenir molt en compte que parlem d'un projecte els resultats del qual s'han de mesurar a llarg termini.

¹⁴⁹ Veure DAFO del Cinema Catalunya a l'annex.

5.2. Missió

Un cop definit el concepte del projecte cultural que volem dur a terme, hem de reflexionar sobre quina és la seva raó de ser, la missió a l'acompliment de la qual es dirigiran els diferents programes d'acció que es duguin a terme.

La missió dels Amics de Cinema de Terrassa és **“fomentar l’apropament de la ciutadania al cinema d’autor, afavorint la seva comprensió i aconseguint així que identifiqui aquest amb un instrument cultural que permet l’aprenentatge d’altres experiències i cultures, així com l’intercanvi i la cohesió social.”**

5.3. Objectius

5.3.1. Objectius estratègics

Per a fer possible l'acompliment de la missió del nou centre de cinema “Amics del Cinema de Terrassa” hem dissenyat una estratègia, que pel seu torn es divideix en uns objectius estratègics, tal i com detallem a continuació.

1. Incrementar l’interès pel cinema d’autor en el conjunt de la ciutadania de Terrassa: que la gent entengui què és el cinema d’autor i quins beneficis pot aportar.

2. Incrementar la demanda de consum no domèstic de cinema d’autor. Objectiu que està directament relacionat amb l’anterior, però que no sempre es dóna un cop assolit el primer. (Per això hem decidit considerar-lo per separat).

Ens referim a que la gent, un cop valori el cinema d’autor, vulgui a consumir-lo a les nostres sales d’exhibició (i no a casa seva) i que s’animi a realitzar les altres activitats relacionades amb aquest que li proposem.

3. Que sigui perdurable. Com hem comentat anteriorment, una iniciativa com aquesta té un element “d’inversió” molt important (la gent s’ha d’assabentar de la nostra activitat i se n’ha de sentir atreta i ha d’aprendre i interioritzar una sèrie de valors relacionats amb el cinema). Per tant, per a que pugui ser exitosa, cal que perduri durant un temps determinat.

5.3.2. Objectius operatius

Els objectius estratègics donen lloc a una sèrie de objectius operatius:

- Correspon als objectius estratègics 1, 2 i 3:

a) Crear una **nova definició de centre cultural** especialitzat en el cinema, en el que es duguin a terme diferents activitats al voltant d'aquest i que esdevingui un espai de relació social i d'oci.

Aquest centre s'hauria d'**integrar en la dinàmica del territori**, és a dir, caldria vincular la seva activitat a les polítiques municipals, a la tasca de les associacions i entitats, així com de les empreses locals, especialment les del sector. També s'intentaria afavorir la cohesió social dels ciutadans i la interrelació entre els diferents col·lectius a través de les activitats oferides.

Hauria d'aconseguir un alt nivell de professionalització i especialització per a legitimar-se a nivell territorial i sectorial i **esdevenir així un centre de referència**.

- Correspon als objectius estratègics 1 i 2:

b) **Millorar el coneixement i l'ús del centre per part de la ciutadania** a partir de polítiques de preu i d'accions comunicatives i corporatives.

- Correspon a l'objectiu estratègic 3:

c) **Diversificar les fonts de finançament**, tot incloent l'element privat.

5.4. Programes¹⁵⁰

Per últim, els objectius operatius es tradueixen en unes accions concretes, que nosaltres agruparem en programes. Dins aquests programes incloem tant els serveis que oferim al públic com altres activitats que es duran a terme per a respondre als objectius marcats anteriorment.

1) Exhibició

Un centre de cinema, com és lògic, ha de tenir com a la seva activitat principal l'exhibició de pel·lícules. En el nostre cas, pel·lícules d'autor. Aquestes es projectaran dins de diferents "blocs" o formats, tal i com exposem a continuació:

¹⁵⁰ Veure quadres-resum dels programes a l'annex.

- Estrenes no comercials, continuant amb l'actual línia del Cinema Catalunya.
- Cicles per director, per temàtica, per època, per nacionalitat, etc. També estarien representats altres gèneres audiovisuals, com podrien ser els documentals.
Actualment els cicles que tenen lloc al Cinema Catalunya són organitzats per entitats externes a aquests. Nosaltres seguiríem acollint aquestes iniciatives (i els hi oferiríem, de manera voluntària, el nostre assessorament i suport logístic) i també n'organitzaríem de propis. Alguns dels cicles anirien dirigits (o tindrien l'objectiu d'atraure) a col·lectius determinats. Sempre que fos possible, es realitzaria un cinefòrum per a complementar les sessions dels cicles, és a dir, es convidaria a professionals del sector a presentar la pel·lícula abans de la projecció i a comentar-la amb el públic assistent posteriorment.
- Secció "Filoteca". Respon al fet de ser seu de la Filoteca de la Generalitat de Catalunya. Proposem fer una programació paral·lela a la que en aquell moment estigui tenint lloc a la pròpia Filoteca de la Generalitat, a Barcelona.
- Festivals: acolliríem festivals com a seu oficial, així com compartir-ne la seu amb d'altres espais (per exemple, s'intentaria que alguns festivals que tenen lloc a Barcelona també poguessin fer sessions al nostre centre). En un futur no es descarta promoure'n algun de propi.
- Altres: pretenem englobar aquí totes aquelles activitats relacionades amb l'exhibició que no estan incloses en els epígrafs anteriors i que podrien tenir lloc de manera habitual o puntual. Per exemple, seguiríem amb les connexions a les representacions de òpera i dansa del Circuit Català de Cinema Digital. També faríem events tals com presentacions o premiers de títols, presentacions de videojocs, maratons de cinema, sessions de vídeoclips, vídeoart, publicitat premiada a festivals, cinema a la fresca, etc.

Per a complementar la secció d'exhibició, especialment quan es tractés de pel·lícules i documentals, volem introduir el Cinefòrum. Es tractaria de convidar a professionals del sector, preferentment que tinguessin una relació directa amb la pel·lícula a projectar, que introduïssin aquesta i, un cop finalitzada, la comentessin amb el públic assistent.

El programa d'exhibició respon als objectius operatius:

- a (nova definició de centre cultural, integrat en el municipi i de referència del sector). Amb la introducció de totes aquestes variants d'exhibició de pel·lícules estem ampliant el ventall habitual dels cinemes o de les altres iniciatives que existeixen actualment. I no només abasta la pròpia exhibició si no que hi tenen cabuda altres events que impliquen les

relacions socials.

D'altra banda ens vinculem amb el territori perquè per a dur a terme aquests blocs d'exhibició comptem, d'una banda, amb les propostes de les diferents associacions, entitats i àrees de l'Ajuntament i d'altra, amb les suggerències i aportacions dels agents del municipi, i especialment, de la pròpia ciutadania.

Amb la creació d'un nou tipus de centre cultural especialitzat en el cinema, que ofereix diferents formes d'exhibició audiovisual, estarem contribuint a convertir-nos en un referent, per la novetat, per la qualitat de les propostes i per la participació de professionals en determinats actes.

2) Formació

Com hem anat comentat al llarg de la nostra exposició, pensem que per a que existeixi un interès i una demanda adequada de cinema d'autor cal que es dugui a terme una important feina de formació. És per això que el programa de formació d'Amics del Cinema és una de les seves prioritats.

Tindríem, d'una banda, el programa per a escoles i instituts que constaria de diferents cicles de cine amb un fil temàtic conductor, i que estaria reforçat amb materials didàctics i d'altres activitats. Aquest programa es podria adaptar per tal de dirigir-lo a altres col·lectius del municipi.

D'altra banda, estarien els cursets i tallers, que tindrien com a públic objectiu el conjunt de la ciutadania terrassenca. Història del cinema, llenguatge cinematogràfic, la literatura i el cinema i altres àmbits relacionats amb l'art del cinema serien el fil conductor d'aquests cursets, a través dels quals la gent aprendria a entendre millor el cine d'autor i esbrinaria els diferents aprenentatges pot obtenir a partir d'aquest.

El programa formatiu respon als següents objectius operatius:

- **a** (nova definició de centre cultural, integrat en el municipi i de referència del sector). Es tracta d'una de les branques més importants del nostre projecte, que contribueix a crear una nova definició de centre cultural especialitzat en cinema, no només com a una línia d'activitat més, si no també com a instrument per a aconseguir incrementar la futura demanda de cine d'autor. Formant a la ciutadania en el cinema d'autor, a més, estem vinculant a aquests al nostre projecte. També intentaríem fer participants els col·lectius, associacions i entitats de

Terrassa adaptant-nos als seus interessos i oferint-lis cursets especialment per ells.

És evident que la creació d'una secció dirigida a la formació i l'apropament dels ciutadans al cinema d'autor ens proporcionarà prestigi, donat que els experts consultats reclamen que és necessària aquesta política per tal d'assegurar el futur del cine d'autor.

3) Conferències i taules rodones

Amb l'objectiu d'aconseguir la màxima professionalització, i de contribuir a la formació dels terrassencs, seria interessant fer events tals com conferències i taules rodones, en els que experts del sector reflexionessin sobre temàtiques determinades d'interès i d'actualitat, sempre relacionades amb el cinema i l'audiovisual. Podrien realitzar-se de més i de menys especialitzats (és a dir, dirigits a un públic amb més o menys coneixements sobre el tema), i es podrien combinar amb projeccions i altres activitats (exposicions, jornades, etc).

El programa 3 es correspon amb l'objectiu operatiu:

- a (nova definició de centre cultural, integrat en el municipi i de referència del sector).

Introduïm una nova línia d'activitat que se suma a les esmentades per a aconseguir un centre de cine que abasteixi el màxim de possibilitats. En aquest sentit és molt positiu ésser un espai vinculat al municipi, ja que a Terrassa existeix una important xarxa de professionals de l'audiovisual amb els quals intentaríem comptar sempre que fós possible, com a co-organitzadors, ponents o assistents. D'altra banda, amb la participació de professionals de prestigi en les nostres conferències i taules rodones contribuïm a incrementar la qualitat de la nostra proposta per convertir-nos així en un centre de referència.

4) Museu i exposicions temporals

Ja hem vist que la localitat de Terrassa compta amb una tradició cinematogràfica important, de la qual es conserven diverses col·leccions de materials. Proposem fer un petit museu que reculli aquestes col·leccions. D'altra banda, pensem que podria existir un espai a on acollir exposicions temporals relacionades amb l'art del cinema i que tinguessin un component d'actualitat o "curiositat" que les fessin atractives pel gran públic. Pensem per exemple en les exposicions que tenen lloc actualment durant el Festival de Cine de Sitges (merchandising de Tiburon o d'Star Wars, elements de caracterització dels personatges de El Laberinto del Fauno, pòsters de cine de terror de sèrie B dels anys 30, etc.)

Amb aquest programa, estaríem responent a l'objectiu operatiu:

- a (nova definició de centre cultural, integrat en el municipi i de referència del sector).

L'element museístic suposa una activitat més que enriqueix el nostre centre de cine i afavoreix el seu caràcter lúdic. Per a proveir-nos per a la realització d'aquesta activitat, entre d'altres fonts, aprofitarem el patrimoni audiovisual (o relacionat amb l'audiovisual) que existeix a Terrassa i l'aproparem a la ciutadania. I, evidentment, el fet de comptar amb una col·lecció local i de poder acollir exposicions d'interès també col·laboren a aconseguir legitimar-nos com a centre de referència.

5) Mediateca

Entesa com a espai a on s'hi troben documents bibliogràfics i digitals referents al sector audiovisual en general i al cinema en particular, així com una extensa col·lecció de DVD de pel·lícules i altres creacions audiovisuals. Hi hauria un servei de préstec de llibres i DVD pels socis, i també s'instal·larien punts de visionat per poder reproduir els DVD al mateix espai.

La Mediateca respon als objectius operatius:

- a (nova definició de centre cultural, integrat en el municipi i de referència del sector).

Pensem que en un nou centre de cine, a on es troben tot tipus de recursos i serveis relacionats amb aquest àmbit no pot faltar una biblioteca-mediateca especialitzada. Integram la mediateca en el municipi en el sentit que hi hauria una secció especialitzada en la història cinematogràfica de Terrassa.

D'altra banda, la mediateca especialitzada en el cinema podria servir com a instrument per als terrassencs que desenvolupen la seva activitat en aquest sector, així com pels estudiants de les universitats i escoles de l'audiovisual. Seria un element més per a legitimar el centre.

6) Jornades

Sota aquest epígraf volem encabir aquells events, que sota una temàtica o amb un objectiu determinat tindrien lloc al centre Amics del Cinema durant un dia (o pocs dies). Aquest programa miraria de recollir també les propostes i interessos manifestats pels ciutadans terrassencs.

Trobaríem, per exemple, jornades dedicades a l'intercanvi de material cinematogràfic (per aficionats i col·leccionistes), jornades d'animació infantil (amb projeccions, tallers i activitats paral·leles), jornada de l'Anime (amb projeccions i activitats girant entorn del còmic i l'animació japonesa), etc.

Les Jornades es corresponen a l'objectiu operatiu:

- a (nova definició de centre cultural, integrat en el municipi i de referència del sector).

Amb les jornades es potencia l'element lúdic del centre, així com la seva filosofia d'estar oberts a la participació i a tot tipus de proposta. Es tracta d'un programa que donaria sortida a les suggerències dels ciutadans i col·lectius terrassencs, i que afavoriria la relació amb els diferents agents del territori.

Amb aquesta línia d'activitat també contribuiríem a esdevenir un centre de referència, ja que la idea és que la gent del territori quan pensi en cine i audiovisual, sigui en el format que sigui, pensi en Amics del Cinema.

7) Altres

En aquest programa recolliríem activitats que no han estat incloses en els programes anteriors. En la major part dels casos són serveis que no es podrien posar en marxa immediatament, però que pensem que seria ideal poder-les implantar en un futur.

- Web d'Amics del Cinema. Evidentment es crearia des d'un bon principi per a difondre la nova imatge i filosofia del centre i el seu programa (que s'actualitzaria regularment). A banda d'aquest contingut comunicatiu, que analitzarem més endavant, aquí ens interessa destacar que mica en mica s'anirien introduint serveis en línia: descàrrega de materials didàctics, cursos on-line, consulta del catàleg de la mediateca i a llarg plaç fins i tot possibilitat de convertir-se en una plataforma de visualització de pel·lícules on-line previ pagament.
- Edició de títols propis: revista especialitzada en el cinema d'autor i llibres sobre el sector (com fa ara la Filmoteca).
- Ludoteca: per a facilitar l'accés als nostres serveis de les persones amb dependències familiars, es podria considerar la possibilitat d'organitzar sessions en les que les mares o pares veiessin una pel·lícula (per exemple), mentre els seus fills realitzen activitats infantils també vinculades a l'audiovisual a una altra dependència. Caldria contractar el servei extern d'uns educadors infantils.

Aquest heterogeni bloc d'activitats pretén respondre als objectius operatius:

- a (nova definició de centre cultural, integrat en el municipi i de referència del sector).

Suposa la introducció de més activitats o seccions que complementen la oferta del nou centre. Determinades activitats, com la oferta de serveis on-line a través de la web i l'edició de títols contribuiria de manera important a que se'ns considerés un referent.

- **b** (millorar el coneixement i l'ús del centre per part de la ciutadania).

L'exemple del cas de la ludoteca seria una mostra de que volem ajudar a aquells col·lectius que tenen més dificultat per accedir als nostres serveis.

I a partir d'aquí trobem amb tota una sèrie de departaments o àmbits d'actuació, que si bé no es tradueixen directament en un servei concret al ciutadà, sí responen als objectius operatius. Tot i es desenvoluparan més àmpliament en posteriors apartats, els citarem a continuació per tal de justificar a quins d'aquests objectius es refereixen.

• **Remodelació de l'espai**¹⁵¹

Es realitzarien obres de modernització de l'actual local del Cinema Catalunya. Així mateix i donat que dit local no té possibilitats d'ampliació, es comptaria amb part de les dependències del Teatre Principal de Terrassa, ara en procés d'obres.

Amb aquestes reformes es respondria a l'objectiu operatiu:

- **b** (millorar el coneixement i l'ús del centre per part de la ciutadania).

Les obres no només contemplarien millores tècniques i infraestructurals, si no que també suposarien una modernització de l'espai, contribuint així a la creació d'una nova imatge del centre, necessària per atraure l'atenció dels ciutadans.

• **Establiment d'aliances amb els agents clau del territori**¹⁵²

Com hem anat veient, i analitzarem àmpliament més endavant, per a dur a terme la nostra activitat volem comptar amb la col·laboració dels principals stakeholders que hi ha a Terrassa, dins el sector de l'audiovisual (associacions i regidories de l'Ajuntament que organitzen events audiovisuals, entitats culturals, Parc Audiovisual, Escac, etc). Parlem aquí de col·laboracions creatives, d'aprofitar les sinèrgies existents.

Aquesta acció es correspon a l'objectiu operatiu:

- **a** (nova definició de centre cultural, integrat en el municipi i de referència del sector).

Amb aquestes aliances, estarem integrant-nos en la dinàmica del municipi, alhora que fem els agents locals partícips de la nostra activitat.

¹⁵¹ Veure apartat 6.1. "L'espai".

¹⁵² Veure apartat 6.3. "Aliances".

• **Polítiques de preu**¹⁵³

Introduïrem una extensa política de preus, que contempli els diferents col·lectius de la ciutat, així com la població en general, de manera que s'estigui afavorint l'assequibilitat dels nostres serveis.

Respondrem així a l'objectiu operatiu:

- **b** (millorar el coneixement i l'ús del centre per part de la ciutadania).

La ciutadania no s'enfrontarà a una barrera econòmica a l'hora d'accedir als nostres serveis, per tant, hem d'establir polítiques per ser més assequibles en aquest sentit.

• **Pla de comunicació**¹⁵⁴

Com veurem més tard, el pla de comunicació d'Amics del Cinema contempla, d'una banda, la creació d'una nova imatge de marca i la difusió d'aquesta (inclou accions de comunicació i de relacions públiques) i d'altra la comunicació contínua de la nostra programació al màxim de ciutadans.

El pla de comunicació respon als objectius operatius:

- **a** (nova definició de centre cultural, integrat en el municipi i de referència del sector). Per tal de convertir-se en un centre de referència, no només es tracta de fer les activitats i accions oportunes, sinó també de saber-les comunicar i difondre, en aquest cas a més caldria incloure els professionals i prescriptors i els mitjan de comunicació especialitzats.

- **b** (millorar el coneixement i l'ús del centre per part de la ciutadania).

A partir de les diverses accions de comunicació, moltes d'elles de proximitat, s'arribarà als diferents col·lectius terrassencs per tal de que coneguin com és el nou centre de cine i què s'hi fa en cada moment.

També es crearà una nova imatge gràfica pel centre, actual i atractiva, i es realitzaran accions comunicatives i actes de relacions públiques que transmetran un nou tarannà més obert i modern.

¹⁵³ Veure apartat 6.6.2. "Política de preus".

¹⁵⁴ Veure apartat 6.7. 2Pla de comunicació".

• Plà de finançament¹⁵⁵

El pla de finançament d'Amics del Cinema pretén ampliar i diversificar els recursos del centre (tant propis com externs) per tal de fer possible la iniciativa d'oferir tota una sèrie de serveis a uns preus assequibles.

Amb aquest pla, estarem responent als objectius operatius:

- **c** (diversificar les fonts de finançament).

A banda de trobar noves vies de finançament, buscarem la col·laboració privada per tal de fer-la particip així del nostre projecte i de les nostra missió.

6. MODEL DE GESTIÓ

6.1. L'espai

En realitzar l' anàlisi de la situació actual del Cinema Catalunya, la seva pròpia sots-directora ens va revelar la necessitat de remodelació de les seves instal·lacions. Aquesta necessitat encara es fa més palesa si, en el nostre projecte concret, ens proposem desenvolupar un procés de renovació i modernització del centre.

Les reformes passarien, d'una banda, per unes obres de reforma principalment de les sales d'exhibició però també de la resta dels actuals espais del Cinema Catalunya per tal d'aprofitar més les seves possibilitats. I d'altra banda, consistirien en una modernització tècnica, que es concreta en l'adaptació del Cinema a la tecnologia digital.

Però per engegar el projecte "Amics del Cinema" no només ens proposem millorar l'activitat que duu a terme el Catalunya, si no que, tal i com hem explicat detalladament a l'apartat 5.4. "Programes", volem oferir tota una sèrie de nous serveis i línies d'activitat. Per a què això sigui possible, no és suficient amb millorar les instal·lacions existents, si no que a més es fa necessari comptar amb un major espai. Tal i com s'ha comentat anteriorment, l'edifici a on està situat actualment el Cinema Catalunya no permet una ampliació¹⁵⁶, motiu pel qual ens veiem obligats a buscar un espai alternatiu. Va ser el propi regidor d'Imatge i Comunicació de l'Ajuntament de Terrassa (regidoria de la qual depèn el Cinema Catalunya) que

¹⁵⁵ Veure apartat 6.5.2. "Fonts de finançament".

¹⁵⁶ Veure apartat 4.1. El Cinema Catalunya

comptéssim amb el Teatre Principal de la mateixa localitat, equipament que en aquests moments està en obres i que estarà llest a principis del 2011.

Doncs bé, passarem a continuació a detallar en què consisteixen els diferents procediments de reforma i millora i amb quins espais comptarem finalment.

Com ja s'ha explicat anteriorment, en descriure l'actual situació del Cinema Catalunya, l'edifici on aquest s'ubica data del 1.916 i té un valor patrimonial important (tant la seva façana com el seu interior són d'una gran bellesa). El local del Cinema Catalunya consta de quasi 750 metres quadrats¹⁵⁷. Per a dur a terme el nostre projecte, pensem que és necessari realitzar una sèrie de millores en aquest espai, però sense perdre aquest element "d'autenticitat" que li reporta la seva antiguitat. Concretament, pretenem fer les següents intervencions en el local del Cinema¹⁵⁸:

- 1- Subdivisió de les actuals dues sales del cinema en quatre. Si ara la sala 1 té capacitat per a 418 persones, d'aquesta en sorgirien dues, una per a 250 persones i una altra per 140. La sala 2, en el pis superior (amb 184 places), donaria lloc a dos sales més, per a 88 persones cada una. Així, passaríem d'una capacitat total actual de 602 places a una futura de 566.

Tot i perdre gairebé una quarantena de butaques, aquesta subdivisió ens permetria, d'una banda, tenir una major rotació de les pel·lícules d'estrena (demanda actual del públic i que ajudaria a rendibilitzar millor els espais) i d'altra, fer conviure les estrenes amb la resta d'activitats d'exhibició (fins ara les activitats es fan només als matins laborables i les tardes de dilluns i dimarts, nosaltres apostaríem per fer tant activitats com estrenes durant tota la setmana).

- 2- El local del Cinema Catalunya té pocs espais diàfans i molt departaments i petits espais desaprofitats. A més, compta amb dos serveis, un a la planta primera i un altre a la segona, amb l'espai per a dones i per a homes separat en els dos casos. Tampoc es fa servir l'entrada secundària al recinte. I els accessos a minusvàlids són molt precaris.

Ens plantegem per tant unes obres que permetin crear més espais oberts,

¹⁵⁷ Veure detall de la distribució actual del Cinema Catalunya a la taula 23, de l'apartat 4.1. "El Cinema Catalunya".

¹⁵⁸ Veure plànol del Cinema Catalunya amb anotacions a l'annex.

eliminar les dependències innecessàries i implantar-ne aquelles que ara no existeixen. Així, eliminaríem parets en aquells espais a on fós possible, suprimiríem els lavabos del pis superior i ampliaríem i modernitzaríem els de la planta primera. També faríem les adaptacions necessàries per a facilitar l'accés a les persones minusvàlides.

Els nous espais diàfans s'aprofitarien per exemple, per a instal·lar col·leccions dels artistes de cine i col·leccionistes terrassencs, o altres elements del patrimoni audiovisual de Terrassa. També pensem que fóra bo ampliar l'espai d'oficines per a intentar ubicar el màxim del personal del Cinema al seu propi local.

- 3- Modernització: ens referim a una reforma superficial per tal d'actualitzar el seu estil. Passaria, per exemple, per un canvi de mobiliari, pintura, il·luminació, senyalització, etc.
- 4- Per últim, tenim la introducció de millores tècniques. Actualment el cinema compta amb equipament d'imatge (analògica) i de so per a dues sales. Caldria equipar també les dues noves sales, alhora que adaptem l'espai al cinema digital. En una primera fase, pensem que es podrien adquirir dos projectors digitals, a banda de dos nous equips de so. Per a dur a terme aquestes millores tindrem en compte les subvencions que ofereixen les administracions (la nova Llei del Cinema també contempla un pla d'ajuda en aquest sentit). En una segona fase s'hauria de pensar en adquirir dos projectors més de cinema digital, de manera que les quatre sales estarien preparades per a l'exhibició de títols en aquest format.

Per a dur a terme les reformes estructurals i tècniques al Cinema Catalunya hem elaborat el següent pressupost orientatiu¹⁵⁹:

Concepte	Preu (en euros)
-----------------	------------------------

¹⁵⁹ Es tracta de xifres aproximades. Font: conversa amb l'arquitecte terrassenc, coneixedor del Cinema Catalunya i que habitualment realitza obres de reforma en equipaments públics, Lluís Satorras i amb els proveïdors de tecnologia per a sales de cinema Kelonik: <http://www.kelonik.com/>.

Reformes del Cinema Catalunya	1.800.000
Renovació de les butaques, il·luminació i mobiliari del cinema	200.000
2 Equips de projecció digital (inclou instal·lació)	140.000
2 Equips de sò Dolby Surround (inclou instal·lació)	80.000
TOTAL	2.220.000

Taula 28: Pressupost reformes Cinema Catalunya.

El Teatre Principal, per la seva banda, també està ubicat en un edifici singular¹⁶⁰ i molt cèntric¹⁶¹, en aquest cas, del 1.911. Les seves obres de reforma¹⁶², el projecte de les quals ha estat dissenyat per Xavier Fabré i Lluís Dilmé, autors, entre altres, de la reconstrucció del Gran Teatre del Liceu de Barcelona, volen fer possible portar a la ciutat espectacles teatrals que, per les seves característiques, no es poden representar als escenaris actuals. Però, a banda de les arts escèniques, el regidor d'Imatge i So, Jordi Ballart, va confirmar que en aquest amb el nou Teatre també es vol donar cabuda a tot tipus d'iniciatives culturals, de manera que es puguin aprofitar al màxim els diversos espais amb els que es comptarà.

No hem pogut accedir als plànols detallats¹⁶³ del futur Teatre, però segons hem pogut saber¹⁶⁴, amb la remodelació aquest equipament tindrà una superfície total de 4.530m². Comptarà amb una sala principal amb un aforament de 660 espectadors i una sala polivalent, situada sota de la cúpula original de l'edifici, amb 100 butaques. Quant a la seva distribució per plantes, a la planta baixa hi haurà l'accés principal del públic, el vestíbul i els accessos a la sala principal. A la primera planta hi haurà el bar i a la segona, la sala

¹⁶⁰ El Teatre Principal està inclòs en el catàleg de patrimoni històric i artístic del municipi.

¹⁶¹ Es troba a cinc minuts a peu del Cinema Catalunya. Veure ubicació d'ambdós equipaments al mapa 5 de l'annex.

¹⁶² Les obres de reforma del Teatre Principal ascendeixen a un cost total de 10,5 milions d'euros, quantitat aportada per l'Ajuntament de Terrassa i per la Generalitat de Catalunya. Font:

http://www.vilaweb.cat/www/elpunt/noticia?p_idcmp=2228585

¹⁶³ Hem trobat força reticència per part de l'Ajuntament de Terrassa per a facilitar-nos informació sobre les obres de reforma del Teatre. Sí comptem, però, amb alguns esbossos. Es poden veure a l'annex.

¹⁶⁴ Fonts: Webs de l'Ajuntament de Terrassa:

http://www.terrassa.cat/Front/final/_YJxQFCKYh8zIVom9DTeOXuqx2SaHyUBUdmVFne7d_WKp0s9qQ8_5nPCc671cv4J,

<http://gmut.terrassa.org/index.asp?idgrupo=2&idmenu=1&idmenuit=1&idsubmenuit=25&pagina=pepri001.htm#>, web dels arquitectes encarregats de l'obra: http://www.dilme-fabre.cat/terrassa.html#images/terrassa/terrassa_01.jpg, premsa:

http://www.vilaweb.cat/www/elpunt/noticia?p_idcmp=2228585,

<http://www.terrassa.cat/ca/notices/el-teatre-principal-estara-enllestit-al-2011-1203.php>, Wikipedia:

http://ca.wikipedia.org/wiki/Teatre_Principal_%28Terrassa%29,

polivalent. També hi haurà altres dependències, com la torre escènica, l'àmbit dels actors i els espais i serveis de públic i personal.

És en els espais destinats a ubicar el vestíbul i especialment, a la sala polivalent, a on pensem el nostre projecte pot encaixar, organitzant-hi events, conferències, i exposicions (fins i tot al bar es podrien instal·lar certes exposicions, per exemple de cartells de cinema). Tampoc descartem fer ús de la sala principal en el cas d'algun gran festival o event molt destacat. D'altra banda, existeix un edifici contigu, també propietat de l'Ajuntament, a on, segons ens van dir els propis arquitectes¹⁶⁵, hi volen instal·lar despatxos i oficines. Proposem que es reservi una part d'aquest espai per a ubicar la nostra mediateca i també per establir les aules a on podrien tenir lloc, entre d'altres activitats, les classes i tallers sobre cinema.

6.2. Forma jurídica

En l'apartat 4 "Antecedents", explicàvem que el Cinema Catalunya no és una entitat independent, si no que forma part d'una empresa municipal anomenada Societat Municipal de Comunicació de Terrassa (SMCT)¹⁶⁶. Aquesta societat és l'encarregada de la gestió del servei públic de televisió, i de ràdio local, de la gestió del Cinema Catalunya, i de la promoció, producció i explotació de qualsevol activitat relacionada amb la informació, la comunicació i la publicitat.

El Cinema Catalunya, però, compta amb les seves pròpies instal·lacions i una part del personal exclusiu, però no funciona de manera autònoma. Entre d'altres aspectes, comparteix amb la SMCT una part del seu personal, els Estatuts que el regeixen i els seus òrgans de govern.

En el nostre cas, en plantejar-nos la forma jurídica del centre Amics del Cinema, havíem de tenir en compte una sèrie de paràmetres:

1- Que fós un centre municipal. Al menys de moment, és necessari comptar amb el suport de l'administració local, donat que volem establir una sèrie de polítiques per tal d'arribar al màxim de la població (polítiques de preu, de comunicació, de programació, etc), en un

¹⁶⁵ Es va mantenir una conversa telefònica amb el despatx Dilmé & Fabré per tal d'obtenir més dades sobre el futur teatre.

¹⁶⁶ Veure apartat 3.1.4. "Terrassa: el sector audiovisual"

municipi a on encara no existeix prou demanda de cinema d'autor.¹⁶⁷

No es descarta, en un futur, poder formar una corporació mixta (per exemple, un consorci) per tal de guanyar una certa independència de l'Ajuntament i de fer partícips a altres entitats o organitzacions de la nostra tasca d'una manera més important.

2- Ser autònoms de la SMCT i configurar-nos com a una entitat municipal independent. Tot i que ens plantejàvem aquest com un objectiu prioritari, per a poder comptar el més aviat possible amb un major poder de decisió i d'autogestió, ens adonem que potser de moment no és el més indicat. Ens trobem en una època difícil i la creació d'Amics del Cinema ja suposaria una despesa important per part de l'Ajuntament, per això decidim posposar aquesta possible independització per més endavant.

3- Comptar amb l'aportació de patrocinadors privats. En aquest sentit, ens havíem d'assegurar que el nostre format jurídic ens ho permetria i com a empresa municipal, no ens suposa cap problema¹⁶⁸.

4- Comptar amb les subvencions d'altres entitats públiques, la qual cosa tampoc és incompatible amb el fet de formar part d'una societat municipal.

D'aquesta manera, decidim seguir amb el mateix format de "departament" o subdivisió d'una empresa municipal. És per això que volem aprofundir una mica més en el concepte d'**empresa municipal** (o societat municipal de capital públic). A la web de l'Ajuntament de Terrassa trobem el següent:

"En la seva qualitat d'Administració pública de caràcter territorial, l'Ajuntament té potestats reglamentàries i d'auto-organització en l'àmbit de les seves competències. Per a la gestió directa dels serveis, la corporació s'organitza en organismes autònoms municipals i en societats municipals de capital públic. Aquests ents estan dotats dels estatuts corresponents i tenen la mateixa personalitat jurídica i plena capacitat per al compliment del seus fins."¹⁶⁹

Una altra definició que trobem a partir de la consulta a través d'Internet és que "una empresa

¹⁶⁷ Com dèiem a la conceptualització, el nostre és un projecte amb un important component "d'inversió" de futur.

¹⁶⁸ Tot i que actualment la SMCT és de capital 100% municipal, una empresa municipal pot tenir fins a un 50% d'accions en mans de tercers.

¹⁶⁹ Font: <http://www.terrassa.cat/Front/ancores/RxaqwJ-pK8bvtstfOsE2laNdo2kObWG2WUzWI5i8kT7FF0FMLLq0TAq>

municipal és l'empresa pública en la que al menys el 50% de les seves accions són de propietat d'un municipi i en les que les seves activitats s'enquadren en sectors amb una utilitat pública."¹⁷⁰

Els propis Estatuts¹⁷¹ de la Societat Municipal de l'Ajuntament de Terrassa ens indiquen que, efectivament, es tracta d'una societat mercantil amb capital íntegrament municipal, per a la prestació, en règim de gestió directa, dels serveis i les activitats que s'indiquen a l'article quart del mateix text, d'acord amb el que s'estableix a la legislació reguladora de règim local. En conseqüència, la seva actuació s'ajusta a aquests Estatuts, i subsidiàriament, a la legislació que li és d'aplicació.

En concret, la Societat es regeix per l'ordenament jurídic privat, per tant, els contractes i relacions amb tercers tenen caràcter mercantil. No obstant això, ha d'adaptar els seus procediments de funcionament intern i l'adopció d'acords a les pròpies de societats de capital íntegrament públic, tal i com està previst a la normativa de règim local. Així, els actes en matèria contractual resten subjectes a les previsions de la normativa de contractes del sector públic, els actes de coordinació amb l'Ajuntament de Terrassa, a les normes de dret administratiu i la gestió i prestació de serveis públics, a les normes reglamentàries dels referits serveis.

També volem fer referència a un programa que ens podria interessar també en un futur, i és el de la futura aparició de la **Xarxa Concertada de Pantalles Cinematogràfiques de Catalunya** que preveu la nova Llei del Cinema¹⁷². Aquesta xarxa, que té com a objectiu fomentar la difusió i la promoció de les obres i de la cultura cinematogràfica (art. 39), s'ha d'integrar per totes aquelles sales d'exhibició cinematogràfica, públiques i privades, que voluntàriament s'hi adhereixin mitjançant convenis de col·laboració estable amb la Generalitat de Catalunya per complir les finalitats de programació establertes a l'article 25¹⁷³.

¹⁷⁰ Font: <http://asgconsultores.com/diccionario/letra/e.htm>

¹⁷¹ Font: http://www.diba.cat/cido/cido_r_ajuntamentsn.asp?lne=08279

¹⁷² Font: contingut de la nova Llei del Cinema.

¹⁷³ Article 25 de la nova Llei del Cinema:

La Xarxa Concertada de Pantalles té per objecte la programació preferent de llargmetratges i curtmetratges cinematogràfics:

a) Produïts a Catalunya, preferentment en versió original catalana o occitana en la seva variant aranesa.

b) Produïts a la Unió Europea, en versió original subtitulada al català, si la versió original no és en una llengua cooficial a Catalunya.

c) Produïts en països de fora de la Unió Europea, d'interès cultural i artístic, en versió original subtitulada al català, si la versió original no és en una llengua cooficial a Catalunya.

La Xarxa Concertada de Pantalles s'ha de dotar del fons de foment de l'exhibició previst a l'article 37 de la mateixa, l'objectiu del qual és enfortir i modernitzar les sales d'exhibició cinematogràfica de Catalunya i corregir les eventuais distorsions per raons lingüístiques o culturals es produeixen al mercat. Quant als criteris d'atorgament d'aquest fons, trobem que primaran els següents aspectes:

Article 38:

- a) El foment de l'exhibició d'obres cinematogràfiques en versió original catalana.
- b) El foment de l'exhibició d'obres cinematogràfiques produïdes a Catalunya en qualsevol llengua.
- c) El foment de l'exhibició d'obres cinematogràfiques estrangeres doblades o subtitulades en català.
- d) El suport als processos d'adaptació tecnològica.

Article 40:

- a) L'atracció de nous públics a les sales d'exhibició i, especialment, públic infantil i juvenil.
- b) La difusió de la cultura cinematogràfica a Catalunya a través de la xarxa de cineclubs i d'altres entitats de caràcter no lucratiu.
- c) L'equilibri territorial de l'oferta cinematogràfica.
- d) La presència de la indústria cinematogràfica catalana i les obres cinematogràfiques produïdes a Catalunya.
- e) La difusió i promoció de la cultura cinematogràfica d'abast internacional.
- f) El foment de la difusió i promoció d'obres cinematogràfiques l'autoria, direcció o producció de les quals correspongui a dones.

Així, trobem que la nostra missió i la nostra filosofia encaixen prou bé amb la definició de les integrants de la Xarxa. No només quant a la programació a exhibir, si no que la Llei fins i tot preveu crear un fons per a ajudar a la modernització de les sales (fons que aniria molt bé com a suport als nostres projectes de millora). Sense tenir més informació sobre la seva implantació i sobre altres aspectes complementaris no volem aventurar-nos a fer més suposicions sobre la possibilitat de formar-ne part, però està clar que, un cop establert el programa de creació de dita Xarxa, seria de vital importància estar-ne pendents per a l'eventual adscripció del nou espai de cine que estem projectant.

