

EL PRAT, CIUTAT CREATIVA

Cap a un projecte d'arts visuals de ciutat /
Proposta de programació d'exposicions de la Sala d'Art Josep
Bages

Projecte final professional
Màster Oficial en Gestió Cultural
Alumna: Montserrat Morillas Esteban
Tutor: Jaume Colomer

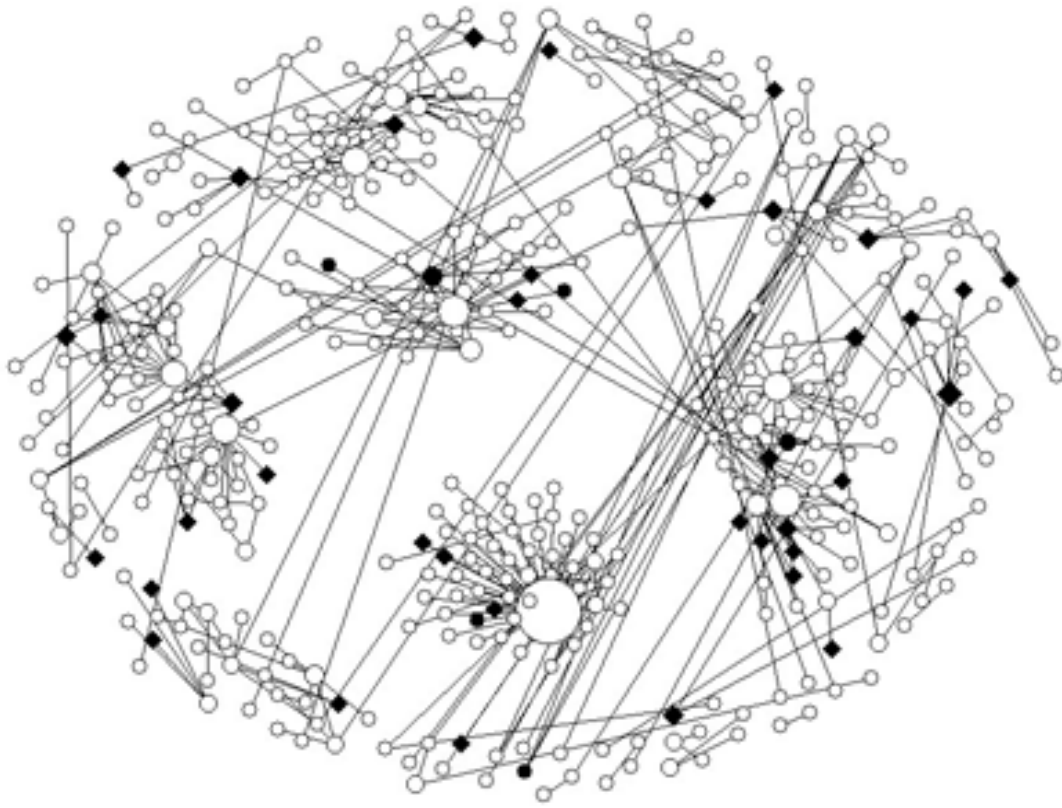
Universitat de Barcelona, Gener 2011

ÍNDEX DE CONTINGUTS

PART I: PRESENTACIÓ	5
1.1 L'experiència objecte d'estudi	6
1.2 Justificació de l'elecció	6
1.3 Conceptualització	8
1.4 Metodologia i fonts d'informació	8
PART II: DIAGNOSI INTERNA I EXTERNA.....	10
2.1 Alguns trets de la realitat cultural actual	11
2.2 Anàlisi de l'entorn territorial.....	13
2.3 La dinàmica cultural al Prat, una visió general.....	16
2.4 El sector cultural de les arts visuals a Catalunya.....	19
2.5 Marc competencial dels municipis en l'àmbit de les arts visuals	23
2.6 La dimensió del sector cultural de les arts visuals al Prat.....	25
2.7 Síntesi: DAFO del sector de les arts visuals al Prat de Llobregat	35
2.8 Diagnosi del sector de les arts visuals al Prat de Llobregat.....	36
2.9 Reptes de futur: projecció CAME	39
PART III: DEFINICIÓ ESTRATÈGICA DEL PROJECTE	41
3.1 Missió, visió i valors.....	42
3.2 Objectius generals i específics.....	43
3.3 Definició de les estratègies d'actuació	44
3.4 Definició dels blocs i programes d'actuació	46
3.5 MAPA DEL PROJECTE EL PRAT, CIUTAT CREATIVA	50
3.6 Temporització dels blocs i programes d'actuació.....	51
3.7 Anàlisi pre-viabilitat del projecte	52
PART IV: PLANTEJAMENT GENERAL DEL BLOC D'ACTUACIÓ 3: LA DIFUSIÓ	55
4.1 Definició bloc i línies d'acció.....	56
4.2 Sistema de selecció	60
4.3 Calendari anual	61
PART V: PLA OPERATIU DEL PROGRAMA D'EXPOSICIONS A LA SALA D'ART JOSEP	
BAGES	62
5.1 Definició d'objectius estratègics i operatius	63
5.2 Pla d'operacions o producció	64
5.2.1 El procés de programació.....	64
5.2.2 El procés de producció d'una exposició	66
5.2.3 Cronograma	68
5.2.4 Recursos materials i infraestructurals	69
5.2.5 Recursos humans	69
5.3 Pla de màrqueting	72
5.3.1 Producte	72
5.3.2 Preu	72
5.3.3 Distribució	73
5.3.4 Promoció	74
5.3.5 El treball de públics.....	79
5.4 Pla financer	83
5.4.1 Pressupost de despeses.....	83
5.4.2 Pressupost d'ingressos	85
5.4.3 Eines de seguiment econòmic.....	89
5.5 Avaluació	90
PART V: CONCLUSIONS	95
BIBLIOGRAFIA	98
ANNEXOS	101

ÍNDEX DE GRÀFICS, TAULES I FIGURES

Gràfic 1: Població del Prat de Llobregat 2010, segons lloc de naixement	15
Gràfic 2: Població del Prat de Llobregat 2010, segons nivell d'estudis	15
Gràfic 3: Repartiment de les activitats segons públic objectiu	17
Gràfic 4: Despesa arts visuals 2003 per zones geogràfiques	20
Gràfic 5: Distribució despesa local per àmbits	21
Gràfic 6: Activitats en arts visuals. 2009	25
Gràfic 7: Estructura pressupost municipal en arts visuals (2009).....	26
Gràfic 8: Pressupost municipal de despeses en arts visuals (2009)	26
Gràfic 9: Volum programació Sala d'Art Josep Bages	27
Gràfic 10: Públic Sala d'Art Josep Bages.....	27
Gràfic 11: Públic Sala Centre Cultural Torre Balcells.....	28
Gràfic 12: Volum programació sala exposicions C.C. Jardins de la Pau	29
Gràfic 13: Públics sala exposicions C.C. Jardins de la Pau	30
Gràfic 14: Volum programació visuals La Capsa	30
Gràfic 15: Públics La Capsa, visuals.....	30
Gràfic 15: Oferta tallers de formació arts visuals 2009.....	31
Gràfic 16: Usuaris tallers arts visuals 2009.....	32
Gràfic 17: Distribució pressupost despeses.....	84
Figura 1: Distribució territorial dels agents del sector d'arts visuals a Espanya, 2003.....	19
Figura 2: Mapa del projecte El Prat, Ciutat Creativa.....	50
Figura 4: Cronograma bloc actuació difusió (2011).....	61
Figura 5: Cronograma producció programació Sala d'Art Josep Bages, 2011	68
Figura 6: Base de dades d'usuaris	81
Figura 7: Butlleta recollida dades	82
Taula 1: DAFO del sector de els arts visual al Prat de Llobregat.....	35
Taula 2: Projecció CAME.....	40
Taula 1: Temporització bloc actuació Educació en l'Art, 2011-2015.....	51
Taula 2: Temporització bloc actuació Suport a la Creació i la Producció, 2011-2015.....	51
Taula 3: Temporització bloc actuació Difusió, 2011-2015	51
Taula 4: Temporització bloc actuació Articulació del Sector, 2011-2015	51
Taula 5: Taula de programes del bloc d'actuació Difusió Arts Visuals.....	59
Taula 6: Recursos materials i infraestructurals necessaris	69
Taula 7: Recursos humans vinculats a la programació de la Sala d'Art Josep Bages	71
Taula 8: Horaris Sala d'Art Josep Bages	73
Taula 9: Elements campanya promoció exposicions	78
Taula 10: MAPA DE PÚBLICS DE LA SALA D'ART JOSEP BAGES	79
Taula 11: Matriu de perfils de consum de la Sala d'Art Josep Bages.....	80
Taula 12: Pressupost de despeses Sala d'Art Josep Bages, 2011	83
Taula 13: Pressupost contracte serveis Sala d'Art Josep Bages, 2011	84
Taula 14: Pressupost d'ingressos Sala d'Art Josep Bages, 2011.....	85
Taula 15: Modalitats patrocini projecte El Prat, ciutat creativa	88
Taula 16: Productes i preus botiga Sala d'Art Josep Bages.....	89
Taula 17: Indicadors econòmics d'avaluació.....	92
Taula 18: Indicadors d'avaluació de procés.....	93
Taula 19: Indicadors d'avaluació de resultat	94



PART I: PRESENTACIÓ

1.1 L'experiència objecte d'estudi

Aquest projecte té per objectiu establir el programa municipal d'arts visuals (en el àmbits de la difusió, la formació i la creació) de la ciutat del Prat de Llobregat a mig termini (5 anys). El projecte parteix d'una realitat, doncs a la ciutat fa anys que s'estan portant a terme projectes d'arts visuals. Per això, el seu objectiu, és a partir de l'anàlisi de la situació actual de la difusió, la creació i la formació en arts visuals al municipi del Prat de Llobregat, recomanar iniciatives per millorar la presència i accessibilitat a aquestes pràctiques per part de la majoria de ciutadans.

El posicionament que es pren, doncs, és institucional, en el sentit, de què s'analitza i es construeix un projecte adreçat a una administració local. Es defineix el posicionament estratègic, les accions i la metodologia més adequades a portar a terme des de l'Ajuntament del Prat.

El present estudi, però, es mou a un doble nivell: d'una banda, com s'ha comentat, preten **definir el marc estratègic del projecte d'arts visuals de la ciutat**, i per altra banda, també es planteja, com a conseqüència d'aquest marc estratègic, **revisar l'operativa del projectes**.

El primer nivell del projecte és força ampli tant en la matèria, com en el temps: es tracta de definir quina ha de ser la política cultural local en el sector de les arts visuals per a un municipi determinat, de més de 50.000 habitants, de l'àrea metropolitana a mig termini. L'altre és concret, doncs, consisteix en, partint del marc estratègic general, operativitzar l'acció d'un dels projectes que hi forma part. Es tracta d'establir una **metodologia de revisió dels projectes actuals** que afecti l'àmbit genèric i estratègic, però també l'àmbit concret que permeti revisar el projecte actual de manera coherent en la seva totalitat.

1.2 Justificació de l'elecció

Hi ha diversos motius que justifiquen que m'hagi decantat per fer aquest projecte i no per qualsevol altre. D'entrada, perquè conec la temàtica de primera mà, doncs, treballo en aquesta institució, i a més a més sóc la tècnica referent a la ciutat en l'àmbit de les arts visuals, i gestiono directament alguns dels equipaments que hi formen part (Centre d'Art Torre Muntadas i Centre Cultural Torre Balcells). M'interessa poder analitzar l'experiència des d'una visió més teòrica i amb certa distància respecte de la pràctica diària per tal de poder millorar-la. El present estudi té una clara intencionalitat pràctica, de poder ser aplicat

a la realitat. Aquest fet té, però, també els seus riscos, una possible manca d'objectivitat en tant que sóc un agent directament implicat.

D'altra banda, només fa un any que a la institució es comença a intentar treballar amb programes sectorials de manera més estructurada i transversal (àmbit arts visuals i àmbit arts escèniques). Fins llavors, hi ha hagut certa coordinació, però cada equipament – programa ha anat fent de manera independent, sense actuar com a agent d'una xarxa, ni compartir missió, objectius, avaluacions, etc. És per això, que no existeix cap document estratègic exclusiu de les arts visuals a la ciutat, a diferència de l'àmbit dels equipaments de proximitat (on s'han elaborat diferents documents i hi ha una dinàmica de treball en xarxa consolidada).

En els últims mesos, però, s'ha iniciat un procés de treball per tal d'elaborar aquests documents marc tant d'arts visuals, com d'arts escèniques. D'una s'han portat a terme diverses sessions de treball amb un expert (Ferran Farré) per tal d'establir les grans línies d'acció. En aquests moments, aquest expert està redactant el document marc per a la promoció de les arts al Prat; mentre que les tècniques referents d'aquests temes tenim l'encàrrec d'elaborar el projecte de ciutat a cinc anys, i d'elaborar el respectiu pla de gestió anual.

Per tant, un altre dels motius que m'ha fet decantar-me és que aquest projecte coincideix amb un encàrrec de feina paral·lel. He pensat que el treball acadèmic podria enriquir el projecte real i a l'inrevés. Això però també comporta els seus riscos i dificultats: diferenciar el projecte acadèmic del projecte real. El punt de partida d'ambdós és el mateix, però el plantejament de les propostes té un caire diferent en cadascun d'ells: en el projecte real ha d'adaptar-se a la realitat i les possibilitats que aquesta doni, mentre que en el projecte acadèmic es pot "anar a màxims", dibuixar un horitzó desitjat, no tan dependent de les possibilitats reals (bàsicament econòmiques) i les pressions polítiques.

Finalment, un altre element que ha fet que em decidís per aquest tema, és la pròpia necessitat del sector. Tots els estudis indiquen que el sector a Espanya està molt desarticulat, manca planificació estratègica, treball en xarxa, eines de gestió, etc. Això és extensible a l'esfera municipal. En aquest sentit, el projecte és un repte i una oportunitat.

1.3 Conceptualització¹

Des del punt de vista metodològic, és bàsic establir la definició de l'abast de la investigació. A què fem referència quan parlem d'arts visuals?

Tradicionalment, l'Art era un concepte universal i unívoc. Només un criteri tècnic provocava una dicotomia en aquesta visió tradicional, diferenciant entre belles arts i arts aplicades. Però l'art, ha anat evolucionant amb els temps. Les noves manifestacions artístiques del segle XX han contribuït a superar la dicotomia anterior i a diversificar l'essència del concepte tradicional. Les noves formes d'expressió artística, més informals i vinculades a les noves tecnologies, van més enllà dels límits instituïts pel concepte tradicional d'Art.

Es poden diferenciar dues tendències a l'hora de definir un sector que es revela tan ampli i complex. En primer lloc, la tradició francesa que fa al·lusió a les "arts plàstiques" i les considera el resultat del treball individual d'un artista la finalitat del qual és l'art en si mateix². Aquest resultat és, doncs, únic, original i de cap altra utilitat. Aquesta visió tradicional s'ha vist completada amb la incorporació de noves disciplines contemporànies sota la denominació d'"arts visuals": fotografia, arquitectura, multimèdia i art digital. La segona tendència ve definida per la tradició anglosaxona que considera les arts visuals com el conjunt format per les belles arts tradicionals i les noves disciplines, d'una banda, i les arts aplicades i el disseny, per una altra.

Tenint en compte, doncs, que l'abast sectorial d'aquest projecte inclou les noves representacions i llenguatges artístics, el concepte "arts plàstiques" o "belles arts" no reflecteix aquesta circumstància. Per aquesta raó, s'ha optat per la referència a les "arts visuals", concepte que supera les barreres abans descrites i inclou l'obra dels creadors més recents i tots els agents que treballen al seu voltant.

1.4 Metodologia i fonts d'informació

La metodologia emprada en la realització d'aquest treball ha estat qualitativa, utilitzant la tècnica de l'anàlisi documental d'un seguit de fonts secundàries.

D'altra banda, com s'ha explicat a la justificació, es recullen els resultats d'unes sessions de treball conduïdes per un expert (i a les que vam assistir el Cap del Departament, el

¹ ASSOCIACIÓ D'ARTISTES VISUALS DE CATALUNYA (2006). *La dimensión económica de las Artes Visuales en España*. Barcelona.

² MOULIN, R. (1992). *L'artiste, l'institution et le marché*. Flammarion, Paris

Coordinador de la Xarxa d'Equipaments, i les tècniques responsables d'arts escèniques i arts visuals respectivament).

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

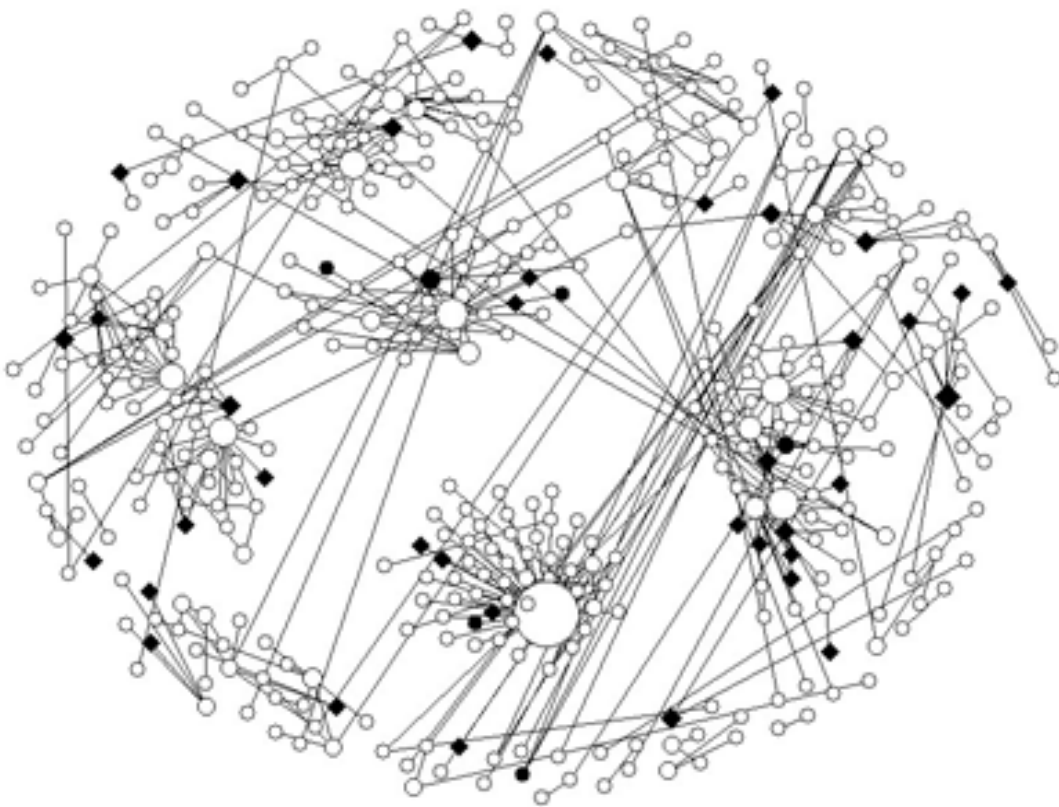
A continuació s'especifiquen les diverses **fonts consultades** per àmbit territorial:

ÀMBIT LOCAL

- Base de dades de programació, planificació i avaluació
- Base de dades d'usuaris i usuàries
- DEMOSCERC 2005
- DEMOSCERC 2007
- Dossier població 2010, Ajuntament
- Elements de difusió de la pròpia experiència
- IDESCAT
- Memòria de Departament de Cultura i Joventut, 2009
- Portal d'Entitats del Prat
- Pla d'equipaments culturals 2002-2008
- Pla d'equipaments culturals 2007-2011
- Programa d'Acció Municipal 2003-2007 i 2008-2011
- Quadre d'elements de comunicació
- Acta jornades participatives "10 anys de La Capsa", juliol 2005
- Acta trobada d'artistes visuals, 2 octubre 2010

ÀMBIT AUTONÒMIC

- *Estadístiques culturals de Catalunya 2010*
- *2008 xifres culturals de catalunya*
- *Enquesta de consum i pràctiques culturals, 2006*
- *Indicadors i estadístiques culturals de Catalunya, 2006*
- *Indicadors estadístics de despesa en cultura de l'Administració local a Catalunya. 1999-2003*



PART II: DIAGNOSI INTERNA I ESTERNA

2.1 Alguns trets de la realitat cultural actual

A principis del segle XXI estem immersos plenament en l'anomenada Societat de la informació i la comunicació, marc socioeconòmic emergit arrel dels canvis tecnològics del darrer terç del segle XX, que han suposat el pas de l'era industrial a l'era de la informació. La revolució tecnològica s'ha basat en l'adopció d'un nou paradigma articulat al voltant de les noves tecnologies de la informació i la comunicació. Aquest paradigma es caracteritza per tenir a la informació com a matèria prima, la forta capacitat de penetració dels efectes de les noves tecnologies, la interconnexions en la xarxa de tots els usuaris i usuàries d'aquesta tecnologia, la flexibilitat dels processos, organitzacions i institucions i la convergència de les tecnologies en un sistema fortament integrat que acaba amb la concepció per separat de les antigues tecnologies³.

En aquest context, la importància de la imatge en totes les seves formes (fotografia, vídeo, pintura...) és evident. Alguns autors parlen de *l'homo videns*⁴ en referència a l'impacte de la imatge en la persona. Estem constantment envoltats d'imatges: en la televisió, en Internet, sobre els murs en forma de grafitis, en els diaris, en les camises, o sobre la pròpia pell amb tatuatges, per posar uns pocs exemples. La promiscuitat i la ubiqüitat de les imatges, la contaminació viral de les coses per les imatges són les característiques de la nostra cultura, diu Jean Baudrillard (1999)⁵.

La nostra època és la de la imatge, la de les visualitats consumides com a dret a una llibertat visual. Mai s'han consumit tantes i tan variades. Vivim en el context de la hipervisualitat, segons la qual "una imatge és reproduïble en milions d'espais diferents alhora i on un fenomen social (una circumstància determinada i circumscrita en un espai i un temps determinat i condicional) és representat de múltiples formes, a través de múltiples ulls socials enculturitzats cadascun d'ells de maneres molt diferents"⁶.

La hipervisualitat contemporània porta amb si un món visual carregat d'imatges ràpides i accelerades, que alhora multipliquen les icones, símbols i índexs representacionals dels fets socials i culturals existents. Ja no existeix un sol punt de vista sobre un fet social, ni diversos punts de vista sobre aquest mateix fet social, sinó una multiplicitat de fets similars cadascun dels quals té múltiples punts de vista, múltiples mirades tant creadores com a receptores d'imatges. La digitalització genera la rapidesa de la comunicació visual i la pròpia noció d'autoria es debat entra la popularització i l'esvaïment. En realitat, la noció de

³ ALSINA, P.; CASACUBERTA, D.; COLOMBO, C.; MARTÍNEZ, Ó. I MARTÍNEZ I ILLA, S. (2006). *e-Cultura. Les noves tecnologies aplicades a la gestió de la cultura*. Barcelona: Associació de Professionals de la Gestió Cultural a Catalunya.