6.3. Aliances

En conceptualitzar el projecte Amics del Cinema teníem molt clar que un dels aspectes imprescindibles per a aconseguir que el centre s'integrés en el territori i assegurés així la seva perdurabilitat era establir una sèrie d'aliances amb els actors clau o stakeholders. Al mateix temps, aquesta vinculació respon a la voluntat d'esdevenir un centre de proximitat, amb l'objectiu final de que la nostra activitat arribi d'una manera més efectiva a la ciutadania.

No estem parlant aquí de col·laboracions en termes econòmics, si no més aviat d'aprofitar les sinergies entre els agents existents per a treure'n el màxim profit. Pensem que és imprescindible explotar aquest aspecte, més encara si tenim en compte que Terrassa és una ciutat rica en entitats culturals en general, i audiovisuals en particular, conseqüència del passat històric de la ciutat en aquest sentit i de la nova política estratègica municipal d'especialització en el sector audiovisual que ha donat lloc a la creació de nombroses institucions públiques i privades i que també n'ha atret de ja existents.

D'entre els principals stakeholders que existeixen a la ciutat de Terrassa en relació al sector audiovisual i amb els quals hauríem d'establir xarxes de col·laboració, destaquem els següents:

1. Entitats i associacions que organitzen activitats relacionades amb el cinema. Es tractaria sobre tot d'aquelles entitats culturals que han hereditat l'antiga tradició cineclubística terrassenca. Les més importants són: Amics de les Arts i Joventuts Musicals de Terrassa¹⁷⁴, La Societat Coral Joventut Terrassenca ("Coro Vell")¹⁷⁵ i Pedagogia de l'Espectacle¹⁷⁶
2. Entitats, associacions i organitzacions que duen a terme activitats socials i culturals, com serien Jazz Terrassa¹⁷⁷ (Club de Jazz d'Amics de les Arts i Joventuts Musicals de Terrassa, organitzadors del Festival de Jazz de Terrassa), centres cívics, casals culturals, agrupacions i associacions de col·lectius determinats, etc.
3. Regidories de l'Ajuntament de Terrassa, especialment aquelles que formen part de l'Àrea

¹⁷⁴ http://www.amicsdelesarts-jimm.cat/index.php?option=com_content&view=article&id=65&Itemid=90, veure apartat 3.1.5.2. "La oferta cinematogràfica de Terrassa".

¹⁷⁵ <http://www.corovell.cat/main.html?src=%2F>, veure apartat 3.1.5.2. "La oferta cinematogràfica de Terrassa".

¹⁷⁶ <http://www.torredelpalau.org/portadapedagogia.htm>, veure apartat 3.1.5.2. "La oferta cinematogràfica de Terrassa".

¹⁷⁷ <http://www.jazzterrassa.org/>

de Serveis a les Persones i de l'Àrea d'Acció Social i Drets Civils, i que tradicionalment han organitzat diverses activitats culturals (incloent-hi de relacionades amb el cinema), per tal de transmetre missatges determinats, conscienciar la població de problemes determinats i cohesionar-la. Trobem especialment importants per a establir sinergies amb la nostra activitat les regidories de:

- Cultura (no oblidem que a Terrassa l'àmbit del cinema pertany a la regidoria d'Imatge i Comunicació). A banda de les sinèrgies evidents amb la resta de manifestacions culturals, és la regidoria responsable del Teatre Principal, per tant haurem de mantenir una molt bona relació i dins del possible, mirar d'establir accions conjuntes.
- Joventut, que entre d'altres iniciatives organitza any rere any l'exitós festival Baumann¹⁷⁸.
- Promoció de la Gent Gran.
- Polítiques de Gènere.
- Medi Ambient.
- Solidaritat i Cooperació Internacional.
- Patronat Municipal d'Educació (amb qui haurem de coordinar el nostre programa educatiu).
- Ciutadania i Drets Civils (inclou les polítiques d'acollida i integració a immigrants).

4. Societat Municipal de Comunicació de Terrassa¹⁷⁹, per motius evidents (de moment seguirem compartint recursos, la qual cosa ens obliga a treballar colze a colze, i a més controlen els serveis de comunicació audiovisual i digital del municipi).

5. Parc Audiovisual¹⁸⁰. Com s'ha comentat anteriorment, el Parc Audiovisual és un complex industrial que aglutina diversos serveis audiovisuals i allotja empreses del mateix sector. De cara al nostre centre no només es poden aprofitar els seus recursos, si no que a més, aprofitant la seva manca de desenvolupament de la branca d'exhibició es poden establir projectes conjunts. Les col·laboracions s'establirien tant amb les oficines centrals, de propietat municipal, com amb les empreses ubicades a les seves instal·lacions.

6. Centres de formació en el camp audiovisual, especialment amb l'Escac¹⁸¹.

7. D'altra banda ens interessa establir una major relació amb altres entitats que no són de Terrassa, com seria la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya. No ens conformaríem amb programar en el seu nom (tal i com es fa ara al Cinema Catalunya), si no que intentaríem aprofitar les nostres sinergies per compartir recursos o activitats.

¹⁷⁸ <http://www.festivalbaumann.com/>, veure apartat 3.1.5.2. "La oferta cinematogràfica de Terrassa".

¹⁷⁹ <http://www.terrassadigital.cat/smc/>, veure apartat 3.1.4. "Terrassa: el sector audiovisual",

¹⁸⁰ <http://www.parcaudiovisual.cat/>, veure apartat 3.1.4. "Terrassa: el sector audiovisual".

¹⁸¹ <http://www.escac.es/cat/>, veure apartat 3.1.4. "Terrassa: el sector audiovisual".

8. També pensem que és molt important intentar establir contacte amb les entitats organitzadores d'altres festivals audiovisuals catalans d'interès. De la mateixa manera que el Festival de Cine Gay i Lèsbic¹⁸² té en el Cinema Catalunya la seva segona seu, també es podrien establir vincles amb d'altres com l'In-Edit¹⁸³, l'Alternativa¹⁸⁴ o el nouat Cinemart¹⁸⁵.

El tipus de col·laboració que proposem consistiria en una de les següents possibilitats:

- Creació d'activitats, events o jornades de manera conjunta. Per exemple aprofitant la celebració del Festival de Jazz es podrien organitzar cicles de pel·lícules o documentals relacionats amb el jazz, o bé fer també cicles temàtics amb els diferents departaments de l'Ajuntament. També valdria la pena aprofitar les sinergies amb l'Escac per a desenvolupar una iniciativa comú, com podria ser la realització d'un nou festival.
- Realització de les activitats organitzades per les entitats mencionades a les nostres instal·lacions, i dins del possible, intentar involucrar-nos.
- Establir acords de col·laboració per a fer ús dels recursos d'aquests agents. Per exemple, es podria fer un taller de gravació de curts amb la possibilitat de desenvolupar els aspectes pràctics a les instal·lacions del Parc Audiovisual, o bé intentar que professors de l'Escac impartissin classes al nostre centre.
- Col·laboracions complementàries en actes determinats, com per exemple que els professionals de la SMCT realitzessin entrevistes als nostres experts en cine convidats, entrevistes que es podrien difondre pels mitjans de les diverses plataformes que configuren aquesta societat.
- Realització d'activitats en paral·lel. Parlàvem abans d'esdevenir seu de festivals de renom, com també hem mencionat que es podria mantenir una col·laboració més "profunda" amb la Filmoteca de la Generalitat (fent cicles al mateix temps, "compartint" convidats o exposicions¹⁸⁶, etc).

6.4. Organigrama i recursos humans

En l'anàlisi del Cinema Catalunya vam mostrar una relació del seu personal¹⁸⁷. Recordem que es tractava d'un equip de 11 persones en total, de les quals 5 treballaven exclusivament

¹⁸² www.barcelonafilmfestival.org,

¹⁸³ <http://www.in-edit.beefeater.es/webapp/>

¹⁸⁴ <http://alternativa.cccb.org/2010/es/>

¹⁸⁵ <http://www.cinemart.cat/>

¹⁸⁶ Quan la Filmoteca inauguri el seu nou local, en els primers mesos del 2011, comptarà amb una sala per exposicions.

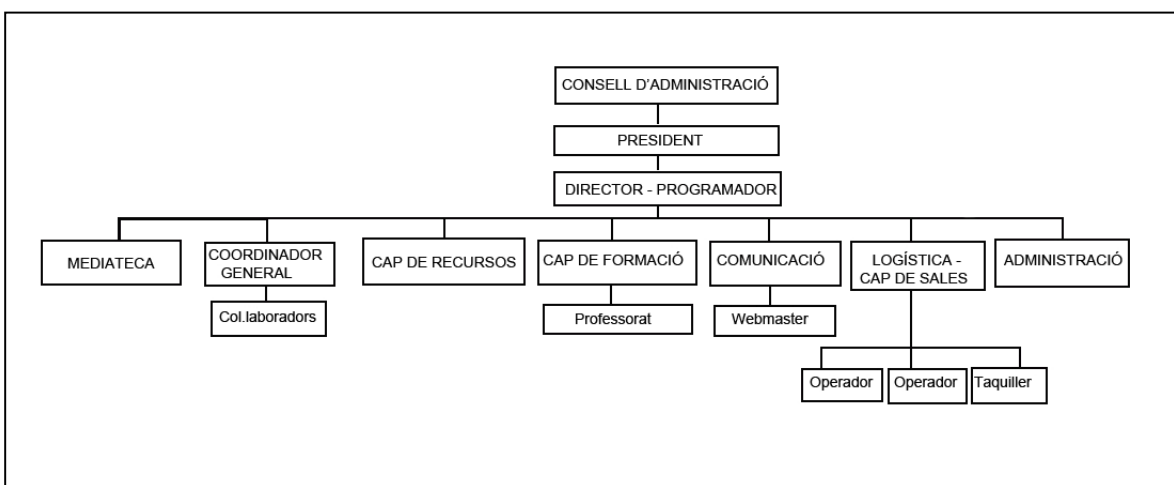
¹⁸⁷ Veure apartat 4.1. "Cinema Catalunya".

pel propi cinema, mentre les 6 restants es compartien amb la resta de departaments de la SMCT.

Nosaltres proposem una ampliació de la plantilla, alhora que apostem perquè la major part d'aquest personal sigui exclusiu del Cinema. Es tractaria de formar un veritable equip, que treballi en un mateix espai (de l'actual equip de gestió, només la sots-directora està ubicada en el local propi) i que comparteixi uns mateixos objectius i filosofia. Pensem que és important que s'afavoreixi la creació d'una cultura organitzativa pròpia, que així mateix, generaria un ambient de treball més cohesionat i motivador. Els nostres objectius prioritaris en fer aquesta proposta, però, són tenir més autonomia respecte la SMCT i d'altra banda, aconseguir una major professionalització i especialització dels diferents càrrecs.

És cert que l'ampliació de personal es fa imprescindible per la nostra voluntat d'oferir un major número de serveis i activitats, però al mateix temps ens proposem racionalitzar els recursos humans del Catalunya, per això desapareixen certs perfils i se'n fusionen d'altres. Amb això no volem dir que es despatxaran els actuals treballadors del Cinema Catalunya, està clar que són persones competents, que poden seguir formant part del projecte. Pensem que s'hauria de fer un estudi, cas per cas, per saber quines funcions pot desenvolupar cada persona i com aprofitar millor les seves capacitats, la qual cosa avui es fa difícil segurament per excés de feina i per acumulació de tasques de diferents disciplines i organitzacions. En definitiva, es tractaria de comptar amb un personal més professionalitzat i especialitzat, que tingui capacitat per treballar en equip i que posseeixi una major motivació per tirar endavant un projecte comú.

Així, ens trobaríem amb el següent organigrama:



Taula 29: Organigrama Amics del Cinema.

En primer lloc, comentar que tant el Consell d'Administració com el president, seguirien sent-ho tant del Cinema Catalunya com de la resta de la SMCT. Tal i com passa actualment, les seves tasques són més aviat simbòliques i/o puntuals (de fet, són persones que ocupen altres perfils dins el propi Ajuntament de Terrassa. Per exemple, el president de la Societat és el propi alcalde). En la nostra posterior proposta de retribucions no tindrem en compte aquestes figures perquè considerem que els seus sous no han de anar a càrrec del pressupost del Cinema.

En segon lloc i en referència a l'anterior estructura del Cinema Catalunya, englobem els rols de "gerent" i "sots-director" en un de sol: el de director. El motiu és perquè pensem que Amics del Cinema ha de comptar amb una figura que tingui la capacitat de dirigir i gestionar l'equipament, alhora que pot prendre les decisions oportunes. L'actual funcionament, que obliga que el gerent (que també ho és de la resta de la SMCT) hagi de donar el seu vist-i-plau a gran part de les gestions és un obstacle pel bon ritme d'activitat del centre.

Al mateix temps, el director serà també el programador. En aquest sentit serà necessari que sigui una persona amb uns coneixements destacats sobre el cinema d'autor i/o una experiència específica com a programador en algun espai. El motiu és perquè pensem que és imprescindible, tant per la professionalització del centre com per a la seva adquisició de prestigi (especialment entre els canals especialitzats i entre els professionals), que el màxim responsable de la gestió i la programació sigui un expert en la matèria.

Procedirem ara a fer una relació dels principals llocs de treball, amb les funcions que haurà de desenvolupar cada un i les habilitats necessàries per dur-les a terme:

- Director i programador

Funcions: Desenvolupar la gerència de l'activitat del centre. Supervisar la bona gestió de tots els departaments. Cap visible de la organització, ha de conèixer el seu dia a dia, mantenir la relació amb els clients i col·laboradors, etc.

També assumiria les tasques de "director artístic": decidiria la programació de les sales, dels cinefòrums, dels cicles i el contingut de les exposicions i altres activitats. Així mateix, podria moderar dits cinefòrums i les conferències amb professionals.

Habilitats:

- Formació: estudis superiors en un àmbit relacionat, idiomes i informàtica a nivell d'usuari.
- Especialista en l'àmbit del cine, preferiblement tenir experiència prèvia com a programador

i/o crític.

- Experiència com a director en altres entitats o si més no que hagi tingut al seu càrrec un equip de persones.
- Capacitat de lideratge, capacitat de comunicació.
- Seguretat, credibilitat.
- Ha de ser exigent però també educat, comprensiu i pacient.
- Visió estratègica i recursos per a solventar problemes i imprevistos.
- Positiu i ambició

- Coordinador general

Funcions: Coordinar l'activitat dels diferents departaments de l'entitat i facilitar la seva interacció. Controlar els timings, la ocupació d'espais, supervisar les contractacions de col·laboradors externs per a la realització d'activitats concretes (per exemple comissaris per les exposicions o professionals per les conferències).

Habilitats:

- Formació: estudis superiors en un àmbit relacionat, idiomes i informàtica a nivell d'usuari
- Experiència provada en càrrec similar
- Es valorarà tenir coneixements sobre cinema
- Habituat a treballar en equip
- Responsable i treballador
- Capacitat organització i coordinació
- Resolutiu
- Positiu

- Cap de recursos

Funció: Gestió de les fonts de finançament pròpies (polítiques de preu, abonaments, promocions i lloguer d'espais) i de les externes (recerca de subvencions, col·laboracions, patrocinis, etc).

Habilitats:

- Formació: estudis superiors en un àmbit relacionat, idiomes i informàtica a nivell d'usuari
- Es valorarà experiència en càrrec similar
- Coneixements de comunicació i relacions públiques
- Habilitats de comunicació i comercials
- Educad, "diplomàtic" i pacient
- Capacitat de negociació

- Habilitat per a gestionar documents administratius

- Encarregat mediateca

Funcions: Responsable de totes les gestions que s'hagin de realitzar en referència a la mediateca, com serien adquisició, catalogació i col·locació de materials del catàleg, control dels préstecs, execució i control de l'adhesió de socis, etc. Sobretot per a l'adquisició de nou material, la seva feina seria supervisada del director.

Habilitats:

- Formació: estudis superiors, preferiblement en biblioteconomia, idiomes i informàtica a nivell usuari
- Es valorarà experiència
- Es valorarà tenir coneixements sobre cinema
- Responsable i treballador
- Capacitat d'organització i coordinació

- Cap de formació

Funcions: Elaboració del programa educatiu i dels materials didàctics. També s'encarregaria del plantejament de cursos, elaboració d'horaris, contractació de professorat, relació amb els alumnes, etc. Treballaria colze a colze amb el director-programador.

Habilitats:

- Formació: estudis superiors, preferiblement relacionats amb la docència, idiomes i informàtica a nivell usuari
- Es valorarà experiència en la docència o en l'elaboració de materials docents
- Es valorarà tenir coneixements sobre cinema
- Responsable i treballador
- Capacitat d'organització i coordinació
- Resolutiu

- Comunicació

Funcions: La persona d'aquest departament s'encarregaria de tot el relacionat amb la comunicació de l'entitat, tant a nivell d'elaboració de continguts i difusió dels mateixos, com organització de rodes de premsa, events i actes de relacions públiques. Hauria de mantenir una relació fluïda amb els agents clau del sector audiovisual¹⁸⁸ així com amb les entitats i

¹⁸⁸ Veure apartat 6.3. "Aliances".

associacions representants de la ciutadania.

Habilitats:

- Formació: estudis superiors en l'àmbit de la comunicació (periodisme, publicitat o similar), idiomes i informàtica a nivell d'usuari
- Experiència provada en càrrec similar
- Imaginatiu i amb coneixements sobre les diferents alternatives comunicatives que existeixen avui dia
- Gran capacitat de comunicació i amb facilitat de relació amb tot tipus de receptor
- Habituat a treballar en equip
- Responsable i treballador

- Logística i cap de sala

Funció: S'encarregaria de tot allò relacionat amb la logística del centre, incloent-hi la supervisió del manteniment de les instal·lacions. Seria el responsable del treball dels operadors, així com de la persona encarregada de la taquilla. D'altra banda, seria el cap de sala, de manera que hauria de controlar el flux d'espectadors a les diferents projeccions.

Habilitats:

- Formació: idiomes castellà i català
- Experiència en càrrecs similars
- Responsable, bona disposició, treballador
- Capacitat de coordinació i ser resolutiu

- Operadors

Funció: encarregats de les projeccions cinematogràfiques.

Habilitats:

- coneixements tècnics necessaris i experiència prèvia

- Taquiller

Funció: control de taquilla i venda de les entrades.

Habilitats:

- Responsable, bona disposició, treballador

- **Administració**

Funció: realització de totes les tasques relatives a l'administració del centre. Tindria relació amb quasi tots els departament, especialment amb direcció, coordinació i cap de recursos. En aquest cas es podria seguir compartint el desenvolupament d'aquest càrrec al Cinema i a la resta de la SMCT.

Habilitats:

- Formació: estudis administratius, idiomes, informàtica a nivell usuari.
- Experiència en càrrec similar
- Responsable i treballador

Aquestes persones conformen els recursos humans estables o fixes d'Amics del Cinema. A banda comptaríem amb col·laboradors externs, amb els que s'intentaria mantenir una relació el més "fidel" possible, de manera que, tot i no formar part de l'equip del centre, també s'hi sentin involucrats en el projecte. Dins aquesta modalitat, tindríem, entre d'altres, els següents càrrecs:

- Professorat, per a impartir les classes, tallers i cursets. No es descarta que aquests professionals vinguin d'altres entitats col·laboradores, com per exemple l'Escac, Pedagogia de l'Espectacle o Drac Màgic. Dins del possible s'intentaria que aquestes col·laboracions es fessin amb el mínim cost possible, com a una aliança estratègica pel sector.
- Webmaster. Ens interessa que la nostra web sigui un instrument molt útil, tant sigui per la comunicació i difusió del centre i la seva programació, com una eina que amplii l'abast de la nostra activitat. És per això que caldrà una feina d'actualització constant. Com és lògic, el webmaster estarà en contacte directe amb la persona de comunicació
- Personal de neteja, ja que pensem que és més pràctic subcontractar aquest servei a una empresa especialitzada.
- Col·laboracions puntuals: comissaris d'exposicions, conferenciant, etc. En aquests casos, també es convidarà a personalitats a participar en els nostres actes, de manera altruista sempre que sigui possible. També es comptarà amb les col·laboracions dels nostres "aliats"¹⁸⁹, amb l'objectiu que no incórrer en una gran despesa.

¹⁸⁹ Veure apartat 6.3. "Aliances".

Per finalitzar amb aquest apartat, presentem una taula, que pretén recollir els diferents llocs de treball que componen la plantilla fixa del centre, així com el tipus de jornada que faria cada persona i el cost que suposaria la seva retribució.

Concepte	Tipus de jornada ¹⁹⁰	Cost de la retribució anual
Director	1	46.550
Coordinador	1	37.240
Cap de recursos	1	27.930
Mediateca	½ ¹⁹¹	13.965
Cap de formació	1	27.930
Comunicació	1	27.930
Logística	1	18.620
Administració	1	13.034
Operador 1	½	11.172
Operador 2	½	11.172
Taquilla	½	11.172
TOTAL		246.715

Taula 30: Personal fixe, jornada i retribució d'Amics del Cinema. (Xifres en euros).

En resum, i sense tenir en compte el Consell d'Administració ni la Presidència, la plantilla fixa d'Amics del Cinema estaria formada per un total d'onze persones, deu treballadors en exclusiva del Cinema i un de compartit amb la SMCT. Set d'aquestes persones treballarien en règim de jornada completa i quatre, a mitja jornada (o a temps parcial). També es comptaria amb uns col·laboradors externs depenent del ritme de feina, de les necessitats de cada moment i de les activitats a realitzar.

6.5. Pressupost

Quan ens enfrontem amb aquest apartat del nostre projecte sorgeixen una sèrie de problemes o més aviat, limitacions. Això succeeix perquè ens manca informació econòmica que ens serveixi de base per a establir les nostres hipòtesis. I és que, d'una banda, si bé és cert que el nostre projecte consisteix en la millora d'un espai ja existeix, el Cinema

¹⁹⁰ Quan als tipus de jornada, "1" significa jornada sencera i "½", mitja jornada. De fet, l'horari dels operadors serà en funció de les projeccions.

¹⁹¹ La mediateca només obriria a les tardes, amb la possibilitat d'ampliar l'horari més endavant si hi ha demanda i si els recursos ho permeten.

Catalunya, aquest només ofereix algunes línies d'activitats (de les quals només té el control sobre l'exhibició d'estrenes i de la Filmoteca) mentre nosaltres ens proposem ampliar de manera molt important la oferta de serveis. En definitiva, no comptem amb dades que ens permetin calcular de manera fiable quina assistència i per tant, quins ingressos podríem obtenir de les nostres activitats.

D'altra banda, Amics del Cinema vol ampliar les fonts de finançament respecte a la situació actual del Cinema Catalunya. Tot i que farem una proposta de quines haurien de ser les noves fonts de finançament, tampoc podem tenir la certesa de quines quantitats podrien suposar les seves aportacions.

Ens veiem obligats, per tant, a elaborar un pressupost molt aproximat, sobretot en el que fa referència als ingressos previstos. Per intentar contrarestar aquesta limitació, en una segona part d'aquest apartat financer, explicarem amb tot el detall possible quina és la nostra proposta de fonts de finançament.

També volem comentar una dada directament relacionada amb el context econòmic en el que ens trobem i que afectarà la gestió econòmica del nostre projecte i la seva implementació: la preparació d'Amics del Cinema es posarà en marxa l'any 2012 i el centre iniciarà la seva activitat el 2013. Hem pres aquesta decisió per un doble motiu. En primer lloc, hem de tenir en compte que el nostre serà un centre, que tot i comptar amb la col.laboració de diverses entitats públiques i privades, seguirà sent municipal, per tant hem de ser molt sensibles a la situació en la que es troba el consistori. Tal i com van expressar en les entrevistes realitzades als propis actors locals¹⁹², l'actual context de crisi econòmica ha afectat a tots els ajuntaments i el de Terrassa, tot i no trobar-se en una situació especialment complicada, sí està aplicant mesures de contenció de la despesa. A més, l'Ajuntament acaba de realitzar una inversió important en matèria de cultura per a la reforma del Teatre Principal. Per tant és prudent i lògic esperar per a posar en marxa altres projectes d'una certa magnitud.

En segon lloc, i a banda de la obligació d'haver d'esperar un temps per a iniciar el nostre projecte per les raons argumentades, el propi centre es troba amb la necessitat de comptar amb un període de preparació abans de que comenci la seva activitat: s'han de dur a terme processos previs a la pròpia marxa del centre, com serien la negociació amb l'Ajuntament i els actors locals, les reformes de l'espai, la re-orientació i contractació del personal, etc. És

¹⁹² Veure entrevistes a Jordi Ballart, regidor d'Imatge i Comunicació i Maite Piqueras, sots-directora del Cinema Catalunya, a l'annex.

per això que, abans de començar a oferir els nous serveis comptem amb el període d'un any per a dur a terme tots els preparatius necessaris. Com es pot veure al cronograma¹⁹³, durant el 2012 realitzarem els processos previs i el 2013 ja estarem en condicions d'inaugurar la nova etapa del centre, ara com a Amics del Cinema.

També es pot observar al cronograma com, per tal de fer la transició entre el Cinema Catalunya i Amics del Cinema, durant els mesos de negociació i concreció del projecte l'activitat del Cinema continuarà tal i com funciona ara i fins el mes d'abril del mateix any, quan s'iniciaran les obres de reforma que obligaran a que el centre es tanqui temporalment. Durant la resta de l'any, com hem dit, el personal es dedicarà durà a terme, a porta tancada, tots els preparatius que suposa el nou projecte.

6.5.1. Pressupost d'ingressos i despeses

Un cop aclarida l'estructura del nostre plantejament econòmic, procedirem a fer un càlcul aproximat de les inversions necessàries, així com dels ingressos aproximats i de les despeses que suposaria iniciar el projecte. Tal i com hem explicat anteriorment i segons es detalla al cronograma, aquesta posada en marxa compren dos anys, un de preparació i un altre en el que s'inauguraria el centre i s'iniciarien les activitats. Per tant, detallarem en primer lloc les inversions que l'Ajuntament hauria de fer per a continuació realitzar el pressupost d'aquests dos primers anys.

Aquests pressupostos han estat elaborats a partir del pressupost actual del Cinema Catalunya, i tenint en compte les despeses extres que suposaria l'ampliació i millora (en concepte d'espai, recursos humans, activitats i resta de programes) que proposem per a Amics del Cinema. Les quantitats han estat calculades segons les xifres facilitades per professionals dels diferents àmbits consultats, i són una aproximació.

¹⁹³ Veure cronograma a l'apartat 7 de l'annex.

INVERSIÓ (1er any Amics del Cinema)	
Concepte	Quantitats
- Reformes	1.800.000
- Renovació butaques, il·luminació i mobiliari	200.000
- Material tècnic	220.000
- Equips informàtics	6.000
- Col·lecció mediateca	20.000
- Equips visionat mediateca	2.400
- Col·lecció museu	1.500
- Elaboració web	2.000
Total	2.251.900

Taula 31: Inversions necessàries per a l'inici d'Amics del Cinema.

FUNCIONAMENT					
Pressupost actual (Cinema Catalunya)		1er any Amics del Cinema		2n any Amics del Cinema	
Concepte	Quantitats	Concepte	Quantitats	Concepte	Quantitats
Ingressos	364.000	Ingressos	287.500	Ingressos	516.315
<u>Recursos propis</u>		<u>Recursos propis</u>		<u>Recursos propis</u>	
- Taquilla	147.000	- Taquilla	36.750	- Venda	200.000
- Publicitat	21.000	- Publicitat	5.250	- Publicitat	25.000
- Lloguer de sales	42.000	- Lloguer de sales	10.500	- Lloguer de sales	52.000
Total	210.000	Total	52.500	Total	277.000
<u>Recursos externs</u>		<u>Recursos externs</u>		<u>Recursos externs</u>	
- Subvenció Ajuntament Terrassa	124.000	- Subvenció Ajuntament Terrassa	150.000	- Subvenció Ajuntament Terrassa	150.000
- ICIC	12.000	- Altres	85.000	- Altres	89.315
- Filмотeca de la G. - Media	5.000				
	13.000				
Total	154.000	Total	235.000	Total	239.315
Despeses	327.600	Despeses	289.075	Despeses	516.315
- Personal	195.000	- Personal	195.000	- Personal	246.715
- Lloguer pel·lícules i SGAE	90.000	- Col·laboradors externs	40.000	- Col·laboradors externs	60.000
- Transport pel·lícules-	2.100	- Lloguer pel·lícules i SGAE	22.500	- Lloguer pel·lícules i SGAE	114.000
Manteniment instal·lacions	7.000	- Transport pel·lícules	525	- Transport pel·lícules	3.600
- Comunicació	4.500	- Despeses per preparació activitats	3.000	- Transport pel·lícules	30.000
- Altres proveïdors	4.500	- Subministraments	16.650	- Despeses per preparació activitats	28.200
- Compres vàries	3.500	- Comunicació	2.000	- Subministraments	8.000
		- Manteniment instal·lacions	2.000	- Comunicació: inauguració	12.000
		- Compres vàries (material oficina, neteja, etc.)	2.400	- Comunicació: accions anuals	3.000
		- Altres (ex. alarma)	5.000	- Comunicació: instal·lacions	4.800
				- Compres vàries (material oficina, neteja, etc.)	6.000
				- Altres (alarma, caterings, impressió tickets, etc.)	

Taula 32: Pressupost d'ingressos i despeses d'Amics del Cinema.

6.5.2. Fonts de finançament

Tot i que la prioritat del nostre projecte és fer arribar els nostres serveis al màxim de públic, i no generar ingressos, som conscients que es tracta d'un objectiu molt ambiciós si es té en compte el caràcter minoritari del cinema d'autor i l'actual situació de l'exhibició de cine (en referència a l'assistència a les sales¹⁹⁴). Per això, tot i comptar amb l'aportació econòmica majoritària de l'Ajuntament de Terrassa, volem elaborar una bona política de finançament que ens permeti obtenir més recursos, tant de caràcter propi com d'extern.

A continuació explicarem quines són les diferents fonts de finançament amb les que comptarem, tot i que, com ja s'ha dit anteriorment, es tracta d'una tasca que s'haurà d'anar realitzant dia a dia per a adaptar-se a les diferents realitats i possibilitats que sorgeixin.

6.5.2.1. Recursos propis

Vendes

Amb aquesta denominació ens referim als recursos que generi la venda dels nostres serveis al públic. Recordem un cop més que no es tracta d'aconseguir més guanys, en aquest cas a partir de la pròpia activitat, si no d'establir polítiques que permetin que dits serveis arribin al màxim de ciutadans.

Així, i per tal d'incentivar i facilitar l'accés del públic al centre, la nostra actuació passa, entre d'altres actuacions, per establir unes polítiques de preu atractives. Aquest és un punt que desenvoluparem en detall més tard¹⁹⁵, per tant no hi entrarem ara, només l'hem volgut citar perquè al cap i a la fi, les vendes són la primera i més important de les nostres fonts de recursos propis.

Publicitat

El Cinema Catalunya compta actualment amb aquesta font de finançament que consisteix, bàsicament, en la cessió d'espais abans de la projecció per a la inserció d'anuncis. Una empresa, en aquest cas Movierecord, s'encarrega de vendre aquestes insercions a diferents anunciants, de manera que amb un únic contracte amb aquesta distribuïdora el Cinema té coberts els seus espais publicitaris. El preu que Movierecord paga pel contracte anual amb el Cinema Catalunya és de 21.000€.

¹⁹⁴ Veure apartat 2.1.1. "La situació del sector cinematogràfic a nivell d'exhibició".

¹⁹⁵ Veure apartat 6.6.2. Política de preus.

Amics del Cinema mantindrà el contracte publicitari amb Movierecord, però també oferirà els seus espais a empreses locals a canvi d'un preu determinat o bé en forma de patrocini d'activitats.

Lloguer de sales

El lloguer de les sales és una altra de les fonts de finançament amb que ja comptava el Cinema Catalunya: quan una associació cultural o un departament de l'Ajuntament volia organitzar alguna activitat audiovisual acudia al Catalunya i aconseguia el lloguer. Per a Amics del Cinema continuarem amb aquesta via d'obtenció de recursos propis, però ho farem d'una manera més "completa" i pro-activa, és a dir, llogarem més espais, a un públic més ampli i serem nosaltres qui oferirem els nostres serveis en comptes d'esperar a que siguin els clients qui es dirigeixin al centre.

L'objectiu d'aquesta via d'obtenció de recursos és treure el màxim rendiment econòmic i social a les instal·lacions de l'antic Cinema Catalunya¹⁹⁶. El lloguer de les sales obre la possibilitat d'acollir actes de caire molt divers, de manera que ajuda al posicionament del centre com a espai polivalent i versàtil, tant per a events d'empreses com d'entitats de caire no lucratiu. Així, aquesta activitat no anirà en detriment de la nostra missió, ans al contrari, és un complement d'aquesta en ajudar que el nostre centre sigui més conegut, més obert i més proper als diferents agents del territori.

Els espais concrets que llogaríem els següents:

- Dos de les sales de l'antic Cinema. Recordem que després de les obres de reforma que es durien a terme per al nostre projecte tindríem quatre sales, dos de 88 places, una de 250 i una última de 140 places. Només es llogarien les últimes dues sales degut a la seva superior capacitat. En aquestes sales es podrien dur a terme projeccions de diferents tipus, presentacions, conferències, etc.
- Els vestíbuls de l'antic Cinema. Un cop reformat el local, tindríem dos espais oberts que correspondrien al vestíbul de la part davantera de la primera planta i el de la part de darrera de la mateixa (que també ubicaria el museu, els elements del qual s'haurien de protegir durant el lloguer). Aquests vestíbuls es podrien utilitzar per a petits actes com cocktails o presentacions.

¹⁹⁶ No comptem amb el lloguer de les instal·lacions del Teatre Principal, perquè tot i que les farem servir per alguna de les nostres activitats, ho farem en condició de "cessió", és a dir, no haurem de pagar res per a la seva utilització però tampoc en podrem treure profit més enllà de la nostra activitat.

Partint d'aquest important potencial, es fa palesa la necessitat d'engegar un seguit d'accions que permetin l'estructuració i organització del futur servei. En primer lloc, es planteja la necessitat d'aprovar unes tarifes de preus públics a partir de les quals es regularà el programa de lloguer d'espais. El quadre que segueix reuneix les diferents tarifes en funció de l'espai i del tipus d'organització llogatera:

Organització llogatera	Sales de projecció (preu unitari)	Vestíbul davant	Vestíbul darrera
Empreses (ànim de lucre)	450	300	250
Organitzacions sense ànim de lucre	350	250	200
Organitzacions culturals sense ànim de lucre	300	200	150
Centres d'ensenyament	300	200	150
Departaments de l'Ajuntament	250	150	100

Taula 33: Tarifes lloguer d'espais Amics del Cinema (preus en euros).

Aquesta tarificació mostra, d'una banda, la voluntat de facilitar l'accés a les instal·lacions del centre a aquelles organitzacions, associacions i entitats que no tenen una finalitat lucrativa, especialment aquells que duen a terme activitats de caire cultural i de formació. D'altra banda, i donat que es tracta d'un espai municipal, el lloguer a altres departaments de l'Ajuntament ha de ser encara més econòmic.

En segon lloc, es presenta la necessitat de crear un dossier promocional que doni a conèixer les possibilitats del centre com a espai d'acollida de petits esdeveniments. Aquest dossier seria un document on, partint d'una visió marquetiniana, es mostrarien les diferents opcions que presenta el centre a partir d'una selecció acurada de fotos atractives acompanyades per un breu text explicatiu. El document també constaria amb una part on s'especifiquin el conjunt de tarifes (anteriorment especificades), la normativa bàsica i aquells serveis que no es troben inclosos en el lloguer (tals com el servei de neteja). Finalment, el dossier inclourà les dades de contacte amb el cap de recursos, responsable de l'àmbit de cessió d'espais.

Com hem comentat anteriorment, volem ser nosaltres qui anem a oferir els espais a les organitzacions, per tant, a banda de distribuir-lo a partir de la pàgina web (on s'ubicarà un link de descarrega directa), es realitzarà un repartiment personal o via e-mail a un conjunt de centres, empreses i negocis estratègicament seleccionats i a totes les entitats formatives i a

les associacions i entitats de caràcter no lucratiu del municipi, especialment a aquelles que duen a terme activitats culturals.

Si és necessari i el client així ho sol·licita, es podrà realitzar una reunió prèvia a la formalització del contracte, per tal de mostrar les instal·lacions i d'especificar les necessitats del client. A més a més, durant els actes allotjats en el centre, el responsable de logística restarà en el local per tal de supervisar l'esdeveniment i poder solucionar incidències diverses que puguin afectar l'acte.

6.5.2.2. Recursos externs

Subvencions

Amics del Cinema, de la mateixa manera que ho és ara el Cinema Catalunya, serà un centre municipal. Comptarà per tant amb l'aportació de l'Ajuntament de Terrassa com a font de finançament. Es podria considerar dita aportació com a un recurs propi donada la nostra condició d'espai propietat de l'Ajuntament, però si prenem com a exemple el pressupost del Cinema Catalunya veurem com ells consideren l'aportació del consistori com a un recurs extern, referint-se a ella com a "subvenció de l'Ajuntament". És per això que seguirem mantenint aquesta denominació, de manera que, sense aventurar-nos a endevinar quina quantitat rebríem exactament de l'Ajuntament, sí direm que seguirem comptant amb aquesta com la nostra aportació en concepte de recursos externs més destacada.

A banda de la quantitat que facilitaria l'Ajuntament de Terrassa, des de la seva regidoria d'Imatge i Comunicació, per a la gestió d'Amics del Cinema en general, també es podrien demanar subvencions als altres departaments de l'Ajuntament per a algunes de les activitats a realitzar. Així, igual que passa actualment amb el Cinema Catalunya, els cicles que organitzés una associació de joves terrassencs, per exemple, rebria una subvenció de la regidoria de joventut. En aquests moments, com és la pròpia associació la que paga les despeses del lloguer de la pel·lícula i l'espai, aquesta subvenció se li entrega directament a ella, però en el cas que l'activitat fos organitzada per Amics del Cinema, entenem que seria el centre el que rebria les ajudes oportunes.