⁴ SARTORI, G. (1998). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

⁵ BAUDRILLARD, J. (1999). *Sur la photographie*. París: Sens & Tonka.

⁶ BUXÓ, M.J. (1999). «... que mil palabras». *De la investigación audiovisual. Fotografía, cine, vídeo, televisión*. Barcelona: Proyecto A Ediciones.

professional o amateur es dilueix en el mare màgnum d'imatges que inunden la nostra vida diària⁷.

Una de les principals idees d'aquest nou espai de la imatge social és que la imatge entra en les vides privades com un element comú i normalitzat. I la vida privada entra en la visualitat social del moment. Principalment, la televisió ens ha introduït en un món d'imatges que serveixen de senyal per a moltes formes de vida, de presentació o d'activitat. La imatge, maximitzada per aquest mitjà de comunicació, entra en la vida quotidiana i produeix en allò privat un impacte que els individus assumeixen de tal manera que executen actes i accions basats en la presentació de la mateixa, i ho manifesten en el públic. El fort impacte de la imatge en la nostra època ha portat a presentar-la com un element més de la nostra quotidianitat, amb una forta capacitat de representació de nosaltres mateixos i del nostre coneixement. I, alhora, les imatges privades entren en el panorama visual contemporani.

Efectivament, la irrupció de les TIC i el canvi de paradigma cap a la societat de la informació i el coneixement comporta processos de transformació social que afecten profundament tots els àmbits de les nostres vides, introduint canvis significatius en tots els àmbits, també en l'àrea cultural. Específicament en l'àmbit cultural estableix transformacions en diversos aspectes, que van des d'assumpes de caràcter tècnic fins als teòrics-conceptuals de la cultura mateixa. Les TIC suposen una revolució en relació a les possibilitats tècniques que s'obren tant per als creadors i gestors culturals, com per destinataris; a la vegada, introdueixen noves concepcions de la cultura i nous espais per a la creació, l'experimentació, la conservació i la difusió cultural.

Les TIC comparteixen modificacions en els sistemes de producció i distribució dels productes culturals, cada vegada guanyen més terreny els sistemes digitals, és a dir, les TIC es van transformant cada vegada més en elements clau per a la producció i la difusió cultural. La transversalitat, no centralitat i immediatesa de les TIC permeten crear xarxes comunicacionals que alteren les relacions existents entre els creadors culturals i entre aquests i els destinataris. Això possibilita nous tipus de relacions que fomenten l'intercanvi i la transmissió de coneixements, que permet el treball col·lectiu, així com a intercanvis i col·laboracions en temps real.

També es produeixen canvis en les vies d'accés a la cultura amb nous sistemes de comunicació digital, que faciliten l'accés i que permeten apropar la producció cultural al destinatari, agilitzant la difusió i superant les tradicionals limitacions de temps i distància. En les manifestacions tradicionals, les TIC permeten introduir millores en la informació

⁷ RENOBELL, Víctor (2005). «Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital». *UOC Papers* [artículo en línea]. N.º 1. UOC.

sobre les activitats i produccions culturals que es van desenvolupant, així com una comunicació bidireccional amb els ciutadans, que permeten recollir les seves opinions, percepcions, necessitats o aspiracions. En les noves manifestacions culturals, les TIC tenen una importància fonamental en els processos de creativitat: estimulen la innovació i permeten la creació de productes culturals nous.

En la societat de la informació i el coneixement, la cultura (i dins d'ella les arts visuals) es consolida com un sector econòmic emergent en l'àmbit de les indústries culturals i més específicament en el que s'ha anomenat com a indústries creatives. Les causes són: l'increment del temps d'oci i la potenciació de la indústria de l'entreteniment. En aquest sentit, en una societat cada vegada més globalitzada en la que Internet s'ha fet central i en la que els productes culturals ocupen un lloc destacat en el mercat mundial; la creixent comercialització de la cultura, protagonitzada per les grans multinacionals multimèdia, modifica l'oferta i els hàbits culturals de la població, potenciant els continguts digitals per a l'entreteniment⁸.

2.2 Anàlisi de l'entorn territorial

El Prat de Llobregat és un municipi de 63.516 habitants, segons les dades del padró d'habitants a 1 de gener de 2010⁹. Després de viure forts augments demogràfics a partir de mitjans segle XX, la població del Prat resta més o menys estable des de 1980, amb tendència a la baixa en la darrera dècada.

Es troba a la comarca del Baix Llobregat, i els seus límits territorials toquen amb els municipis de Viladecans, Sant Boi, Cornellà, Hospitalet de Llobregat i Barcelona.

El municipi del Prat de Llobregat té 16 zones d'activitat econòmica, diferenciades i classificades segons l'activitat desenvolupada, l'ús del sòl i els diferents plans urbanístics de la manera següent:

- 8 polígons industrials
- 2 parcs de negocis
- Aeroport
- Centre Direccional – Prat Nord
- Zona d'Activitats Logístiques ZAL – Prat
- Zona urbana

⁸ MARTÍNEZ, S. (2004). "E-Cultura. Tic i gestió de la cultura. Implicacions en l'àmbit local", CERC. Diputació de Barcelona

⁹ Dossier de població. Web municipal: www.elprat.cat

- Parc Agrari
- Districte Ribera – Estadi RCD Espanyol

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

Entre la diversitat d'activitats econòmiques que es desenvolupen al municipi, destaquen el comerç a l'engròs, el comerç al detall (comerç de proximitat), el transport i la logística i les activitats relacionades amb la indústria de les manufactures.

L'aeroport ocupa aproximadament un terç del territori del Prat. Per tant, la seva influència, territorial i també socioeconòmica, sobre el municipi és molt important. És, de llarg, la principal empresa del Prat, on treballen centenars de pratencs i pratenques.

A la ciutat encara hi ha algunes zones agràries (per la gestió de les quals s'ha creat el Parc Agrari del Baix Llobregat¹⁰) i importants espais naturals vinculats al delta del riu Llobregat¹¹ i que aglutinen un volum important d'activitats i equipaments (Parc Litoral, La Ricarda, Espais Naturals del Riu i Remolar-Filipines).

El futur de la ciutat es dibuixa en clau de creixement. De fet, hi ha la planificació d'un creixement de la ciutat cap al nord i cap al sud amb dos barris nous: Eixample Sud i Eixample Nord. Entre les dues àrees (zona urbana i zona urbanitzable) sumaran unes 200 ha on es construiran 8.500 habitatges, la meitat de protecció oficial. Actualment aquests projectes estan aturats pel context actual de crisi, però tot sembla indicar que es reprendran aviat.

A continuació es farà una breu presentació de les **dades sociodemogràfiques** del municipi en data 1 de gener de 2010 que permetin emmarcar el projecte dins del seu context. En quant a gènere, val a dir que la població del Prat de Llobregat està bastant equilibrada: un 49,6% del total són homes i un 50,4% són dones.

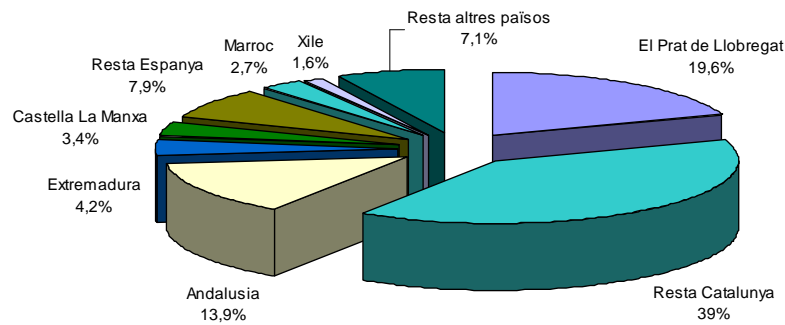
La piràmide de població concentra un 33,4% del total de població en les franges centrals d'edat, dels 25 als 44 anys, sent la franja més nombrosa, tant en homes com en dones, la de 30 a 34 anys (9,3% del total). I mostra també cert augment demogràfic en els últims anys (un 5,7% de la població té entre 0 i 4 anys, enfront del 4,9% de 5 a 9 anys). Del total de població un 88% procedeixen d'Espanya (del qual un 23% són del Prat, un 44% d'altres

¹⁰ <http://www.diba.cat/parcsn/parcs/plana.asp?parc=9&m=92&s=561>

¹¹ <http://www.portadeldelta.cat/>

zones de Catalunya i un 33% d'altres zones d'Espanya), enfront del 12% d'altres països (amb predomini de xilens i marroquins).

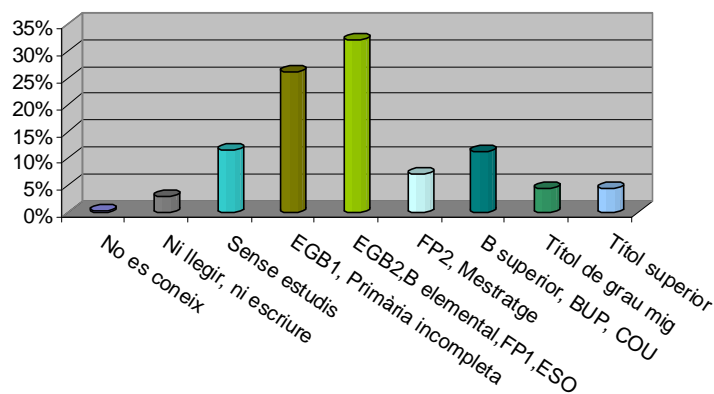
Gràfic 1: Població del Prat de Llobregat 2010, segons lloc de naixement



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

Pel que fa al nivell d'estudis de la població de més de 14 anys es constaten uns baixos nivells d'instrucció: un 3% de la població no sap llegir, ni escriure, un 12% no té estudis i un 26% té educació primària incompleta; un 33% ha completat l'educació primària, un 7% disposa de FP2; un 11% disposa de títol de batxillerat; un 4% tenen títol de grau mig; i un 4% té estudis superiors¹².

Gràfic 2: Població del Prat de Llobregat 2010, segons nivell d'estudis



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

¹² Dades provinents del Padró Municipal (amb les que s'elabora el Dossier de població), que, tot i ser l'única font de consulta per aquest tema, és bastant inexacte (generalment les persones no actualitzen el seu nivell d'estudis en el Padró).

2.3 La dinàmica cultural al Prat, una visió general

L'Ajuntament és l'agent cultural més important de la ciutat, tenint en compte tant el nombre d'activitats i accions que realitza, com la diversitat de les mateixes, així com pel fet que moltes de les que desenvolupen entitats i associacions de la ciutat, reben el suport del consistori (ja sigui via subvenció o via suport infraestructural). Actualment hi ha censades 51¹³ entitats culturals a la ciutat. "Les entitats culturals tenen una presència relativament baixa en el panorama cultural pratenc si la comparem amb la institucional. No hi ha pràcticament associacions que disposin de locals grans i adequats, ni les seves activitats tenen una gran presència ciutadana, més enllà dels cercles de persones associades. Cal destacar que poques entitats tenen una visió integral de la cultura i de la ciutat com un tot. Massa sovint centren la seva acció sobre un territori de la ciutat (associacions de veïns, per exemple) o sobre un únic sector de la cultura.

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

D'entre les entitats cal destacar les cases regionals, molt presents i amb una certa força cultural tot i que amb els anys pot anar minvant degut a la composició sociodemogràfica i el sentiment creixent d'arrelament de la població pratenca. Les seves propostes es desenvolupen al llarg de l'any tot i que tenen un caràcter molt tancat de cara als seus membres associats el que causa un cert distanciament per part de la resta de la població¹⁴."

D'altra banda, en relació als agents privats, l'oferta és gairebé inexistent. El Cinema Capri, i alguns bars ofereixen una certa programació cultural (cinema, música i arts visuals).

El Departament de Cultura i Joventut de l'Ajuntament del Prat, adscrit a l'Àrea de Cultura, Educació i Promoció Cívica, desenvolupa els diferents programes d'intervenció cultural (arts escèniques i música, arts visuals, patrimoni, lectura i cultura popular i tradicional), mitjançant una xarxa d'equipaments de proximitat (Centre Cívic Sant Jordi - Ribera Baixa, Centre Cívic Jardins de la Pau) i equipaments especialitzats (Centre d'Art Torre Muntadas, Teatre Modern, La Capsa, Centre Cultural Torre Balcells, Centre Cultural El Remolar i Cèntric, Espai Cultural). Hi treballen al voltant de 45 persones, a més a més, dels equips de treball vinculats a les empreses que gestionen alguns equipaments mitjançant un contracte de serveis (quasi 20 persones més).

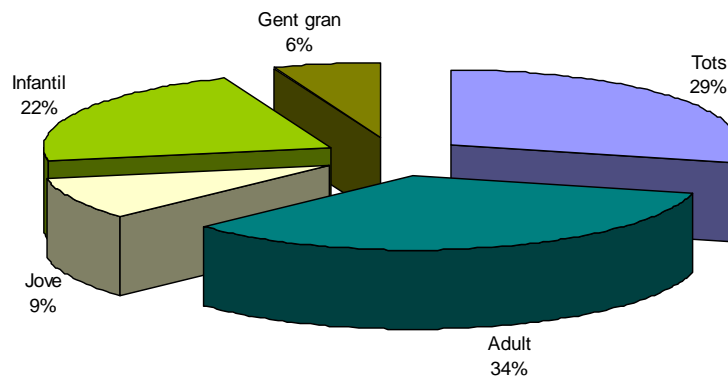
¹³ Segons el Directori d'Entitats disponible a <http://www.entitatsdelprat.cat/>

¹⁴ Pla d'equipaments municipal 2002-2008

Respecte les **activitats culturals organitzades per l'Ajuntament del Prat** cal destacar que l'any 2009, el Departament de Cultura i Joventut ha realitzat 1.682 activitats, on destaquen els cursos i tallers amb un 26%, les arts escèniques (teatre, dansa i música) amb un 15% i les arts visuals amb el 7%.

Segons el públic objectiu de les activitats programades, l'any 2009, en relació a la segmentació de públics, s'observa com el 33% de les activitats es dissenyen per al públic adult, el 29% per a tots els públics, el 22% per al públic infantil, el 10% pel públic jove i el 6% per a la gent gran.

Gràfic 3: Repartiment de les activitats segons públic objectiu



Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

En relació a l'assistència a les activitat, al total d'activitats hi participen 231.793 persones, que comporten 377.074 usos de programació. El 14% dels assistents a les activitats de programació de 2009, són amb quota, mentre que la resta, un 86% són públics d'activitats sense pagament. El nivell d'ocupació de les activitats es situa entorn al 59%.

Respecte als públics de les activitats culturals, l'any 2009, en relació al gènere, s'observa que el 59% són dones, mentre el 41% són homes.

En relació a les edats, dels públics de les activitats, el 49% són persones adultes, el 22% infants, el 18% joves i l'11% gent gran. Si es compara els públics de les activitat amb els públics objectius, segons la variable edat, s'observa que la tendència és similar (cal tenir en compte que en l'apartat anterior es programen activitats per a tots els públics, que en aquest punt es distribueixen en la resta de segments).

Les dades que disposem **d'hàbits de consum cultural** procedeixen de l'enquesta d'hàbits i consum cultural en 17 municipis de la província, DEMOSCERC 2005. A continuació es recullen:

- "L'observació dels resultats principals i dels diferents grups d'indicadors situa El Prat de Llobregat en la línia de la majoria de municipis de la primera corona metropolitana. Aquests es caracteritzen a grans trets per uns nivells d'ús i freqüentació dels serveis i equipaments culturals per sota de la mitjana del conjunt de municipis de la mostra, però en general les diferències són poc accentuades en gairebé totes les activitats."
- "Per subgrups, els millors indicadors s'obtenen en l'índex de proximitat, on adquireix un pes específic important l'assistència a centres cívics. Una dada que respon sens dubte al desplegament d'aquests equipaments en el municipi."
- "Es manté la relació directament proporcional entre el nivell d'estudis i la participació cultural, amb un salt notable entre cada categoria (la mitjana d'assistència per al conjunt d'activitats és de 12,3% a les persones sense estudis finalitzats i de 42,1% a les persones que declaren tenir estudis universitaris), però el que resulta especialment significatiu és el contrast entre valors mínims i màxims ja que és més accentuat entre les dones que entre els homes."
- "En termes generals, el component ocasional o fins i tot excepcional predomina per sobre la regularitat o l'assiduitat en la majoria d'aquestes pràctiques culturals".
- "S'observa, al Prat, com a la resta de municipis de la primera corona metropolitana, una forta tendència dels ciutadans a desplaçar-se a Barcelona a realitzar les seves activitats culturals, especialment pel que fa a les programacions d'arts escèniques, programacions de música i també als museus. Això comporta una capacitat de retenció de públics més aviat baixa a les programacions locals. Tot i així, aquesta és superior a la d'altres municipis d'un perfil similar, i en tot cas la relació entre nivell d'activitat i nivell de retenció és favorable a aquesta."
- "En aquest municipi s'observa una proporció de "no públic" superior al conjunt, i que a tenor de la projecció dels resultats de la mostra suposaria al voltant del 46% de la població del municipi, és a dir, gairebé set punts percentuals per sobre del conjunt."

Les dades de l'enquesta són reafirmades per la pròpia **experiència de gestió**. Existeix la percepció per part dels professionals del Departament que no aconsegueixen connectar amb els seus públics, tot i els esforços per a desplegar estratègies de captació. Això sobretot s'observa en els programes sectorials d'arts escèniques i visuals. En rares ocasions el teatre municipal s'omple, mostra més aviat índex d'ocupació baixos i les exposicions d'arts plàstiques i visuals i les activitats que s'hi desenvolupen no assoleixen els nivells de participació desitjats. Els equipaments de proximitat i la biblioteca, en canvi, tenen dades de consum més altes i properes als estàndards esperats.

Al cas concret del Prat de Llobregat, també es compleix la constatació de Colbert que marca que el factor instrucció és aquell que més correlació estableix amb el consum cultural. Els consumidors habituals i qualificats acostumen a tenir un nivell de formació més alt: "els resultats assenyalen que els productes culturals relatius a les arts majors atreuen a consumidors amb major nivell d'estudis, mentre que de manera contrària, aquells relatius a la cultura popular es dirigeixen a un segment de població amb menor nivell educatiu¹⁵".

I, tal i com marca el document *2008 Xifres Culturals de Catalunya*, l'àmbit del consum de les exposicions és en el que s'observen més diferències en funció del nivell d'estudis (més consum a més alt nivell d'estudis) (veure gràfic 1, annex 1).

2.4 El sector cultural de les arts visuals a Catalunya

El sector de les arts visuals és un sector ampli i complex, doncs hi intervenen i interactuen agents molt diversos: artistes (escultors, pintors, gravadors, il·lustradors, fotògrafs, vídeoartistes, instal·ladors, multimèdia, net art, artistes d'art comunitari, dissenyadors, etc), crítics d'art, comissaris d'exposicions, directors de centres i espais d'art contemporani, galeristes, gestors d'exposicions i projectes artístics, mediadors culturals, pedagogs de l'art, conservadors, documentalistes, tècnics audiovisuals, periodistes, sociòlegs, professionals de les humanitats, docents (de diferents especialitats de belles arts, història de l'art, estètica, estudis culturals, tecnologies) i teòrics, associacions professionals del sector i altres associacions sense afany de lucre, així com fundacions privades, marxants, tasadors, agents de subhastes, entre d'altres.

Figura 1: Distribució territorial dels agents del sector d'arts visuals a Espanya, 2003



Font: La dimensión económica de las artes visuales en España

¹⁵ COLBERT, F., & CUADRADO, M. (2003). *Marketing de las Artes y de la Cultura*. Barcelona: Ariel.

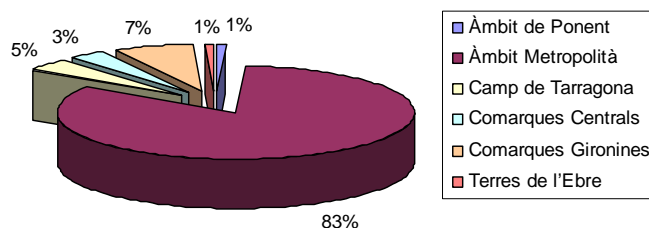
A Espanya és un sector força invertebrat. Catalunya és la comunitat autònoma on existeix una concentració més gran d'agents del sector (amb un 20% del total estatal). Catalunya, després de Madrid, concentra també el nombre més gran d'artistes (26,7% del total)¹⁶.

Tot i aquesta bona base de creadors en tot el territori català, s'observa una manca de planificació, estructuració i rendibilitat dels recursos i les energies per constituir un sistema que doni suport estable a la creació, producció, difusió, residències i formació en l'àmbit de les arts visuals (a diferència de sistemes més planificats d'altres països, com per exemple els països nòrdics o el Canadà). S'observa, d'altra banda, un desenvolupament molt lent i precari de la professionalització de tots els agents artístics, a causa d'una manca de suport i d'estructures per desenvolupar la professió, tot i que el resultat del seu treball genera riquesa simbòlica i patrimoni cultural¹⁷.

A nivell espanyol, l'administració pública suposa el principal suport econòmic del sector, aportant més del 60% del finançament de despeses del sector (al voltant dels 1.000 milions d'euros en l'exercici 2003). Les administracions autonòmiques, provincials i municipals desenvolupen el rol més important (superant en conjunt el 90% del total invertit), mentre que l'administració central intervé només en àmbits d'actuació molt específics com són la gestió de museus de titularitat estatal o la gestió de la política de promoció exterior¹⁸.

Concretament les administracions locals són el nivell de govern que concentra la major part de despesa pública del sector amb un 97,54% del total de despesa de l'any 2003 (enfrent el 2,39 de les diputacions i el 0,07 dels consells comarcals)¹⁹. Per àmbits geogràfics, la major part de despesa en arts visuals la concentren els ajuntaments de l'àmbit metropolità (amb Barcelona al capdavant), seguits dels de les comarques gironines. És als municipis de més de 50.000 habitants on més recursos s'hi dediquen al sector²⁰.