A partir d'aquí, anomenarem la resta de subvencions amb les que pensem pot encaixar la definició del nostre centre o bé alguna de les nostres activitats. En primer lloc tenim la subvenció de l'ICIC¹⁹⁷ "Accés de les sales d'exhibició independents a còpies de pel·lícules

¹⁹⁷ Institut Català de les Indústries Culturals, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la

comunitàries europees i iberoamericanes i per a la seva modernització tecnològica¹⁹⁸.

Aquesta ajuda, que a partir de dos dels seus apartats incideix en dues de les nostres necessitats (accés a les pel·lícules de diferents nacionalitats i digitalització), és compatible només amb el cas del primer apartat d'accés a pel·lícules amb altres ajudes que tinguin la mateixa finalitat. Les quantitats que ofereix són d'un màxim de 18.000€ (i no més del 20% de la recaptació de taquilla) per a l'accés a pel·lícules de diferents nacionalitats i un màxim de 30.000€ per a l'adquisició d'equips de projecció digital.

En segon lloc, també l'ICIC ofereix la subvenció per a la "Organització a Catalunya d'esdeveniments audiovisuals, així com la seva promoció i difusió"¹⁹⁹. En aquest cas es tractaria, doncs, d'una subvenció que afectaria la gestió de les nostres activitats de manera independent. Concretament, l'ajuda inclou "festivals, mostres, cicles de cinema, mercats, premis, jornades i congressos", per tant podem demanar-la en diferents supòsits. Aquesta ajuda no és compatible amb d'altres que ofereixi el mateix ICIC o el Departament de Cultura de la Generalitat per a la mateixa finalitat. Sense concretar la quantia que ofereix ens diu que, en tot cas, no pot superar el 50% del pressupost de l'activitat en qüestió.

En tercer lloc, el Ministerio de Cultura espanyol a través del Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, ofereix la subvenció pel "Desenvolupament i realització de projectes culturals i de formació no reglada"²⁰⁰. Aquesta ajuda pot encaixar amb el nostre programa formatiu, ja que inclou aquells programes dirigits "als professionals i al públic". Les condicions que exigeix és que hi d'haver dues entitats involucrades en la organització de dita activitat formativa, i una d'elles no ha de tenir ànim de lucre (en el nostre cas podem col·laborar amb Pedagogia de l'Espectacle o Drac Màgic, per exemple) i d'altra banda, que els cursos han de durar menys de sis mesos i més de dos dies. La quantia de la subvenció és de 50.000€ per curs, sempre i quan no superi el 50% del pressupost del mateix.

També el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales del Ministerio de

Generalitat de Catalunya.

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.a698cbe5a26e56a65a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=17f2923e6837a010VgnVCM100000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=17f2923e6837a010VgnVCM100000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>

¹⁹⁸

<http://www20.gencat.cat/portal/site/OVTE/menuitem.a2d16f71d01ae7dc6e4a83bdb0c0e1a0/?vgnextoid=ba082b63567bb110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=ba082b63567bb110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=5e212b972413c210VgnVCM1000008d0c1e0aR CRD>

¹⁹⁹

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.01121f9326561a075a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=3112c648c40be110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=3112c648c40be110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD>

²⁰⁰ <http://www.mcu.es/cine/>

Cultura compta amb una subvenció dirigida a la “Organització de festivals i certàmens cinematogràfics d’Espanya”²⁰¹. Aquesta ajuda inclou “festivals, manifestacions, mercats, mostres i tota celebració que tingui per objecte la promoció i difusió de la producció cinematogràfica, sigui projeccions o altres activitats que col·laborin en el foment del cinema i de les arts audiovisuals”, ampli ventall que ens permet aprofitar-la per vàries de les nostres activitats. La subvenció cobriria com a màxim el 50% del pressupost de l’activitat o event.

Per últim, el programa Media o “Europa Cinemas”²⁰², gestionat a partir de fons de la Unió Europea per al foment de l’exhibició del cinema europeu compta amb dos línies de subvencions²⁰³ que pensem que Amics del Cinema pot aprofitar. La primera té com a objectiu d’una banda, “Incrementar i diversificar la programació de pel·lícules europees a les sales, sobretot les no nacionals” i d’altra, “recolzar les iniciatives dels exhibidors europeus dirigides al públic jove”. De fet, el Cinema Catalunya està rebent una ajuda d’aquesta institució en concepte de difusió del cinema europeu, però nosaltres ens proposem beneficiar-nos de les altres línies d’ajuda donat que també s’ajusten a les nostres línies d’activitat.

Les subvencions per al foment del cinema europeu (que contempen la programació europea de la sala concreta, sense comptar les produccions nacionals) i per les iniciatives dirigides a joves (siguin a nivell de programació, d’altres activitats o bé comunicacions específiques per a aquest col·lectiu) es combinen de la següent manera:

- Per a un cinema de quatre sales, fins a 18.000 per a l’exhibició de cinema europeu. Suposaria un 80% del total de la subvenció concedida.
- Per a un cinema de quatre sales, fins a 5.000€ per a les accions dirigides als joves. Seria el 20% restant de la subvenció.

A més, Media facilita bonificacions en forma de punts segons la diversitat de la programació del cinema concret, si les pel·lícules exhibides compten amb *el Label Europa Cinemas*²⁰⁴ i si estan projectades en el sistema digital. Els punts obtinguts es traduirien en un plus en la quantitat a atorgar.

La segona línia de subvencions que ofereix Media pretén “enfortir la oferta de cinema digital per part dels exhibidors europeus”. Aquesta ajuda no es dirigeix a contribuir a la implantació d’equips de cinema digital ja que la condició que demana és que el cinema ja ha d’estar

²⁰¹ <http://www.mcu.es/cine/SC/becasAyudasSubvenciones/OrganizacionDesarrolloFestivales2011.html>

²⁰² Veure apartat 2.2.2. “Justificació política”.

²⁰³ http://www.europa-cinemas.org/es/programmes/media/lignes_directrices_ES.php

²⁰⁴ <http://www.europa-cinemas.org/en/actions/label-europa-cinemas/label.php>

equipat amb el sistema digital oportú, si no que intenta fomentar la projecció de títols europeus en aquesta modalitat. La subvenció es concediria durant un màxim de cinc anys, i les quantitats que ofereix, per a un cinema que tingui dos projectors digitals són per al primer any 20.000€, per al segon 10.000, per al tercer 8.000, per al quart 6.000 i pel cinqué i últim, 4.000€.

Patrocinis i col·laboracions

L'estratègia de captació de patrocinadors i col·laboradors es configura com la nostra última font de finançament. L'objectiu d'aquesta estratègia és iniciar una nova via de captació de recursos externs, de manera que involucrem el sector privat de Terrassa en la nostra activitat. Amb aquesta política, estarem aprofitant d'una banda la sensibilització del territori envers l'audiovisual i d'altra banda l'existència d'una gran quantitat d'empreses i entitats dedicades a dit sector a Terrassa.

Així, i segons el tipus d'implicació que tinguin les organitzacions amb Amics del Cinema, establirem quatre categories diferents de patrocinadors i col·laboradors:

1. Primerament, el centre comptarà amb la figura del **benefactor**, entesa com aquella empresa o entitat que tindrà un ampli àmbit de confluència d'interessos amb Amics del Cinema i que, amb la voluntat d'implicació en el projecte i gràcies a la seva magnitud i el seu poder, representarà el principal recolzament i suport de la institució. Aquesta categoria implica la màxima contribució econòmica i, les contrapartides més àmplies i variades. La idea doncs, és trobar una empresa que senti interès per la cultura en general i pel cinema en particular, que entengui la funció social que aquest desenvolupa i tingui per tant la voluntat de formar part del nostre engranatge.

Conscients de les dificultats econòmic-financeres actuals del món empresarial, es tracte d'optar per la diferenciació, tot oferint al benefactor molt més que presència en els suport comunicatius. La voluntat és poder establir una relació amb vincles més profunds i que, gràcies al coneixement de l'entitat, se li pugui oferir tot allò que es cregui adequat. En aquest sentit es proposaria la cessió d'espais gratuïta un cop al trimestre (podent acollir conferències, petits actes empresarials, projeccions, etc.), la disponibilitat d'un nombre determinat d'abonaments, oferta d'activitats gratuïtes i un total d'entrades a les projeccions.

Donada la dificultat de l'actual situació econòmica, serà especialment complicat trobar empreses que per confluència d'interessos i per situació financera es puguin plantejar establir aquesta relació amb el centre, per tant, serà primordial realitzar un estudi exhaustiu

del mercat més pròxim per tal de determinar quines serien les opcions més indicades. En aquest sentit nosaltres proposem diferents línies; en primer lloc tindriem l'Obra Social d'Unnim²⁰⁵, com a entitat que no només té una gran confluència amb la cultura si no que a més donada la seva recent aparició com a producte de la fusió d'altres entitats (incloent Caixa Terrassa), necessitarà reforçar al seva imatge i el seu nom. Se li proposarà doncs, la vinculació amb la nostra institució, obtenint així un arrelament a la ciutat i una clara aposta pel cinema com a inversió per la millora de l'oferta sociocultural dels ciutadans.

En segon lloc no podem oblidar les possibles empreses del sector audiovisual terrassenc disposades a vincular-se amb l'activitat d'Amics del Cinema per confluència en la seva filosofia i en el públic objectiu. Tenint en compte que estem parlant d'aquelles entitats que facilitarien el major recolzament econòmic del centre, quant a l'aportació privada es refereix, ens hem de fixar en grans organitzacions que comptin amb uns recursos importants. Preferiblement, buscaríem entre els noms que componen la secció empresarial del Parc Audiovisual, tal i com podria ser Mediapro (que està present al Parc a través de la productora Ovideo) o El Terrat, productora de continguts audiovisuals de gran projecció nacional. Seguint amb la línia d'empreses del sector, ens dirigiríem també a l'Escac perquè considerem que és una entitat en procés de creixement que es pot permetre col.laborar en un centre com el nostre, la qual cosa coincidiria totalment amb la seva missió i li aportaria un gran prestigi entre la ciutadania.

Per últim, podem pensar com a possibles benefactores en alguna de les principals empreses a nivell nacional que es troben en el municipi de Terrassa i que podrien veure beneficiada la seva imatge social en vincular-se a un projecte cultural dirigit a la ciutadania. Un bon exemple seria Cirsa²⁰⁶, líder mundial del sector del joc i l'oci.

2. La segona categoria que presentem és la d'**entitats associades**, representant aquelles empreses i organitzacions que desitgin formar part del projecte d'Amics del Cinema, i que per la seva magnitud i poder només es poden permetre el recolzament d'activitats o events concrets. En aquesta categoria s'hi podran incloure gran nombre d'entitats, tot oferint com a principal avantatge la llibertat d'elecció d'aquell espectacle o esdeveniment que s'adeqüi millor als valors i la filosofia de l'empresa i que compti amb amplis segments del seu públic objectiu.

Pel que fa a les contrapartides que les empreses obtindrien per la seva aportació

²⁰⁵ <https://www.unnim.cat/ca/Obra-social/Que-es-Obra-Social/>

²⁰⁶ <http://www.cirsa.com/>

econòmica, es planteja la introducció del seu logotip en els suport comunicatius del centre, la possible cessió d'espais i la disponibilitat d'accés gratuït a l'activitat patrocinada. Entre aquelles entitats a les quals ens podem dirigir destaquen novament aquelles que formen part del Parc Audiovisual o bé alguna de les principals companyes terrassenques²⁰⁷, que sense que la seva activitat tingui res a veure amb la cultura, poden voler enriquir la seva imatge associant-se a aquesta a través d'un projecte com el nostre.

3. En tercer lloc, tenim la categoria dels col·laboradors. Aquest nivell ha estat creat tenint en compte les característiques pròpies del centre, ja que al tractar-se d'un equipament de proximitat i de referència territorial, resulta fonamental la vinculació d'aquest a la ciutat per a la qual treballa. En aquest sentit, doncs, es tracta de crear una xarxa d'empreses i establiments d'àmbit local que d'alguna manera vulguin contribuir en el funcionament d'Amics del Cinema i, conseqüentment, en l'enriquiment de l'oferta cultural de la ciutat. En aquest àmbit, no es parlarà de contribució econòmica, sinó ens referirem a intercanvi "en espècies", ja que resulta molt beneficiós pel centre comptar amb un seguit de materials i infraestructures necessàries per al bon funcionament de l'equipament i que el fet d'obtenir-les de forma gratuïta suposa un estalvi econòmic.

En aquest sentit, serien col·laboradors, d'una banda, els comerços de diferents àmbits que puguin facilitar recursos al centre en forma de catering, material de comunicació, mobiliari, etc (si ens centrem en els establiments més propers a Amics del Cinema, es podria coordinar la relació amb els mateixos a través de l'Associació Terrassa Centre²⁰⁸), i d'altra banda, aquelles entitats que realitzin activitats relacionades amb el sector audiovisual i que ens puguin facilitar l'accés a les seves infraestructures (per exemple, la possibilitat de fer servir els recursos del Parc Audiovisual).

Pel que fa a les contrapartides, en aquest cas, s'oferirà la inclusió del logotip o noms dels comerços tant als suports comunicatius com en una placa en l'entrada del centre, on s'hi trobaran totes aquelles entitats que fan possible el seu funcionament.

Una altra categoria de col·laboradors la trobaríem en els mitjans de comunicació que donin suport al centre mitjançant la cobertura informativa dels seus actes i events i la inserció

²⁰⁷ Segons un estudi del departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat, cinc empreses terrassenques han estat qualificades com a "empreses d'alt creixement". Són empreses joves que, han registrat una facturació per sobre de la mitjana, creant una forta ocupació, considerada de qualitat, i presentant-se com a empreses molt competitives.

http://www.avui.cat/terrassa/notices/2010/02/terrassa_te_5_empreses_d_alt_creixement_10089.php

²⁰⁸ <http://www.terrassacentre.com/associats/serveis/>

d'elements publicitaris a canvi d'aparèixer en la comunicació d'Amics del Cinema i del lliurament d'un seguit d'entrades, abonaments i accés gratuït a les activitats. Cal recordar, que com a part del SMCT, Amics del Cinema ja compta amb els espais de la televisió, ràdio i portal d'Internet local de manera gratuïta, així que aquí ens estem referint a la resta de mitjans locals, tals com el Diari de Terrassa, la revista "Visquem Terrassa".

En segon terme, acudiríem a alguns mitjans d'àmbit estatal tals com la ràdio Icat Fm i el suplement del diari de la Vanguardia Què fem?, entre d'altres, així com a diverses agendes culturals en diferents suports, com per exemple l'agenda Butxaca o la plataforma TR3SC. Per últim, i per tal d'aconseguir un major prestigi a nivell sectorial, convindria establir col·laboracions amb alguns mitjans de comunicació especialitzats en el cinema, tant a nivell escrit com a nivell digital. Aquesta última via de comunicació a través d'Internet és d'especial importància avui dia. A banda de les revistes de cine on-line, destaquen altres portals, com per exemple, la plataforma "Independent Film Network"²⁰⁹, en els quals és important aparèixer de manera habitual.

Pel que fa al sistema de funcionament i a la forma de contacte amb les diferents categories de patrocinadors i col·laboradors, i per ser coherents amb la imatge de proximitat del centre, s'apostarà per un tracte molt directe entre el possible patrocinador i el centre. Pel que fa al primer nivell de patrocini, s'elaborarà un dossier explicatiu en el qual es doni a conèixer Amics del Cinema, explicant la seva missió i objectius i fent especial èmfasi en la funció social que aquest desenvolupa. En segon terme es mostraran tots aquells aspectes que concordin entre ambdues institucions. Aquest dossier serà lliurat personalment si és possible, obrint la porta al diàleg i al contacte personal.

Pel que fa a la resta de categories, la forma de contacte perdrà cert nivell de formalitat en favor de la proximitat entre empresa i teatre. D'aquesta manera, s'acordaran cites entre el responsable de recursos del centre i la persona encarregada de l'àmbit dins de les organitzacions, per tal de plantejar la proposta i convidant a viure més de prop la realitat d'Amics del Cinema.

Un cop establerts els contractes de patrocini, es mantindrà un contacte constant amb l'empresa o organització en qüestió, treballant de manera molt cuidada el manteniment de vincles i fent a la organització partícip de les diferents activitats del centre. Així, l'objectiu final serà buscar sempre la satisfacció mútua de les dues entitats.

²⁰⁹ <http://ifn.cccb.org/ifnnew/cat/index.jsp>

6.6. Estratègia de públics i política de preus

6.6.1. Estratègia de públics

Aquest és un aspecte especialment important per al nostre projecte, perquè, tal i com es va explicar a l'apartat corresponent²¹⁰, la nostra missió és apropar el cinema a la ciutadania. Però la voluntat de que els nostres serveis arribin al màxim de persones no és per una qüestió econòmica, si no que la nostra activitat té, per sobre de tot, té una finalitat social i cultural. És per això que ens plantejem una estratègia de públics l'objectiu de la qual és aconseguir atraure el màxim de clients per a que gaudeixin dels beneficis que els hi aportaran els nostres serveis (i no per finançar l'activitat a través d'aquests).

Un cop aclarides les prioritats de la nostra estratègia de públics, recordarem quin és el tipus de clients amb què compta el Cinema Catalunya actualment. Anteriorment vam poder observar²¹¹ que es tracta sobretot de persones més aviat grans (de més de 31 anys i especialment, per sobre dels 60 anys), que viuen al centre de Terrassa o als barris propers al centre i que tenen un nivell de renda i d'estudis mig o alt. També hi ha una representació destacada de persones de pobles de les rodalies.

Però tot i que els actuals clients del Catalunya es concentren en un tipus de persona molt concret, la opinió de diversos professionals del municipi, així com dades positives com serien l'assistència al festival Baumann, demostren²¹² que existeix un interès més ampli pel cinema, més enllà de les propostes comercials. A més, també sabem que a Terrassa la població està sensibilitzada amb el sector audiovisual en general i cinematogràfic en particular degut al seu destacat passat en aquest sentit i a l'estratègia municipal d'especialització en aquest àmbit, la qual cosa pensem que pot facilitar una millor resposta a qualsevol iniciativa referent al cinema.

La nostra hipòtesi, doncs, és que es pot aprofitar aquesta potencialitat per a atraure al conjunt de la ciutadania de Terrassa al nostre centre. Per aconseguir-ho, però, caldria connectar amb aquells que ja estan interessats en el cinema d'autor d'una banda i d'altra banda, crear les condicions necessàries per a que es desenvolupés més l'interès i consegüentment, la demanda d'aquesta modalitat de manifestació cultural.

²¹⁰ Veure apartat 5.2. "Missió".

²¹¹ Veure apartat 4.1. "El Cinema Catalunya".

²¹² Veure apartat 3.3.3. "La demanda de cine d'autor a Terrassa".

Per a crear la nostra pròpia estratègia i partint de la bibliografia consultada sobre hàbits de consum de cinema²¹³, establim en primer lloc una distinció entre els diferents tipus de públic de les pel·lícules d'autor. Així, trobem:

1. Aficionats o cinèfils. Són aquelles persones interessades en el cinema, en conjunt. Aquí s'han de fer dues puntualitzacions: una gran part dels cinèfils no només se senten atrets pel cinema d'autor, si no que també són grans assidus de les sales comercials. En aquest sentit, no només es tractarà de que coneguin la nostra oferta, si no de que aquesta sigui prou diversa i atractiva com per atraure la seva atenció per sobre de la dels cinemes comercials. El segon aspecte a tenir en compte és que aficionat i assistent a les sales de cinema no sempre és la mateixa cosa. En aquest sentit haurem de lluitar contra la pressió de la pirateria i de les tecnologies domèstiques per a veure cine a casa.
2. Públic social. Segons hem vist a l'apartat dedicat als hàbits de consum de cinema, el públic social està format per les persones que veuen en el cinema una eina per a l'establiment de relacions socials. Vagin a la sala acompanyats dels seus amics o parella, el cinema és bàsicament l'excusa o vehicle per a relacionar-se amb els altres. I això no vol dir que a aquesta gent no els hi agradi el cinema, però caldrà facilitar que tinguin aquesta experiència social per a que s'animin a acudir al centre.
3. Públic apàtic. Són aquells que van al cinema per "fer alguna cosa". No estan especialment interessats en el cinema, ni tan sols solen sentir-se especialment atrets per cap tipus de manifestació cultural. En aquest cas serà especialment important que la visita al centre de cine es converteixi en una experiència lúdica que compensi el temps i els diners invertits. També s'hauria de mirar de conscienciar-los de la importància del cinema, concretament del cinema d'autor.
4. No assistents. Hem inclòs aquest grup per a ser coherents amb el nostre objectiu d'aconseguir el màxim de públic: aquestes persones ara no van al cinema, però nosaltres volem aconseguir que hi vagin, per tant, els hem de considerar. Els nostres esforços s'han de concentrar en aconseguir que el cinema s'introdueixi entre els seus interessos a partir, bàsicament, dels programes formatius a llarg termini.

²¹³ Veure apartat 3.3.1. "Els hàbits de consum de cinema".

En segon lloc, posarem en marxa una sèrie de programes que incidiran en els diferents tipus de públic. Les estratègies que proposem es podrien agrupar en els següents blocs o temàtiques:

- a) Línies d'activitat: diversificació i augment de la oferta.
- b) Imatge i comunicació: nova imatge i major difusió d'aquesta i de la programació
- c) Introducció de polítiques de preu.
- d) Formació: programes de conscienciació de la importància del cinema i del cinema d'autor, així com establiment d'eines per a la seva comprensió i gaudi.
- e) Vinculació amb els centres formatius, associacions, entitats, col·lectius i altres grups representatius de la ciutadania de Terrassa.
- f) Ja hem especificat ens quins paràmetres es basa la nostra estratègia de públics: tipologia de públics i tipus d'actuació o programes. Ara podem establir una proposta en la que es mostrarà com cada un d'aquests programes incideix en els diferents tipus de públic:

Programes	Tipologies de públic			
	AFICIONAT	SOCIAL	APÀTIC	NO ASSISTENT
Modernització de la imatge del centre	X	XXX	XX	
Més oferta de pel·lícules	XXX	X		
Més oferta d'activitats: centre d'oci	XX	XXX	XXX	X
Prestigi (col·laboracions de professionals, etc).	XXX			
Formació		X	XXX	XXX
Apropament a associacions, entitats, col·lectius	X	XX	XXX	XXX
Comunicació: imatge corporativa	X	XXX	XXX	XX
Comunicació: difusió del programa	XXX	XX	X	
Polítiques de preus	XXX	XXX	XXX	X

Taula 34: Estratègia de públic d'Amics del Cinema: incidència dels programes segons el tipus de públic. (X: incidència regular, XX: incidència mitja, XXX: incidència destacada).

Segons veiem a la taula, la modernització de la imatge del centre incideix sobretot en aquelles persones que se senten més atretes “pel com” que “pel què”, és a dir, a l’aficionat li afectarà en la mesura que fins ara el cinema era considerat com a “antiquat” (per exemple, els joves aficionats ara ja no trobaran impediment per anar-hi), però són especialment els membres del grup social i en menor mesura, els de l’apàtic qui veuran en l’equipament un nou espai atractiu.

La major diversificació i quantitat de pel·lícules projectades incidirà bàsicament en l’aficionat, que veurà satisfetes les seves necessitats de consum. Quant a la introducció de un major número d’activitats, atraurà als propis aficionats, que voldran experimentar el cinema d’altres formes, però sobretot al públic social i apàtic, que hi trobaran una proposta d’oci i lúdica. Els no assistents, per la seva banda, potser comencen a interessar-se pel cinema com alguna cosa més que el visionat de pel·lícules.

El component de prestigi, que vindria donat per la col·laboració de professionals i la visita de personalitats del sector seria un factor decisiu per als aficionats. La formació, en canvi, no estaria especialment dirigida a ells (tot i que és possible que de manera espontània estiguin interessats per ampliar els seus coneixements). En tot cas, ens interessa formar aquells que menys saben de cinema, els que menys l’entenen. Creiem que l’aprenentatge és la única manera d’apropar un art a unes persones que no hi estan interessades per motius de desconeixement, parlem sobretot dels col·lectius “apàtics” i “no assistents”.

Necessitem apropar-nos als ciutadans des d’aquells espais a on poden trobar-se en més disposició d’acceptar noves propostes, per això és necessari tenir contacte continu amb les associacions i entitats diverses a on s’hi troben representats. En aquest sentit, com més lluny d’ells està el cinema d’autor, més important és per nosaltres insistir en aquesta comunicació.

Que els terrassencs coneguin la nostra entitat, que la identifiquin amb una imatge corporativa determinada i que ens legitimem al municipi és imprescindible, però a nivell de públics, és especialment important per aquells que són més proclius a “deixar-se portar”, és a dir, els qui els influeix més la imatge i la “fama” d’un espai a l’hora de decidir-se per consumir cultura. La difusió del programa d’activitats també cal que incideixi sobre aquests grups, però seran els aficionats els que realment aniran al centre o no depenent de les propostes concretes de cada moment.

Per últim,ensem que la política de preus que posem en marxa per a eliminar la possible barrera econòmica incidiria en tots els públics, en tot cas en menor mesura els no assistents

(si no pensaven venir, no creiem que una promoció els faci canviar d'opinió).

En referència als no assistents, fer un apunt sobre com la nostra estratègia per actuar sobre aquest grup passa en primer lloc per a formar-los. Com hem dit abans, en aquest cas la feina és molt més dura, i el fruit es recollirà a la llarga, però cal fer aquesta feina prèvia de conscienciació i aprenentatge perquè arribi a aflorar un potencial interès pel cinema, i pel cinema d'autor.

6.6.2. Política de preus

En la descripció de l'estratègia de públics d'Amics del Cinema, que hem realitzat a l'apartat anterior, hem parlat de la introducció de polítiques de preu per animar a la gent a venir al nostre centre. Ara ens disposem a detallar en què consistirien aquestes polítiques.

En realitat, el Cinema Catalunya ja compta amb una sèrie descomptes, però com s'ha pogut veure anteriorment²¹⁴, aquests són molt limitats i es dirigeixen sobretot a atraure els col·lectius de gent gran i joves. El Catalunya també ofereix la típica distinció entre preu per dia festiu i preu per dia laborable (per afavorir l'assistència de públic els dies de menys afluència), així com el dia de l'espectador. I com és lògic, també és més econòmic veure els títols que no són d'estrena (sigui sota la categoria de Filmoteca o dins d'algun cicle).

Nosaltres ens proposem ampliar aquestes polítiques de preu amb l'objectiu, que novament coincideix amb la nostra missió, de que els nostres serveis arribin al màxim de ciutadans, i que no siguin els diners, en aquest cas, els que frenin l'assistència a les nostres dependències. Així, la política de preus d'Amics del Cinema respon a un objectiu social i no econòmic.

Tornem a la subdivisió en diferents tipologies de públics de cinema per a reflexionar sobre com pot incidir en cada un d'ells una política de preus atractiva:

- Aficionats: El públic actual del Cinema Catalunya té un nivell econòmic mig o alt, la qual cosa ens fa pensar que no els deu afectar especialment el factor econòmic, però també pensem que hi ha una gran quantitat d'aficionats-no assistents (o que no hi assisteixen sovint) que es poden sentir molt atrets per uns preus assequibles, sobretot si es troben en el col·lectiu de joves (que solen tenir menys recursos).

²¹⁴ Veure apartat 4.1. El Cinema Catalunya.

- Socials i apàtics: Amb la nostra política de preus volem aconseguir que aquest grup, que va al cinema per a tenir una experiència social, triï el nostre centre per davant d'altres alternatives culturals o d'oci que probablement siguin més cares.

- No públic: En l'anterior apartat ja s'ha parlat de la obligatòria fase de formació precedent a l'assistència d'aquest col·lectiu a les sales de projecció, però tampoc cal oblidar que poden ser molt sensibles a l'aspecte monetari, per tant no cal oblidar-nos d'ells en aquest sentit i no descartar que en un moment donat puguin acabar venint al centre perquè és molt més econòmic que altres opcions lúdiques. I la importància d'una primera visita pot ser cabdal.

A partir d'aquestes reflexions en relació als diferents tipus de públic i sense oblidar en cap moment quin és el nostre objectiu prioritari, establim unes propostes concretes, que detallarem a continuació. En primer lloc, tenim els conceptes, i després mostrarem un quadre en el que es farà una aproximació de preus:

1. Descomptes: Dirigits a beneficiar als col·lectius que pensem poden ser més sensibles al factor econòmic. Concretament, se'n veurien beneficiats els següents col·lectius:

- menors de 25 anys
- majors de 65 anys
- aturats
- famílies nombroses
- famílies monoparentals

També pensem que podria ser útil incloure el següent grup per tal d'incentivar les col·laboracions:

- socis o membres d'entitats col·laboradores

A més, en el cas de les pel·lícules d'estrena, seguirem oferint el preu reduït entre setmana, així com el descompte especial del dia de l'espectador²¹⁵.

2. Abonaments: Es tracta d'un "premi a la fidelitat". En la nostra opinió, es tracta d'una política de preu imprescindible si volem aconseguir que els nostres clients es vagin endinsant en el cinema d'autor, i que no vinguin al centre de manera esporàdica, si no que per ells ens anem convertint en un espai de referència quan volen consumir cinema, o cultura.

²¹⁵ Veure detall de descomptes per programa en la taula 32.

3. Promocions. Solen constituir una manera divertida i original de captar l'atenció del públic (i fins i tot del no públic). Tot i que les opcions de promocions podrien anar variant i podrien adaptar-se a situacions i a col·laboracions determinades (per exemple, entrada comuna per un concert del Festival de Jazz de Terrassa i per les projeccions de cinema sobre jazz que s'organitzessin coincidint amb aquest), de moment fem unes primeres propostes:

- Els terrassencs de 18 anys tenen l'entrada gratuïta a totes les activitats durant un any. Mantenim aquesta promoció, que ja s'aplica al Cinema Catalunya, ja que pensem que pot ser molt útil per a que els joves coneguin el nostre centre. Això sí, ha d'anar acompanyada d'una bona comunicació perquè els afectats s'assabentin i s'hi sentin atrets.
- "2x1": promoció molt popular en altres àmbits que també podria ser molt atractiva en l'àmbit del cinema. No s'aplicaria de forma indiscriminada, si no només per a projeccions i activitats determinades.
- "Sopars gratis per comprar x entrades al cinema". Sol ser molt exitós el fet de lligar la gastronomia amb la cultura. També s'aplicaria dies determinats i s'intentaria fer en col·laboració amb empreses hoteleres terrassenques destacades, com per exemple la mítica cadena d'entrepans "Frankfurt Vallès".

4. Gratuïtat. El Cinema Catalunya és un equipament municipal. És per això que té un compromís amb la ciutadania, el qual aconsegueix, en certa manera, oferint alguns dels seus serveis de forma gratuïta puntualment (sobretot en projeccions de títols amb fins socials, dirigits a col·lectius determinats).

Sense poder encara especificar quan ho faríem exactament, volem expressar la nostra voluntat de mantenir aquesta política, també de manera puntual quan la situació ho requereixi i el centre tingui la possibilitat de fer-ho. Pensem, per exemple, que més endavant es podrien fer cicles de cinema a la fresca (projecció de títols en una plaça pública, a l'estiu). Evidentment, l'assistència a aquests cicles seria gratuïta.

I ara farem una exposició de preus. Es tracta d'una aproximació que hem elaborat partint dels preus actuals del Cinema Catalunya i analitzant les polítiques d'altres entitats culturals, especialment els nostres centres de referència²¹⁶. I, sobretot, tenint en tot moment en ment la nostra missió social i cultural:

²¹⁶ Veure apartat 2.3. "Experiències de referència".

Concepte		Preus	Abonaments
ESTRENES	Laborable	5	40 (10 entrades en 1 any)
	Laborable descompte	4	
	Cap de setmana i festiu	6	60 (20 entrades en 1 any)
	Cap de setmana i festiu descompte	5	
	Dia de l'espectador	4	
CICLES, FILMOTECA I ALTRES PROJECCIONS	General	3	Cicles: - 12 (6 pel·lícules) - 18 (8 pel·lícules) Filмотeca: - 18 (8 pel·lícules en 1 mes)
	Descompte	2,5	
FESTIVALS ²¹⁷	General	5	18 (5 pel·lícules) 30 (10 pel·lícules)
	Descompte	4	
CONFERÈNCIES, TAULES RODONES	General	3	
	Descompte	Gratis	
EXPOSICIONS	General	3	
	Descompte	Gratis	
JORNADES	General	3	
	Descompte	Gratis	
MEDIATECA		5 (anual)	
FORMACIÓ	Escoles (programa escolar)	10/alumne	
	Cursets intensius	30	
	Cursets intensius descompte	20	
	Cursets normals	60	
	Cursets normals descompte	45	

Taula 35: Preus aproximats del Cinema Catalunya, per programes. (En euros).

6.7. Pla de comunicació

El Cinema Catalunya, sigui per manca de recursos econòmics i de personal, sigui per altres motius, té una política de comunicació molt insuficient. Tal i com hem comentat anteriorment²¹⁸, no realitza accions de comunicació corporativa (de fet, ni tan sols compta amb una imatge corporativa pròpia) i la seva activitat quant a comunicació es refereix es limita a fer insercions per a difondre el seu programa (només de les pel·lícules en estrena) als mitjans de comunicació locals, a banda d'alguns elements publicitaris i/o informatius que només es troben al propi Cinema. Quant a la utilització d'Internet, no compta amb una

²¹⁷ Els preus i descomptes dels festivals s'aplicarien tal i com mostrem a la taula sempre que fós possible, ja que si els oferíssim com a seu del festival en qüestió, potser els preus vindrien marcats pels organitzadors.

²¹⁸ Veure apartat 4.1. El Cinema Catalunya.

pàgina pròpia, si no que ocupa un apartat de la plana digital de la SMCT, a on informa d'algunes dades sobre l'equipament i publica la seva cartellera.

Ens trobem doncs amb una sèrie de **necessitats comunicatives**, que unides a les que genera el nostre projecte d'ampliació del Cinema Catalunya, es podrien resumir de la següent manera:

1. Creació d'una nova imatge.

Bona part de la població de Terrassa, fins i tot part d'aquella que té un interès pel cinema en general, i per les propostes més enllà del cinema comercial, té una percepció negativa del Cinema Catalunya. El veu com un equipament antiquat i per a intel·lectuals.

Es fa necessari doncs crear una nova imatge del centre que passarà per realitzar diferents intervencions. A banda de la novetat que suposarà la oferta de noves activitats i serveis, caldrà fer unes reformes estructurals (al propi local) i quant a la dimensió comunicativa, es crearà una nova imatge corporativa.

S'hauran de fer accions comunicatives per a difondre el "renaixement" del cinema, i un cop establert aquest, per anar reforçant la nova imatge de marca.

2. Que la gent s'assabenti del que es fa al centre.

Els terrassencs només saben què es programa al Cinema Catalunya si van a buscar la informació al diari local o la web de la SMCT, o bé si s'arriben al propi cinema. Cal ser proactius i fer arribar aquesta informació allà a on estan els ciutadans. Serà la única manera de que realment sàpiguen què estem fent.

Abans de parlar de l'estratègia concreta de comunicació que proposem, hem de tornar a recordar quina és la nostra filosofia i com afecta aquesta al pla de comunicació. Així, hem de tenir molt present que la prioritat d'Amics del Cinema és arribar al màxim de població, per tant, cal mantenir sempre informat a tothom, sobre qui som, com som i què fem (imatge corporativa) i sobre què fem en cada moment (programa actualitzat).

També hem parlat contínuament sobre la nostra voluntat d'esdevenir un centre de proximitat, vinculat a les dinàmiques del territori. És per això que la nostra política de comunicació passar per tenir una relació constant i bidireccional amb els agents del territori. Concretament, i per tal d'estar més a prop de la ciutadania, hem de mantenir una comunicació fluïda amb:

- Les associacions, centres culturals i casals.

- Els centres d'ensenyament (escoles de primària i secundària, universitats i especialment a on s'imparteixen ensenyaments relacionats amb l'audiovisual).
- Els col·lectius i els barris (a través de centres socials, espais públics de reunió, etc). En aquest sentit, és important realitzar una comunicació adaptada a les característiques de cada grup o col·lectiu, per exemple seria important oferir alguns elements comunicatius en diferents idiomes²¹⁹.

Així doncs, la nostra **estratègia comunicativa** o pla de comunicació concentraria la seva activitat en tres fronts diferents:

A) IMATGE: creació d'una imatge pròpia moderna i actual.

B) COMUNICACIÓ CORPORATIVA: difondre la nostra imatge de manera que vagi adquirint "valor de marca" (ens referim a que el conjunt de la ciutadania ens conegui i ens identifiqui com una alternativa cultural de qualitat).

C) DIFUSIÓ DE LA PROGRAMACIÓ: perquè tothom sàpiga, en tot moment, quina és la nostra oferta.

Aquestes estratègies es tradueixen en una sèrie d'**accions**, les quals es durien a terme en el municipi de Terrassa però que també s'intentarien estendre als pobles propers, sobretot aquells sobre els quals Terrassa exerceix una influència cultural²²⁰:

A) IMATGE

La creació d'una nova imatge del Cinema Catalunya passa, com hem dit abans, per diverses intervencions, algunes de les quals van més enllà de l'àmbit comunicatiu i ja han estat explicades en els apartats corresponents²²¹. Així doncs, si ens concentrem en aquelles accions que es refereixen a la comunicació, ens trobem amb dos línies d'actuació.