Gràfic 4: Despesa arts visuals 2003 per zones geogràfiques



Font: elaboració pròpia a partir de dades *Indicadors estadístics de despesa en cultura de l'Administració local a Catalunya. 1999-2003*. Generalitat de Catalunya

¹⁶ *La dimensión económica de las Artes Visuales en España*. Associació d'Artistes Visuals de Catalunya. Barcelona. 2006

¹⁷ *Informe anual sobre l'estat de la Cultura i de les Arts a Catalunya 2010*. CONCA

¹⁸ Ibid nota 16

¹⁹ Veure taula 1 de l'annex 1

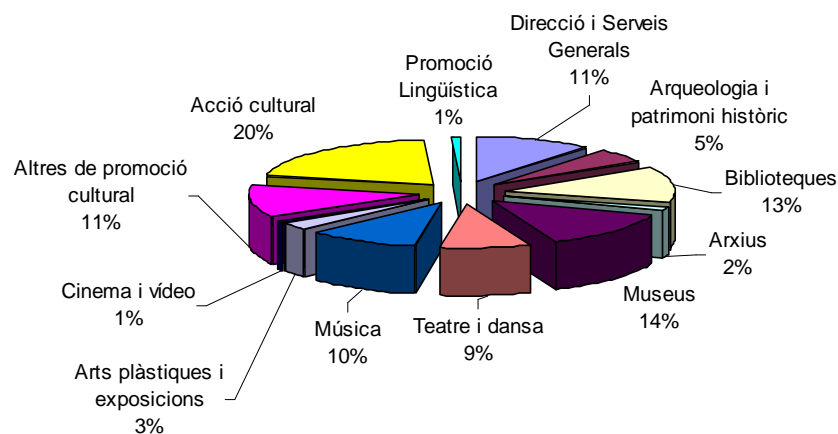
²⁰ Veure taula 3 de l'annex 1

Tot i aquesta importància de l'àmbit local en el sector, el document de la taula sectorial d'Arts Visuals del PECCat, descriu la situació actual dels equipaments d'arts visuals i les seves programacions: "es constata que el grau d'implantació d'aquests serveis culturals a l'àmbit local és encara molt incipient, sobretot si es compara amb el nivell assolit per altres sectors culturals i artístics com el teatre i la música. Les dades quantitatives existents posen de manifest una densitat molt baixa d'espais d'arts visuals a Catalunya, així com una distribució territorial irregular. La taula ha identificat no sols una deficiència quantitativa d'espais, sinó també una inadequació de bon nombre dels espais existents, un desequilibri pressupostari i una manca de perfils més definits en les activitats."

A Catalunya hi ha una xarxa d'espais públics dedicats a les arts visuals (s'han comptabilitzat 263 espais d'art i sales d'exposicions)²¹. De tota manera, el mapa de l'oferta d'equipaments i la intensitat de les programacions es redueix considerablement respecte a les arts escèniques i la música.

Les dades disponibles de 2004 sobre la distribució de la despesa en cultura de l'administració local, mostren que les arts visuals són un dels àmbits als que menys recursos s'hi dediquen, amb un 3%, enfront altres sectors més ben dotats (música, teatre i dansa, museus, acció cultural...).

Gràfic 5: Distribució despesa local per àmbits



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de *Indicadors i estadístiques culturals de Catalunya*. Gabinet tècnic 2006. Generalitat de Catalunya

²¹ PECCat. Pla d'Equipaments Culturals de Catalunya 2009-2019. Taula sectorial d'Arts Visuals. Informe final. Generalitat de Catalunya

Altra característica d'aquest sector és la presència d'iniciatives privades, principalment, les galeries d'art, però també les fundacions, les caixes d'estalvi, etc. Segons les estadístiques el nombre de galeries d'art a Catalunya mostra cert retrocés (any 2006-172 galeries a Catalunya – 58,1% a Barcelonès (següent zona Vallès Occidental 7%) / enfront les 214 galeries que hi havia l'any 2000)²². En aquest sentit, sembla que el sector en l'àmbit de les galeries estigui en situació d'estancament-retrocés. D'altra banda, aquest àmbit és molt atomitzat, i disposa de quatre associacions: Gremi de Galeries de Catalunya, Art Barcelona, Art Catalunya i Galeries Independents de Catalunya.

Altres característiques del sector que diagnostica l'informe anual del CONCA són:

“Manquen espais de difusió i consolidació de la trajectòria dels artistes entre les sales alternatives o centres cívics, on s'inicien les trajectòries, i les galeries o els museus.

Pel que fa a les publicacions, el discurs artístic, en l'àmbit teòric i historiogràfic, no existeix en l'àmbit de les editorials catalanes. No hi ha gairebé col·leccions en castellà o català que puguin acollir propostes d'assaig en arts visuals. La majoria de les col·leccions són d'editorials instal·lades fora de Catalunya. Per contra, hi ha nombrosos catàlegs d'art, fruit d'una continuada activitat expositiva, que sovint tenen una escassa i irregular distribució en llibreries. Altres publicacions alternatives, generades per centres d'art, associacions i artistes, que editen una gran quantitat de publicacions autogestionades, no arriben a tenir cap canal organitzat de distribució.

La formació és un element absolutament cabdal i, en part, desatès: d'una banda, afecta totes les àrees d'educació plàstica i visual en l'ensenyament obligatori (primària i ensenyament secundari obligatori) i, de l'altra, la formació específicament artística superior. El panorama de les escoles oficials de grau i de les escoles d'arts i oficis és clarament decebedor, insuficient i, en línies generals, obsolet i anacrònic.

La manca de patrimonialització de l'art contemporani és un dels dèficits del sistema públic en les arts visuals. Els escassos pressupostos dedicats a la compra d'art actual, la desaparició de l'antic Fons d'Art de la Generalitat en l'inici de l'última dècada i el fet que actualment gairebé només el Macba té un pressupost públic estable per a la compra d'art contemporani per il·lustrar el seu discurs artístic, fa que la representació de l'art actual en les col·leccions públiques sigui molt precària a Barcelona i a tot el territori català.

La debilitat del mercat de l'art a Catalunya i Espanya és un problema important, perquè es basa en un col·leccionisme molt precari.

²² *Estadístiques culturals de Catalunya 2010*. Generalitat de Catalunya

Hi ha una escassa presència de l'art públic en els entorns urbans i es constata encara menys presència en els espais interiors dels edificis públics. L'art públic pot ser una font important de suport als artistes i és un àmbit en el qual hi ha cada vegada més creadors especialitzats. Les obres que s'executen són escasses i, comparat amb altres països, depenen més de la bona voluntat d'ajuntaments, de les inversions privades i del Departament de Política Territorial i Obres Públiques més que d'una autèntica política d'arts visuals en l'àmbit de l'art públic."

2.5 Marc competencial dels municipis en l'àmbit de les arts visuals

La cultura es caracteritza per ser un àmbit en el que hi ha concurrència de competències. És a dir, en aquest àmbit hi intervenen els diferents nivells d'administració²³.

El primer que cal posar de relleu és que tota intervenció pública en aquest àmbit se sosté en el fet que la cultura és un dret fonamental reconegut en la Declaració Universal dels Drets Humans (1948). Els drets culturals expressen el dret de tot ciutadà a accedir als béns culturals i artístics i, al mateix temps, a tenir garantida la possibilitat de desenvolupar les seves capacitats culturals i artístiques. En aquest sentit tant la Constitució Espanyola (1978), com l'Estatut de Catalunya (2006), recullen el principi rector que se'n deriva per a les administracions: "els poders públics han de fomentar la investigació i la recerca científica de qualitat, la creativitat artística i la conservació i la difusió del patrimoni cultural de Catalunya" (Estatut, art. 22), així com que "els poders públics han d'emprendre les accions necessàries per facilitar a totes les persones l'accés a la cultura, als béns i als serveis culturals i al patrimoni" (Estatut, art. 44).

A l'article 84 de l'Estatut es desenvolupen les competències de les corporacions locals. Del llistat, aquelles que afecten matèria de cultura són: "la regulació i la gestió dels equipaments municipals; la regulació de les condicions de seguretat en les activitats organitzades en espais públics i en locals de concurrència pública; i la regulació i la gestió dels equipaments esportius i de lleure i promoció d'activitats." La Llei Reguladora de Bases de Règim Local atorga als municipis competències en patrimoni, activitats i instal·lacions culturals i ocupació del temps lliure. També estableix que els ajuntaments poden realitzar

²³ Els Articles 148 i 149 de la Constitució estableixen que les CCAA poden assumir competències en: museus, biblioteques, conservatoris de música, patrimoni monumental, foment de la cultura, ensenyament de la llengua de cada CCAA; mentre que l'Estat té competència exclusiva en: legislació sobre propietat intel·lectual, normes bàsiques del règim dels mitjans de comunicació, defensa del patrimoni cultural contra l'exportació i l'espoliació. Tot i això l'Estatut d'Autonomia de Catalunya qualifica la cultura de competència exclusiva de la Generalitat i la Constitució declara que "Sense perjudici de les competències que podran assumir les Comunitats Autònomes, l'Estat considerarà el servei de la cultura com a deure i atribució essencial, i facilitarà la comunicació cultural entre les Comunitats Autònomes, d'acord amb elles". Davant d'això el Tribunal Constitucional ha establert l'existència de concurrència de competències en aquest camp.

activitats complementàries en matèria de cultura de les pròpies d'altres administracions públiques.

A la pràctica, les autoritats locals tenen poders il·limitats per promoure activitats culturals a escala municipal. La seva proximitat al ciutadà i la rendibilitat política d'aquestes activitats explica la gran expansió de les activitats culturals d'àmbit local a l'inici dels anys noranta. En l'actualitat, gran part de la despesa en cultura es fa a escala local.²⁴

Partint d'aquests principis generals, en matèria de cultura, s'ha anat desenvolupant una normativa específica que concreta les competències i serveis que han de desplegar els governs locals:

- Llei del Sistema Bibliotecari de Catalunya
- Llei de Patrimoni Històric (1985) i la Llei de Patrimoni Cultural Català (1993)
- Llei de Museus (1990)
- Llei de foment i protecció de la cultura popular i tradicional i de l'associacionisme cultural (1993)
- Llei d'espectacles públics i activitats recreatives (2009)
- Llei de Propietat Intel·lectual (Llei 23/2006, de 7 de juliol, per la qual es modifica el text refós de la Llei de Propietat Intel·lectual, aprovat pel RD Legislatiu 1/1996, de 12 d'abril)
- Llei del cinema (2008)
- Llei de comunicació audiovisual de Catalunya (2005) i Llei del cinema de Catalunya (2006)

Per tant, s'observa que és un àmbit en el que tot i que s'ha generat un volum important de legislació, hi ha sectors, com és el cas de les arts plàstiques, en els que la intervenció de les administracions no està totalment regulada, hi ha certa discrecionalitat en l'acció.

Recentment, el Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, ha impulsat la redacció i aprovació del Pla d'equipaments culturals de Catalunya (PECCat) amb l'objectiu bàsic d'equilibrar i organitzar el mapa d'equipaments culturals del territori per tal de garantir una igualtat d'oportunitats en l'accés a la cultura. L'esmentat pla ha creat un cens dels equipaments culturals de tota Catalunya i definit d'uns estàndards i models d'equipaments culturals per trams de població. Aquesta és la primera eina jurídica que estableix els serveis i equipaments que han de tenir els municipis en l'àmbit de les arts visuals.

En tot cas, l'acció de les administracions locals en arts visuals en les últimes dècades ha consistit bàsicament en:

²⁴ Informe sobre la Política Cultural de Catalunya 2010, Anna Villaroya

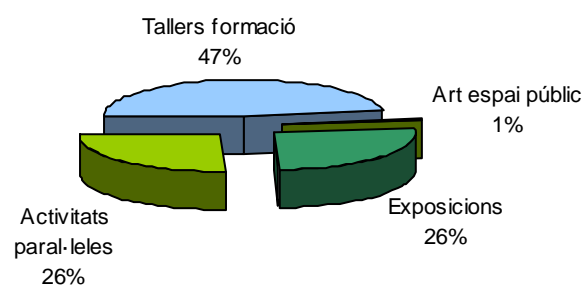
- difusió (programació d'exposicions amb l'objectiu de facilitar l'accés de la ciutadania als continguts artístics),
- formació (mitjançant escoles municipals d'arts, tallers a centres de proximitat, o activitats educatives vinculades a les exposicions amb l'objectiu de que la població pugui desenvolupar les seves capacitats creatives),
- suport a la creació (promovent programes, projectes i equipaments de suport als creadors).

2.6 La dimensió del sector cultural de les arts visuals al Prat

En el sector de les arts visuals al Prat de Llobregat, com a la resta de sectors culturals de la ciutat, el principal agent és l'Ajuntament, tant pel que fa a programació directa d'activitats i programes, com pel recolzament que dóna a entitats locals del sector. Tot i això, l'aposta municipal en aquest sector, si es compara amb altres, és limitada. La situació del sector a la ciutat segueix la tendència de la situació de desestructuració del sector en general, exposada en el punt anterior.

Així mateix, el Departament de Cultura al 2009 va desenvolupar 125 activitats al Prat de Llobregat en l'àmbit de les arts visuals, cosa que va suposar un 7,4% del total d'activitat municipal cultural. Es van portar a terme exposicions, activitats educatives (algunes vinculades a les exposicions), tallers i un projecte d'intervenció a l'espai públic amb creadors de la ciutat.

Gràfic 6: Activitats en arts visuals. 2009



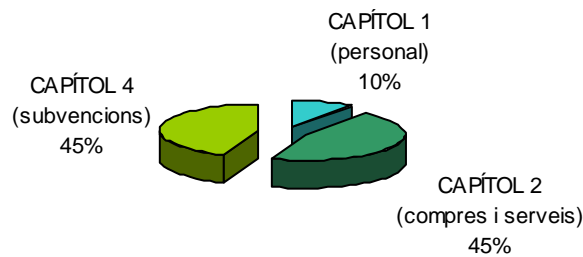
Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

En relació als públics, l'àmbit de les arts visuals va comptar amb 47.209 assistents, un 20% del total dels públics culturals de l'any. Aquest percentatge tan elevat s'explica perquè la proposta d'art a l'espai públic va estar instal·lada a l'espai públic durant tres períodes (amb molt pas de gent). Un 64% del públic ho és d'intervencions a l'espai públic; un 33%

d'exposicions; mentre que el 2% restant ha participat en activitats educatives i un 1% en tallers formatius.

Aquest conjunt d'activitats es va finançar amb 224.316,90 €, un 6% del pressupost total del Departament de Cultura i Joventut. Aquests recursos per capítols es classifiquen de la manera següent:

Gràfic 7: Estructura pressupost municipal en arts visuals (2009)

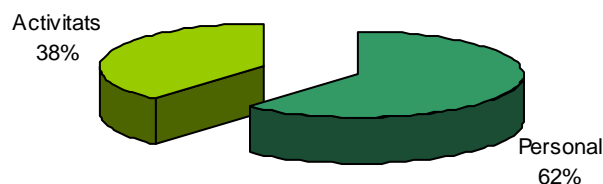


Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

L'estructura del pressupost de despesa denota que el departament ha optat per un model d'externalització de serveis culturals. En aquest sentit, s'observa que el 45% correspon a compres i serveis, un altre 45% a subvencions (conveni amb Amics de l'Art del Prat per a la gestió de la Sala d'Art Josep Bages i l'Escola d'Arts) i un 10% a personal, ja que de personal municipal només hi ha una mitja jornada d'una persona dedicada al projecte, la resta de personal queda inclosa en la part de compres i serveis (empresa que gestiona el Centre Cívic Jardins de la Pau), o bé en les subvencions (conveni amb Amics de l'Art del Prat).

Si el pressupost s'agrupa per conceptes, enlloc de per capítols, es pot fer una altra lectura: el 62% es dedica a personal i un 38% a activitats.

Gràfic 8: Pressupost municipal de despeses en arts visuals (2009)



Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

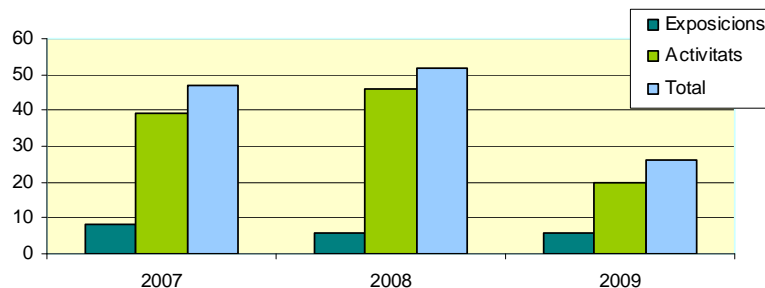
En relació al pressupost d'ingressos, afegir que s'obtenen uns ingressos d'un 28% del pressupost mitjançant transferències corrents (de Diputació de Barcelona i Generalitat de Catalunya).

Finalment especificar que el pressupost per aquest projecte s'ha mantingut força estable en els últims anys. En general, és un pressupost 45.000 € inferior al de 2009 (despeses extraordinàries del projecte Gallum, Gallum que va estar subvencionat en un 58% pel programa Artwork'09 de la Diputació de Barcelona). Es tracta, doncs, d'un pressupost d'uns 180.000 € anuals (incloent activitats i personal).

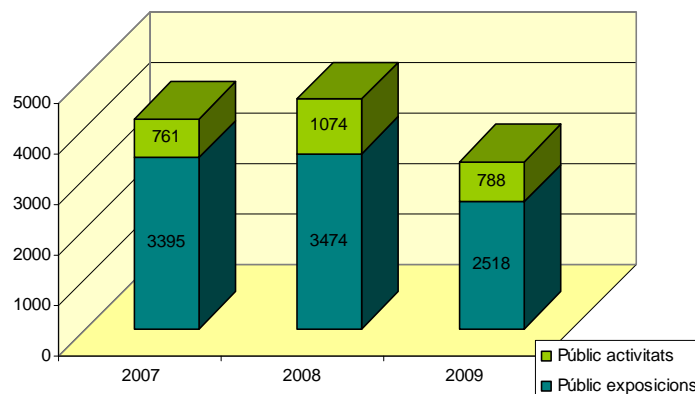
Pel que fa a la **difusió**, es detecten diversos **espais municipals** amb línies expositives diferenciades:

D'una banda, la Sala d'Art Josep Bages, ubicada al Centre d'Art Torre Muntadas i en funcionament des del 1977, està especialitzada en exposicions d'art contemporani, alguna de les quals, correspon a propostes locals. Una de les línies estratègiques de l'espai, des de fa més de 10 anys, ha estat el desenvolupament d'un servei educatiu per a escoles i públic general (que ha inclòs visites dinamitzades a les exposicions, alguns tallers educatius amb artistes, xerrades amb artistes, taules rodones, tallers familiars, etc). Ha portat a terme una línia d'edició molt bàsica de catàlegs d'exposicions.

Gràfic 9: Volum programació Sala d'Art Josep Bages



Gràfic 10: Públic Sala d'Art Josep Bages

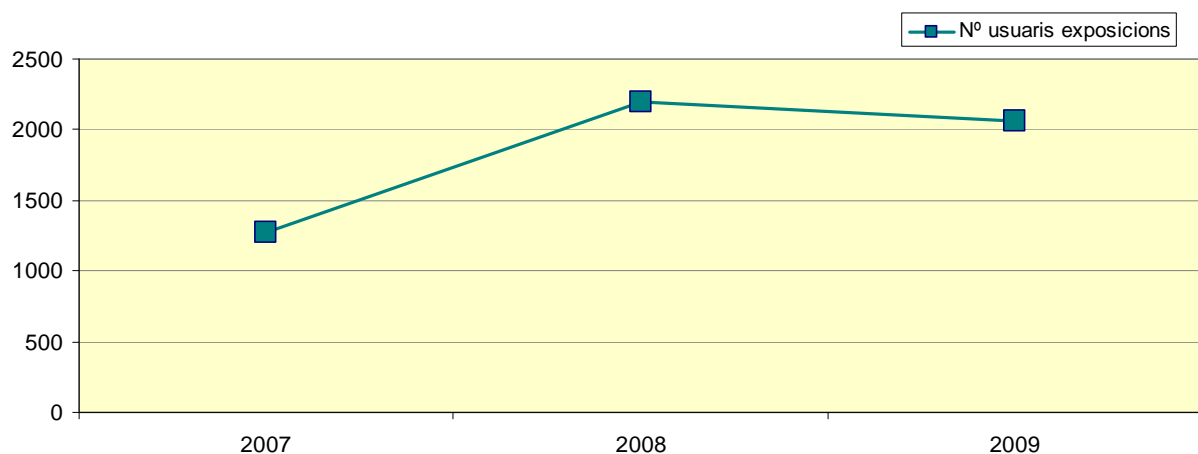


Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

La gestió és mixta, doncs, és conjunta Ajuntament-Associació d'Amics de l'Art del Prat. L'Associació, mitjançant conveni anual amb l'Ajuntament, s'encarrega del comissariat de les exposicions, el servei educatiu, el disseny gràfic, l'obertura i atenció al públic i el control del manteniment de l'equipament. L'Ajuntament, en canvi, s'encarrega de la coordinació d'exposicions, la gestió econòmica i la neteja i manteniment. Aquest espai té una trajectòria consolidada, i és reconegut com a l'espai de referència que treballa amb propostes d'excel·lència cultural. A l'equipament hi conviuen altres serveis: tallers de ceràmica, escultura, esmalts i joia contemporània de l'Escola d'Arts del Prat i a les golfes hi ha la seu del Taller de Teatre Kaddish (espai d'assaig i exhibició teatral).

La Sala d'exposicions de la planta baixa del Centre Cultural Torre Balcells, en funcionament des del 2005, acull una programació d'unes 7 exposicions per temporada exclusivament d'artistes de la ciutat o vinculats a ella. En ocasions també hi ha exposicions commemoratives d'aniversaris d'entitats. La gestió també és mixta: l'assessorament als artistes i el disseny és liderat per l'Associació d'Amics de l'Art del Prat, mentre que la coordinació d'exposicions i la gestió econòmica la porta el Departament de Cultura. L'atenció al públic i control de l'equipament és portat a terme per un conserge (municipal). El manteniment i la neteja també són dutes a terme per empreses externes. En aquest mateix equipament tenen lloc exposicions de caràcter patrimonial (coordinades des de l'Arxiu Municipal), juntament amb serveis culturals d'altres sectors: auditori (ús compartit per part de diverses entitats, principalment per a l'assaig) i seu i escola de música de l'Associació Musical del Prat. Es detecta certa confusió sobre l'equipament i les seves activitats entre la ciutadania. Aquest espai no té una trajectòria consolidada.