²¹⁹ Totes les nostres comunicacions es farien en català i castellà, però per exemple, per a programes especialment dirigits al col·lectiu magrebí, dites informacions haurien d'estar en el seu idioma. D'altra banda, en el cas concret de la web, pensem que seria molt positiu que també hi hagués la opció de mostrar els continguts en anglès, si més no com a signe de modernitat i per estar oberts al diàleg amb centres homònims internacionals.

²²⁰ Veure apartat 3.1.1. "El Vallès Occidental: grans trets" i mapa 3: "Àrea i grau d'influència de la oferta cultural de Terrassa".

²²¹ Veure apartats 5.1. "Conceptualització", 5.4. "Programes" i 6.1. "L'espai".

A1. Creació d'una nova imatge corporativa

Donat que volem que el nostre centre esdevingui un espai conegut per tothom, proper i de referència, pensem que és imprescindible crear tota una sèrie d'elements corporatius que ens ajudaran a la seva ràpida i fàcil identificació i que, al mateix temps transmetran els valors de frescor i modernitat, però també de proximitat, serietat i qualitat.

En primer lloc, hem creat un nou nom pel centre, el qual ja hem anat mencionant al llarg de la nostra exposició: "AMICS DEL CINEMA". En primer lloc comentar que hem decidit no mantenir l'actual denominació del cinema perquè pensem que cal trencar amb tot el que existia fins ara, al menys de manera simbòlica, perquè la ciutadania vegi que el que oferirem ara no té res a veure amb el que hi havia abans. Donada la necessitat de deslligar el cinema d'alguns dels valors negatius que tenia, pensem que aquest canvi de nom és una primera mostra de "renaixement" de l'equipament.

El motiu per haver triat aquest nom en concret el trobem en dos elements: volem que sigui un centre proper, que la gent el faci seu, per això introduïm la paraula "Amics". I hem parlat de la nostra voluntat de ser moderns, però tampoc volem anar massa lluny proposant una denominació estranya de tan original, que molts ciutadans no entendrien, i amb la qual d'altres no se sentirien identificats. Per això, en el nom del centre consta clarament la paraula "Cinema", perquè pretenem ser clars i que tothom sàpiga de seguida quin tipus d'espai som i què estem fent. A més el terme "Amics de..." és un clàssic en la història dels municipis catalans com a forma de denominar espais a on s'ofereixen iniciatives culturals d'interès pels ciutadans, de manera que només aparèixer, el centre esdevindria una proposta familiar i clara.

En segon lloc, trobem uns elements gràfics, que inclouen lligar el nostre centre a un logo, amb un estil i uns colors determinats, i que tindria una sèrie de derivacions i aplicacions tant en el propi local (cartelleria i indicadors al cinema), com en la web i ens les diferents comunicacions que duguéssim a terme. A continuació presentem l'esmentat logo, tot i que, per a tenir una major informació sobre la seva justificació i veure alguna de les seves aplicacions, aconsellem veure l'annex 7.

AMICS DEL CINEMA

A2. Llançament del nou centre i de la seva nova imatge

Un cop creat el centre i la seva nova imatge, l'hem de donar a conèixer. Per a aconseguir-ho s'ha de fer una campanya mediàtica, a partir dels mitjans de comunicació locals (anuncis a premsa, ràdio, TV i a les webs municipals) i amb una extensa difusió de cartelleria, pòsters, fulletons i *flyers* en els espais específics del mobiliari urbà i en tots els espais públics i privats culturals i d'oci que té la ciutat a on ens sigui possible. També pensem que, sobretot amb la ocasió de llançament, hem de fer l'esforç de fer inserts en algun diari i ràdio a nivell nacional, així com intentar aparèixer en plataformes digitals. Així mateix, seria important difondre la notícia de la nostra aparició en alguns mitjans especialitzats de cinema (siguin escrits o digitals).

D'altra banda, volem ser notícia, sobretot en aquesta ocasió única d'inici d'activitat. Per tant pensem que s'hauria de realitzar alguna activitat com seria una festa al propi local dirigida als professionals del sector, als prescriptors i als agents clau del municipi en referència a la cultura o a l'audiovisual). També es podria fer una altra mena de festa dirigida al conjunt dels terrassencs, potser en format de inauguració i/o jornada de portes obertes, perquè ens puguin conèixer.

Per a cridar l'atenció dels ciutadans, a més i coincidint amb la festa d'inauguració es podria dur a terme algun tipus de *performance* als carrers de la ciutat. Per exemple podria ser original comptar amb la col·laboració d'algun grup teatral local per a interpretar escenes memorables de pel·lícules famoses en diferents racons del centre de Terrassa.

B) COMUNICACIÓ CORPORATIVA

Un cop ens hem donat a conèixer a la ciutadania i aquests saben qui som, no podem deixar que s'oblidin de nosaltres, hem d'estar sempre presents en l'imaginari de la ciutadania. I això s'aconsegueix mantenint una comunicació contínua amb els ciutadans i amb els agents locals, alhora que hom va trobant la nostra imatge en diferents mitjans i espais de la ciutat.

Així, proposem:

- Inserir anuncis en la premsa local escrita, així com en la ràdio i la TV local, de titularitat municipal. També hauríem d'inserir publicitat en d'altres mitjans nacionals, ja siguin genèrics o especialitzats. En ambdós casos s'intentarien establir relacions de col·laboració, és a dir, que algun d'aquests mitjans esdevinguessin "mitjans col·laboradors", de manera que ens oferirien insercions gratuïtes o a preus reduïts a canvi de que nosaltres mostréssim el seu logo al nostre centre i a les nostres comunicacions.
- Difondre cartelleria en locals clau (espais i associacions culturals, centres cívics, biblioteques, etc).
- Establir una relació estreta i constant amb els actors clau del municipi. Parlem aquí de comptar amb una política de relacions públiques que consistiria tant en comunicar-se amb dits actors, mantenir-los informats, fer-los partícips de les nostres iniciatives, convidar-los a assistir a certs actes, etc. Entre els actors clau trobaríem de nous els centres culturals i socials, així com les associacions representatives de col·lectius terrassencs, els diferents departaments de l'Ajuntament, el Parc audiovisual, l'Escac i altres centres formatius especialitzats en l'audiovisual, els prescriptors i els mitjans de comunicació especialitzats.

C) DIFUSIÓ DE LA PROGRAMACIÓ

Per a mantenir els terrassencs contínuament informats de quina és la nostra oferta, proposem una extensa difusió de la nostra programació. Així mateix, s'elaborarien notes de premsa dels events més destacats i s'enviarien a diferents mitjans per tal de ser "notícia".

A continuació esmentem els mitjans a on haurien d'aparèixer aquestes informacions:

C1. Mitjans de comunicació impresos

- El programa hauria d'estar present a la premsa local i als diaris col·laboradors

d'abast nacional. A més, i sobretot en els casos de realització d'events d'especial importància, caldria aparèixer no només a la premsa genèrica, si no també a l'especialitzada.

- Cartelleria, pòsters i flyers presents al propi centre, als centres culturals, biblioteques, centres cívics, casals i espais socials de la ciutat, centres d'ensenyament, especialment en aquells a on s'imparteixen estudis relacionats amb l'audiovisual i a altres punts clau com serien bars i locals "de moda".
- Agendes culturals destacades, com el Butxaca o altres d'àmbit local.

C2. Ràdios

Bàsicament es tractaria de locutar la nostra programació setmanal a la ràdio local, mirant de destacar les activitats i events d'especial interès.

C3. Televisió

De nou ens referim a la TV local. La programació podria aparèixer en format escrit, com es fa actualment a TV3 amb l'agenda cultural, un cop al dia intercalada entre els espais habituals del canal. Tot i això pensem que TV3 podria estar interessada en difondre la realització de certs events especialment importants²²².

C4. Internet

Internet és un dels mitjans clau, donada la seva capacitat de difusió d'una banda, i els seus preus inferiors als d'altres mitjans, d'una altra, per a publicar la nostra programació d'una manera regular. També és un suport ideal per a difondre les nostres activitats especials. Faríem servir els següents suports:

- Cartelleres de cinema (tipus La Netro²²³, Guia del Ocio²²⁴ o e-cartelera²²⁵). L'aparició de la programació en aquests portals és gratuïta.
- Webs especialitzades en cinema, com serien cine.cat²²⁶, hoyCinema.com²²⁷, Blogy Cine²²⁸ o cine independiente²²⁹.
- Plataformes 2.0. Avui dia no es pot deixar la oportunitat de desapropitar aquestes

²²² Arrel de la nostra experiència laboral, ens consta que l'aparició del programa d'una entitat cultural a l'agenda de TV pot ser gratuïta si l'interès de la proposta és tal que el canal està interessat en difondre-la.

²²³ <http://barcelona.lanetro.com/cine/31442/0/0>

²²⁴ <http://www.guiadelocio.com/barcelona/cine/terrasa/cinema-catalunya/cartelera>

²²⁵ <http://www.ecartelera.com/cines/0,9,257.html>

²²⁶ <http://cine.cat/>

²²⁷ <http://www.hoycinema.com/>

²²⁸ <http://www.blogycine.com/>

²²⁹ <http://cinemaindependiente.blogspot.com/>

eines que permeten realitzar una gran tasca de difusió a un cost pràcticament inexistent. Per exemple, s'haurien de crear perfils de Facebook i Twitter en nom d'Amics del Cinema, a través dels quals mantindríem informats els nostres "amics" de la programació.

- Enviament de *newsletters*. A partir de la pròpia web i d'altres mitjans (plataformes 2.0, al propi local, etc), es crearia un llistat de clients als quals els hi enviarem un butlletí periòdic amb la nostra programació i altres notícies d'interès sobre l'activitat al centre.
- La pròpia web d'Amics del Cinema tindria un apartat especialment dedicat a la programació. A la portada de la web apareixeria una notícia destacada, que coincidiria amb alguna de les activitats que oferíem properament i que fos d'especial interès.

Una altra acció que duríem a terme, i que pot ésser considerada bé com a un acte comunicatiu, bé com a un servei complementari, seria l'elaboració de fitxes sobre les pel·lícules en cartellera. No tenim en compte aquí els materials didàctics o complementaris que es desenvoluparien com a suport a les activitats de formació, parlem més aviat d'informacions que ajudarien a l'usuari a entendre millor la projecció o bé a saber més sobre aquesta o sobre el seu director²³⁰. També es podrien realitzar fitxes sobre cicles (per exemple una fitxa sobre "Les dones al Cinema" amb un repàs històric, reflexions de professionals i un resum de pel·lícules) i sobre altres tipus de projeccions (com seria "Els videoclips dels 80" o "El 3D en el cinema").

Una menció especial mereix la web de l'entitat, donat que aquest mitjà s'ha convertit en un dels millors instruments per a la comunicació de qualsevol organització, més encara quan es tracta d'una entitat cultural, l'element més important de la qual són els seus continguts. És tal la importància de les webs, que pensem que és imprescindible que Amics del Cinema compti amb una de pròpia (i no que es limiti a un apartat de la SMCT com passa ara amb el Cinema Catalunya). Pel mateix motiu, en parlar dels recursos humans del centre hem vist que pensem comptar amb un col·laborador extern, però "estable"²³¹.

La web d'Amics del Cinema hauria de ser una extensió de la identitat corporativa del centre, per això el seu disseny hauria de ser paral·lel a la imatge gràfica creada especialment per a

²³⁰ Prenen com a exemple les fitxes que ofereixen als Cines Verdi, a on hi consta una sinopsi de la pel·lícula, la seva fitxa artística i tècnica, filmografia del seu director, opinions dels crítics i altres continguts d'interès com entrevistes al director o als actors aparegudes a mitjans especialitzats, notes del director, etc.

²³¹ Veure apartat 6.4. "Organigrama i recursos humans".

aquest, tal i com hem vist anteriorment. El disseny ha de ser atractiu i actual, està clar, però encara és més important que la pàgina sigui de gran usabilitat, pràctica i intuïtiva.

Quant als continguts de la web, es podrien resumir en el següent llistat:

- Agenda. Tal i com hem dit abans, la web és una eina per mantenir els ciutadans contínuament informats sobre la nostra programació.
- Notícies d'interès, no només sobre la nostra pròpia activitat, si no també sobre d'altres de l'audiovisual o del cinema. En aquest sentit es pot compartir informació amb la SMCT i amb d'altres mitjans col·laboradors.
- Entrevistes a professionals, especialment quan aquests tenen o han tingut una recent col·laboració en alguna de les nostres activitats. Per exemple, si convidem al director d'una pel·lícula per un cinefòrum aprofitaríem per entrevistar-lo i publicar l'entrevista a la web.
- Recomanacions de pel·lícules, festivals, etc.
- Suggestiments. Volem tenir una porta oberta a la participació, per això obrim un apartat a partir del qual la gent pugui dir què voldria trobar al centre i també què és el que no li agrada. S'intentarà tenir en compte aquestes aportacions el màxim possible.
- De cara a un futur proper, pensem que seria molt positiu introduir el catàleg de la Mediateca a la web per tal que els aficionats i/o interessats en la col·lecció puguin consultar des de casa de quins títols consta i quina és la seva disponibilitat.
- També tenim la idea, tot i que s'hauria de pensar encara a més llarg termini, d'establir una plataforma digital de visualització de pel·lícules. Es tractaria d'estendre el contracte amb les distribuïdores de forma que els nostres clients, per un mòdic preu, poguessin visualitzar on-line els títols que s'haguessin programat al centre²³².

Per últim, comentar que durant l'exposició de la nostra política de comunicació hem parlat quasi exclusivament d'aquelles accions dirigides a la ciutadania (que és el nostre públic objectiu). Si bé s'ha fet una menció, en explicar el referent a la comunicació corporativa, que establiríem una relació amb els actors claus del territori, volem reforçar ara aquesta idea. I és que volem deixar clar que tenim una missió, a la qual es dirigeixen les nostres estratègies, però la consecució d'aquesta també passa per a mantenir unes polítiques

²³² Aquesta idea, tot i que pot semblar poc assenyada perquè les tecnologies domèstiques en aquest àmbit no estan prou implantades, sembla que podria ser una alternativa de futur a l'actual lloguer de pel·lícules i també una bona opció de lluita contra la pirateria. Al menys aquesta és la postura d'alguns dels ponents de les "Jornades de debat, formació i projeccions: Festivals de Cinema", que van tenir lloc a Barcelona el desembre del 2009 i a les quals vam assistir.

comunicatives i de relacions públiques amb aquests agents municipals, amb els stakeholders i especialment, amb els nostres col·laboradors i patrocinadors.

Tampoc podem oblidar la necessària creació d'uns canals de comunicació interns per a facilitar el diàleg entre els diferents membres de l'equip d'Amics del Cinema. Es realitzaran reunions periòdiques per tal de que tot el personal pugui expressar els seus dubtes i problemes, alhora que tothom conegui la feina que els seus companys estan duent a terme. D'aquesta manera, es farà partícip a tots els membres de l'equip de la dinàmica del centre i es fomentarà que s'aprofitin les possibles sinergies entre els diferents departaments. Però a més, tal i com es va comentar en parlar dels recursos humans del centre²³³, pensem que és important que es formi una cultura organitzativa, que cohesioni els treballadors i motivi la creació d'un ambient de treball que resulti eficient i productiu, però també agradable, còmode i relaxat. En aquest sentit seria molt positiva l'existència de canals de comunicació informals, tals com les converses "fent el cafè", els sopars o trobades fóra de l'horari de treball, etc.

6.8. Cronograma²³⁴

Actualment ens trobem en un moment difícil quan es tracta de posar en marxa nous projectes. El context de crisi econòmica es configura, possiblement, com l'obstacle més gran amb el que ens haurem d'enfrontar per a fer realitat el nostre centre. En el cas d'Amics del Cinema, a més, el panorama és especialment complicat si tenim en compte que es tractarà d'un centre municipal, en el que, tot i el finançament privat, la inversió que realitzi el consistori serà imprescindible per tirar endavant amb el projecte. En aquest sentit, la opinió del propi regidor d'Imatge i Comunicació de l'Ajuntament de Terrassa, Jordi Ballart²³⁵ és que "seria recomanable esperar un temps per a dur a terme el projecte", per a que l'Ajuntament acabés de recuperar-se, no només de la situació econòmica desfavorable, si no també de la inversió realitzada per a la reforma que s'està fent al Teatre Principal. Recordem també que part dels nostres programes tindran lloc al propi Teatre Principal, necessitem per tant que la rehabilitació d'aquest equipament hagi acabat per a iniciar la nostra activitat.

D'altra banda, tot i tractar-se de la millora d'un espai ja existent, Amics del Cinema comporta una sèrie de processos previs a la seva inauguració que demanen temps. A banda de la presentació i negociació del projecte amb l'Ajuntament, caldria fer les obres de millora i

²³³ Veure apartat 6.4. "Organigrama i recursos humans".

²³⁴ Veure cronograma any 1 i any 2 a l'annex, punt 7.

²³⁵ Veure entrevista a Jordi Ballart a l'annex.

adquirir els equipaments oportuns, buscar subvencions, col·laboradors i patrocinadors per aconseguir finançament, configurar el personal, preparar el contingut dels programes, etc.

Per aquests dos motius, hem decidit que la preparació d'Amics del Cinema s'hauria de dur a terme durant l'any 2012, mentre que la inauguració oficial del centre i per tant, la posada en marxa dels seus serveis i activitats tindria lloc el 2013.

Procedirem ara a fer una descripció dels cronogrames del 2012 i el 2013 del nostre projecte, és a dir, explicarem els diferents processos que tindran lloc al llarg d'aquests períodes, justificant el motiu pel qual es faran en cada unitat de temps en concret. Per a obtenir una idea més visual de dits cronogrames, recomanem veure el punt 7 de l'annex.

Cronograma de l'any 1: 2012

Durant els mesos de gener i febrer acabarem de concretar el projecte. La presentació del mateix a l'Ajuntament de Terrassa i les negociacions que es puguin produir per a la seva execució (i que pensem poden allargar-se uns tres mesos), influiran en el contingut del mateix. Donat que dites negociacions es poden dur a terme independentment de la marxa de l'actual programa del Cinema Catalunya, pensem que es pot continuar amb l'activitat del mateix fins a al març.

Un cop aprovat el projecte, s'ha de tancar el centre per a procedir a realitzar les reformes estructurals i les millores tècniques necessàries. Pensem que aquest procés pot comportar uns tres mesos més.

Tot i que l'espai encara no estarà llest, caldria reorganitzar o contractar la primera part del personal de gestió el mes de juny. Estem parlant, bàsicament, del director²³⁶, que s'hauria d'instal·lar temporalment al nou espai d'oficines del Teatre Principal, per tal de prendre la direcció de les negociacions i començar així la seva tasca com a principal responsable de l'equipament. A partir de l'octubre i fins a la inauguració del centre, el propi director, que donada la seva experiència possiblement tindria contactes en el sector, hauria de donar a conèixer el projecte als professionals i prescriptors que posteriorment serien convidats a participar en algunes de les nostres activitats i que a partir dels seus comentaris, articles, etc, poden fer una gran tasca de difusió d'Amics del Cinema.

El mes de juliol es reorganitzaria, buscaria i contractaria la resta de personal de gestió, és a

²³⁶ Fem la suposició que ha estat un gestor cultural extern el que ha realitzat la concepció del projecte, però que no formarà part de l'equip de gestió del centre.

dir, el cap de recursos, el coordinador general, l'encarregat de la mediateca, el cap de formació, el cap de comunicació i la persona d'administració. Aquelles persones que anteriorment no haguessin format part del personal del Cinema Catalunya estarien contractades, de moment, com a col·laboradors externs. Passarien a formar part de la plantilla fixa del centre a partir del gener de l'any 2013.

Es pot veure com aquest primer any no comptem treballar durant el mes d'agost. El motiu és que per aquestes dates ens trobarem en plena època de contacte amb institucions i de contractació, i l'agost és una mala data per a realitzar aquests processos. A partir del segon any, quan el centre estigui en plè funcionament, bona part de les activitats seguiran amb el seu ritme normal durant aquest mes estival.

A partir del setembre i fins a finals d'any s'hauran d'establir aliances amb els agents clau del territori i amb d'altres representants del sector audiovisual, sobretot de Barcelona. També caldrà desenvolupar la política de finançament externa a partir de la recerca de patrocinadors i col·laboradors. Aquesta és una tasca que, de fet, se seguirà fent quan el centre estigui en marxa. Sempre caldrà anar renovant aquests contractes de col·laboració. En el cas de les subvencions, el cap de recursos controlarà les dates en les que aquestes es publiquen per tal de demanar-les en el moment adequat en cada cas.

També a partir del setembre i durant la resta del 2012 caldrà que la resta de l'equip vagi preparant els continguts i estructures necessàries per a la resta de programes o línies d'activitat (contacte amb les distribuïdores i previsió de programació de pel·lícules per als primers mesos del 2013, preparació de temàtiques i materials pels cicles, preparació dels programes formatius per escoles i col·lectius, disseny de les classes i cursets i establiment de contacte amb possibles professors, idees per conferències i altres events, contacte amb comissaris i entitats anàlogues per a muntar exposicions, etc).

Durant els quatre últims mesos del 2012 també caldrà crear la mediateca a partir de l'adquisició, classificació i col·locació de les col·leccions²³⁷ i dels recursos estructurals i tècnics necessaris. Una mica menys de temps, calculem que uns tres mesos, portarà el muntatge del museu fixe d'Amics del Cinema, que s'instal·larà en el vestíbul de la primera planta de l'antic Cinema Catalunya i que serà d'accés gratuït.

²³⁷ Per a nodrir la mediateca i el museu propi del centre, s'intentarà comptar amb la col·laboració desinteressada dels professionals i col·leccionistes del cinema de Terrassa, sobretot aquells que conserven materials referents a "l'edat d'or" de la cinematografia a aquesta localitat.

Pensem que també es necessitaran tres mesos per a l'elaboració de la web del centre, entre contractació d'un professional extern, reunions, proves, canvis, introducció de continguts, etc. Al mes de novembre i sobretot, al desembre, tindran lloc les primeres accions de comunicació per tal d'anar anunciant la inauguració del centre, el gener del 2013. També s'iniciaran les relacions públiques amb les entitats que hagin cedit a convertir-se en els nostres aliats, col·laboradors i patrocinadors. Per últim, el desembre del 2012 es reorganitzarà o contractarà, si és necessari, el personal "tècnic" (cap de logística, operadors i taquiller). A banda de les possibles proves i reunions prèvies per a conèixer el nou centre, part d'aquest personal començarà la feina pròpiament dita al gener, quan Amics del Cinema estigui en marxa.

Cronograma de l'any 2: 2013

L'any 2013, un cop acabades les festes de Nadal, inaugurarem Amics del Cinema. Hem marcat tot el mes de gener, però en realitat la inauguració consistiria en:

- Una festa privada per als agents locals, polítics municipals, professionals, prescriptors, patrocinadors, col·laboradors... en definitiva, per a tots aquells que han fet possible el centre. Es tractaria d'un event més aviat de relacions públiques amb els stakeholders.
- Una jornada de inauguració oficial, de portes obertes per a tots els ciutadans terrassencs i de qualsevol altra procedència que es vulguin apropar al centre. Es realitzarien activitats especials tant a l'antic local del Cinema Catalunya com al Teatre Principal, i a mode de reclam, també es farien *performances* als carrers del centre de la vila.

La campanya de llançament inclou també tota la comunicació necessària per a donar a conèixer la inauguració del centre i la convocatòria de la premsa, així com el posterior enviament de notes de premsa i altres elements comunicatius per a que l'esdeveniment tingui el màxim ressò mediàtic.

Un cop inaugurat el centre, pràcticament totes les línies d'activitat es posen en marxa. La freqüència amb la que es realitzarà cada una d'elles varia en funció de diversos factors, tal i com detallarem a continuació. L'exhibició de pel·lícules d'estrena tindrà lloc durant tot l'any, tal i com passa ara amb el Cinema Catalunya. La periodicitat també serà semblant a la que existeix actualment, de manera que tindrem oferta d'estrenes quasi cada dia de la setmana. El cicles, en canvi, no tindran una periodicitat específica. Es realitzaran regularment, comptant tant amb aquells promoguts per entitats externes a Amics del Cinema com els organitzats pel propi centre, però en tot cas no tindran lloc de manera tan contínua com les

estrenes. És per això que en el cronograma s'ha representat amb algun "buit". També s'ha fet coincidir aquesta absència de cicles amb la celebració dels festivals per a indicar que quan aquests últims tinguin lloc la oferta de cicles se'n veurà afectada per qüestió d'espai²³⁸.

Les projeccions pertanyents al programa de la Filmoteca tindran lloc durant tot l'any, i com s'ha dit anteriorment, es faran coincidir dins del possible amb els cicles que hi hagi en cada moment a la sala de Filmoteca de la Generalitat. Quant als festivals, hem fet coincidir el nostre timing amb les dates en les que tenen lloc els certàmens que ja se celebraven al Cinema Catalunya com a seu principal o secundària (F. Base a l'abril, F. Baumann al setembre i F. de cinema gay i lèsbic a principis d'octubre). Apostem per a intentar esdevenir seu d'altres certàmens i al nostre cronograma hem volgut fer el supòsit de que així seria (hem introduït sessions coincidint amb els festivals Cinemart al març, In-Edit a finals d'octubre i principis de novembre i L'Alternativa a finals de novembre). La categoria d'exhibició "altres", que vol comprendre tota la resta de projeccions que poguessin sorgir, tenint en compte que som un centre obert a tot tipus de propostes, s'ha representat al cronograma de manera intermitent, ja que tampoc podem tenir certesa de quan tindrien lloc dites sessions exactament, però que, en tot cas, no serien regulars.

En referència al programa de formació, la campanya escolar coincideix, com és lògic, amb el calendari de les escoles i altres centres d'ensenyament, és dir, de gener a juny i de setembre a desembre. Les campanyes dirigides a altres tipus de col·lectius, en canvi, s'oferiran durant tot l'any exceptuant l'agost. Sí aprofitem aquest mes per donar classes, cursets i tallers: aquests s'ofereixen tot l'any incloent els mesos d'estiu per a poder fer intensius per aquella gent que aprofita la seva major disponibilitat durant aquesta època per adquirir nous coneixements.

Tant les conferències i taules rodones com les jornades dedicades a temàtiques específiques tindran lloc durant tot l'any, però la seva periodicitat serà irregular, depenent de les propostes, de la disponibilitat de sales, etc. Al cronograma es representen ambdós programes en mesos intermitents intentant representar aquest ritme. Les exposicions temporals, que s'ubicarien en algun espai del Teatre Principal (vestíbul o espai polivalent de la cúpula), tindrien una durada d'entre dos i tres mesos (hem deixat un mes buit entre cada una al cronograma intentant representar el temps necessari per al desmuntatge d'una i el muntatge de la següent, però en realitat pensem que no caldria un lapse tan gran entre

²³⁸ Amics del cinema comptarà amb 4 sales d'exhibició (en comptes de les 2 que hi ha actualment al Cinema Catalunya). Aquesta major disponibilitat d'espais per a projectar augmentarà la possibilitat de fer diverses activitats d'exhibició al mateix temps, però evidentment, seguirem tenint unes certes limitacions.

elles). Així, hi hauria una mitja de quatre exposicions a l'any. La mediateca estaria oberta tot l'any, en un principi només en horari de tarda. En el cas que la demanda ho requerís s'estudiaria ampliar aquest horari de cara a anys posteriors.

A banda de les diferents línies d'activitat, tenim els programes transversals, en els que s'hauria de treballar durant tot l'any per tal d'esdevenir un centre pro-actiu i eficient. Parlem de les tasques de recerca i gestió de recursos (no només seguir buscant fonts de recursos externs, si no també desenvolupar i millorar els propis), accions de comunicació i relacions públiques (imprescindibles per estar sempre presents en l'imaginari de la ciutadania i per mantenir una bona relació amb els agents locals i amb els col·laboradors) i les actualitzacions de la web (com ja s'ha dit, la web ha de presentar una informació variada, diversa i actualitzada en cada moment). L'elaboració o revisió dels materials didàctics es faria de manera més o menys regular, també en funció de les necessitats i de les demandes rebudes, per això al cronograma apareix de manera discontinua.

6.9. Proposta d'avaluació

El darrer punt de la nostra proposta de gestió per al centre Amics del Cinema consisteix en determinar una sèrie d'indicatius que ens serviran per avaluar si el projecte ha acomplert la seva finalitat. Per tal de poder fer aquesta valoració, el primer que hem de tenir en compte és que, tal i com es va dir des d'un primer moment, la raó de ser d'Amics del Cinema és apropar el cinema al màxim de ciutadania, i aquesta és una finalitat l'acompliment de la qual només pot ser mesurat amb el pas del temps. Com hem anat exposant al llarg de la nostra exposició, caldrà posar en marxa una sèrie de programes i processos que, a la llarga, han de fer que no només els usuaris del cinema d'autor es converteixen en assistents del centre, si no que també han d'aconseguir crear nous públics, alguns dels quals es trobaran entre el jovent de la ciutat de Terrassa i que necessitaran d'una extensa formació per a assolir la condició de públic habitual d'Amics del Cinema.

Per tant, els indicadors que exposarem a continuació es configuren com a elements que ens assenyalaran si "anem pel bon camí" i que, d'any en any, aniran contribuint a la consecució "total" de la finalitat del centre, la qual no ens proposarem resoldre en aquesta proposta d'avaluació.

Si procedim doncs a analitzar els indicadors d'avaluació, trobarem en primer lloc els **indicadors d'impacte**, que són aquells que es dirigeixen a valorar si s'han complert els objectius estratègics.

1. El primer dels nostres objectius estratègics es basava en aconseguir incrementar l'interès pel cinema d'autor en el conjunt de la ciutadania de Terrassa. Els indicadors que avaluaran si aquest objectiu s'ha dut a terme correctament són els següents:

a) Comprovar, a partir d'enquestes, la comprensió del cinema d'autor per part dels ciutadans, associacions i entitats representatives d'aquests.

b) Comprovar, a partir d'enquestes, la valoració del cinema d'autor per part dels ciutadans, associacions i entitats representatives d'aquests.

2. El segon objectiu estratègic pretenia incrementar la demanda de consum no domèstic de cinema d'autor, i els indicadors que proposem per a avaluar la seva consecució són:

a) Registrar l'assistència i la composició del públic tant a les diferents modalitats d'exhibició del nostre centre com a la resta d'activitats que oferim, per a veure si aquesta s'ha incrementat i en quin grau.

3. I el tercer objectiu estratègic era que el centre fós perdurable. Per poder veure si estan complint aquest objectiu, que de per sí implica el pas del temps, podem utilitzar els següents indicadors:

a) Comprovar la progressió del resultat anual del centre i el grau de dependència de l'aportació de l'Ajuntament.

b) Anar avaluant la quantitat d'entitats vinculades al centre a partir dels diversos tipus de col·laboració possible.

c) Comprovar la freqüència d'aparició del centre ens els mitjans de comunicació locals.

d) Consultar els agents locals i a la pròpia ciutadania per saber si consideren que Amics del Cinema és un centre consolidat al territori.

I en referència al compliment dels objectius operatius, també comptem amb uns indicadors que ens poden ajudar a comprovar l'eficiència del centre. Es tracta dels **indicadors de resultats**. A continuació els anomenarem segons els objectius als que responen.

1. El primer objectiu operatiu que plantejàvem per Amics del Cinema era crear una nova definició de centre cultural especialitzat en el cinema, integrat en la dinàmica del territori i que esdevingués un espai de referència. Els indicadors que ens ajudaran a saber si aquest objectiu s'ha assolit són:

a) Referències al centre en la premsa i contingut de les mateixes: caldrà anar revisant els mitjans de comunicació, locals, estatals i els especialitzats en l'audiovisual per comprovar quina concepció tenen d'Amics del Cinema i quina valoració en fan.

b) Comprovar la freqüència d'aparició de notícies sobre Amics del Cinema als mitjans de comunicació especialitzats.

c) Saber la opinió respecte al nostre centre dels agents locals, sobretot aquells que formen part del sector audiovisual i que són estratègics per a la nostra activitat, així com dels professionals i prescriptors, de les associacions i entitats i dels propis ciutadans (aficionats i altres tipus de públic o no públic). Obtindríem aquesta informació a partir d'entrevistes directes o bé amb la realització d'enquestes.

d) Fent una comparativa amb les característiques i la oferta d'altres centres de referència.

e) Anar comprovant al llarg del temps si la quantitat i la diversitat de l'oferta d'Amics del Cinema augmenta.

f) Mesurar la progressió d'entitats col·laboradores que promouen events o activitats amb el nostre centre o al nostre centre, i aquelles que exerceixen altres modalitats de col·laboració amb les activitats d'Amics del Cinema.

g) Valorar la participació ciutadana en la concepció de les nostres activitats (mesurar la quantitat de propostes que permeten la participació i la resposta que han obtingut).

2. El segon objectiu operatiu que ens plantejàvem feia referència a la millora del coneixement i l'ús del centre per part de la ciutadania. Comprovarem si hem aconseguit complir aquest objectiu a partir de l'estudi dels indicadors que segueixen:

a) Enquesta als ciutadans per a conèixer la seva opinió sobre l'adequació de les polítiques de preu, abonaments i promocions que ofereix el centre.

b) Enquesta als ciutadans per a saber fins a quin grau coneixen Amics del Cinema, si saben quins serveis ofereix i si estan assabentats de la seva programació.

3. El tercer i últim objectiu estratègic pretenia diversificar les fonts de finançament. Per a comprovar el grau d'assoliment del mateix, farem servir els indicadors que es detallen a continuació:

a) Progressió del pressupost del centre per a avaluar l'increment o descens del resultat anual, així com l'evolució dels ingressos i el nivell de deute.

b) Anar seguint el nombre de fonts de finançament existent i quina és l'aportació de cada una.

c) Avaluar la progressió de la quantitat de patrocinadors i col·laboradors i de les seves aportacions.

7. CONCLUSIONS

Quan hom es proposa dur a terme un projecte de gestió cultural centrat en el cinema d'autor es troba amb una sèrie de problemes. I és que, en primer lloc, el cinema no sempre és considerat com una forma de cultura, si no que de vegades es veu més aviat com un negoci o com un tipus d'espectacle sense cap valor afegit. Recordem que l'Esteve Riambau, director de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya, ens comentava que en els propis mitjans de comunicació, el cinema sovint es recull dins l'apartat "Espectacles" i no en el de "Cultura".

Aquesta concepció es deu, sobretot, a l'actual situació del mercat cinematogràfic a Catalunya, a Espanya, i de fet, a tots els països occidentals, i que es caracteritza per un domini del cinema nord-americà i comercial en l'àmbit de la distribució i conseqüentment, de l'exhibició. Aquest és, de fet, el segon gran problema amb el que ens trobem: el panorama d'exhibició cinematogràfica és desigual, o en altres paraules, hi ha una manca d'oferta

d'exhibició de cinema d'autor i de propostes dels diferents països del planeta. I el problema de l'hegemonia del cinema hollywoodens és encara més greu si tenim en compte que la oferta s'acaba traduint en la demanda del públic, de manera que el propi públic prefereix anar a veure una pel·lícula basada en l'impacte visual i sonor, de gran ritme i poc contingut, que no pas fer l'esforç d'intentar entendre les propostes amb un missatge més profund i profitós.

Però, seguint la opinió de tots els professionals consultats, no ens podem rendir i no podem deixar que el cinema comercial acabi per "menjar-se" els films d'autor i d'altres procedències, hem de lluitar per contrarestar aquesta desigualtat en el mercat. És per això que, en nom de la necessària diversitat cinematogràfica, existeixen equipaments públics com serien la Filmoteca de la Generalitat i el Cinema Catalunya de Terrassa; també amb la mateixa finalitat la nova Llei del Cinema crearà la Xarxa Concertada de Pantalles. També han anat sorgint diverses iniciatives que intenten apropar el cinema d'autor a les noves generacions, amb el convenciment que la situació marginal d'aquest tipus de cine no només és un efecte de l'oferta desigual, si no que també es deu a una manca d'informació i de coneixement.

Per la nostra part, hem volgut posar el nostre granet de sorra en favor del cinema d'autor, un cinema que considerem com a àmbit cultural de primer ordre, i que estem convençuts que pot ajudar a fer de la nostra una societat millor. Hem volgut actuar fóra de l'àmbit urbà perquè, afortunadament, i sobretot en el cas de Barcelona, a les principals ciutats han anat apareixent diverses iniciatives de cinema més enllà de les propostes comercials -propostes que han anat atraient l'interès dels joves-, mentre la situació en els municipis catalans segueix sent molt deficitària.

Aprofitant les característiques i les polítiques públiques de Terrassa hem volgut crear un espai a partir del qual els ciutadans es poguessin anar apropant a les propostes cinematogràfiques i audiovisuals no comercials. Però, com ja vam comentar en la introducció d'aquest document, aquest només seria un primer pas per a la normalització de l'exhibició del cinema d'autor a Catalunya. Centres i iniciatives com la que proposem a Terrassa haurien de sorgir arreu del territori per assegurar que tots els catalans poden accedir a una oferta cinematogràfica de qualitat, diversa i representativa de la pluralitat que existeix al món.

D'altra banda, amb la concreció de tots els valors i idees esmentades en la realització del nostre projecte ens hem adonat de la importància de comptar amb uns objectius clars, de

tenir una bona estratègia i d'establir un model de gestió adequat. Observant les potencialitats i les capacitats en l'àmbit cultural i cinematogràfic d'una ciutat com Terrassa veiem com, sense l'existència d'aquest esforç de racionalització es perden moltes oportunitats. Així, des del punt de vista d'aquesta futura gestora cultural, i gràcies als coneixements obtinguts al màster i a una breu experiència professional en aquest sentit, hem pogut desenvolupar una proposta que passa per l'ampliació i professionalització d'un dels equipaments culturals de la ciutat, la qual cosa obliga a una major inversió econòmica per part dels poders públics.