Gràfic 11: Públic Sala Centre Cultural Torre Balcells

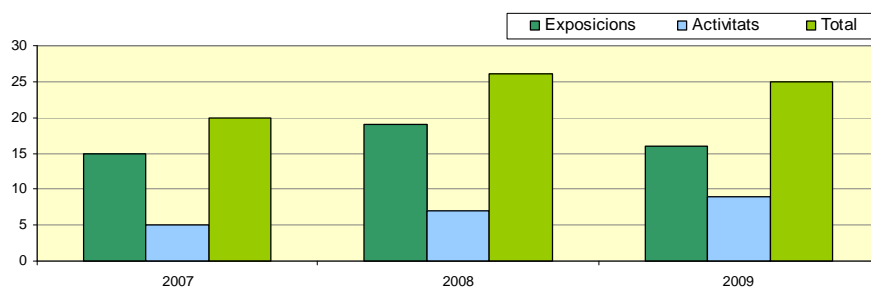


Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

L'espai expositiu del Centre Cívic Sant Jordi – Ribera Baixa facilita la mostra d'exposicions divulgatives generals i d'altres vinculades als programes del centre o a les activitats que s'hi realitzen. La sala està en funcionament des de l'any 2003, en què va obrir l'equipament, i es tracta d'una programació d'entre 15-18 exposicions anuals, molt eclèctica, ocupada en un 50% per exposicions organitzades per entitats culturals residents al centre o bé per exposicions divulgatives organitzades per altres departaments de l'Ajuntament. Només algunes de les seves propostes es poden ubicar en l'àmbit de les arts visuals. El volum de públic de les propostes d'arts visuals en aquest espai, varia en funció del nombre de propostes: de 1.479 visitants el 2007 (5 exposicions) a 841 el 2009 (5 exposicions), registrant 3.047 el 2008 (7 exposicions). De l'equip de professionals que treballen al centre, no hi ha cap especialitzat en arts visuals, i la coordinació de la sala d'exposicions depèn directament de la direcció i la gerència.

La sala d'exposicions del Centre Cívic Jardins de la Pau, en canvi, funciona des de l'any 1994. Del 1994-2003 va portar a terme una programació irregular d'exposicions i activitats al voltant de la fotografia, organitzades per l'Agrupació Fotogràfica, i a partir del 2003 encapçala un projecte de promoció de la fotografia com a part d'un projecte més ampli de centre. Actualment porta a terme una programació anual d'entre 12-14 exposicions fotogràfiques, d'entre les quals, aproximadament un 30% són organitzades per l'Agrupació Fotogràfica Prat (resident al centre), un 30% són participatives i l'altre 40% són proposades i organitzades per l'equip de gestió del centre. Es tracta d'exposicions bastant *tradicionals* en quant al seu format i plantejament. L'espai té importants limitacions tècniques i de visibilitat (es troba a una segona planta)²⁵.

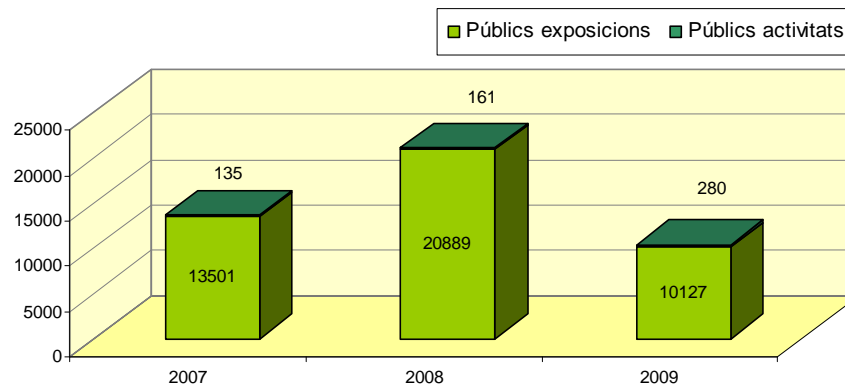
Gràfic 12: Volum programació sala exposicions C.C. Jardins de la Pau



Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

²⁵ Les eines i metodologia de comptabilització d'assistents utilitzades són diferents segons l'espai: a la Sala d'Art Josep Bages i la Sala d'exposicions de Torre Balcells es compta (perquè el personal de recepció de l'equipament està a l'entrada de la sala), mentre que als Centres Cívics i la Capsa es registren visitants a activitats puntuals, i amb la resta de dies es fa servir una fórmula que pondera el volum d'usos de l'equipament, el fet de si la sala d'exposicions està en una zona de pas o no tant, i l'interès que pugui tenir la proposta segons el programador.

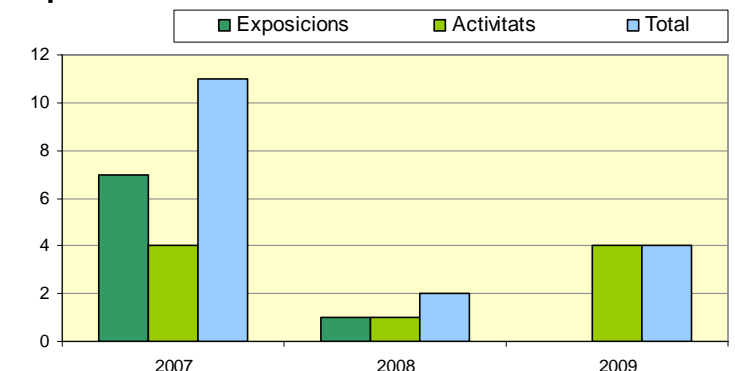
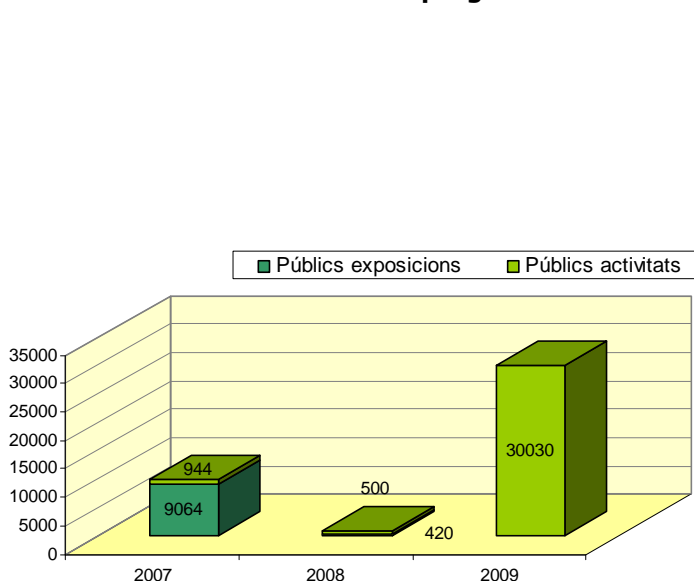
Gràfic 13: Públics sala exposicions C.C. Jardins de la Pau



Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

La Capsa, Centre de Cultura Contemporània ha portat a terme una programació irregular d'exposicions i activitats passant per diferents moments: quan el centre va obrir l'any 1995, va impulsar una programació a una sala de petit format en col·laboració amb el col·lectiu Fan (1996-2000). Del 1998 al 2002 es va portar a terme un festival d'estiu amb art emergent local. L'any 2004 es reprèn la programació d'exposició en un petit espai de pas ("El Cub"). I del juny de 2006 al juliol de 2008 s'ubica un servei de suport als creadors (ORA, Oficina de Recursos Artístics), que promou certa programació d'artistes emergents (al Cub i el bar). Actualment l'equipament està tancat per obres i el seu projecte s'està redefinint. En tot cas, el projecte manté un equip de treball especialitzat en música que dinamitza un projecte de ciutat, i que l'any 2009 va liderar un projecte d'art a l'espai públic (Gallum, Gallum). Tot plegat, mostra que hi ha una certa indefinició en el paper que ha de tenir aquest centre en quant a la difusió en arts visuals.

Gràfic 14: Volum programació visuals La Capsa



Gràfic 15: Públics La Capsa, visuals

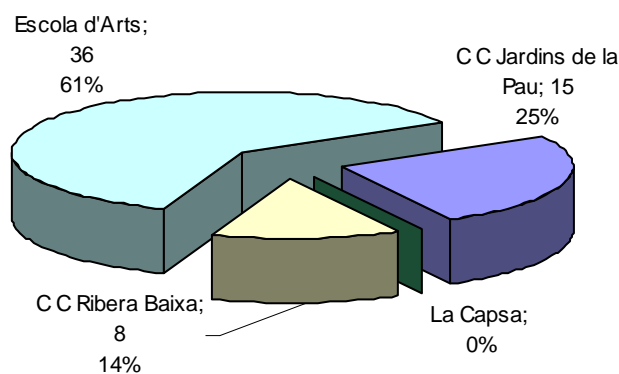
Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

En quant a **espais de difusió privats**, en els últims anys s'han desenvolupat espais expositius en alguns bars i restaurants de la ciutat: el restaurant Ona Nit porta a terme una programació força estable amb propostes locals i foranies; el col·lectiu "Espais Culturals" dinamitza de manera irregular alguns joves creadors locals mitjançant la programació d'exposicions al Centre Artesà i des de l'any 2010 estan col·laborant amb nous espais (bar Deeses, Café de les Arts, Bar Irlandès). L'Associació d'Amics de l'Art porta a terme exposicions a la recepció de l'Escola d'Arts, seu Centre Cultural El Remolar.

Les entitats de crèdit disposen de seus socials per a gent gran (Fundació La Caixa i Caixa Penedès) i d'una sala de lectura, però no de sales d'exposicions. A la ciutat no hi ha cap galeria d'art pròpiament dita, en canvi, hi ha 2 botigues de marcs que a vegades exposen alguna obra pictòrica ("Marc Costa", i "Arte y cuadros"). Finalment, alguna entitat porta a terme alguna exposició puntual al seu local (Casa de Andalucía).

Pel que fa a la **formació**, destaca l'existència de Batxillerat Artístic a la ciutat (ubicat a l'Institut Baldiri Guilera) entre els anys 1998-2011. Justament aquesta línia desapareixerà quan acabi el present curs. Pel que fa a la formació no reglada, l'Escola d'Arts del Prat, gestionada per l'Associació d'Amics de l'Art del Prat, i ubicada a dos espais municipals diferents (Centre Cultural el Remolar i Centre d'Art Torre Muntadas) és l'agent més important i ofereix al voltant de 16 tallers anuals i 18 tallers d'estiu d'arts plàstiques amb un perfil força convencional (dibuix, pintura, còmic, escultura, il·lustració, ceràmica, gravat, disseny de joia contemporània, dibuix de model viu i esmalts). Són tallers adreçats a diferents edats i nivells. La gestió d'aquest servei està regulada per conveni amb l'Ajuntament. Actualment l'Escola es troba en procés de canvi, doncs, els tallers s'unificaran a un únic espai (El Centre Cultural el Remolar). L'Associació manifesta l'interés d'iniciar línies de formació més innovadores i experimentals en el futur.

Gràfic 15: Oferta tallers de formació arts visuals 2009

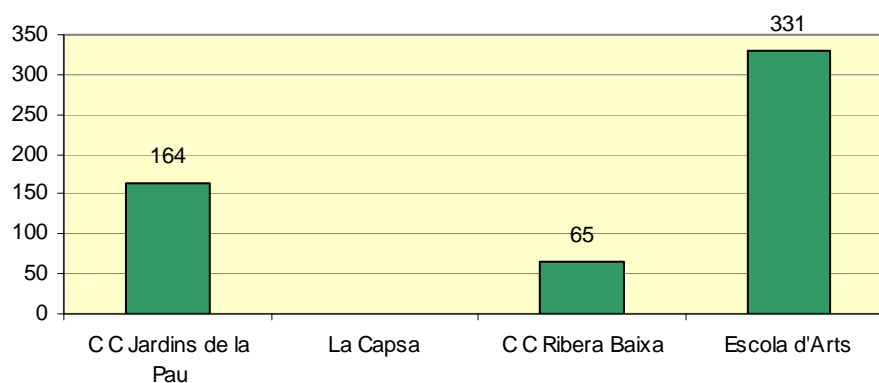


Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

Des de l'àmbit privat, existeix una oferta variada de tallers de dibuix, pintura i manualitats (taller de Maite Marín; taller de Joan Jordà; tallers a l'Enigma Art; tallers a botiga manualitat de l'av. Montserrat; tallers de manualitats a la Fundació la Caixa; i diverses entitats i associacions de veïns).