Parlant dels aspectes econòmics, hem pogut comprovar també la importància de comptar amb el recolzament dels diferents actors municipals, sobretot tenint en compte que parlem d'un espai públic, propietat de l'Ajuntament de Terrassa. En aquest sentit, ens hem vist obligats a aplaçar als nostres plans de posta en marxa del projecte. Calculem que hauran de passar dos anys perquè l'Ajuntament pugui afrontar la inversió que implica els nostres plans d'ampliació i millora de l'únic espai de la ciutat que ofereix una programació estable de cinema d'autor.

Així mateix, considerem molt important un altre aprenentatge que hem pogut extreure de la realització d'aquest projecte, que està relacionat amb la necessitat de formar la ciutadania en les diverses variants culturals. De vegades podem tenir la sensació que si la oferta d'un espai cultural és "bona", el públic sorgirà de manera espontània, però no és així. Especialment quan estem parlant de manifestacions culturals que, per un motiu o un altre, es troben en una situació de marginalitat, és fa imprescindible comptar amb una estratègia que es dirigeixi a esdevenir un espai proper a la ciutadania i a crear nous públics. S'ha de tenir en compte, però, que estem parlant de programes que necessitaran de temps per a donar fruit, en aquest sentit comentàvem anteriorment que el compliment dels nostres objectius només poden ser totalment avaluats a la llarga.

Així, si finalitzem la nostra exposició de conclusions intentant valorar la idoneïtat i la viabilitat del nostre projecte haurem de reconèixer que actualment no existeix la demanda suficient en el municipi de Terrassa com per a que un espai com el que plantejem sigui viable de manera autònoma. Justament per aquest motiu el nostre centre haurà de seguir, de moment, comptant amb el suport institucional. Confiem, però, que gràcies a un bon plantejament de gestió cultural i a una bona política de formació de públics, algun dia aquesta situació pugui canviar.

Això sí, pensem que és idoni establir un centre d'aquestes característiques en una ciutat que

ha apostat per fomentar el sector audiovisual en tots els seus àmbits i que vol esdevenir un referent del sector. Hem vist que cal assegurar la diversitat de la oferta cinematogràfica en el conjunt del territori català i que cal treballar per a la formació de nous públics, per tant, quin millor lloc que Terrassa? Evidentment, aquesta reflexió no vol dir que no ens esperi una dura feina de gestió de l'espai, dels seus recursos, del seu programa, del seu finançament, de la seva comunicació i dels seus públics. Ans al contrari, la bona gestió del centre es farà imprescindible per possibilitar la lenta però segura consecució de la nostra missió d'apropament del cinema d'autor a la ciutadania.

8. BIBLIOGRAFIA

LLIBRES

Lluís Bonet, Xavier Castanyer i Josep Font (editors). **Gestión de proyectos culturales. Análisis de casos**. Ed. Ariel. Barcelona, 2001.

Capítol:

- Lluís Bonet i Francesc Almacelles, "La recuperación de la versión original: el caso de los cines Verdi".

Susana M. Villalba y Miguel Juan Payan. **Guía del cine independiente americano de los 90**. Nuer Ediciones. Madrid, 1996.

Joaquim Romaguera i Ramió Llorenç Soler de los Mártires. **Historia crítica y documentada del cine independiente en España. 1995-1975**. Ed. Alertes. Barcelona, 2006.

Rafael Romero de Ávila. **El cine independiente y experimental**. Colección "100 años de cine". Ed. Royal Books. Barcelona, 1995.

Josep Ylla-Català y Santi Ponce. **La película del Cineclub. Un capítulo de la historia de Vic (1958-2000)**. Eumo Editorial. Barcelona, 2001.

Josep Gifreu i Joan M, Corbella (ed.) i varis autors. **La Producció audiovisual a Catalunya 2005-2007**. Ed. Única (Documenta Universitària). Estudis 2. 2008, Barcelona.

Capítols:

- Carles José i Solsona, "De la monosala al megaplex. Evolució de l'exhibició cinematogràfica a Catalunya i concentració".

- Fran Benavente i Glòria Salvadó, "Algunes consideracions entorn dels festivals audiovisuals a Catalunya".

Montero, Julio i Cabeza, José (eds.). **Por el precio de una entrada**. Libros de Cine RIALP. Madrid, 2005.

Capítols:

- Sánchez Aranda, José Javier et al. Cómo conocer al público que va al cine. El lanzamiento y recepción de "El retorno del rey" en España.

- Pardo, Alejandro (Universidad de Navarra). Globalización y americanización: nuevos frentes en la batalla económica y cultural entre Hollywood y Europa.

Fernández Blanco, Víctor, Prieto Rodríguez, Juan, et al. **Cinéfilos, videoadictos y telespectadores. Los perfiles de los consumidores de productos audiovisuales en España.** Ed. Fundación Autor. Madrid, 2002.

European cinema yearbook (1998). Media Salles. 1999 advance edition. ISBN 88-900366-2-1.

Audiovisual observatory yearbook 2008. Vol 3. ISBN 978-92-871-6469-8.

Stafford, Roy. **Understanding Audiences and the Film Industry.** Series: Understanding the moving image. British Film Institute. London, 2007.

Vidal Pelaz, José, Rueda, José Carlos (eds.). Varios autores. **Ver cine. Los públicos cinematográficos en el siglo XX.** Ed. Rialp. Madrid, 2002.

Pérez Adán, José (ed.). **Cine y sociedad. Prácticas de Ciencias Sociales. Ediciones Internacionales de la Universidad de Madrid.** Madrid, 2004.

Cuadrado García, Manel, Berenguer Contrí, Gloria (Universidad de Valencia). **El consumo de servicios culturales.** ESIC Editorial. Madrid, 2002.

Fernández Blanco, Víctor. **El cine y su público en España. Un análisis económico.** Colección Datautor. Fundación Autor Ed. Madrid, 1998.

Bruach, Agustí. **Terrassa: La cultura del nostre segle (cinema, teatre i música).** Biblioteca Serra d'Or. Publicacions de l'Abadia de Montserrat. Barcelona, 1993.

Bonet, Lluís, Cubeles, Xavier i Miralles, Josep M. **La indústria del cinema a Catalunya. Estructura, evolució i elements per a la seva planificació.** Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura. Barcelona, 1989.

Manito, Felix (coord.). **Planificación estratégica de la cultura en España.** Colección Datautor. Fundación Autor. Madrid, 2008.

INFORMES, ESTUDIS I ESTADÍSTIQUES

SGAE (Sociedad General de Autores y Editores):

Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2010.

ICIC (Institut Català de les Indústries Culturals. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya) :

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.a698cbe5a26e56a65a2a63a7b0c0e1a0/?vgnnextoid=17f2923e6837a010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=17f2923e6837a010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD>

Balanc de l'exhibició cinematogràfica a Catalunya (2007)

Dades exhibició (2008)

ICIC i els sectors culturals (2009)

Recull dades (2005)

Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya:

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.01121f9326561a075a2a63a7b0c0e1a0/?vgnnextoid=0515fcd88a5fa010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=0515fcd88a5fa010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>

Indicadors i estadístiques culturals Catalunya 2006

Estadístiques culturals de Catalunya 2010

OPA (Observatori de Producció Audiovisual):

<http://www.upf.edu/depeca/opa/ds2.htm>

L'exhibició 2007: Continua baixant l'assistència a les sales

Ministerio de Cultura. Gobierno de España:

<http://www.mcu.es/cine/index.html>

Boletín 2008

Balance 2008

Evolución mercado 98-08

Cuota de mercado por países origen 2009

Idescat

<http://www.idescat.cat/>

Sistema d'informació d'administració local de la Generalitat (MUNICAT)

<http://www.gencat.cat/municat/>

Xarxa El Perfil de la ciutat: indicadors de qualitat de vida a les ciutats

<http://www.perfilciutat.net/>

Informe de cojuntura de Terrassa 2009

<http://www2.terrassa.cat/laciutat/xifres/ic09/portadaic09.htm>

Memòria de la bct xarxa (any 2007)

Mapa de Lectura pública de Catalunya (2008). Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura.

Informe de Desenvolupament Humà de les Nacions Unides del 2004

<http://hdr.undp.org/es/informes/mundial/idh2004/capitulos/espanol/>

Informe Anual sobre l'estat de la Cultura 2010, del ConCa.

La política cultural en España 2004

Real Instituto Elcano de Estudios Internacionales y Estratégicos. Madrid, 2004.

<http://www.google.es/url?sa=t&source=web&cd=5&ved=0CDcQFjAE&url=http%3A%2F%2Fwww.realinstitutoelcano.org%2Fdocumentos%2F109%2F040428-JaimeEsp.pdf&rct=j&q=politicass%20culturales%20cine%20espa%C3%B1a&ei=A77uTlq8PIHQhAfxismUCg&usq=AFQjCNFI6hncXY-sBFUwVSTebnn-zMRSZg>

Informe "Política cultural Cataluña. 2010".

Anna Villarroya Planas

Departament d'Economía Política i Hisenda Pública. Facultat de Biblioteconomia i Documentació de la Universitat de Barcelona.

Indicadors i estadístiques culturals de Catalunya.

Gabinet Tècnic. 2006.

Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura.

ENTREVISTES

Realitzades per al projecte:

- **Roman Gubern**, escriptor, historiador i expert en cinema.
- **Lluís Bonet**, periodista i crític de cinema.
- **Esteve Rimbau**, director de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya.
- **Jordi Ballart**, regidor d'Imatge i Comunicació de l'Ajuntament de Terrassa.
- **Maite Piqueras**, sots-directora del Cinema Catalunya.
- **Juanjo Caballero**, secretari general acadèmic de l'Escac.
- **Meritxell Antigua**, cap de comunicació del Parc Audiovisual de Catalunya

Realitzades originalment per a un treball de Marc Econòmic anomenat "El cinema independent a Barcelona":

Fetes personalment:

- **Ricard Almazán**, cap de programació dels cines Verdi
- **Carlos Rodríguez**, codirector de la desapareguda 100.000 Retinas (fundadors del Cine Ambigu i el Festival de Cine Asiàtic de Barcelona, BAFF).
- **Carles Balagué**, fundador i propietari del cine Meliès.

A través de l'Observatori de Producció Audiovisual

(<http://www.upf.edu/depeca/opa/ds2.htm>):

- **Joan Manuel Tresserras**, ex-conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya
- **Lluís Miñarro**, productor de cine independent
- **Jaime Rosales**, director i productor de cine independent

WEBS

Wikipedia

<http://es.wikipedia.org>

Ministerio de Cultura. Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.

<http://www.mcu.es/cine/>

Circuit Català de Cinema Digital

<http://www.cccd.cat/>

<http://www.circuitocinedigital.es/>

Asociación de gestores y técnicos culturales

<http://www.agetec.org>

Web UNESCO de les indústries culturals i creatives

<http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php->

[URL_ID=37630&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=37630&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html)

Filmoteca de la Generalitat de Catalunya

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.a698cbe5a26e56a65a2a63a7b0c0e1a0/?vgnnextoid=2c342950b347a010VgnVCM1000000b0c1e0aRCD&vgnnextchannel=2c342950b347a010VgnVCM1000000b0c1e0aRCD>

Filmmuseum, Berlin

<http://www.filmmuseum-berlin.de/>

Arsenal, Berlín

<http://www.arsenal-berlin.de/en/home.html>

British Film Institute

www.bfi.org.uk

Cinématèque Française o Musée du Cinéma

<http://www.cinematheque.fr/>

Cinema Center de Fort Wayne, Indiana, EUA

<http://www.cinemacenter.org/>

Lichtblick Kino, Berlin

<http://www.lichtblick-kino.org/lichtblick.php>

Central Kino, Berlin

<http://www.kino-central.de/index.html>

La Enana Marrón, Madrid

<http://www.laenanamarron.org/>

Cinema Truffaut, Girona

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

Federació Catalana de Cineclubs

<http://www.federaciocatalanacineclubs.cat/ca/>

Casa Elizalde

www.casaelizalde.com

Centre cívic Golferichs

<http://www.golferichs.org/cursos/humanitats-i-ciencies-socials/>

Drac Màgic

<http://www.dracmagic.cat/programacions.html>

<http://www.dracmagic.cat/cat/cinemaen/alpri.html>

Mediateca del CaixaForum, Barcelona

http://www.mediatecaonline.net/mediatecaonline/SHome?ID_IDIOMA=ca

Web Comarcalia

http://www.comarcalia.com/comarques/valles_occidental.asp

Web del Consell Comarcal del Vallès Occidental

<http://www.ccvoc.org/ccvoc2/apartats/index.php?apartat=88>

Web de la Generalitat de Catalunya, secció “Patrimoni”

<http://www20.gencat.cat/portal/site/Patrimoni/menuitem.6a2dec9a300f68a8cd0181dfb0c0e1a0/?vgnextoid=3f04e5d8ecb39210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=3f04e5d8ecb39210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=064b768481382210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD>

Webs dels Ajuntaments de:

Terrassa

<http://www.terrassa.cat/>

Sabadell

<http://www.sabadell.cat/Home/>

Sant Cugat

<http://www.santcugat.cat/>

Sant Quirze del Vallès

<http://www.santquirzevalles.cat/>

Rubí

<http://www.rubi.cat/ajrubi/portada/index.php>

Matadepera

<http://www.matadepera.cat/>

Vacarisses

<http://www.vacarisses.cat/>

Viladecavalls

<http://www.viladecavalls.cat/>

Ullastrell

<http://www.ullastrell.cat/>

Castellar del Vallès

<http://www.castellarvalles.cat/>

Web de la Diputació de Barcelona, apartat de biblioteques

<http://diba.cat/biblioteques/guia/sumari.asp>

Web biblioteques especialitzades de la Generalitat de Catalunya

<http://beg.gencat.net/vtls/catalan/Homepage2.htm>

Consorti de Biblioteques Universitàries de Catalunya

<http://www.cbuc.cat/>

“Bibliotecas españolas y de todo el mundo”

<http://exlibris.usal.es/bibesp/index.htm>

Enciclopèdia Catalana

<http://www.enciclopedia.cat/>

Generalitat de Catalunya, Arxius i Gestió documental:

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.03f78855c746589fda97dc86b0c0e1a0/?vgnnextoid=86efa3c922e31210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=86efa3c922e31210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>

Xarxa d'Observatoris del Desenvolupament Econòmic Local (XODEL) (Diputació de Barcelona)

<http://www.diba.es/promoeco/xodel/default.asp>

Parc Audiovisual de Catalunya

<http://www.parcaudiovisual.cat/>

Escola Superior de Cinema de Catalunya, ESCAC

<http://www.escac.es/cat/>

Societat Municipal de Comunicació de Terrassa (SMC)

<http://www.terrassadigital.cat/smc/>

Cinesa Parc Vallès

<http://www.cinesa.es/cines/cines2.aspx?id=231>

Segle XXI (multicine Terrassa)

<http://www.cinessegle21.com/index.php>

Amics de les Arts i Joventuts Musicals de Terrassa

[http://www.amicsdelesarts-
jjmm.cat/index.php?option=com_content&view=article&id=65&Itemid=90](http://www.amicsdelesarts-
jjmm.cat/index.php?option=com_content&view=article&id=65&Itemid=90)

Societat Coral Joventut Terrassenca (“Coro Vell”)

<http://www.corovell.cat/main.html?src=%2F>

Pedagogía de l’Espectacle

<http://www.torredelpalau.org/portadapedagogia.htm>

Fundació Torre de Palau

<http://www.torredelpalau.org/index.htm>

Baumann, “festival de creació audiovisual jove”

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

Base Film Festival

<http://www.basefilmfestival.net/>

Festival Internacional de Cine Gay i Lèsbic de Barcelona

www.barcelonafilmfestival.org, www.terrassa.cat/ciudadania

Dilmé & Fabré Arquitectes

<http://www.dilme-fabre.cat/>

Web de la Diputació de Barcelona, en referència a la normativa de l’Ajuntament de Terrassa i els seus ens adscrits

http://www.diba.cat/cido/cido_r_ajuntamentsn.asp?lne=08279

Kelonik, proveïdors de tecnologia per a sales de cinema.

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

ARTICLES

El consum cultural entre els joves creix en tots els àmbits i supera el de les persones adultes. LA VANGUARDIA, 10-09-10

ALTRES

Nova Llei del Cinema de Catalunya

Document original

Notícia resum a la web de l'ICIC:

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.4f810f50a62de38a5a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=04e6923f01369010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=04e6923f01369010VgnVCM1000000b0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=detall&contentid=273fba9a6e626210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD>

Jornades de debat, formació i projeccions: Festivals de Cinema

Barcelona, desembre de 2009.

Enquestes

Realitzades a una mostra no representativa de públic de cine independent (un total de 30 persones).

Realitzades originalment per a un treball de Marc Econòmic anomenat "El cinema independent a Barcelona".

9. ANNEX

9.1. Taules

Dades sobre Espanya

- Taula 1

Evolució de l'exhibició cinematogràfica a Espanya (anys 1969 a 2009)

	Nº de pantallas	Nº de películas	Espectadores (miles)	Frecuencia de asistencia per cápita	Gasto medio por espectador	Recaudación
1968	7.761	3.795	376.638	11,33	0,10	37.494.982
1969	7.234	3.930	364.641	10,86	0,11	38.522.412
1970	6.911	4.007	330.859	9,76	0,12	39.609.246
1971	6.476	4.025	295.299	8,64	0,15	44.246.812
1972	6.066	4.056	295.162	8,56	0,17	49.800.392
1973	5.632	4.022	278.280	7,99	0,19	53.925.571
1974	5.178	4.035	262.932	7,48	0,23	61.792.446
1975	5.076	4.175	255.786	7,2	0,30	77.966.229
1976	4.874	4.060	245.115	6,82	0,35	85.721.058
1977	4.615	3.989	211.910	5,83	0,45	95.770.534
1978	4.430	4.227	220.110	5,98	0,57	125.158.721
1979	4.288	4.650	200.485	5,4	0,67	134.736.378
1980	4.096	4.561	175.995	4,7	0,77	135.590.458
1981	3.970	4.694	173.659	4,6	0,90	156.941.299
1982	3.939	4.718	155.956	4,11	1,05	163.826.326
1983	3.820	4.665	141.084	3,7	1,22	172.131.303
1984	3.510	4.637	118.592	3,09	1,34	159.428.654
1985	3.109	4.516	101.117	2,63	1,50	152.033.314
1986	2.640	4.076	87.337	2,26	1,68	146.377.267
1987	2.234	3.680	85.721	2,21	1,79	153.436.557
1988	1.882	3.250	69.634	1,79	1,99	138.889.390
1989	1.802	2.913	78.057	2,01	2,15	167.970.701
1990	1.773	2.441	78.511	2,02	2,16	169.859.952
1991	1.806	2.370	79.096	2,03	2,35	186.049.908
1992	1.807	2.008	86.302	2,21	2,53	218.358.780
1993	1.791	1.487	87.704	2,24	2,78	243.885.850
1994	1.930	1.674	89.097	2,28	2,94	261.802.279
1995	2.108	1.583	94.600	2,41	3,06	289.856.118
1996	2.377	1.560	104.265	2,65	3,18	333.339.343
1997	2.551	1.577	105.044	2,61	3,39	347.906.374
1998	2.988	1.673	107.468	2,68	3,68	395.620.665
1999	3.257	1.653	126.236	3,2	3,82	482.863.402
2000	3.527	1.718	134.507	3,36	4,00	538.155.446
2001	3.706	1.831	143.289	3,48	4,24	606.890.203
2002	4.042	1.860	139.805	3,42	4,49	627.353.417
2003	4.251	1.881	135.765	3,18	4,69	636.143.521
2004	4.417	1.795	141.004	3,30	5,02	681.695.669
2005	4.390	1.686	123.700	2,80	4,98	619.685.893
2006	4.346	1.893	122.955	2,86	5,26	646.157.443
2007	4.328	1.897	117.381	2,59	5,54	649.690.866
2008	4.169	1.739	107.940	2,34	5,78	624.256.264
2009	4.097	1.581	110.668	2,37	6,13	678.344.919

Unidad: Euros.

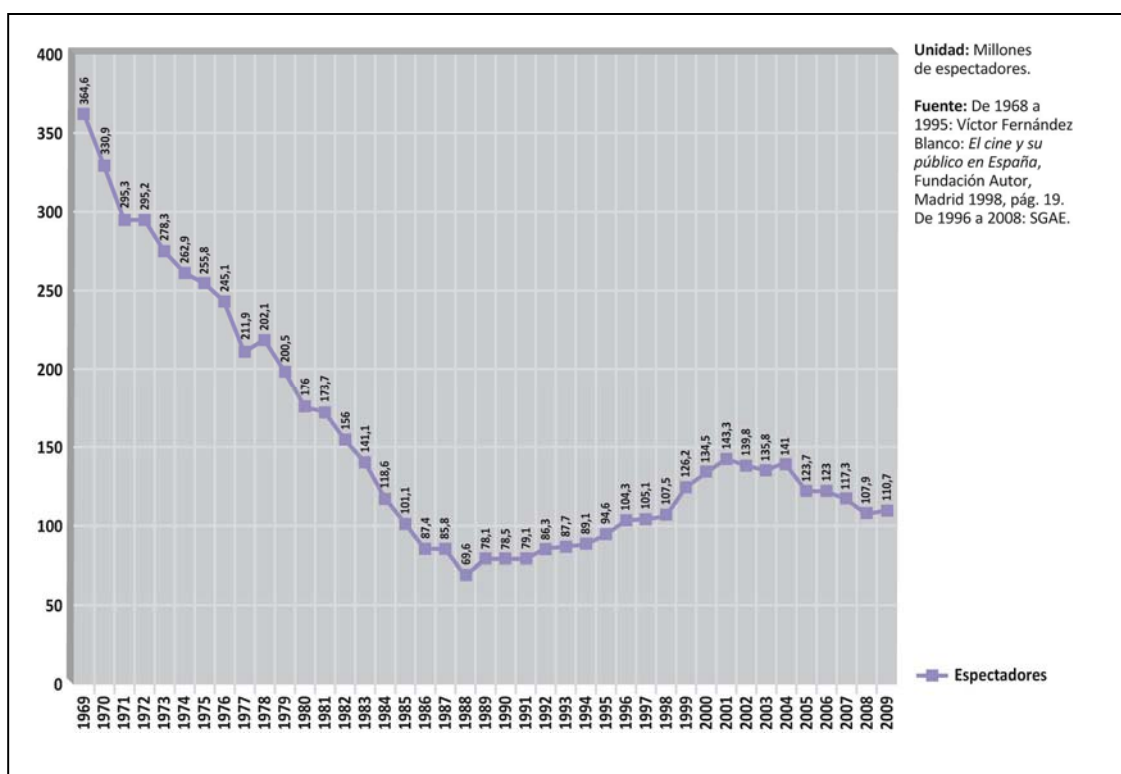
Nota: A partir de 2002, no se han incluido películas exhibidas en salas con muy poca actividad o en las que no tienen actividad comercial.

Fuente: De 1968 a 1995: Víctor Fernández Blanco: *El cine y su público en España*, Fundación Autor, Madrid, 1998, pag.19.
Los datos del número de películas de 1994 y 1995 han sido modificados de acuerdo con los datos de ICAA.
De 1996 en adelante: SGAE.

Font: SGAE (Sociedad General de Autores y Editores):
Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2010.

- Taula 2

Evolució d'espectadors de cinema a Espanya (anys 1968 a 2009)



Font: SGAE (Sociedad General de Autores y Editores):
Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2010.

- Taula 3

Principals indicadors de les pel·lícules exhibides a Espanya el 2009 segons la seva nacionalitat

	Total	EEUU	Espanya	Alemania	R. Unido	Francia
Pel·lícules	1.581	606	411	116	103	115
(%)	100,0%	38,3%	26,0%	7,3%	6,5%	7,3%
Sesiones	4.659.122	3.216.861	721.007	76.426	272.645	143.398
(%)	100,0%	69,0%	15,5%	1,6%	5,9%	3,1%
Espectadores	111.226.902	78.749.449	17.747.895	1.273.440	6.592.665	2.515.871
(%)	100,0%	70,8%	16,0%	1,1%	5,9%	2,3%
Recaudación (euros)	681.800.997	488.302.490	106.146.632	7.444.621	38.994.391	14.882.737
(%)	100,0%	71,6%	15,6%	1,1%	5,7%	2,2%
	Italia	Total UE	Total Europa	Australia	Latinoamérica	Otros
Pel·lícules	27	847	855	7	42	71
(%)	1,7%	53,6%	54,1%	0,4%	2,7%	4,5%
Sesiones	38.216	1.374.618	1.374.864	3.566	24.509	39.322
(%)	0,8%	29,5%	29,5%	0,1%	0,5%	0,8%
Espectadores	505.819	31.585.584	31.589.180	59.199	235.352	593.722
(%)	0,5%	28,4%	28,4%	0,1%	0,2%	0,5%
Recaudación (euros)	2.928.162	188.233.596	188.247.680	338.426	1.387.002	3.525.400
(%)	0,4%	27,6%	27,6%	0,0%	0,2%	0,5%

Font: SGAE (Sociedad General de Autores y Editores):
Anuario SGAE de las Artes Escénicas, Musicales y Audiovisuales 2010.

Dades sobre Catalunya

- Taula 4

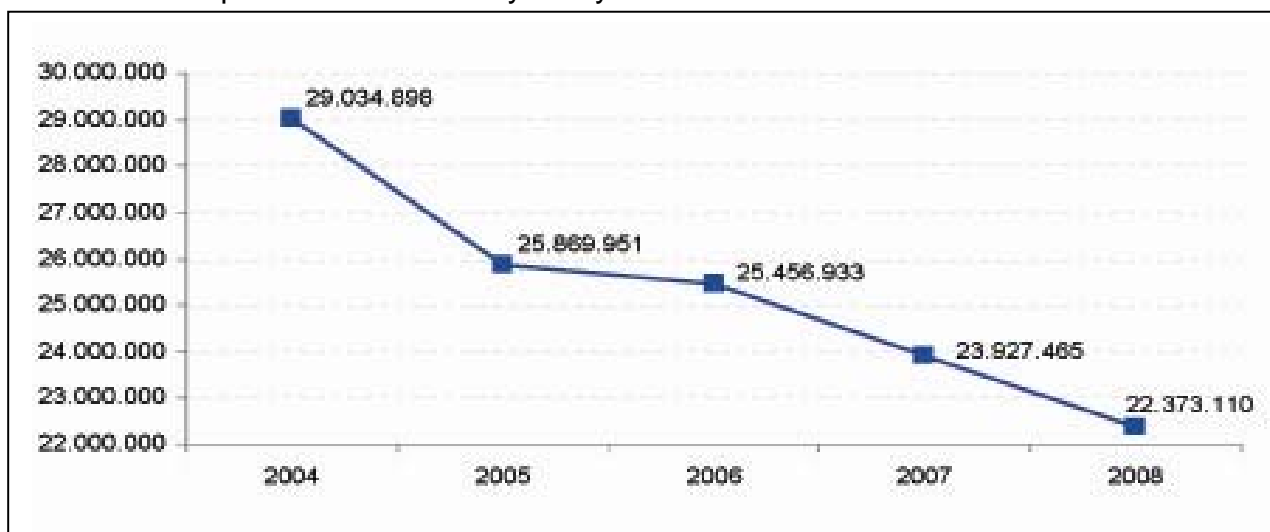
Dades generals sobre l'exhibició cinematogràfica a Catalunya l'any 2006 i variació respecte el 2007

	2006	2007	Variació 2006/%
Pel·lícules exhibides	986	1034	4,87
Pel·lícules estrenades	562	589	4,80
Recaptació	144.433.891 €	143.272.250 €	-0,80
Recaptació mitjana per pel·lícula	146.485 €	138.561 €	-5,41
Projeccions per pel·lícula	878	832	-5,28
Rendibilitat per projecció	166,86 €	166,63 €	-0,14
Entrades venudes	25.426.715	23.927.465	-5,90
Mitjana de setmanes en cartell	12,12	15,40	27,06
Entrades per habitant	3,56	3,32	-6,89
Preu mitjà de l'entrada	5,68 €	5,99 €	5,41
Despesa mitjana en cinema per habitant	20,24 €	19,87 €	-1,85
Pantalles actives	782	797	1,92
Ocupació sales de cinema	13,52	12,88	-4,73

Font: OPA (Observatori de Producció Audiovisual)
L'exhibició 2007: Continua baixant l'assistència a les sales

- Taula 5

Evolució d'espectadors a Catalunya: anys 2004-2008



Font: ICIC (Institut Català de les Indústries Culturals.
Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya)
Dades exhibició (2008)

- Taula 6

Distribució del mercat europeu per freqüència d'assistència als cines.

	Territori	Habitants en milers (*)	Espectadors 2008 en milers	Freqüència d'assistència al cinema per habitant/any
1	Irlanda	4,1	18,2	4,44
2	Catalunya	6,9	22,3	3,23
3	França	62,3	188,8	3,03
4	Regne unit	60	164,2	2,74
5	Resta de l'Estat espanyol	36,3	84,7	2,33
6	Dinamarca	5,4	12,4	2,30
7	Bèlgica	10,4	21,6	2,08
8	Àustria	8,2	15,6	1,90
9	Itàlia	58,4	109	1,87
10	Alemanya	82,5	129,4	1,57
11	Suècia	9	13,7	1,52
12	Portugal	10,5	15,9	1,51
13	Holanda	16,3	23,4	1,44
14	República Txeca	10,2	14	1,37
15	Finlàndia	5,2	7	1,35

Font de les dades:
Països europeus: European Audiovisual Observatory. Press release, 9 february 2009
Catalunya: Recull de dades de l'exhibició cinematogràfica de l'ICIC
() Cens població de l'any 2005*

Font: ICIC (Institut Català de les Indústries Culturals.
Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya)
Dades exhibició (2008)

- Taula 7a

Pel·lícules exhibides a Catalunya per nacionalitat de la productora principal. 2004-2008

	2004	2005	2006	2007	2008	%
Catalunya Cataluña <i>Catalonia</i>	74	85	98	121	137	14,8
Estat espanyol ⁽¹⁾ Estado español <i>Spain</i>	135	159	128	109	104	11,2
Unió Europea ⁽²⁾ Unión Europea <i>European Union</i>	228	275	294	316	240	25,9
Estats Units Estados Unidos <i>United States</i>	384	321	369	385	359	38,7
Resta del món Resto del mundo <i>Rest of the world</i>	76	100	97	103	88	9,5
TOTAL	897	940	986	1.034	928	100,0

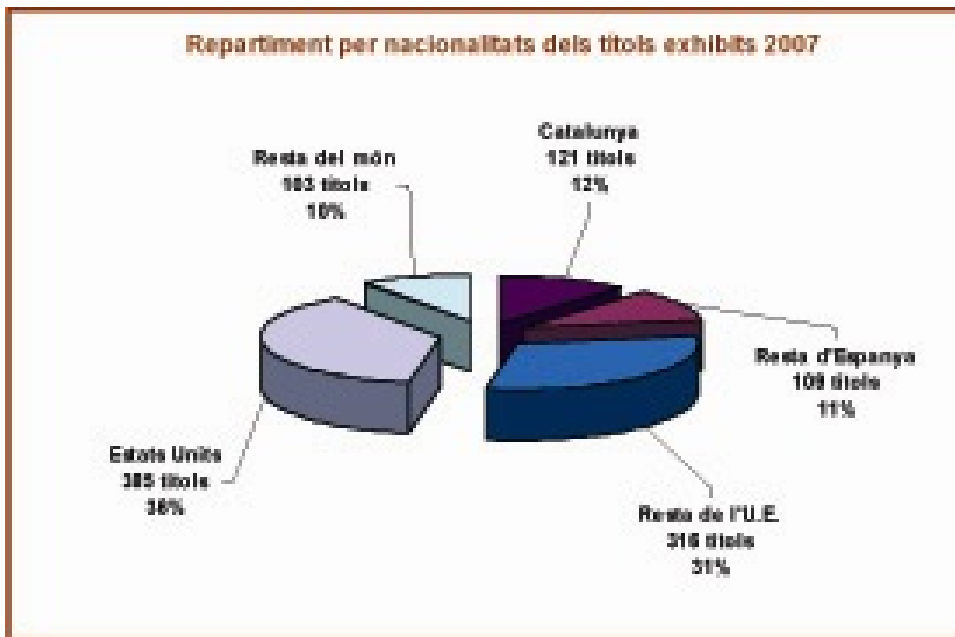
Font/Fuente/Source: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya

(1) Estat Espanyol sense Catalunya - Estado español sin Cataluña - *Spain no including Catalonia*
(2) Unió Europea sense Catalunya i Estat Espanyol - Unión Europea sin Cataluña y Estado Español - *European Union not including Catalonia or Spain*

Font: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya
Estadístiques culturals de Catalunya 2010

- Taula 7b

Repartiment per nacionalitats dels títols exhibits (2007)



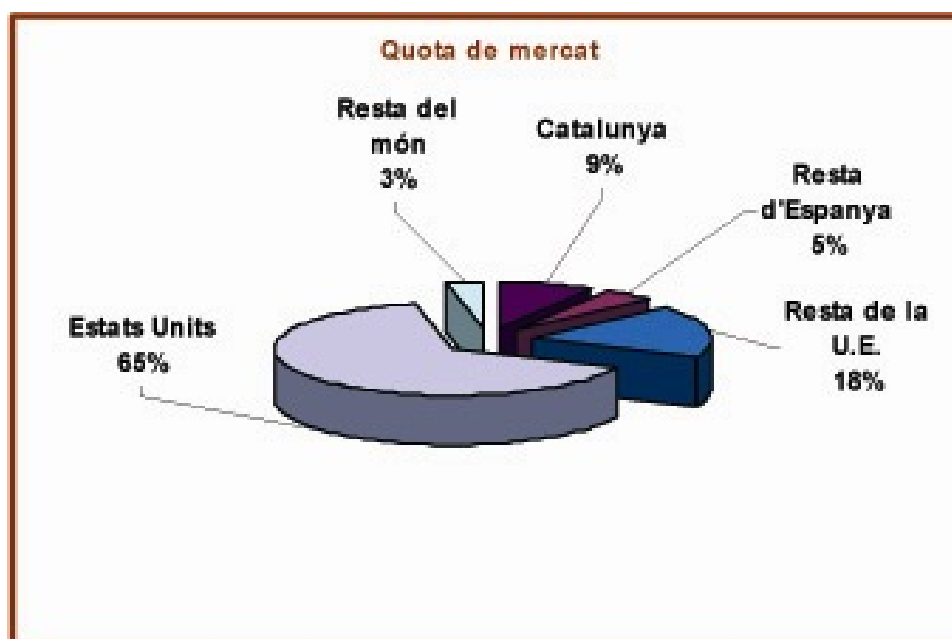
Font: ICIC (Institut Català de les Indústries Culturals.
Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya)
Balanç de l'exhibició cinematogràfica a Catalunya (2007)

- Taules 8a i 8b

Evolució assistència d'espectadors per nacionalitat de la producció

	2003	2004	2005	2006	2007	%
Catalunya	858.903	1.000.133	1.386.453	1.792.535	2.073.789	9%
Reste de l'estat	3.468.246	2.661.203	2.853.229	2.147.514	1.091.498	5%
Reste Unió Europea	3.184.685	4.191.334	5.353.030	3.728.581	4.338.542	18%
Estats Units	19.730.462	20.181.712	15.431.246	17.222.204	15.648.888	65%
Reste del món	2.059.870	1.000.516	884.994	566.099	774.748	3%
	29.302.166	29.034.898	25.908.952	25.456.933	23.927.465	100%

Quota de mercat



Font: ICIC (Institut Català de les Indústries Culturals. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya)
Balanç de l'exhibició cinematogràfica a Catalunya (2007)

- Taula 22: El públic del Cinema Catalunya.

Quin és el públic del Cinema Catalunya?	
EDATS (sobre una mostra de 808 espectadors)	
Majors de 61	26%
De 46 a 60	23'8%
De 31 a 45	24%
De 19 a 30	17%
Menors de 18	8,9%
PER CODIS POSTALS (sobre una mostra de 796 espectadors)	
08224	20'76%
08221	18,6%
08225	12'7%
08222	12,3%
08223	11'7%
08226	7'1%
08227	3%
PER BARRIS (sobre una mostra de 345 espectadors)	
Centre	36'8%
Ca n'Aurell	26'3%
La Maurina	4'6%
Sant Pere	4'3%
Vallparadís	3'4%
Segle XX	3'4%
Escola Industrial	2'8%
Ca n'Anglada	2'8%
Can Palet	2'6%
Poble Nou	2'6%
Sant Pere Nord	2'3%
Resta de barris	Per sota del 2% cadascun
POBLACIONS PROPERES	
Sabadell	4'59%
Matadepera	3'6%
Rubí	1'65%
Barcelona, Castellar, Sant Cugat, Vacarisses, Viladecavalls	Menys del 0'5%

9.2. Articles

LA VANGUARDIA

Consum i pràctiques culturals a Catalunya

Secció: CULTURA

10-09-10

El consum cultural entre els joves creix en tots els àmbits i supera el de les persones adultes.

L'extensió d'Internet i noves tecnologies a les llars també ha reduït les diferències de consums entre els propis joves, segons l'estudi "Cultura i joves".

El secretari de Joventut del Departament d'Acció Social i Ciutadania, Eugeni Villalbí, i el secretari de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Eduard Voltas, han presentat aquest matí els resultats de l'estudi "Cultura i Joves. Hàbits culturals i polítiques públiques". La recerca ha estat encarregada per l'Observatori Català de la Joventut i s'ha basat en dades de l'Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya (ECPC).

L'estudi conclou que les persones joves, contràriament al que sovint es pensa, tenen uns nivells de consum i pràctiques culturals superiors als del conjunt de la població. En àmbits com el d'Internet, els i les joves d'entre 15 i 29 anys en fan un ús clarament molt superior al dels adults (95% d'ús entre els joves, per un 53% entre els adults); però aquesta diferència és igualment destacable en d'altres àmbits de la cultura, com ara la música (88% sobre un 60%), l'assistència a les biblioteques (68% sobre un 37%), a concerts (68% sobre un 42%), **al cinema (37% sobre un 18%)**, al teatre (46% sobre un 38%) o la lectura habitual de llibres (38% sobre un 32%).

En canvi, l'enquesta també indica que la població de més de 30 anys té costums més estesos que no pas la gent jove a l'hora de mirar la televisió més hores que la mitjana –que és de 2,2 hores– (24% els adults, per un 20% els joves) o llegir diaris (81% per un 76%). Aquests resultats reafirmen els presentats a finals del 2009 pel Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, l'organisme de mesura i anàlisi de les audiències i consums culturals del mercat de parla catalana, en què els joves també apareixien com a majors consumidors culturals que no pas els adults en els àmbits del **cinema**, els llibres, la música, els concerts i els museus.

Durant la presentació de l'estudi, Eugeni Villalbí ha destacat que aquestes dades demostren que "l'estigmatització a la qual es veu sotmesa massa sovint la població jove, exposada a la llum pública pràcticament només quan va associada a problemes com ara la violència, el passotisme o la 'generació ni-ni', queda desautoritzada amb dades com aquestes, que demostren que són els i les joves els qui més cultura consumeixen".

L'informe també destaca que els índex de consum cultural entre la joventut han crescut de manera destacada en els darrers anys en tots els àmbits. Així, per exemple, la freqüència amb què escolta música la població jove ha crescut respecte del 2001 (82% al 88%), consolidant un hàbit generalitzat de consum diari. Igualment, també s'ha produït un augment en la proporció de joves que llegeixen habitualment el diari (del 71% al 76%).

Aquests augments s'expliquen en bona part per la penetració de nous mitjans (Internet, reproductors mp3...) i al major grau d'equipament de les llars, amb més suports audiovisuals i informàtics. Sobre aquest punt, l'estudi remarca que la població de 15 a 19 anys és la que segueix disposant de llars molt més ben equipades, i que el nivell d'estudis i el grup ocupacional han perdut pes com a factors diferenciadors a l'hora de tenir llars més equipades. Això suposa que, si bé encara es detecten diferències en els patrons de consum per raons socioeconòmiques, l'extensió d'Internet i de les noves tecnologies han contribuït a reduir les diferències a l'hora d'accedir i consumir cultura. Tanmateix, els internautes no consumeixen la resta de productes culturals amb la intensitat amb què ho fan, per exemple, els lectors habituals.

Internet fa disminuir la TV

L'augment d'activitats relacionades amb l'ordinador també ha suposat una davallada del consum de televisió entre població jove respecte de la mitjana catalana, un fet especialment remarcable en joves que encara no s'han emancipat de casa. No obstant això, l'activitat d'oci majoritària durant els dies laborables encara segueix sent mirar la televisió: declara fer-ho un 20% dels enquestats, xifra superior als que dediquen aquest temps a activitats d'ordinador (15%), fer activitats o àpats amb amics o familiars (14%), fer esport (14%) o estudiar (13%).

Altres increments notables entre els propis joves han estat el de la lectura habitual de llibres (sis o més en el darrer any), que ha crescut deu punts des del 2001, fins a un 38% que declara fer-ho en el moment de fer l'enquesta. Cal dir que els qui tenen aquest hàbit solen tenir una tendència alta a visitar museus, galeries i monuments, a assistir a les biblioteques i

al consum elevat de **cinema**, teatre i diaris. En canvi, no sol anar associat a un elevat consum de televisió, que se situa per sota de la mitjana.

L'especificitat de sexe també té rellevància a l'hora d'analitzar les dades, ja que es materialitza en el predomini de la lectura, la música i l'estudi en el cas de les noies, i en la realització d'activitats esportives i d'ordinador en el dels nois.

Una de les conclusions que també remarca l'informe és que es diferencien tres perfils de consumidors culturals:

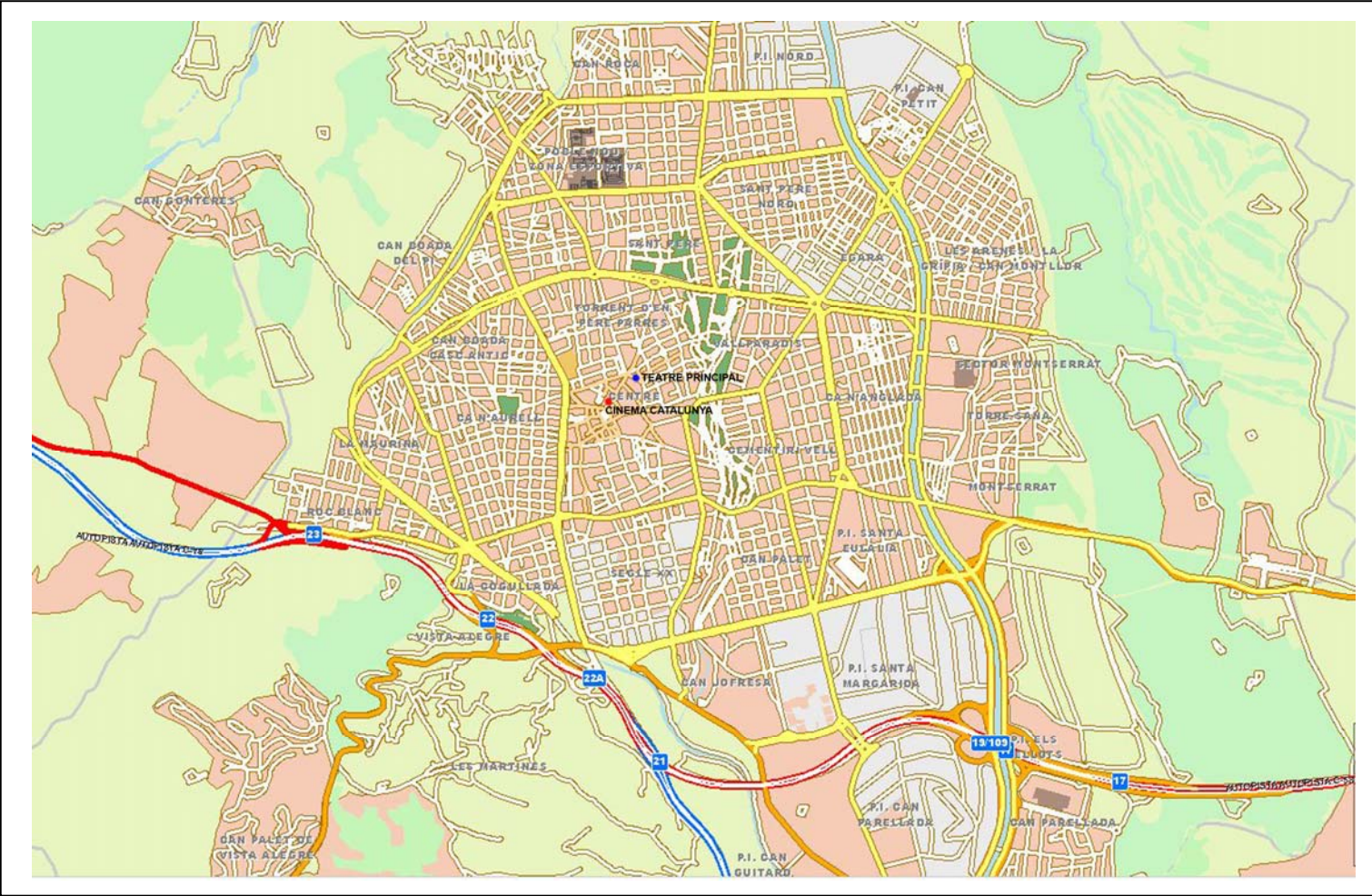
* Els captius (47,8%), que es caracteritzen per realitzar consums esporàdics d'habitació (aquells realitzats a casa, com mirar la TV o navegar per Internet) i de desplaçament (que requereixen sortir de casa, com ara anar al teatre). Es tracta bàsicament d'estudiants d'entre 15 i els 19 anys (no emancipats), i que fan consums vinculats a l'àmbit acadèmic.

* Els omnívors (20,6%), amb consums intensius i freqüents que combinen tots els formats de consum (estàtics i de desplaçament). Es tracta bàsicament de joves que fan estudis universitaris o que ja els han finalitzat. Les pràctiques de consum cultural juguen un paper molt important del seu temps lliure.

* Els Homo videns (31,6%), amb patrons culturals que es restringeixen al consum solitari (televisió per sobre de la mitjana i escolta esporàdica de música). Es tracta majoritàriament d'homes d'entre 25 a 29 anys, amb estudis primaris o secundaris, sovint casats i amb fills. La paternitat pot actuar com un dels factors explicatius de la manca de consum de desplaçament.

9.3. Mapes

- Mapa 5: Terrassa: barris, Cinema Catalunya i Teatre Principal



9.4. Plànols i altres documents visuals sobre els espais

- El local del Cinema Catalunya



Entrada del Cinema.



Taquilla i escala a la 1a pta.



Cinema Catalunya, sala 1.

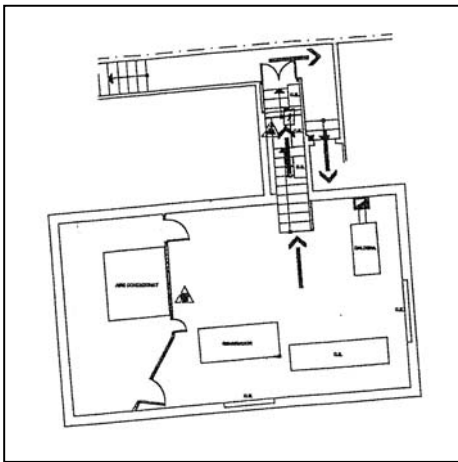


Cinema Catalunya, sala 2.

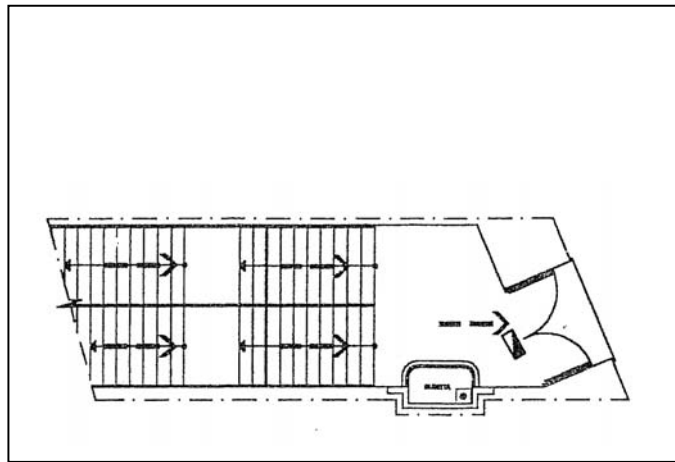


Vestíbul primera pta. del Cinema Catalunya.

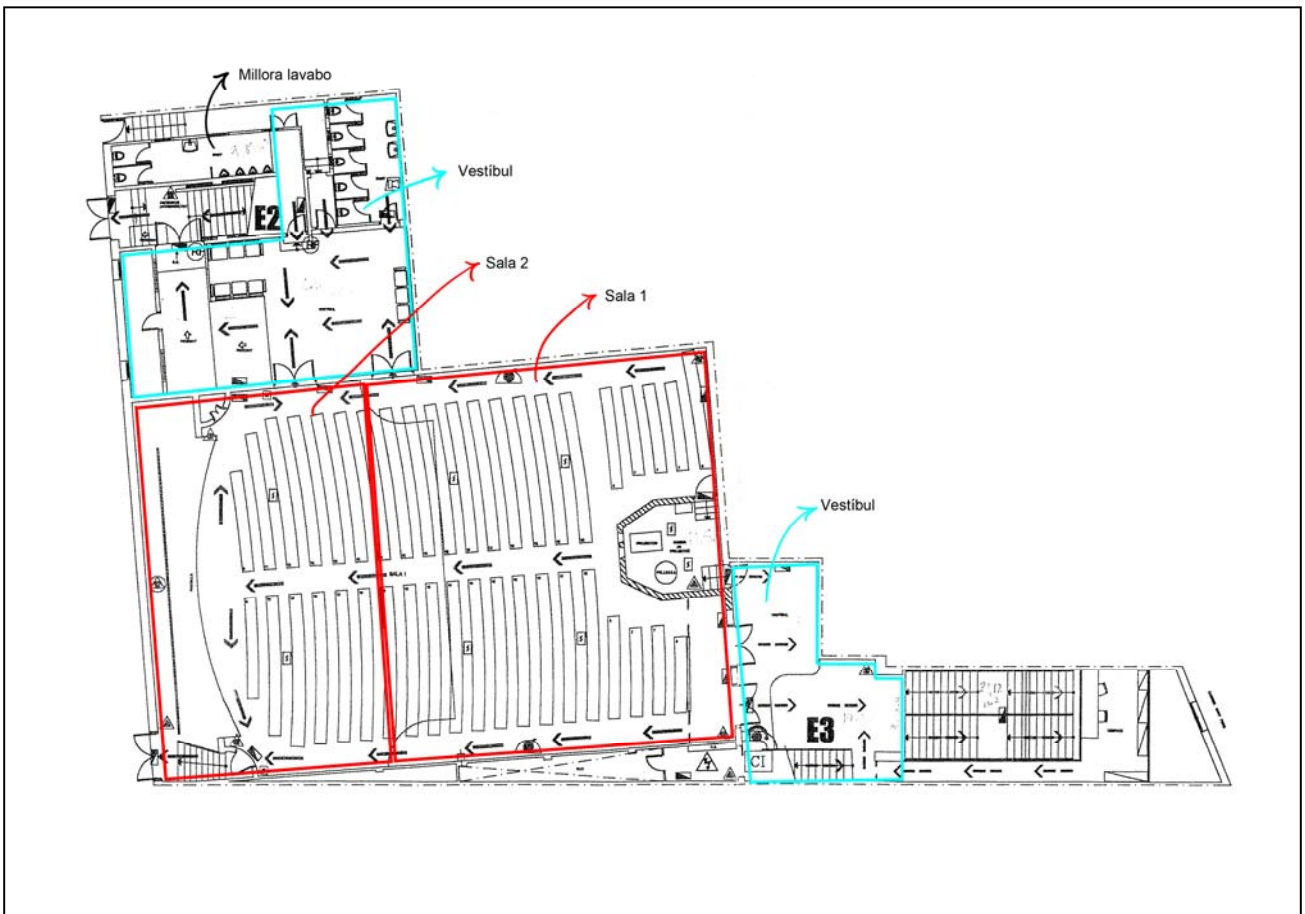
- Plànols del Cinema Catalunya i notes per possible reforma.



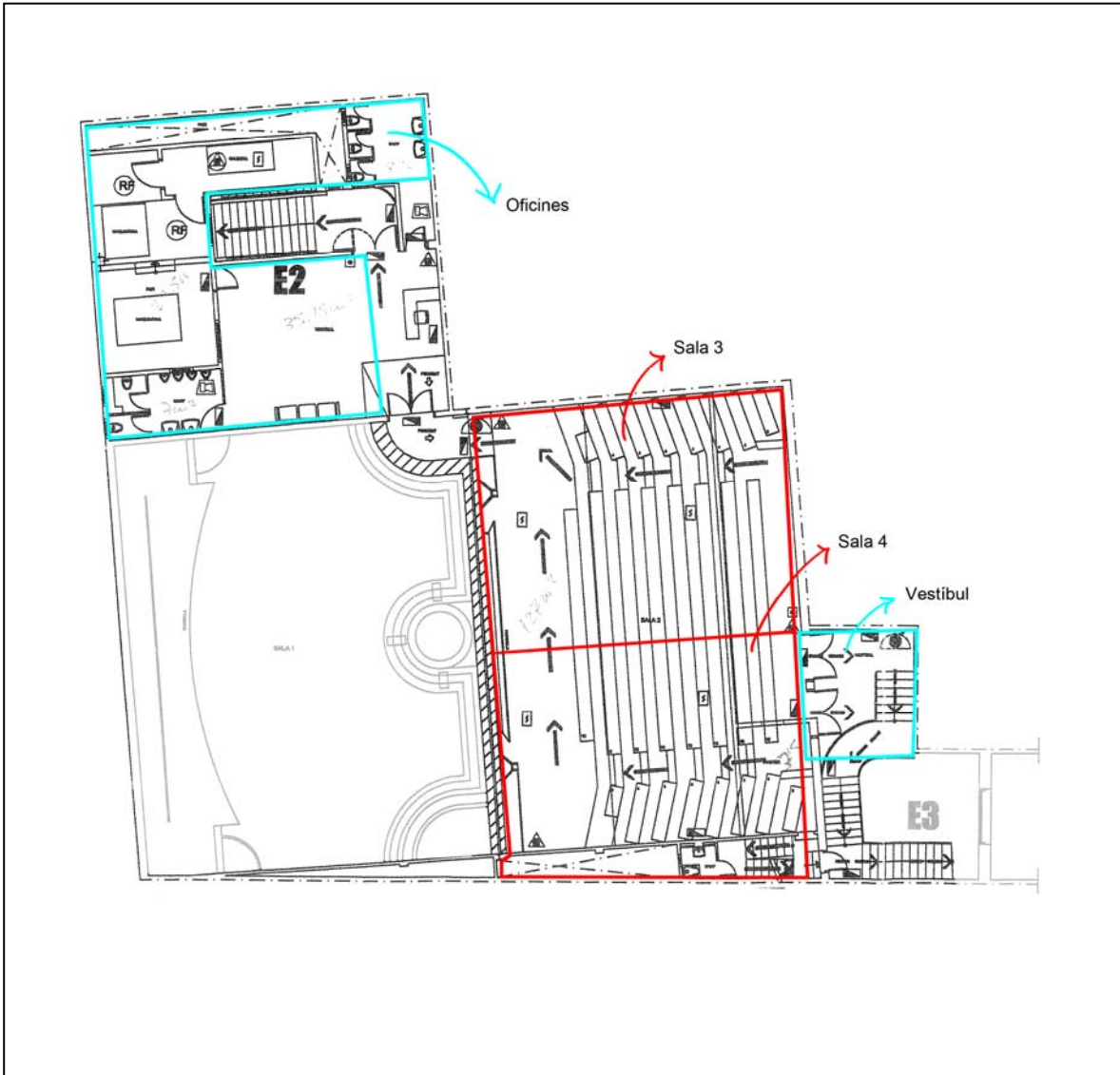
Soterrani



Planta baixa (entrada i taquilla)



Primera planta

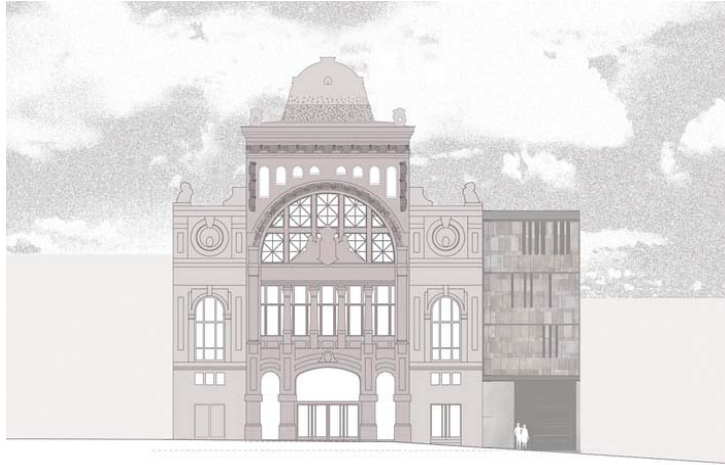


Segona planta

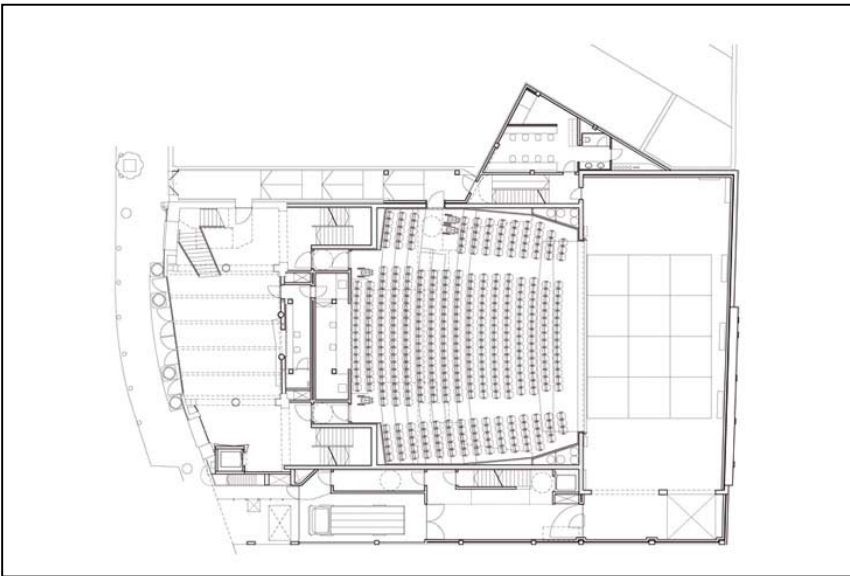
- El local del Teatre Principal



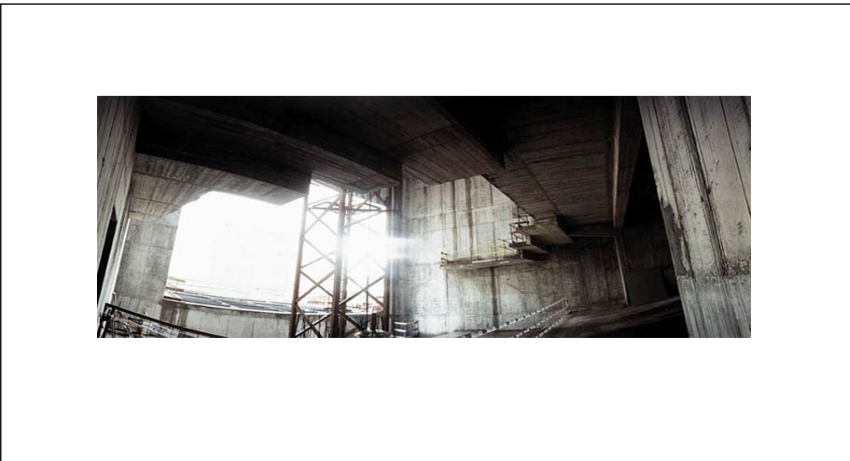
Façana, abans de les obres.



Dibuix de la façana completa. Inclou l'edifici contigu destinat a oficines, a la dreta.



Plànol de la 1a planta del Teatre Principal.



Obres al Teatre P.

9.5. Anàlisi DAFO

- DAFO sector audiovisual a Terrassa

INTERN		
Àmbit	Fortaleses	Debilitats
Producció	<ul style="list-style-type: none"> - L'audiovisual és un sector estratègic de Terrassa en procés de creixement. - Terrassa és un referent a nivell català, després de Barcelona. - Existència del Parc Audiovisual, que compta amb el suport de l'Ajuntament i de la Generalitat. 	<ul style="list-style-type: none"> - Atracció de Barcelona: fugida de producció i demanda audiovisual.
Exhibició	<ul style="list-style-type: none"> - Àmplia oferta comercial. 	<ul style="list-style-type: none"> - Oferta no comercial insuficient.
Agents	<ul style="list-style-type: none"> - Existència de la Societat Municipal de Comunicació de Terrassa: mitjans de comunicació locals lligats amb el sector audiovisual. - Iniciativa social per part d'entitats i associacions. - Terrassa és seu de festivals audiovisuals, amb èxit d'assistència i participació. - Àmplia oferta formativa. Escac compta amb prestigi i suport institucional. - Passat audiovisual destacat: ciutadans i entitats sensibilitzats 	<ul style="list-style-type: none"> - L'estratègia pública s'ha concentrat en la indústria, amb poca actuació orientada al públic.

EXTERN		
	Oportunitats	Amenaces
Exhibició	<ul style="list-style-type: none"> - Terrassa és un dels referent culturals de la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> - Atracció de Barcelona a nivell cultural i audiovisual. - Competència de Sabadell i Sant Cugat a nivell cultural.
Públic	<ul style="list-style-type: none"> - La franja d'edat més nombrosa a Terrassa és la de "mitjana edat": són els millors consumidors audiovisuals potencials. - Potencial del nou consum audiovisual amb la gent jove . - Potencial consumidor de la nova població immigrada 	
Agents	<ul style="list-style-type: none"> - La secció de la SMCT dedicada a la comunicació interactua amb el sector audiovisual: s'aprofiten les sinergies. - S'estableixen sinergies entre els diferents departaments de l'Ajuntament: molts d'ells s'involucren en la vida cultural i audiovisual de la ciutat. 	

- DAFO Cinema Catalunya

INTERN		
	Fortaleses	Debilitats
Valor, públic, agents	<ul style="list-style-type: none"> - Centralitat, valor simbòlic local. - És l'espai de cine de referència local: moltes organitzacions i associacions hi realitzen activitats. - Compta amb un públic fidel. Té "valor de marca". 	<ul style="list-style-type: none"> - Té un públic molt concret, limitat: s'ha de donar a conèixer a la resta de ciutadans per tal de diversificar el públic, atraure joves, etc. - No existeix una col·laboració amb entitats destacades del sector audiovisual com el Parc Audiovisual i l'Escac.
Programació	<ul style="list-style-type: none"> - La seva programació té un valor cultural destacat. - Diversitat de la seva activitat: estrenes, retransmissió d'events culturals, sessions Filmoteca, activitats, festivals, etc. - Seu de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya. - Forma part del Circuit Català de Cinemes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Manca d'una oferta de pel·lícules més gran i variada: caldria subdividir les sales. - Programació pot ser considerada com a "massa intel·lectual". - Programa poc flexible: la cartellera d'estrenes obliga a fer les activitats en uns horaris i dies determinats. - La col·laboració amb la Filmoteca és molt limitada.
Gestió, finançament	<ul style="list-style-type: none"> - Fonts de finançament diversificades. - Forma part de la SMCT: possibilitat de compartir recursos. - Compta amb l'aportació de Media (Europa Cinemas). - Ofereix una política de preus que afavoreix els joves i la gent gran. 	<ul style="list-style-type: none"> - Manca d'autonomia de gestió. - Les polítiques de preu només s'adrecen als joves i a la gent gran.
Distribució	<ul style="list-style-type: none"> - Compta amb la confiança de distribuïdores de cine d'autor. - Facilitat per negociar la compra de pel·lícules que no siguin d'estrena. - La rotació dels títols permet que aquests "madurin" (que es pugui fer publicitat boca-orella). 	<ul style="list-style-type: none"> - Problema de les distribuïdores: obligació que les pel·lícules estiguin x setmanes en cartell, que provoca poca rotació de títols.
Varis	<ul style="list-style-type: none"> - Col·laboració molt fluïda amb la resta de regidories de l'Ajuntament. - Comunicació: possibilitat d'anunciar-se als mitjans municipals de manera gratuïta. - Ofereixen un tracte familiar i proper (vs multi cinemes, més freds i impersonals). - L'edifici té potencial de millora si es redistribueixen els espais. 	<ul style="list-style-type: none"> - No compten amb projectors digitals. - Problemes del local: molts espais malt aprofitats o en desús. - El local no es pot ampliar. - Dificultat d'accés en cotxe.

EXTERN		
	Oportunitats	Amenaces
Context polític	<ul style="list-style-type: none"> - Estratègia municipal d'especialització en el sector audiovisual (Parc Audiovisual, Escac i altres alternatives formatives, etc). Es poden aprofitar les sinèrgies. - Dins l'estratègia d'especialització, l'àmbit de l'exhibició no està prou desenvolupat: oportunitat. - Existeixen diferents polítiques a nivell europeu, estatal i català que fomenten el cinema d'autor, així com les renovacions tècniques i l'adaptació al cinema digital: ofereixen incentius i ajudes. 	<ul style="list-style-type: none"> - L'estratègia municipal d'especialització en el sector audiovisual se centra sobretot en l'àmbit de la indústria i de la producció, la vessant de l'exhibició està més oblidada: interessa menys potenciar l'exhibició?
Públic	<ul style="list-style-type: none"> - Terrassa té una majoria de població de 31 anys i més (és la franja d'edat més aficionada al cine d'autor). - Existeixen diferents tipus de públic potencial: hi ha diferents barris, amb diferents personalitats. - Gran quantitat d'immigrants de diferents nacionalitats: interès potencial pel cinema produït als seus països d'origen i que transmet les seves cultures. - Segona ciutat universitària de Catalunya: gran quantitat de joves formant-se (futur públic potencial de cinema d'autor). La presència d'estudiants també és positiva: són els majors consumidors de cinema, en general. - Al centre de Terrassa hi ha una gran aflluència de ciutadans que hi busquen alternatives d'oci. - Bona assistència als cinemes: hi ha un interès en el cinema, només cal "desviar" part de la demanda cap al cinema d'autor. - Cada cop hi ha més interès pel cinema, en general i pel cine d'autor en particular (segons les fonts consultades: entrevistes i bibliografia). 	<ul style="list-style-type: none"> - A Terrassa hi ha diferents barris, amb diferents personalitats: representa una dificultat per dirigir-se a tots ells de manera uniforme. - Gran quantitat d'immigrants de diferents nacionalitats: dificultat extra per arribar a ells, ja que molts no estan oberts a les propostes culturals locals. - El nivell de formació mig de Terrassa és inferior al de Catalunya. - El "perfil tipus" de l'aficionat al cinema d'autor només es correspon a una part dels terrassencs. - L'èxit d'assistència als festivals que tenen lloc a Terrassa (ex.Baumann), indiquen que existeix un interès pel cinema d'autor, també per part dels joves. Perquè es transformi en consum cal "connectar" amb ells. - L'assistència a les sales de cinema, en general, ha disminuït degut principalment a la pirateria i a l'augment del preu de les entrades.
Varis	<ul style="list-style-type: none"> -No existeix a la ciutat cap altra sala de cinema d'autor estable. -A la zona (pobles més propers de la comarca) no existeix cap altre centre que programi cine d'autor de manera estable. - A Terrassa tenen lloc diferents festivals de cinema. 	<ul style="list-style-type: none"> - El major referent de cinema d'autor és Barcelona: hi ha terrassencs que prefereixen consumir-lo allà. - Sant Cugat i Sabadell tenen una oferta cultural molt atractiva. - A Terrassa existeix un bon panorama cultural i d'oci: hi ha el perill de que substitueixin el consum de cine d'autor per una altra activitat. - Problemes de la distribució: pressions, obligació de tenir els títols en cartell x setmanes... Dificulten una major oferta i varietat en la programació.
Agents	<ul style="list-style-type: none"> - Terrassa té un passat cinematogràfic destacat: la gent i les entitats estan sensibilitzats vers el sector. - Hi ha una gran quantitat d'entitats i associacions que fan activitats relacionades amb el cine i que col·laboren o volen col·laborar amb el Cinema Catalunya. - El Parc Audiovisual i l'Escac estan predisposats a col·laborar amb el Cinema Catalunya, si aquest es revaloritza. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hi ha una gran quantitat d'entitats i associacions que fan activitats relacionades amb el cine, hi ha el risc que acaparin l'atenció dels aficionats.

9.6. Fitxes programes

Activitat	EXHIBICIÓ: ESTRENES
Descripció	Projecció de pel·lícules d'estrena.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector.
Recursos humans ²³⁹	Director, coordinador general, cap de comunicació, logística, operadors i taquiller.
Data i lloc	Diàriament (excepte un dia pel descans del personal). Antic Cinema Catalunya (sales 1 i 2).
Públic objectiu	Tota la ciutadania.
Preu / Places	De 4 a 6€. Existència abonaments. 390 places.
Col·laboracions	---
Pressupost ²⁴⁰	Proporció del 40% de taquilla (despeses de transport a part).

Activitat	EXHIBICIÓ: CICLES
Descripció	Projecció de títols en format de cicle (temàtic, per gènere, per autor, etc.). Complementat amb els cinefòrums.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector
Recursos humans	Director, coordinador general, cap de comunicació, logística, un operador i taquiller.
Data i lloc	Periodicitat intermitent (2 cops al mes aprox.) Antic Cinema Catalunya (sales 3 o 4).
Públic objectiu	Depenent del cicle, tota la ciutadania o col·lectius concrets.
Preu / Places	De 2,5 a 3€. Existència d'abonaments. 88 places.
Col·laboracions	Associacions i entitats terrassenques i departaments de l'Ajuntament (sobretot de l'Àrea d'Acció Social). Professionals convidats pels cinefòrum.
Pressupost	2.200 aprox. (cicle de 6 pel·lícules).

Activitat	EXHIBICIÓ: FILMOTECA
Descripció	Projecció de títols segons el programa de la Filmoteca de la Generalitat.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector

²³⁹ Tots els casos es veuen afectats de manera indirecta per la tasca del departament de recursos i el d'administració, tot i que es mencionen en aquests quadres.

²⁴⁰ En els pressupostos per programes no és tenen en compte les retribucions del personal fixe del centre.

Recursos humans	Director, coordinador general, cap de comunicació, logística, un operador i taquiller.
Data i lloc	Dos sessions setmanals. Antic Cinema Catalunya (sala 3 o 4).
Públic objectiu	Tota la ciutadania, especialment els aficionats al cinema.
Preu / Places	De 2,5 a 3€. Existència abonaments. 88 places.
Col·laboracions	Filmoteca de la Generalitat.
Pressupost	200€/mes per comunicació aprox. (activitat subvencionada per la Filmoteca).

Activitat	EXHIBICIÓ: FESTIVALS
Descripció	Projecció dels títols d'un festival audiovisual com a seu principal o secundària.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector
Recursos humans	Director, coordinador general, cap de comunicació, logística, dos operadors i taquiller.
Data i lloc	Coincidint amb les dates dels festivals. Antic Cinema Catalunya (sales 3 i 4).
Públic objectiu	Segons el tipus de festival, tota la ciutadania o col·lectius concrets.
Preu / Places	De 4 a 6€ (aprox.). Existència abonaments (si és possible).
Col·laboracions	Entitats organitzadores dels diferents festivals.
Pressupost	Depèn de l'acord establert amb les entitats organitzadores.

Activitat	EXHIBICIÓ: ALTRES
Descripció	Projecció d'obres audiovisuals que no estiguin incloses en les categories d'estrenes, cicles, Filmoteca o festivals.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector
Recursos humans	Director, coordinador general, cap de comunicació, logística, un operador, taquiller.
Data i lloc	Periodicitat irregular (depenent de les propostes i les necessitats). Antic Cinema Catalunya (sales 3 o 4).
Públic objectiu	Depenent del tipus d'obra a projectar, el conjunt de la ciutadania o col·lectius concrets.
Preu / Places	De 2,5 a 3€ 88 places.
Col·laboracions	Diferents agents del territori i del sector.
Pressupost	Depenent del tipus d'obra a projectar, pot variar molt.

Activitat	FORMACIÓ: PROGRAMES ESCOLARS I PER COL·LECTIUS
Descripció	Programes de formació que inclourien el visionat de films i la realització d'activitats relacionades.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector
Recursos humans	Director, coordinador general, cap de formació, professorat, cap de comunicació, logística i un operador.
Data i lloc	Regularment, segons demanda. Antic Cinema Catalunya (sales 1, 2, 3 o 4, depenent de la disponibilitat i les necessitats) i Teatre Principal (edifici oficines).
Públic objectiu	Centre educatiu, associacions i col·lectius determinats.
Preu / Places	10€ per alumne. De 88 a 250 places, segons necessitats.
Col·laboracions	Entitats especialitzades en pedagogia i en formació cinematogràfica i agents del territori.
Pressupost	1.400€ aprox. (programa de 4 pel·lícules amb materials didàctics).

Activitat	FORMACIÓ: CURSETS I TALLERS
Descripció	Oferta de cursets i tallers sobre diversos aspectes de l'art del cinema.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector
Recursos humans	Director, coordinador general, cap de formació, professorat, cap de comunicació, logística i un operador.
Data i lloc	Regularment (diferents tipus de periodicitat segons el tipus de curs). Antic Cinema Catalunya (sala 3 0 4) i Teatre Principal (edifici oficines).
Públic objectiu	Depenent del tipus de curs, conjunt de la ciutadania o col·lectius concrets.
Preu / Places	De 20 a 60€ Grups de 20 o 25 persones.
Col·laboracions	Entitats especialitzades en pedagogia i en formació cinematogràfica i agents del territori.
Pressupost	Depenent de la durada del curs. Per exemple curs de 30 hores amb visionat de 6 pel·lícules: 3.000€ aprox. (inclou honoraris professor extern).

Activitat	CONFERÈNCIES I TAULES RODONES
Descripció	Celebració de conferències i taules rodones per parlar sobre diferents aspectes relacionats amb el cinema i l'audiovisual.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector

Recursos humans	Director, coordinador general, professionals ponents, cap de comunicació, logística.
Data i lloc	Periodicitat irregular, segons propostes. Antic Cinema Catalunya o Teatre Principal, segons necessitats i disponibilitat.
Públic objectiu	Depenent de la temàtica dels events, el conjunt de la ciutadania (especialment aficionats) o professionals del sector.
Preu / Places	De 0 a 3€ De 100 a 250 persones.
Col·laboracions	Professionals del sector.
Pressupost	3.000€ aprox. ²⁴¹

Activitat	MUSEU
Descripció	Organització d'un museu propi, fixe amb elements relacionats amb el cinema (especialment sobre el passat cinematogràfic de Terrassa).
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector
Recursos humans	Director, coordinador general, cap de comunicació i logística.
Data i lloc	Permanent. Antic Cinema Catalunya (vestíbul 1a planta).
Públic objectiu	Tota la ciutadania.
Preu / Places	Gratuït. Segons aforament del vestíbul de la 1a planta.
Col·laboracions	Col·leccionistes i aficionats de Terrassa.
Pressupost	1.500€ (organització i muntatge, les col·leccions són cedides).

Activitat	EXPOSICIONS TEMPORALS
Descripció	Organització d'exposicions temporals sobre aspectes relacionats amb el cinema i l'audiovisual.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector
Recursos humans	Director, coordinador general, comissari de l'exposició (en cas necessari), comunicació i logística.
Data i lloc	Durada de 2 o 3 mesos per exposició. Teatre Principal.
Públic objectiu	Tota la ciutadania.
Preu / Places	De 0 a 3€ Segons aforament de la ubicació.

²⁴¹ Per a la realització de conferències i taules rodones, la remuneració dels ponents seria simbòlica.

Col·laboracions	Col·leccionistes i entitats homònimes (ex. Filmoteca de la Generalitat).
Pressupost	2.000€ aprox. per exposició (inclou honoraris comissari).

Activitat	MEDIATECA
Descripció	Organització i gestió d'una mediateca amb materials relacionat amb el cinema.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector
Recursos humans	Director, coordinador general, encarregat de la mediateca, cap de comunicació i logística.
Data i lloc	Permanent (de moment oberta només a les tardes). Teatre Principal (edifici d'oficines).
Públic objectiu	Tota la ciutadania, especialment aficionats al cinema estudiants i professionals.
Preu / Places	5€ a l'any. Segons aforament ubicació.
Col·laboracions	Col·leccionistes, aficionats i agents del territori (especialment entitats de formació en disciplines audiovisuals).
Pressupost	24.000€ (muntatge, aprox.).

Activitat	JORNADES
Descripció	Organització de jornades dedicades a diferents temàtiques relacionades amb el cinema.
Objectius a què respon	a) Nou centre cultural, vinculat al territori i de referència del sector
Recursos humans	Director, coordinador general, cap de comunicació, logística, un operador (si és necessari).
Data i lloc	Periodicitat irregular (segons propostes i necessitats). Antic Cinema Catalunya (sala 3 o 4) o Teatre Principal (segons necessitats i disponibilitat).
Públic objectiu	Segons la temàtica de la jornada, conjunt de la ciutadania, col·lectiu concret, aficionats o professionals del sector.
Preu / Places	De 0 a 3€ Segons aforament de la ubicació.
Col·laboracions	Agents locals i del sector, professionals del sector.
Pressupost	Segons tipus d'activitat de la jornada.

9.7. Imatge corporativa

El *briefing* per a la creació de la imatge corporativa d'Amics del Cinema era que dita imatge havia de recordar d'alguna manera el cinema d'autor, per exemple fent referència a la iconografia dels títols clàssics del cine. D'altra banda, es volia introduir algun element trencador i actual per tal de transmetre la nova etapa més jove i fresca que inicia l'equipament. I tot això sense oblidar que parlem d'un espai públic, municipal i que es dirigeix a tot tipus de públic, per tant havia de ser clar, senzill i entenedor. En definitiva, s'havia de crear una imatge moderna, amb personalitat i molt atractiva, però que tingués la capacitat d'arribar a tothom.

Donades aquestes instruccions, per a l'elaboració de la imatge corporativa s'ha recorregut a referències dels pòsters de les pel·lícules americanes dels anys 50. Això és deu a que es volia que la imatge d'Amics del Cinema tingués un punt *vintage* i de cine de culte. Quant a la tipografia, segueix una mica aquesta estètica de cartell *retro* de cine, estètica que, val a dir, ara està molt de moda.

Però per donar-li un punt encara més modern, s'ha jugat amb dos tintes molt contrastades, negre i magenta (fúcsia), que trenquen amb l'estètica càlida d'aquella època. El negre, és molt contundent i li aporta serietat i el magenta, és la part més lúdica, moderna i trencadora. Pot ser interessant que en algunes aplicacions es pugui jugar amb textures de paper, que recordin la d'un ticket o d'un cartell, la qual cosa també contribueix a seguir amb l'estètica *vintage* i al mateix temps li dona més calidesa (per la imitació del collage, com si fos una obra artesana).

Així, la proposta per al logo principal d'Amics del Cinema seria la següent:



A continuació presentem diferents aplicacions d'aquest logo:



9.8. Cronograma

CRONOGRAMA ANY 1: 2012												
Processos	Unitats de temps: mesos											
	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
Continuació activitat Cinema Catalunya												
Concreció projecte Amics del Cinema												
Negociació Ajuntament												
Obres reforma i millores tècniques												
Reorganització i/o contractació personal gestió I												
Presentació projecte a professionals i prescriptors												
Reorganització i/o contractació personal gestió II												
Establiment aliances i búsqueda de patrocinadors												
El.laboració programes (línies activitat)												
Adquisició col.lecció mediateca												
Preparació museu												
El.laboració web												
Primeres accions comunicatives i de RRPP												
Reorganització i/o contractació personal tècnic												

CRONOGRAMA ANY 2: 2013												
Processos	Unitats de temps: mesos											
	Gener	Febrer	Març	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Octubre	Novembre	Desembre
Inauguració i campanya llançament												
Exhibició: estrenes												
Exhibició: cicles												
Exhibició: Filmoteca												
Exhibició: festivals												
Exhibició: altres												
Formació: campanya escolar												
Formació: per col.lectius varis												
Formació: cursets i tallers												
Conferències i taules rodones												
Exposicions												
Mediateca												
Jornades												
Búsqueda i gestió de recursos												
Accions comunicació i RRPP												
Actualitzacions web												
El.laboració materials didàctics												

9.9. Entrevistes

Realitzades per al projecte:

ENTREVISTA ESTEVE RIAMBAU. Director Filmoteca de la Generalitat de Catalunya.

Historiador, crític i realitzador cinematogràfic.

Creu que “cinema d’autor” és una bona denominació pel cinema fóra dels circuits comercials? Justament a la nova Llei de Cinema, en referència a la Circuït Concertat de sales de cine, es parla de cinema independent. En definitiva es refereix a propostes que es queden fóra dels circuits comercials. Amb el nou Circuït es distingirà entre cine que ofereix cine “independent” (de producció europea, independents americanes i de la resta del mon) pel gran públic, la Filmoteca i seus de la Filmoteca i la xarxa de cineclubs.

EL CINE D’AUTOR

1. En la seva opinió, quina importància té el cinema? (des d’una perspectiva social, cultural, econòmica)

El cinema té molta importància, però ha perdut pes. El cine ve d’uns orígens poc nobles (fenomen de fira rebutjat per la noblesa culta), té algunes experiències notables, però no és fins els anys 60-70 que se situa a l’alçada de les arts consirades “majors”.

Això s’ha deteriorat, torna a haver-hi un concepte de cinema-espectacle, considerat com una indústria i no com un art (prova és que als diaris el cine no està a la part de cultura, si no a la d’espectacles). Últimament, però, sí s’està polaritzant entre un cinema d’espectacle, de gran consum (grans superproduccions) i les produccions independents, d’autor, que estan trobant uns circuits paral·lels a través dels festivals, de les filmoteques i d’aquests tipus d’entitats que programen un cinema definit en termes artístics i que voluntàriament exclou el cinema més comercial i més popular. De fet, hi ha moltes pel·lícules que ja estan pensades i produïdes per distribuir-se només en aquests circuits.

2. Creu que el cinema d’autor té més valor que el cinema comercial? En quin sentit?

No prendré partit per un o per l’altre, ja que hi ha pel·lícules comercials que són riques en contingut i pel·lícules d’autor que no aporten gaire a l’espectador.

Jo aposto per la diversitat: no puc acceptar que un cinema comercial anul·li un altre cinema, amb un altre llenguatge, uns altres continguts i uns altres públics.

Jo aposto pel cinema d’autor per la necessitat de diversitat, però no li dono carta blanca ni puc dir que sigui millor que l’altre.

SECTOR CINEMATOGRÀFIC

1. Quina creu que és la situació actual del cine, sobretot en l’àmbit de l’exhibició?

La situació del cinema és pitjor en termes de valor cultural. En canvi, en termes industrials, tal i com als anys 90 existia “el fantasma de la mort del cinema”, crec que ara això està totalment superat. No es pot ignorar, però, que el cine està sotmès a continus canvis tecnològics i això pot comportar diverses crisis. Ara ens trobem amb la era de la digitalització, i aquesta afectarà tant a la producció, com a la distribució i a l’exhibició. Es tracta d’una transformació molt lenta, tal i com va ser la del blanc i negre al color, que van conviure molts anys. El trànsit porta ja 17 anys i anem jugant amb les dues cartes. El futur és digital, però no sabem fins a quin punt anul·larà el negatiu.

Des del punta de vista del consum, Internet, els aparells domèstics... penso que és una qüestió de temps. Evidentment la crisi tampoc ajuda, però crec que la gent ja s’està adonant de que no es el mateix veure una pel·lícula a casa que fer-ho a una sala de cinema (evidentment hem de cuidar molt de que les condicions tècniques siguin les millors). Prova d’això és que estem vivint una recuperació – lenta- de l’assistència a les sales.

D’altra banda, la situació actual ens ha portat al cinema com a una peça d’un conglomerat d’oci en el qual trobem també parcs temàtics, merchandising, sèries de TV... el cinema es converteix en l’excusa per fer negoci a partir de tota una sèrie de productes paral·lels.

2. Quina creu que és la situació de l'exhibició del cine d'autor?

És un apèndix per públics minoritaris (ja comentat abans). És molt complicat, però, acotar el terme.

3. Creu que s'haurien d'aplicar mesures públiques per a millorar la situació del cine d'autor? Quines?

Això està clar. La indústria cinematogràfica està en mans de 6-7 empreses que controlen el 75 del mercat. L'altre 25% o té ajudes estatals, o no pot existir.

Per això cal que existeixi un circuit paral·lel, amb subvencions públiques, per a difondre una diversitat de continguts i que així el públic pugui triar. Simplement parlem de la necessitat democràtica de garantir la diversitat. Si no hi ha subvencions, no hi ha diversitat.

DEMANDA

1. Com creu que és la demanda del cine d'autor?

Sí és cert que hi ha un gran nombre d'incondicionals del cinema, de fet cada cop n'hi ha més, però molts d'aquests aficionats satisfan la seva necessitat a casa.

2. Com creu que evolucionarà?

Es molt difícil esbrinar les raons que hi ha darrera dels hàbits dels aficionats al cinema, jo encara no ho entenc.

3. Què creu que es pot fer per a incrementar la demanda de cine d'autor (interès i/o assistència a sales)? (mesures públiques, comunicació, formació, oferta d'experiències més completes,)

M'agrada que em facis aquesta pregunta, perquè el primer que vaig fer en arribar a la Filmoteca va ser posar en marxa sessions amb escolars: s'han de formar nous públics, s'ha de potenciar el redescobriments del plaer de l'espectacle cinematogràfic tal i com ha estat concebut.

La prova és que quan li descobreixes l'espectacle a un nou usuari la resposta és molt bona. A més, a preus molt barats comparats amb qualsevol altre oferta cultural o d'oci, ja no parlem si són sales subvencionades.

Insisteixo, s'ha de cuidar molt el producte perquè sigui una veritable experiència: quant a tecnologia i comoditats, però també amb activitats complementàries.

PROJECTE: AMICS DEL CINEMA

- Coneix el projecte? Quina opinió li mereix?

Tot això que has pensat, de fet, és el mateix que estem intentant aconseguir a la Filmoteca: convertir el cine en un esdeveniment, oferir aquell plus que el públic no té a casa, i això passa per un presentador, un acompanyament musical...

És inventar-te activitats que converteixen el cine en una experiència i que no competeixen amb el consum domèstic.

- Segons tenim entès, la Filmoteca compta amb un gran espai al Parc Audiovisual per Terrassa, que en un futur hauria d'acollir el seu arxiu i oferiria formació en conservació del patrimoni audiovisual.

Entenem doncs, que coneix la situació del sector audiovisual a Terrassa (Parc Audiovisual, festivals, entitats, formació...)

Creu que el projecte té encaix a Terrassa?

Em sembla que és un lloc ideal per aquesta concentració de recursos audiovisuals.

- Com creu que hauria de ser un centre així (model de gestió): privat, públic, híbrid?

Públic, òbviament.

- Estem pensant en desenvolupar el nostre projecte partint del Cinema Catalunya de Terrassa, un centre en funcionament actualment i que, de fet, és una de les sales concertades de la Filmoteca. Segons ens ha comentat la seva sots-directora, actualment només programen pel·lícules "en nom" de la Filmoteca. Creu que si es dugués a terme el projecte es podria plantejar algun tipus de col·laboració més enllà? (intercanvi fons biblioteca i col·leccions per exposicions, programació paral·lela de cicles, convidats...)

Nosaltres busquem socis amb els quals puguem tenir una aportació mútua. Com el centre més entengui la filosofia de la Filmoteca, i la comparteixi, i es puguin establir sinèrgies, més interessarà.

Altres recomanacions:

- Intentar incloure el centre en la Xarxa de sales concertades que es crearà quan entri en vigor la

nova Llei del Cinema (l'1 de gener del 2011). Aquesta xarxa haurà programar en una proporció de 2/3 les pel·lícules que decideixi la comissió d'experts de la Xarxa. La pròpia Xarxa, a més, gestionarà els drets d'aquests títols. Es tractarà de pel·lícules de producció catalana, producció independent americana, europea i de la resta del món.

La Filmoteca, a banda de les seves col·laboracions en les seues (Filmoteca Comarques) i amb la Federació Catalana de Cineclubs, també treballarà amb aquesta Xarxa.

Cal distingir entre una sala de la Xarxa Concertada, un Cineclub i una Filmoteca. Potser es pot arribar a fer conuiu les tres coses, però han de ser línies diferents. També depèn molt del microclima local: per exemple es poden oferir estrenes el cap de setmana i cine de filmoteca i fer activitats entre setmana. Cal estudiar el potencial de la ciutadania concreta per oferir la programació que més s'ajusti als seus interessos.

ENTREVISTA ROMAN GUBERN. Escriptor i historiador, expert en cinema

Catedràtic Emèrit de Comunicació Audiovisual de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Ha estat president i/o membre de diverses institucions relacionades amb el cinema.

Creu que "cinema d'autor" és una bona denominació pel cinema fóra dels circuits comercials?

Concepte que va néixer amb la Nouvelle Vague al voltant dels anys 60, però ara s'ha banalitzat, ara no s'identifica només amb el cinema no-comercial (per exemple el cine de Woody Allen és cine d'autor i és comercial). També existeix el cinema experimental i contemporani.

Proposo una altra denominació: "cinema off" (fóra de les corrents comercials) vs "cinema mainstream" (distribuït per les grans distribuïdores), tenint en compte que dins el cinema off també hi ha propostes experimentals i que el cinema mainstream també inclou algunes propostes d'autor.

EL CINE D'AUTOR

1. Creu que el cinema d'autor té més valor que el cinema comercial? En quin sentit?

És un cinema més minoritari. Si partim del fet que tot cinema és una mercaderia, hi ha cinema més llaminer i hi ha d'altra que té un públic més reduït i necessita ajudes per tirar endavant. Tot i que aquest segon tipus de cinema també és més barat de produir. És un cinema que no aspira tant a propòsits comercials, si no que és més aviat una manera d'experimentar en el format audiovisual, i això és necessari perquè si no sempre es faria el mateix.

En definitiva, cal apostar pel cinema d'autor per assegurar la seva existència, és a dir, per a la diversitat de la oferta cinematogràfica.

SECTOR CINEMATOGRAFIC

1. Quina creu que és la situació actual del cine, sobretot en l'àmbit de l'exhibició?

Hi ha una hegemonia de les majors. Hi ha el problema de la contractació de pel·lícules per blocs o "blockbooking", que és una forma coactiva de dominar el mercat. Així, el mercat està distorsionat, per tant s'ha d'ajudar a la resta de cinema, si no desapareixeria.

2. Quina creu que és la situació de l'exhibició del cine d'autor?

A Barcelona, amb les cadenes Verdi, Renoir, Casablanca, etc, no està malament. De fet, com a cinema minoritari que és, la oferta és minoritària. Però en tot cas a Madrid i Barcelona hi ha unes petites xarxes d'exhibició. A les grans ciutats hi ha una certa oferta, però si vas a ciutats més petites la situació empitjora i encara és més deficitari en el cas dels municipis. Fóra de Barcelona, a Catalunya, hi ha molt poca oferta.

3. Creu que s'haurien d'aplicar mesures públiques per a millorar la situació del cine d'autor? Quines?

De fet, a la nova Llei del Cinema hi ha unes mesures de promoció del cine d'autor, sobretot del cinema europeu. Volen fomentar un cinema més "cultural" i experimental. Al cap i a la fi, són mesures correctores, necessàries per a que es doni la "diversitat cultural", tal i com defensa la Unesco.

Les subvencions a les sales, d'altra banda, permetrien abaratir els preus de les entrades. Potser seria una manera de fomentar l'assistència al cinema. Tot i que ara potser és un mal moment pel context econòmic... En tot cas, té molt sentit demanar subvencions per les sales que defensen el cinema com a forma de cultura i no com a forma d'entreteniment.

DEMANDA

1. Com creu que és la demanda del cine d'autor?

A Barcelona domina el públic jove, gent universitària... Està lligat a tota una sèrie de valors: forma de vida, gustos musicals, etc. És el mateix tipus de públic que pots trobar a les altres grans ciutats europees. I és un tipus de públic molt fidel, que sap que no podrà veure una sèrie de pel·lícules si no és a aquesta xarxa de cinemes d'autor. També és veritat que es tracta de gent molt interessada en el cinema, però que també veu les pel·lícules a casa seva, és com si una cosa complementés l'altra.

Si li diem que a Terrassa hi va més gent gran a les sales d'autor...

Podria ser que aquest fos un fenomen urbà, però les ciutats marquen tendència, i mica en mica s'anirà tendint a aquest model de renovació del públic.

2. Com creu que evolucionarà?

L'aparició d'Internet ha suposat una gran revolució. La pirateria és un gran problema, està clar, però també es poden aprofitar les possibilitats que ofereix. Per exemple hi ha distribuïdores que alhora que treuen una pel·lícula en DVD la posen a la venda per Internet a un preu inferior (ja que no hi ha intermediaris), i està funcionant molt bé.

El consum de la cultura als espais públics s'està reduint, amb excepcions com per exemple els concerts de música. Quant al cinema, tenim els festivals, que tenen molt d'èxit (tot i que n'hi ha masses, s'haurien de reduir).

És un moment delicat, d'intent d'adaptació a les noves possibilitats.

3. Què creu que es pot fer per a incrementar la demanda de cine d'autor (interès i/o assistència a sales)? (mesures públiques, comunicació, formació, oferta d'experiències més completes,)

Totes aquelles iniciatives que puguin legitimar el cinema seran positives, perquè per exemple en el cas dels festivals hi ha hagut tants oportunistes que de vegades s'ha deslegitimant el seu valor. Cal tenir rigor i oferir un producte de qualitat.

Aquí també entra l'element de la pedagogia. Cal introduir totes les mesures pedagògiques possibles al voltant del cinema, no només de presència a les aules, si no també formes de comunicació i publicitat, conferències i actes, etc. Tot allò que ajudi a conscienciar la gent de la dimensió cultural del cinema.

PROJECTE: AMICS DEL CINEMA

- Coneix el projecte? Quina opinió li mereix?

És complementari a la missió d'una filmoteca. La prioritat d'una filmoteca és conservar i augmentar el patrimoni audiovisual i amb el centre que planteja, cobreix una altra dimensió: la difusió de cara al consumidor final, és una feina de difusió cultural.

Molt lligat a la cultura del cineclubisme, però intentant apropar-la més al ciutadà de "a peu" i no només als aficionats. És continuar i expandir la feina dels cineclubs.

- Coneix la ciutat de Terrassa? Creu que el projecte té encaix a Terrassa? (en referència a polítiques públiques, oferta formativa, situació del sector, demanda)

Desconec la demografia de Terrassa, però m'imagino que hi ha una gran influència de Barcelona. En tot cas, si es dona la infraestructura i altres condicions objectives que puguin afavorir l'activitat, endavant.

D'altra banda, és important descentralitzar la oferta de les grans ciutats, que hi hagi una diversificació de la oferta cinematogràfica també a nivell municipal.

- Com creu que hauria de ser un centre així (model de gestió): privat, públic, híbrid?

És important tenir un lligam amb l'Ajuntament perquè és difícil trobar una bona resposta a curt termini. S'ha de tenir un recolzament o com a mínim una complicitat activa de les administracions.

ENTREVISTA LLUIS BONET. Periodista i crític de cinema.

Creu que "cinema d'autor" és una bona denominació pel cinema fóra dels circuits comercials?

Concepte molt gastat: "cinema comercial vs cinema d'autor"... Però tampoc podem fer servir la denominació "cine independent" perquè poques propostes són realment independents, ni tampoc

“cinema de qualitat”, seria poc respectuós. Què tal “cinema de culte”?

EL CINE D'AUTOR

1. En la seva opinió, quina importància té el cinema? (perspectiva social, cultural, econòmica)

Tot i que diuen que cada vegada menys, el cinema encara té un pes molt important.

Culturalment, el cinema encara és un referent, una guia per descobrir literatura, història, altres cultures. etc. Té un gran poder sociològic.

2. Creu que el cinema d'autor té més valor que el cinema comercial? En quin sentit?

Sí, de fet quan parlava del valor sociològic del cinema em referia sobretot al cinema d'autor. Sense oblidar que també hi ha propostes comercials molt interessants, el cinema comercial ha perdut molta qualitat. Mentre abans el cine que arribava com a “comercial”, englobava propostes d'autor de gran qualitat, ara el cine comercial ha arribat a equiparar-se a la televisió (en el sentit despectiu de la paraula, com a expressió d'entreteniment de les masses). Fins i tot m'atreviria a dir que la millor producció nord-americana que es fa ara són algunes sèries.

Així, és el cine d'autor el que ens aporta els valors culturals de que parlàvem abans.

SECTOR CINEMATOGRÀFIC

1. Quina creu que és la situació actual del cine, sobretot en l'àmbit de l'exhibició?

Tenint en compte el poder social i polític que abans tenia el cinema, s'ha de reconèixer que avui la situació és molt diferent. El cinema ha anat perdent força, però cada cop hi ha iniciatives més exitoses (ex. Festivals). La pirateria té molt a veure amb aquest problema. Tot i això, hi ha signes inequívocs de recuperació.

2. Quina creu que és la situació de l'exhibició del cine d'autor?

Ara mateix es troba recluit a un circuit de sales de versió original subtitulada. Hi programen pel·lícules d'autor, sí, però l'exhibició de cinema més arriscat queda molt limitat per la necessitat de reduir riscos. En tot cas, cal dir que l'assistència a aquestes sales és molt bona, al menys a la ciutat de Barcelona.

3. Creu que s'haurien d'aplicar mesures públiques per a millorar la situació del cine d'autor? Quines?

Sí, crec que les subvencions s'haurien de dirigir més a l'exhibició i menys a la producció (hi ha sobreproducció), de manera que aconseguim preus més atractius perquè el cine arribi a tothom. També s'hauria d'apostar més per la subtitulació.

DEMANDA

1. Com creu que és la demanda del cine d'autor?

Si parlem d'interès pel cine d'autor, està en augment. Això es tradueix en la resposta a iniciatives com els festivals. Recentment, Bigas Luna va dir que mai s'ha vist tan cinema com actualment. El problema és que molta gent les veu a casa, i gratis. Tot i això, com hem dit l'assistència al circuit de sales de cine d'autor és bona.

2. Com creu que evolucionarà?

Hem d'aconseguir que el cine a les sales no sigui un anacronisme. I no parlo de tecnologia (el 3D es quedarà en una anècdota), parlo d'aconseguir que sigui una experiència, com un temple del cine. En aquest sentit no acabo d'entendre el fenomen de les multi sales, amb sales cada cop més petites. L'interès seguirà existint, però hem d'aconseguir que la gent vagi a les sales, cal oferir-lis algun incentiu.

En el cas dels aficionats al cine, evidentment, si els hi ofereixes un complement cultural, un valor afegit, pot ser que recuperis el seu interès per anar a les sales.

3. Què creu que es pot fer per a incrementar la demanda de cine d'autor (interès i/o assistència a sales)? (mesures públiques, comunicació, formació, oferta d'experiències més completes, ...)

Cal destacar la importància del fenomen boca-orella. Es poden fer accions de comunicació i difusió, les pel·lícules poden tenir bones crítiques, premis a festivals, etc. però el que realment funciona és el consell dels amics i coneguts. En aquest sentit hi ha un problema amb les pel·lícules d'estrena, que necessiten un cert temps per a “madurar”, donar-lis un temps perquè la gent vingui. Per això és important poder programar també pel·lícules que ja no siguin d'estrena.

Quant a les mesures públiques, abans hi havia les quotes de pantalla. Les subvencions han de ser-hi, si no el cinema quedaria relegat a un producte de consum sense cap valor cultural. Davant el domini

del cine dels Estats Units, el cinema d'autor necessita una protecció. Cal que existeixin canals alternatius, no només per l'estrena de cinema d'autor, si no també per exhibir pel·lícules que no van tenir temps de quallar (quan es van estrenar) o bé pel·lícules que no es van arribar a estrenar aquí. Seria el que fan ara als Meliès. Les subvencions també són necessàries per reduir el preu del cine més alternatiu, ja que la gent diu que és molt car anar al cinema, seria una altra manera d'eliminar barreres.

Per arribar més enllà és molt important fer una bona tasca de formació (en la línia de Drac Màgic). D'altra banda, la comunicació és imprescindible: si es fes una bona tasca de difusió s'aconseguiria captar a bona part d'aquesta gent interessada.

PROJECTE: AMICS DEL CINEMA

- Coneix el projecte? Quina opinió li mereix?

Em sembla molt interessant. Si aconseguixes que el centre doni aquest valor afegit pots arribar a la gent, perquè el cine està viu encara.

- Afegiria o eliminaria alguna de les línies d'activitat?

Propostes: també projectar sèries (el més interessant del cinema nord-americà actualment són les sèries de culte).

També es podrien fer presentacions de pel·lícules d'autors locals (o catalans), ja que fer-ho a cinemes comercials és molt car, i això li donaria molt de prestigi al centre.

A banda de cine-fòrums i conferències, també seria interessant fer taules rodones.

- Coneix la ciutat de Terrassa? Creu que el projecte té encaix a Terrassa? (en referència a polítiques públiques, oferta formativa, situació del sector, demanda)

La veritat és que no conec gaire la situació del cinema a Terrassa, però si hi ha aquesta aposta municipal i hi ha tota aquesta sèrie d'institucions i col·lectius interessats històricament en el cinema pot funcionar.

Però la pregunta és: si aquesta fórmula funciona, perquè no, en un futur, fer-ne d'altres a altres municipis, crear una mena de xarxa de centres de cinema?

- Com creu que hauria de ser un centre així (model de gestió): privat, públic, híbrid?

Crec que un centre així ha de tenir, si més no, un suport públic molt important, si no no es podria fer una oferta competitiva.

Tot i això s'ha de tenir en compte que, si no es projecten pel·lícules d'estrena, el preu de distribució seria més econòmic, de manera que permetria també fer polítiques de preu més atractives.

ENTREVISTA JORDI BALLART. Regidor d'Imatge i Comunicació de l'Ajuntament de Terrassa i Conseller Delegat del Cinema Catalunya.

SECTOR CULTURAL A TERRASSA

1. Quina creu que és actualment la situació del sector cultural a Terrassa? (entorn / oferta / dda)

A Terrassa, històricament hi hagut un sector cultural molt potent: és una de les ciutats catalanes que té un nombre d'entitats més gran que s'hi dediquen, es fan esdeveniments de referència a nivell nacional i europeu (Festival de Jazz), i el talent també hi és present (hi ha diversos actors, directors i altres professionals destacats del sector que són terrassencs).

La ciutat es projecta en part gràcies al sector cultural. La cultura és un dels seus trets identificatius. També destaca la gran vida associativa que existeix.

SECTOR AUDIOVISUAL A TERRASSA

1. Em pot explicar en què consisteix política estratègica d'especialització de Terrassa com a ciutat audiovisual, i en quin moment es troba ara mateix?

Històricament, Terrassa tenia una base molt sòlida en el sector audiovisual: hi havia una àmplia oferta formativa vinculada al sector, també existien diverses iniciatives (entitats que organitzaven festivals i activitats relacionades, etc). Es va considerar que la ciutat havia de fer un pas més proveint el sector d'un pol de desenvolupament industrial i professional: el Parc Audiovisual. Es pretenia així donar-li

sortida al talent i la dinàmica ja existent.

La idea del Parc va sorgir el 2000-2001. Es va estar negociant amb la Generalitat per aconseguir que no fos només un parc de ciutat, si no que ho fos a nivell de país. Es va començar a construir el 2005. En aquests moments una bona part del projecte ja ha estat desenvolupada. De fet, existeix tal demanda que s'han plantejat ampliar el projecte inicial.

Cal destacar la nostra voluntat d'apostar per la innovació en el sector. En aquest sentit s'han creat recentment el "Living Lab", espai d'experimentació audiovisual. Tot i ser un sector molt complex i canviant, estem molt contents de com s'està desenvolupant el projecte.

2. Quina creu que és la situació actual del sector audiovisual? (punts forts i dèbils)

A Terrassa hi ha una base molt sòlida, però el que falta sobretot és la indústria. Hi ha formació, hi ha talent, però manca la indústria per donar-li sortida a tot això. Aquest és el repte que existeix actualment, i al que respon el projecte del Parc Audiovisual.

SECTOR CINEMATogràFIC

1. I sobre la situació del sector cinematogràfic, què en pensa?

De la mateixa manera, hi ha una gran quantitat d'entitats vinculades amb el cinema, hi ha una gran oferta formativa, hi ha professionals destacats... Hi manca però la indústria per donar-lis sortida (en aquest sentit, el Parc Audiovisual té un paper estratègic).

Si parlem de l'últim pas del procés cinematogràfic, l'exhibició, Terrassa també "està una mica coixa". En aquests moments aquest rol l'acompleix principalment el Cinema Catalunya.

2. Punts forts i dèbils

Punts forts: gran oferta de formació, entitats vinculades històricament, projecte estratègic del Parc Audiovisual...

Punts dèbils: no hi ha una indústria prou forta com per donar sortida a tot aquest potencial.

3. I en relació amb la política estratègica d'especialització de Terrassa com a ciutat audiovisual, creu que el sector cinematogràfic es veu beneficiat?

És una aposta estratègica molt clara de la ciutat, pel sector audiovisual en general i pel cinematogràfic en particular, per tant sí, el cine s'ha de veure beneficiat. Estem apostant molt fort per això, volem arribar a ser un referent, perquè pensem que el futur no es troba en el totxo si no en els sectors amb un valor afegit, com seria el sector audiovisual.

4. I en relació amb l'eix 4 del Pla de Mandat 2007-2011 "Terrassa innovadora i competitiva"?

Al final tot està entrellaçat: les entitats vinculades al cinema, l'aposta per la formació, el projecte del Parc Audiovisual, aquest eix de mandat i, efectivament, com a una de les seves branques, el fet de voler potenciar el cinema com a referent del valor afegit dels productes culturals i audiovisuals...

De fet, s'ha parlat molt de la producció, de la indústria... és té molt clara l'aposta estratègica en aquest sentit, però potser manca apropar-ho a la ciutadania. En principi és el Cinema Catalunya el que té aquest paper, però caldria treballar-hi molt més.

5. Hi ha projectes de futur que impliquin el sector cinematogràfic?

Es volia crear un gran festival de cinema, potser fusionant els diversos petits festivals que existeixen ara i crear així un esdeveniment de referència. De fet, es va intentar l'any passat però no va funcionar (cap entitat volia perdre la seva identitat individual). És difícil però ho seguirem intentant.

6. A nivell d'equipaments, creu que la oferta cinematogràfica que hi ha actualment és suficient?

Hi ha dos multi cinemes més el Cinema Catalunya, que programa cine d'autor i es troba al centre de la ciutat. Estem molt orgullosos de poder haver conservat aquest últim cinema, que és de titularitat municipal i que obre possibilitats que no ofereixen els cines comercials i que permeten apropar-se més a la ciutadania, no només quant al caràcter de les pel·lícules exhibides si no també perquè s'hi poden fer diferent tipus d'activitats relacionades.

A més a més, també hi ha altres espais que tenen algun tipus d'oferta cinematogràfica:

- els Amics de les Arts
- Societat Coral Joventut Terrassenca (Coro Vell). Fan el festival de cine Ciutat de Terrassa cada any (des de fa més de 100 anys). És una sala molt vella i atrotinada però que té molt d'encant.

PÚBLICS

1. Creu que els terrassencs estan interessats en el cinema?

Sí, però hi ha dos tipus de públic, el primer és aquell format pels terrassencs que viuen al centre de la ciutat, que tenen més accés a la cultura i a la informació. Solen ser públic del Cinema Catalunya (i són un públic molt fidel). El segon, són aquelles persones que viuen als barris més perifèrics, que tenen un nivell cultural mig-baix i solen anar als multi cinemes.

2. I en el cinema d'autor?

Ara per ara sabem el públic que hi assisteix a la oferta de cine d'autor, que és aquesta ciutadania "del centre". No se sap exactament quin interès hi ha a la resta de la població, però està clar que cal una feina d'apropament a ells. Actualment s'estan fent polítiques de preu, s'està intentant contactar amb associacions de veïns, amb entitats dels barris...

Quant a altres variables com l'edat o el sexe, el públic és bastant variat.

3. I quant al públic no resident a Terrassa, consumeixen oferta cinematogràfica al municipi? (altres pobles, Escac...)

Quant als alumnes de l'Escac, el problema és que no pernocten a Terrassa. Només venen al cine quan es fa el festival de l'Escac. Els alumnes prefereixen viure a Barcelona i fer el seu oci allà. Els cursos d'estiu, que abans es feien a Terrassa, ara es fan a Sitges. A l'ajuntament som conscients d'aquest problema, i ens agradaria poder-hi trobar una solució.

Sobre la gent d'altres pobles, sí que es traslladen fins aquí perquè no hi ha gaire més oferta a la zona.

4. Creu que, amb determinades polítiques de formació i accions de comunicació, la demanda de cine d'autor podria créixer?

Sí, ja treballem amb les polítiques de preu. Quant a la comunicació, és clau, però ara ens troben limitats de pressupost. Tot i això és difícil, potser cal una feina prèvia de formació.

Un altre problema es l'ús del català: les ressenyes i texts varis es fan en català i hi ha un gran número de ciutadania que té en el castellà el seu idioma matern i el català per ells és un fre.

5. Tenen estudis de públics? Com creu que podria recollir dades?

Al Cinema Catalunya han fet un petit estudi, però únicament del públic actual (no hi ha dades del públic potencial ni del no públic).

CINEMA CATALUNYA

Vostè també és el Conseller Delegat dels cinemes Catalunya, de titularitat municipal

1. Em pot dir quina és la missió d'aquest cinema?

És un cinema públic, de titularitat municipal. En el moment en el que l'Ajuntament se'n va fer càrrec, el seu objectiu era garantir que hi hagués oferta cinematogràfica al centre de la ciutat (amb l'aparició dels multicines la major part dels cines del centre van desaparèixer). D'altra banda, va voler diferenciar-se, programant un tipus de cinema diferent al que oferien els multi sales: com a entitat pública apostàvem per un cinema que no fos només un producte de consum si no que tingués un valor cultural.

2. Punts forts i punts dèbils

Punts forts:

- cine públic, obert a tothom, tant a nivell de ciutadania com d'associacions i entitats (aquestes últimes el poden fer servir a preus molt barats).
- situació a un lloc emblemàtic de la ciutat
- públic molt fidel

Punts febles:

- el públic es limita a una porció molt determinada dels ciutadans, no s'ha aconseguit arribar més

enllà.

3. Com creu que es podria millorar (independentment del context econòmic actual)

Una de les idees que hi havia abans de la crisi era convertir el Cinema Catalunya en un centre que fos alguna cosa més que un cinema, que es convertís en el centre de cine de referència de la ciutat. Per exemple, volíem que tingués un museu de cine, un espai pels nens perquè hi poguessin fer tallers, una ludoteca perquè les mares poguessin venir al cine i deixar els nens allà, etc. Tot això encaixaria amb el projecte del Parc Audiovisual que pretén que Terrassa sigui una ciutat especialitzada en aquest sector.

Es un projecte que es va deixar aparcat amb motiu de la crisi. D'altra banda, està en marxa la reforma del Teatre Principal, un centre cultural molt emblemàtic de la ciutat, que antigament havia estat un cinema. El Teatre Principal estarà enllestit l'any 2011, llavors s'ha de veure com dissenyem la convivència entre els dos espais. Potser seria una bona idea acollir una part de les activitats relacionades amb el cine al local del Teatre...

PROJECTE: AMICS DEL CINEMA

- Coneix el projecte? Quina opinió li mereix?

Em sembla una idea molt bona. De fet, és molt semblant a la idea que teníem a la ciutat des de feia anys. És un projecte molt bo, tant per la ciutat com per completar l'estratègia de convertir Terrassa en un referent del sector audiovisual i cinematogràfic. Així mateix, serviria per apropar-se molt més a la ciutadania, de manera que estaríem treballant en la línia que fins ara hem desenvolupat menys. Si creem una oferta i un entorn més atractiu pels ciutadans és més fàcil que s'hi puguin acostar...

- Creu que té encaix a Terrassa? (en referència a polítiques públiques, situació del sector, demanda)

Totalment. El context és idoni, donada l'estratègia de ser un referent del sector, i d'altra banda, l'espai ja el tenim: el Cinema Catalunya. Es tractaria de completar-lo amb una sèrie de serveis que ara no oferim, s'hauria de fer una feina de comunicació, de canvi d'imatge, etc. Fins i tot hi ha la possibilitat de comptar també amb l'espai del Teatre Principal (*proposa fer l'exhibició al Cinema Catalunya i la resta d'activitats com a centre de cine al Teatre Principal*)

La demanda actual potser és insuficient, però és que si no treballem en ella mai no podrem anar més enllà...

- I en un futur, tindria encaix?

Segur, de fet, si no fos per la crisi potser ja s'hagués fet alguna acció en aquest sentit.

- Quin tipus de model de gestió creu que seria convenient: totalment privat, totalment públic, híbrid?

Ha de ser un centre públic però intentar involucrar al sector privat. Evidentment això contribuiria a la seva viabilitat, però és que a més a més amb el context que hi ha a Terrassa no es pot desapropiar: el Parc Audiovisual, l'Escac (amb aquests últims s'hauria d'aconseguir establir una col·laboració molt estreta), fins i tot entitats típiques de la ciutat (bancs i caixes...).

Tot i conservar el caràcter públic, potser es podria crear una comissió gestora formada pels diferents agents que treballen en el sector del cine a la ciutat.

- Segons el seu model de gestió ideal, creu que seria viable?

Sí, però crec que és indispensable que sigui un centre públic. Si per ser viable es decidís fer privat, penso que acabaria perdent la seva essència.

- Independentment del context actual de crisi, l'Ajuntament de Terrassa recolzaria aquest projecte?

Totalment, però sí, millor esperar una mica a que millori la situació.

- Creu que es podria fusionar amb el projecte del Cinema Catalunya?

Evidentment, hauria de ser així. Però tenint en compte la idea de poder comptar amb l'espai del Teatre Principal, ja que l'espai del Cinema Catalunya no té gaires possibilitats d'ampliació.

ENTREVISTA MERITXELL ANTIGUA. PARC AUDIOVISUAL

SECTOR AUDIOVISUAL A TERRASSA

1. Quina creu que és actualment la situació del sector audiovisual a Terrassa? (entorn / oferta / dda)
Terrassa té un històric audiovisual, per tant ja té un avantatge respecte una altra ciutat. Avui tenim l'Escac, el Parc Audiovisual, el festival de la Baumann... però és veritat que històricament Terrassa ha tingut un interès per l'audiovisual. A més cal tenir en compte que l'audiovisual és un dels aspectes estratègics de l'Ajuntament, per tant té un recolzament important.

Quant a la situació actual, sempre hi ha hagut moltes petites empreses audiovisuals a Terrassa, el problema és que potser no hi troben prou sortida aquí. Han de diversificar-se, Terrassa no genera feina per sí sola per tothom, a diferència de Barcelona. A més, són empreses locals, no estan tan desenvolupades i modernitzades com les de la capital.
És qüestió d'anar construint poc a poc, és una feina a fer. Si miréssim el panorama català, potser és la ciutat o una de les ciutats que té més avantatges quant al sector audiovisual després de Barcelona, però encara li queda molt per fer.

2. Pot dir-me quins creu que són els seus punts forts i els seus punts dèbils?

Un dels punts dèbils que té és el fet de no ser Barcelona. La gent està acostumada a fer-ho tot a Barcelona, són reticents a sortir d'allà. Això sí, un cop ho fan, ja tornen. De fet és psicològic perquè són només 30 km que fan en mitja hora. I això, per exemple a Madrid no passa. És una barrera a trencar, que ja anem fent, però és lent.

SECTOR CINEMATogràFIC

1. I sobre la situació del sector cinematogràfic, què en pensa?

Quant a producció i indústria s'està desenvolupant molt, però a nivell d'exhibició la oferta és molt limitada: només hi ha un petit cinema d'autor, municipal. Això sí, sempre omplen la sala, però és poc tenint en compte la població que hi ha.

2. Punts forts i dèbils.

Fort: la xarxa industrial que s'està creant i la història cinematogràfica de la ciutat.
Dèbils: aquesta manca de oferta de cara al consumidor final.

3. I en relació amb la política estratègica d'especialització de Terrassa com a ciutat audiovisual, creu que el sector cinematogràfic es veu beneficiat?

Sí, totalment, i hi ha tota una part del sector que se n'està beneficiant, el que passa és que justament en la branca de l'exhibició no està prou aprofitada.

4. A nivell d'equipaments, creu que la oferta cinematogràfica que hi ha actualment és suficient? (formació, indústria, exhibició)

Quant a formació sí, hi ha molta oferta formativa. A més, la ciutat posa tots els mitjans als estudiants per fer el que vulguin (per exemple, fan els treballs gratuïtament al Parc Audiovisual).

PÚBLICS

1. Creu que els terrassencs estan interessats en el cinema?

Com a qualsevol altra ciutat. Potser estan més sensibilitzats perquè coneixen el Parc Audiovisual i les altres empreses i projectes audiovisuals que es fan, saben el que significa per la ciutat, que dona feina... Però quant a anar al cinema, no més que a un altre territori. Tampoc se'ls hi ha ofert res diferent, llavors no ho podem saber, igual que tampoc se'ls hi comuniquen bé les coses. Jo per exemple pràcticament no m'assabento de què fan al Cinema Catalunya si no m'hi acosto. No captiven a la gent.

2. I en el cinema d'autor?

En la meua opinió, el cinema d'autor té un problema, perquè hi ha un cinema d'autor molt bo i un altre de terrible: hi ha pel·lícules insuportables que només són "menjades d'olla" del director. Caldria fer una feina de filtre, de triar molt bé el que val la pena i el que no, el que ens està aportant alguna cosa i el que no. Que la gent sàpiga que si va a veure cinema d'autor estarà aprenent alguna cosa, i que no serà la "palla mental" d'un artista.

És una línia a obrir, i feina a treballar. Però val molt la pena perquè és quelcom que no està explotat.

És qüestió d'associar les pel·lícules amb la cultura, amb les problemàtiques socials, etc. Has de convèncer a la gent, reeducar-la. Però crec que sí, que té un potencial.

3. Creu que, amb determinades polítiques de formació i accions de comunicació, la demanda de cine d'autor podria créixer?

Sí, treballant en aquestes dues línies: convèncer-los del que poden treure del cinema i d'altra banda comunica'ls-hi, que els hi arribi la informació.

PARC AUDIOVISUAL DE CATALUNYA

1. Quina és la missió del Parc Audiovisual?

El Parc es va fer per desenvolupar un nou teixit industrial a Terrassa. S'havia tingut el tèxtil, que es va morir en el seu moment, i era qüestió de trobar un altre sector que pogués servir d'impuls econòmic per la ciutat. Es va pensar en l'audiovisual perquè antigament havia estat un sector amb molta activitat a Terrassa. D'altra banda, es volia intentar ajudar al sector audiovisual a Catalunya, aconseguint que fos un referent a tot el país, ser "una palanca pel sector".

2. El Parc Audiovisual és una iniciativa pública, però ofereix una sèrie de serveis per atraure companyes privades. Quina és la dinàmica d'aquesta convivència, com funciona?

Al Parc hi ha tres blocs:

1. els platós. Els lloguen
2. la Film Office, que està dins de les oficines (dirigides a donar suport a tot aquell que vulgui rodar a Terrassa, és un servei gratuït)
3. les empreses instal·lades al Parc, totes relacionades amb l'audiovisual.
Respecte aquestes empreses, la oficina intenta:
 - crear sinergies entre elles (es fan reunions periòdiques amb tots)
 - ofereixen els seus serveis als clients que venen a rodar al Parc i es fa difusió també en tots els mails i altres comunicacions que fan
 - se'ls hi passa informació de totes les subvencions i altres informacions d'interès del sector i també se'ls hi aconsella sobre com fer les gestions

3. Què és el Tòrax Club?

Són empreses que no estan al Parc però volen formar part d'aquesta "comunitat". Per una quota de 250€ l'any es fan sòcies. Avantatges: també els ofereixen com a proveïdors i tenen accés lliure a les oficines (hi ha espais comuns: sales de reunions, serveis d'oficina gratuïts, zones de treball, etc), descomptes del 20% per llogar els platós. També té una part d'incubadora: s'acullen joves emprenedors que poden desenvolupar el seu projecte al Parc.

4. Una de les seves línies estratègiques contempla la "generació d'activitats (festivals, fires, mercats...) al voltant del sector audiovisual". Em podria dir quina és la seva actuació en relació a aquesta estratègia? I en referència a la línia estratègica "proporcionar una oferta lúdica, recreativa i divulgativa pel gran públic", què hi fan al respecte?

S'intenta que la ciutadania conegui no només el Parc, si no també el que és el concepte d'audiovisual. Els estem intentant "educar" en l'audiovisual.

- Es fan visites a grups i col·lectius (escoles, casals, turistes, etc), també s'han fet activitats d'apropament de l'audiovisual als infants en col·laboració amb d'altres entitats, etc.
- També es fa un curs per professors de secundària de com funciona, a grans termes, el sector audiovisual. Es fa per actualitzar-los, reciclar-los, perquè la cultura audiovisual és el futur.

5. Quin tipus de relació té el Parc Audiovisual amb els agents del municipi? (col·laboracions amb altres departaments de l'Ajuntament, entitats i associacions, Escac, ciutadania...)

Per exemple, som uns dels patrocinadors del Festival Baumann (patrocinem un premi). També, coincidint amb el festival es fan les "12 hores de rodatge": se'ls hi faciliten tots els mitjans a la gent jove de Terrassa perquè facin un producte audiovisual al Parc, en 12 hores.

Es mira d'estar en tot allò que es fa a la ciutat. Més que fer les nostres pròpies propostes, es recolzar aquelles que ja hi ha, és unir esforços. També s'intenta generar el màxim de notícies del Parc perquè la gent estigui informada i també ho sentin com alguna cosa seva.

- Amb l'Ajuntament: amb Educació la col·laboració pels cursos i activitats, amb Turisme acords de difusió mútua. I de fet, amb quasi tots els departaments de l'Ajuntament.
- Amb l'Escac cedim els espais perquè els estudiants puguin venir a rodar i treballar, gratuïtament.

En definitiva, estem oberts a col·laborar amb tot el que es generi a la ciutat.

- De quina manera és coordinen aquestes relacions (cada empresa privada del Parc individualment, la oficina del Parc en nom de totes elles?)

La oficina, en tot cas, posa en contacte l'entitat que sigui amb les empreses del Parc, a partir d'aquí les negociacions es fan directament amb l'empresa que sigui.

6. I quin tipus de col·laboració estableixen amb el Cinema Catalunya?

Hi ha contacte i bon tracte, però no s'ha fet res especial amb ells perquè no hi ha temes en comú.

7. Creu que es podria intensificar aquesta col·laboració? Com? (col·laboració econòmica?, realitzar projectes comuns?)

Econòmica hauria de ser de part de les empreses del Parc, donat que les oficines del Parc depenen també de l'Ajuntament. Un altre tipus de col·laboració, sí podria ser, però és qüestió de trobar un punt en comú, d'involucrar les dues fases del procés audiovisual (Parc: producció, indústria i Cinema: exhibició). S'haurien de buscar els temes oportuns.

PROJECTE: AMICS DEL CINEMA

1. Coneix el projecte? Quina opinió li mereix?

Em sembla molt bona idea però crec que caldria molta feina prèvia de pedagogia amb la gent. Però també és perquè a Terrassa la gent no està acostumada a això, els hi sembla que el cinema d'autor és de *freaks*. Cal canviar la percepció d'aquesta gent, crear alguna cosa nova perquè les que ja hi ha tenen uns valors intrínsecs que no són atractius pel gran públic. S'ha de trobar una manera més social, cultural... més propera. Per exemple el Centre Cultural de Terrassa fan una programació sovint bastant alternativa i té molt èxit. Per què? Perquè està vestit com una cosa atractiva, viva, propera. S'ha de trobar un aire no *freak*, si no culturalment interessant.

2. Creu que té encaix a Terrassa? (en referència a polítiques públiques, situació del sector, demanda)

Sí, és podria fer. Ara no hi és, li falta això a Terrassa, la gent quan vol això ha d'anar a Barcelona. És com amb el teatre, són dos sectors que s'han de millorar. Hi ha molta gent interessada pel cinema i s'han acostumat a anar a Barcelona, cal mostrar-lis que aquí també ho poden trobar. Hi ha un potencial, però cal fer una feina prèvia.

- I en un futur, tindria encaix? (en el cas de que parli de la crisi actual)

Segur, si es fa aquesta tasca de canvi i difusió. A més aquí no és tan complicat fer aquesta tasca perquè tot és més proper: ciutadans, institucions... Si vas amb una idea atractiva, són més fàcils d'engrescar.

3. Quin tipus de model de gestió creu que seria convenient: totalment privat, totalment públic, híbrid?

Encara que sigui públic s'hauria de gestionar com una empresa privada, perquè si no la gent es relaxa. Potser començar com una empresa pública i tenir cada cop més autonomia.

- Segons el seu model de gestió ideal, creu que seria viable?

Sí, caldria un component públic, però a partir d'aquí s'ha de crear un model que es pugui autogestionar.

4. Independentment del context actual de crisi, el Parc Audiovisual estaria disposat a col·laborar en aquest projecte? De quina manera? (econòmica, iniciatives conjuntes...)

Sí que és podria col·laborar, segur, però trobant aquests punts comuns. Si la proposta és atractiva, el Parc estarà disposat a formar-hi part.

- Com es podria gestionar aquesta col·laboració (des de l'oficina del Parc o individualment, a partir de les diferents empreses del Parc?)

La oficina faria de pont amb les empreses del Parc i també si cal, amb els altres agents de la ciutat. Es podrien aprofitar també les xarxes de contactes que té la oficina del Parc (a nivell d'institucions públiques regionals, etc)

Altres propostes:

- És molt important obrir-se a les noves tecnologies, no només amb l'adaptació al cinema digital, si no també proposa intentar desenvolupar una plataforma virtual que apropi el cinema i els productes

audiovisuals als joves. Cal tenir en compte que ells tenen molta més relació amb Internet que amb cap altre suport.

- Proposa obrir-se a qualsevol tipus de proposta audiovisual, no només pel·lícules. per exemple, per què no fer presentacions de videojocs? Així li dones un aire de modernitat al centre i aconseguixes captar públic jove.

La idea és crear més un centre lúdic al voltant del cinema que no pas un centre de cine d'autor.

ENTREVISTA MAITE PIQUERAS. Sots-directora del Cinema Catalunya

SECTOR AUDIOVISUAL A TERRASSA

1. Quina creu que és actualment la situació del sector audiovisual a Terrassa? (entorn / oferta / dda)
Terrassa està apostant molt fort pel sector audiovisual (formació, Parc Audiovisual, exhibició...), i això és molt positiu.

2. Pot dir-me quins creus que són els seus punts forts i els seus punts dèbils?

Punts forts: aposta a nivell municipal pel sector

Punts dèbils: l'etapa que estem passant (crisi). Quant al cine en concret, els nous mitjans tecnològics (Internet, concretament la pirateria), està fent mol mal al sector de l'exhibició.

SECTOR CINEMATogràFIC

1. I sobre la situació del sector cinematogràfic, què en pensa?

Si ens centrem en l'exhibició, hi ha molta oferta de cine comercial entre els dos multi cinemes, però quant a cine d'autor només està el Cinema Catalunya (si no existís no hi hauria oferta de cine d'autor a la ciutat).

2. Punts forts i dèbils.

Punts forts: la gran quantitat de oferta que hi ha, en tots els sentits (oferta, producció, exhibició de cine comercial...)

Punts dèbils: poca oferta de cinema d'autor.

3. I en relació amb la política estratègica d'especialització de Terrassa com a ciutat audiovisual, creu que el sector cinematogràfic es veu beneficiat?

Sí. Tot el que sigui donar a conèixer el món audiovisual en totes les seves branques es veurà afavorit en una ciutat en el que s'ha apostat per aquest sector.

3. A nivell d'equipaments, creu que la oferta cinematogràfica que hi ha actualment és suficient?

Hi ha dos multi cinemes, en aquest sentit és suficient oferta de cinema comercial. El que caldria desenvolupar més és la oferta de cinema d'autor, que ara es concentra en el Cinema Catalunya. Potser més que a nivell de nous equipaments, potser caldria millorar el que existeix ara.

PÚBLICS

1. Creu que els terrassencs estan interessats en el cinema?

Penso que sí.

2. I en el cinema d'autor?

Menys. Però crec que és un problema d'educació. Per exemple, els joves a Terrassa no coneixen el cine d'autor perquè no senten res al respecte. Ells van a veure allò que veuen anunciat a la TV, el cine comercial, i s'han acostumat a veure aquest tipus de cine, que es basa en impactes visuals. No estan acostumats a haver de pensar i de reflexionar amb el cine.

3. I quant al públic no resident a Terrassa, consumeixen oferta cinematogràfica al municipi? (altres pobles, Escac...)

Sí, vé gent de tot arreu (pobles del voltant): Sabadell, Collbató, Matadepera, Vacarisses, Ullastrell... El Cinema Catalunya és l'únic de la zona especialitzat en cinema d'autor. En aquest sentit, és un referent.

Quant als alumnes de l'Escac, la majoria viuen a Barcelona, motiu pel qual consumeixen cine d'autor, però a Barcelona.

4. Creu que, amb determinades polítiques de formació i accions de comunicació, la demanda de cine d'autor podria créixer?

Sí, aquesta és la idea. Realitzar certes accions per aconseguir despertar l'interès en el sector de ciutadania que fins ara no s'ha apropiat al cinema d'autor.

CINEMA CATALUNYA

(A continuació es va fer un repàs de totes les dades sobre l'estructura, funcionament i característiques del Cinema Catalunya, que no reproduïrem aquí perquè ja ha estat explicat en el propi projecte).

1. Quins són els seus principals problemes-punts dèbils?

Falta personal. S'han de dir que no a certes iniciatives perquè no donem a l'abast.

I també manca d'espai. Al menys caldria dividir les sales per amortitzar l'espai (per cinema d'autor, una sala de 400 butaques és massa gran). Com no tenim més sales, hem de repetir la pel·lícula (si funciona) i el públic fidel es queixa.

2. I els seus punts forts?

La ubicació, el valor de marca (la gent vé sense saber què programen), el tracte proper i humà (no és com en un multi sala, el personal està molt més involucrat). També el local, que és especial, diferent.

PROJECTE: AMICS DEL CINEMA

1. Coneix el projecte? Quina opinió li mereix?

Fantàstic. És el que ens agradaria fer.

2. A nivell de línies d'activitat: què li trauria? què li afegiria?

Afegiria una botiga per vendre DVD, bar, sala de reunions...

3. Creu que té encaix a Terrassa? (en referència a polítiques públiques, situació del sector, demanda) Encaixa quant a polítiques municipals. Quant a la demanda, és una aposta, perquè cal treballar-la.

- I en un futur, tindria encaix?

Sí, de fet jo esperaria a que passés la crisi.

4. Quin tipus de model de gestió creu que seria convenient: totalment privat, totalment públic, híbrid?

Privat no funcionaria, hauria de ser un híbrid: projecte públic amb col·laboracions privades.

- Segons el seu model de gestió ideal, creu que seria viable?

Sí, sobretot si s'involucra el sector privat. També és important aconseguir ampliar la demanda.

5. Creu que es podria fusionar amb el projecte del Cinema Catalunya?

És el lògic, hauria de ser així.

ENTREVISTA JUANJO CABALLERO. Secretari General Acadèmic de l'ESCAC

SECTOR AUDIOVISUAL A TERRASSA

1. Quina creu que és actualment la situació del sector audiovisual a Terrassa? (entorn / oferta / dda)

És bona en la mesura que l'Ajuntament ha apostat pel sector, ha creat un pol de desenvolupament amb el Parc Audiovisual, amb la Societat Municipal de Comunicació, amb l'Escac, amb l'arxiu de la Filmoteca, etc.

2. Pot dir-me quins creu que són els seus punts forts i els seus punts dèbils?

Com a punts dèbils li falten una mica les sinergies, trobar la manera com totes aquestes entitats poden col·laborar entre sí per formar un projecte més integrat. Però clar, això no és fàcil, falta temps, hi ha diferents interessos...

SECTOR CINEMATOGRAFIC

1. I sobre la situació del sector cinematogràfic, què en pensa?

Està bé a nivell de formació, sobretot pel fet de tenir l'Escac, que és una escola de cinema de referència. A nivell de producció també és important l'existència del Parc Audiovisual, que cada dia va creixent més. Quant a l'exhibició comercial hi ha bastant oferta tenint en compte la població que hi ha.

2. Punts forts i dèbils.

Caldria invertir encara més, sobretot quant a nodrir de serveis la població estudiantil. S'hauria d'integrar més el Parc Audiovisual en el context urbà, en la població. També caldria crear una oferta cinematogràfica més enllà del que programen les sales comercials, ja que el Cinema Catalunya es queda molt curt.

3. I en relació amb la política estratègica d'especialització de Terrassa com a ciutat audiovisual, creu que el sector cinematogràfic es veu beneficiat?

Segur, el sector cinematogràfic és un àmbit més de l'audiovisual al cap i a la fi.

4. A nivell d'equipaments, creus que la oferta cinematogràfica que hi ha actualment és suficient? (formació, indústria, exhibició)

La conclusió és que està bé però encara hi ha molt per fer, sobretot en el que fa referència a les propostes alternatives.

PÚBLICS

1. Creu que els terrassencs estan interessats en el cinema?

En principi no crec que més que a qualsevol altre territori de les seves característiques. El que sí puc veure és que hi ha tot un potencial que s'està desaprofitant: s'hauria de crear una determinada sensibilitat perquè la ciutadania es pogués mostrar interessada per un altre tipus de cinema. El que està clar és que l'interès apareix quan es creen les oportunitats, quan es generen les dinàmiques necessàries perquè algú se senti interessat per descobrir alguna cosa que ni les televisions generalistes ni la oferta comercial ofereixen.

És possible. Hi ha una sèrie d'iniciatives que s'haurien de fer.

2. I en el cinema d'autor?

És el que dèiem, en tot cas seria un interès latent perquè no s'han generat les oportunitats adequades perquè aquest interès es pugui desenvolupar. És necessari apropar-se a la gent, fer-lis veure determinades coses a les que, d'entrada no tenen fàcil accés.

De fet, l'accessibilitat és una de les característiques més importants de les societats actuals, però s'ha de fer possible l'accés a una sèrie de propostes determinades, aquelles que realment puguin interessar a la ciutadania.

3. Creu que, amb determinades polítiques de formació i accions de comunicació, la demanda de cine d'autor podria créixer?

L'acció a emprendre ha de ser més pro-activa que no pas reactiva segons la demanda.

Suscitar aquest interès és una qüestió, en primer lloc, de posar a l'abast de la població la oferta.

4. Els alumnes de l'Escac consumeixen cine d'autor a Terrassa? Per què? Es podria fer alguna cosa al respecte?

Se'n van més aviat a Barcelona, però si passa això és perquè la ciutat de Terrassa tampoc els hi ofereix, d'una banda, determinades facilitats pràctiques (residències d'estudiants, etc) i d'altra perquè es queda molt curta a nivell de dinamisme cultural. A nivell d'oferta s'haurien de desenvolupar propostes atractives que els atraguessin.

ESCAC (Escola Superior de Cinema i Audiovisuals de Catalunya)

1. Quina és la missió de l'Escac?

Crear una escola de formació de professionals destinada a proporcionar les bases d'una autèntica indústria cinematogràfica. Es vol obrir camí, vies de consolidació d'aquesta nova generació de quadres tècnics, artístics i creatius per enfortir l'aparell productiu català.

2. Per què l'Escac decideix traslladar-se a Terrassa?

Perquè Terrassa va apostar per l'Escac, hi va confiar. Dins el projecte de crear un pol industrial audiovisual potent es va pensar que la formació era una de les parts imprescindibles perquè Terrassa

es convertís en un referent en el mapa productiu audiovisual.

3. Quin tipus de relació té l'Escac amb el municipi? (col·laboracions amb Ajmt, entitats i associacions, Parc Audiovisual, ciutadania...)

Hi ha una relació molt directa amb el Consistori, amb Cultura, amb la Societat de Comunicació, amb el Vapor Universitari... Hi ha una bona relació, constant. Diferents departaments i entitats municipals col·laboren en esdeveniments que realitza o encapçala l'Escac (festival Base, congressos, etc). Tot això es realitza de manera totalment coordinada amb ells.

4. I quin tipus de col·laboració estableixen amb el Cinema Catalunya?

Allà es fan les projeccions del Base Film Festival, la inauguració del nou curs (que inclou el parlament d'algun professional reconegut) i altres actes i/o projeccions. En definitiva, fan servir l'espai per a fer projeccions. De fet, es va plantejar que actuaria com "la sala d'exhibició de l'escola".

5. Creu que es podria intensificar aquesta col·laboració? (realitzar projectes comuns?)

Ara mateix no són gaire pro-actius, hauria de ser que trobéssim punts en comú.

PROJECTE: AMICS DEL CINEMA

1. Coneix el projecte? Quina opinió li mereix?

Molt bona. Conec propostes semblants en alguna ciutat d'Europa, però que jo sàpiga ni a Catalunya ni a Espanya s'ha fet encara res semblant.

2. Creu que té encaix a Terrassa? (en referència a polítiques públiques, situació del sector, demanda)

És un bon lloc pel context audiovisual industrial i formatiu que té i perquè a més té un potencial demogràfic important i ara per ara no existeix cap tipus d'iniciativa així, més enllà d'algun cineclub... propostes més modestes, dirigides a un públic molt concret.

A més, és necessari en la lògica de l'estratègia de fer de Terrassa un referent del sector, ja que ara mateix del que està més coix és de la part del ciutadà, és a dir, l'exhibició. Seria qüestió d'entendre el cinema com a un sector cultural necessari per a la població, i no només com a un negoci.

3. I en un futur, tindria encaix?

Sí, el seu èxit és una qüestió de temps. Parlem de la idea de crear una estratègia: crear una base perquè es vagi formant una bona recepció ciutadana, sensibilitzar-los. I això necessita temps. S'ha de crear primer la oferta perquè mica en mica vagi sorgint l'interès.

4. Quin tipus de model de gestió creu que seria convenient: totalment privat, totalment públic, híbrid?

Penso que hauria de ser públic però amb la col·laboració d'espònsors, patrocinadors, etc.

5. Segons el seu model de gestió ideal, creu que seria viable?

Sí, però com dèiem, a la llarga. Cal invertir primer en posar a l'abast de la població la oferta adequada.

6. Independentment del context actual de crisi, l'Escac estaria disposat a col·laborar en aquest projecte? De quina manera? (econòmica, iniciatives conjuntes...)

Sí, segur que es podrien trobar sinergies. Per exemple, també fem cursos i seminaris genèrics dirigits a la població en general, en aquest sentit segur que es podria establir una col·laboració amb aquest centre.

Nosaltres som molt conscients que cal sensibilitzar la població, forjar les inquietuds cap al cinema, per tant aquesta tasca formativa és imprescindible. Cal crear el ferment perquè el jovent conegui què també existeix aquest cinema i que vegi que no es limita a una activitat comercial.

Realitzades originalment, el gener del 2010, per a un treball de Marc Econòmic anomenat "El cinema independent a Barcelona":

RICARDO ALMAZÁN, Director de programació dels Cinemes Verdi.

1. Com li diria vostè, cine independent o cine d'autor ?

Abans se li deia cinema d'art i assaig, després cinema d'autor.... És cert que des d'altres àmbits si li diuen així.... I bé, sí és veritat que és independent (de les grans multinacionals) i és d'autor, o sigui que seria una barreja de cada un.

2. Quin creu que és el context de l'exhibició de cinema independent a Barcelona actualment?

Està molt complicat. Tenim el problema de la pirateria. Les empreses que aguanten son perquè estan molt consolidades. Quant al cinema d'autor, en concret, és veritat que tot i que també es veu afectat, no ens podem queixar; els aficionats al cine d'autor són més proclius a anar a la sala, a la gent que li agrada el cinema li agrada veure'l a la pantalla d'una sala de cine. Però també hi ha molt problema de manca de temps de la gent...

3. Quina és la situació dels Cines Verdi en aquest context actual?

S'està patint la crisi, però es compta amb un públic molt fidel. És un cine que funciona, també hi ha més sales, més oferta... I està molt consolidat.

4. I el paper dels festivals o altres propostes com l'Ambigu?

A Barcelona hi ha masses festivals. Cal separar perquè els bons funcionen millor que els altres. Són una sortida per certes pel·lícules que no poden arribar als cines, això sí.

L'Ambigu és una proposta encara més interessant, pel fet de portar títols que no tenen distribució.

L'assistència depèn dels títols, tot i que hi ha un públic bastant fidels.

5. Com creu que evolucionarà el mercat, quant a oferta?

La oferta que hi ha a Barcelona és molt interessant, de les millors d'Europa (sense arribar a l'alçada de Paris, però). S'ha de veure que passarà amb tots aquests canvis que hi ha avui dia i també amb la nova Llei del Cinema, però en tot cas s'anirà tirant endavant. Sempre hi haurà persones que seguiran volent anar a les sales.

6. Com creu que la nova Llei del Cinema, en donar ajudes a cinemes amb una programació de qualitat, pot afectar el panorama?

No ho sé, potser més que per millorar la oferta de Barcelona serà més útil per a fer arribar aquest tipus de cinema a la resta de Catalunya.

7. Quines són les perspectives de futur dels Cines Verdi?

Anar adaptant-nos als canvis que hi hagin havent. No preveiem canvis a nivell del nostre propi local, però sí volem anar fent les col·laboracions que vagin sorgint. Per exemple ara som seu de l'Ambigu, també vam ajudar a muntar –i portem la programació- d'una seu del nostre cinema a Cardedeu... Als pobles és molt difícil desenvolupar aquestes iniciatives... falten ajudes i formació de la gent.

8. Quin és el seu finançament? Quina dependència tenen de les ajudes públiques?

Només rebem una petita quantitat d'Europa Cinemas, però la resta és autofinançament.

Afortunadament, la taquilla va bé i no és té cap mena de dependència.

9. Pot fer un breu resum de quines son les seves polítiques de programació i la seva estratègia de comunicació?

Quant a la programació, és un compromís entre el cinema autor "comercial" i el més experimental, ja que, no ens enganyen, som un espai privat i si no ho féssim així no podríem sobreviure.

Quant a la comunicació la web és molt important, també s'envien newsletters amb la programació.

Però el més important és que hi ha molta gent que ve per inèrcia (que encara que no sàpiguen què és programa, van perquè tenen la confiança que serà d'interès).

10. Creu que el públic estaria disposat a pagar més diners per a aquest tipus de cinema o al contrari, creu que en ser un bé social hauria de ser més barat que el cine comercial?

Jo no penso que el cinema sigui car. Si vas a prendre una copa et costa molt més. Ara, si jo pensés que baixant l'entrada el cine seria més rendible, ho faria sens dubte. Això sí, penso que estaràs més disposat a pagar els diners si la pel·lícula és bona –de qualitat–.

CARLES BALAGUÉ, Fundador i director dels Cines Meliès.

1. Quin creu que és el context de l'exhibició de cinema independent a Barcelona actualment?

Crec que és un tipus de cinema que poc a poc s'ha anat posicionant i que podem considerar que en el marc creat per tres o quatre sales de la ciutat, ha trobat el seu lloc entre l'audiència cinematogràfica.

2. Quina és la situació dels Cines Meliès en aquest context actual?

Els Cinemes Méliès han tingut una trajectòria diferent ja que van néixer amb una programació de cinema clàssic en versió original, i poc a poc, i en part degut a l'adaptació a la indústria, i a l'entrada a la xarxa d'Europa Cinema, ha derivat la programació a un cinema contemporani, independent i d'autor (evidentment, mantenint la versió original).

3. Com creu que evolucionarà el mercat?

És un misteri com interaccionarem amb les noves tecnologies i el poder d'Internet. Confiem que la màgia del cinema sigui insubstituïble, tal com pensem que és els cinèfils.

4. Quines són les perspectives de futur dels Cines Meliès?

L'adaptació als nous temps mantenint una programació de qualitat com sempre hem fet. De moment i com a mostra, ja hem incorporat la projecció digital.

5. Com creu que és la demanda actual de cinema independent a BCN ? (canvis respecte el passat). Creu que la oferta actual satisfà les seves necessitats?

Penso que des de ja fa uns anys, ha millorat la oferta de cinema independent i que sí que satisfà les necessitats d'un públic més o menys exigent.

6. Com creu que evolucionarà la demanda?

Crec que la demanda s'anirà radicalitzant, i per això els Méliès intentarem mantenir-nos al dia.

7. Quin és el seu finançament? Quina dependència tenen de les ajudes públiques?

Sempre ens hem autofinançat. Darrerament hem començat a rebre algun ajut per part d'Europa Cinema, i de la Generalitat de Catalunya, en quantitats molt simbòliques comparant-les per exemple amb els ajuts que rep qualsevol cinema de París.

8. Creu que aquesta situació de finançament pot variar en el futur?

Desitjablement.

9. Pot fer un breu resum de quines son les seves polítiques de programació i les seves estratègies de comunicació?

Actualment programem pel·lícules independents en versió original col·laborant amb els Cinemes Verdi.

Estem estudiant noves estratègies de comunicació. De moment seguim amb les tradicionals, i òbviament, la comunicació per Internet (a nivell de pàgina web, mailings, etc.)

10. Quina és la seva política de preus? Creu que el públic estaria disposat a pagar més diners per a aquest tipus de cinema?

Sempre ens hem distingit per ser el cinema més econòmic de la ciutat amb una política de preus populars, tenint molt en compte el nostre espectador.

Creiem que el cinema de qualitat, com a producte cultural que és, hauria de trobar-se més a l'abast del ciutadà, i per tant, els preus haurien de tendir a ser més assequibles amb un recolzament de l'Administració. Cosa que, de moment, en aquest país, no existeix.

CARLOS RODRÍGUEZ RÍOS, codirector de 100.000 Retinas (organitzadors del festival BAFF i del cicle Ambigu).

1. Quan es va crear 100.000 Retinas i per què?

100.000 Retinas es va crear el 1994. Degut a les nostres experiències, les feines i els estudis vam anar assistint a varis festivals, i un dia, amb la meua companya, la codirectora de 100.000 Retinas, Amaia Torrecilla, vam dir "i si comencéssim a promoure totes aquestes pel·lícules que estem veient als festivals, una manera contínua tot l'any, que no sigui només en aquell moment del festival?" Així va néixer l'Ambigu. Al cap d'un any i mig ens van fer de fer unes sessions de cinema per a un event sobre el Japó i nosaltres vam ser ràpids i vam dir "no no no, res de sessions, anem a fer una mostra de cinema asiàtic". Va tenir tant èxit que va acabar naixent el BAFF.

Actualment, també estem treballant amb programes de museus, entitats audiovisuals, fem programació a filmoteques...

2. Quina diferència creus que hi ha entre un cinema que exhibeix cine independent, d'autor i de qualitat i un festival, o el que podria ser l'Ambigu, per exemple, és a dir, entre un Verdi i un Ambigu?

L'essència és la mateixa: el tipus de cinema, com a cinema d'autor, és el mateix. Més que cine independent, nosaltres sempre hem dit que més que el programa, és l'espai el que és independent. Així, tots programem el mateix, el que passa és que el Verdi entra dins del "reglat": hi ha un distribuïdor que ha comprat aquella pel·lícula i el Verdi l'exhibeix. El nostre producte sempre és aquell que no té distribució.

3. Quin és el context del cinema d'autor a Barcelona actualment, com està la oferta a nivell d'exhibició?

Si una persona vol veure part del que s'està produint, de les referències audiovisuals a nivell mundial, a Barcelona estan cobertes d'una manera bastant alta, entre el cinema reglat (Renoir, Verdi) i els festivals. Potser podries trobar a faltar un gran festival, i 100.000 Retinas lluita perquè hi hagués un espai estable amb aquest tipus de pel·lícules, el que està fóra de distribució.

4. Com creus que evolucionarà el mercat?

Hi haurà canvis, ara estem en un procés de canvi. Parlo de com funciona el públic. Fins ara hi havia una renovació constant, és a dir, els que teníem 35 teníem fills i deixàvem d'anar al cine però venien els que acabaven la facultat, de 21-22 anys. Ara, a la gent de la facultat el cinema li interessa però ja no vol veure'l als cines, si no que ho fan a casa. Potser el repte és com recuperar-los... Jo personalment opino que els joves es cansaran de veure les pel·lícules a l'ordinador i recuperareu el plaer de anar a veure-les a la sala.

D'aquí l'èxit dels festivals: s'està responent molt bé als festivals però no s'està responent bé al cine.

No creus que la crisi té algo a veure amb això? No creus que és circumstancial i que quan tot torni... o ja venia d'abans?

No ho sé. Sigui com sigui, es tracta de recuperar. Recuperar la gent gran, i quan els joves, fer-ho atractiu perquè hi vagin: baixar preus, política de preus... o el que sigui, la qüestió seria treure'ls de davant de la pantalla de l'ordinador.

Els festivals sí que han trobat una via perquè molta gent ha entès que un festival és un event únic, és un moment, compartiu, hi aneu amb amics... És un esdeveniment social.

Tot i això, nosaltres hem fet unes enquestes a les sortides d'aquest tipus de cinema i en general la gent creu que sí hi ha un interès creixent pel cinema d'autor (ho mirin al cine o a casa). Sigui com sigui tú no creus que cada cop hi ha més gent interessada per aquest tipus de cine?

Sí és veritat. S'ha de tenir en compte que quan parlem de cinema d'autor sempre és un cine minoritari, no estem parlant del 100% de la població, però sí que hi ha un interès, en saben molt i hi ha molta gent que fa molt, més que abans... La gent té molt més accés a la informació i és molt més fàcil ser un "aficionat al cinema".

5. Amb la nova llei del cinema, s'obre una nova via, de rebre diners que ajudin... oi?

És possible, ja veurem com acaba. Sembla que es dirigeix a l'exhibició independent... entenent com a "independent" la programació "no comercial", el que és cinema europeu, el cinema d'autor.

Directed by
LAURA FERNÁNDEZ YÉBENES

With the supervision of
ALBERT DE GREGORIO

Produced by
UNIVERSITAT DE BARCELONA

Barcelona, 2010-11