Finalment, el Centre Cívic Jardins de la Pau fa una oferta de tallers de fotografia, alguns dels quals els gestiona directament l'Agrupació Fotogràfica Prat. Des del Centre Cívic Sant Jordi-Ribera Baixa i La Capsa s'ofereixen alguns tallers trimestrals en noves tecnologies vinculats als seus @tics²⁶ (vídeo, weblogs, blogs, etc)²⁷.

Gràfic 16: Usuaris tallers arts visuals 2009



Font: elaboració pròpia a partir de la Base de dades de programació, planificació i avaluació (Ajuntament del Prat)

Finalment, pel que respecta al **suport a la creació de la ciutat**, cal dir que és un àmbit en el que el Departament de Cultura s'ha posat a treballar de manera declarada en els últims anys; si bé és cert, que sempre ha estat un tema transversal que ha estat vinculat tant amb la difusió, com amb la formació. Des del juny de 2006 s'ha promogut un servei d'informació i assessorament adreçat als creadors de la ciutat (primer -del juny de 2006 al juliol 2008- vinculat al projecte de La Capsa i des de gener de 2010, al de la Sala d'Art Josep Bages) que ha potenciat certes accions de formació i difusió, a més a més, del treball de seguiment i recolzament als artistes.

Els dos primers anys el projecte no va assolir els resultats esperats, doncs, no va arribar a connectar amb els creadors de la ciutat, i altres agents. Actualment, malgrat que el servei ha superat aquestes dificultats, té pocs recursos (compta amb la dedicació d'un 32% de la jornada laboral d'una tècnica i no té recursos per a la promoció d'activitats). El

²⁶ Els @tics (aules de tecnologies de la informació i la comunicació) són espais públics integrats en equipaments culturals, oberts a tots els ciutadans i ciutadanes i al teixit associatiu, que es dissenyen amb els objectius de facilitar a la població l'accés a les tecnologies de la informació i la comunicació, i d'evitar, amb la socialització en les eines informàtiques, una fractura tecnològica i social al municipi.

²⁷ Veure dades de la formació en arts visuals al 2007 i 2008 en l'ANNEX 1

plantejament actual és que sigui un servei informatiu i d'orientació, que pugui alimentar amb informació sobre els creadors a la resta de serveis (que sí puguin incentivar accions de formació, difusió...).

A la ciutat hi ha *censats* uns 116 **artistes**²⁸. Són professionals majoritàriament joves, i amb diversos nivells de professionalització (alguns estan finalitzant els seus estudis, d'altres desenvolupen serveis professionals fa alguns anys, etc). Alguns d'ells disposen d'estudis de treball que per al moment són privats (hi ha el projecte per l'any vinent d'obrir 2 nous estudis – galeries). Entre les seves necessitats²⁹ destaquen:

Sala d'exposicions que respongui a les expectatives i interessos dels artistes emergents. Un espai capaç d'assumir de manera efectiva el caràcter multidisciplinari de l'art actual.

- Espais de treball a la ciutat a preu assequible.
- Punts de trobada per a les persones vinculades a les arts visuals.
- Informació, tant de les coses que succeeixen a la ciutat, com de les possibilitats que s'ofereixen des de fora.
- Generació de noves associacions i, en concret, un col·lectiu d'artistes, cosa que actualment no existeix a la ciutat.
- Formació especialitzada, amb experts. Especialment en temes de marc legal i fiscal.
- Millorar el diàleg entre artistes i institucions culturals.

No hi ha masses **associacions** a la ciutat especialitzades en el sector (un 13% del total), i amb força. Les existents són: Associació d'Amics de l'Art del Prat (força professionalitzada, que mitjançant conveni amb l'Ajuntament gestiona l'Escola d'Arts del Prat, i ofereix serveis professionals a la Sala d'Art Josep Bages i al Centre Cultural Torre Balcells); Agrupació fotogràfica Prat (residents al Centre Cívic Jardins de la Pau, programen algunes de les exposicions i tallers del centre, actualment en certa crisi, sense renovació generacional); Cercle Artístic i de Pensament Contemporani (de recent creació, liderada per un aficionat a la pintura) i Amics del Còmic del Prat (del llibre, més que de la tècnica pròpiament dita).

D'altra banda, existeixen dues entitats que focalitzen el seu interès en el cinema: Asian Films (centrada en temes de difusió de cinema asiàtic) i Prat Films (agrupa algunes persones que fan temes de producció audiovisual, però no estan professionalitzats). A més a més, hi ha un nombre important d'associacions i col·lectius que fan pràctiques d'artesania i manualitats (Adisprat, Disprat Lleure, associacions de veïns i regionals, tallers de gent gran, etc). No s'han comptabilitzat dins les associacions especialitzades en arts visuals

²⁸ Segons la bases de dades de creadors gestionada pel servei de suport als creadors de la ciutat.

²⁹ Informació extreta dels següents documents: Acta jornades participatives "10 anys de La Capsa", juliol 2005, i Acta trobada d'artistes visuals, 2 octubre 2010.

perquè tenen altres objectius (prima l'ús social i terapèutic de l'art) i els tallers són una més de les activitats variades que promouen.

El **fons d'art de l'Ajuntament**, a falta d'un peritatge més qualificat, no assoleix el nivell que se'n podria esperar. El fet de ser d'una relativament recent creació, el criteri d'adquirir obra només a partir de les exposicions programades juntament amb una política d'exposicions erràtica en alguns períodes poden ajudar a entendre-ho. Aquest any 2010 s'ha decidit deixar de fer créixer el fons a partir de les exposicions programades i traslladar el fons al Cèntric, als espais de l'arxiu, espai on estarà més ben conservat.

En quant a l'**art en espais urbans**, la ciutat compta amb escultures al carrer fetes a partir de diferents iniciatives municipals (Primer Simposi d'Escultura al carrer, 1989 i Segon Simposi d'Escultura al carrer, 2002), cosa que fa que el Prat estigui dotat d'un parc d'escultures que ajuden a apropar l'art a la població i dotar a la ciutat d'un element enriquidor de la vida quotidiana i de projecció ciutadana. Projectes com el [Gallum, Gallum](#) (desenvolupat l'any 2009-2010) han tingut una molt bona acollida ciutadana.

En quant als hàbits de consum en l'àmbit de les arts visuals, l'enquesta d'hàbits i consum cultural en 22 municipis de la província, DEMOSCERC 2007, mostra que les exposicions són un tipus d'activitat a la qual un 30% dels enquestats hi ha assistit (en la línia de les altres activitats culturals d'arts majors: teatre i museus), però els nivells d'assiduïtat, en canvi, són baixos (un 83% ho fa entre 1 i 3 vegades l'any). Els nivells de retenció de públics culturals a la ciutat són superiors als esperats (un 49% veu exposicions a la ciutat, enfront del 51% que les visita a Barcelona). Pel que fa a la pràctica d'activitat artística un 10% dels enquestats afirma practicar-ne, dels qual un 39% realitza un treball de plàstiques i un 42% en vídeo o foto.

2.7 Síntesi: DAFO del sector de les arts visuals al Prat de Llobregat

INTERN	<p>FORTALESES</p> <p>Presència de l'especialitat d'artístic a la formació reglada de Batxillerat</p> <p>Existència d'infraestructures municipals per a la difusió amb programació d'arts contemporànies consolidada (en quant a antiguitat i regularitat)</p> <p>La ciutat està dotada d'un parc d'escultures important. Èxit entre la població de propostes d'art a l'espai públic</p> <p>Col·lectiu de creadors, relativament abundant, divers, i amb diferents nivells de professionalització...</p> <p>Des de l'àmbit privat i associatiu hi ha una oferta important de tallers d'arts plàstiques i grups de treball de manualitats i artesanía</p> <p>Aflorament en els últims anys de petits espais o iniciatives privades de difusió en arts visuals a la ciutat</p>	<p>DEBILITATS</p> <p>Complexitat del sector de les arts visuals. A Espanya és un sector força invertebrat. Manca general de planificació, estructuració i rendibilitat dels recursos i les energies per constituir un sistema que doni suport estable a la creació, producció, difusió, residències i formació en l'àmbit de les arts visuals</p> <p>Manca de visibilització i impacte del projecte d'arts visuals a la ciutat</p> <p>La intervenció municipal ha estat molt centrada en la difusió, deixant poc atesa la formació i el suport a la creació, i ha estat força limitada: pocs recursos materials (econòmics, humans i infraestructurals)</p> <p>Baixos nivells d'assistència i usos dels equipaments municipals d'arts visuals. Dificultat en la fidelització de públics, captació de nous públics i creació de demanda</p> <p>Manca d'un tercer sector fort, nombrós i dinàmic a la ciutat especialitzat en el sector</p> <p>Debilitat d'iniciatives privades a la ciutat. Manca de sales d'exposicions i projectes de caixes d'estalvis. Inexistència de galeries...</p> <p>Heterogeneïtat del col·lectiu de creadors i, consegüentment, de les seves necessitats</p> <p>Coordinació dèbil entre espais i projectes, tant municipals, com privats i associatius</p>
EXTERN	<p>OPORTUNITATS</p> <p>Al Prat de Llobregat es desenvolupen diversitat d'activitats econòmiques, teixit fort d'empreses i serveis. La ciutat està especialitzada en l'àmbit de serveis i acull grans infraestructures a nivell autonòmic (aeroport, dessaladora, estació d'AVE construïnt-se, etc)</p> <p>L'Ajuntament del Prat té una situació econòmica favorable</p> <p>La cultura i les arts visuals són un sector econòmic emergent en l'àmbit de les indústries creatives</p> <p>Redacció i aprovació del Pla d'equipaments culturals de Catalunya per part de la Generalitat de Catalunya, que contempla el sector i estableix certs estàndards</p> <p>El Departament de Cultura té la voluntat de treballar amb programes sectorials de manera més estructurada i transversal (àmbit arts visuals i àmbit arts escèniques) i s'han fet algunes accions per fer-ho</p> <p>Xarxa d'equipaments culturals municipals de proximitat i certs serveis molt consolidats (en quant a visibilitat i usos)</p> <p>Procés d'apertura d'un nou equipament cultural sense precedents a la ciutat (en quant a magnitud), el projecte del qual encara s'està definint.</p> <p>El futur de la ciutat es dibuixa en clau de creixement: projecte de el Prat Nord i el Prat Sud</p>	<p>AMENACES</p> <p>Poca definició en la regulació existent de les competències dels diferents nivells administratius en aquest àmbit</p> <p>Poc treball en xarxa a nivell supralocal, paper de Diputació de Barcelona i Generalitat de Catalunya</p> <p>Proximitat a Barcelona. Competència molt gran. Capacitat de retenció de públics més aviat baixa a les programacions locals</p> <p>Context de postcrisi: reducció de recursos a l'administració local, centrats en mantenir els serveis existents.</p> <p>Població de més de 14 anys amb baixos nivells d'instrucció</p> <p>El programa d'arts visuals no és una prioritat de l'equip de govern actual (no apareix al Pla d'Actuació Municipal)</p> <p>Desaparició bastant probable de l'únic Batxillerat artístic que hi havia a la ciutat</p>

Taula 1: DAFO del sector de les arts visual al Prat de Llobregat

2.8 Diagnosi del sector de les arts visuals al Prat de Llobregat

SÍNTESI SITUACIÓ

El sector de les arts visuals al Prat segueix la tendència del sector a la resta de l'estat. Es tracta d'un sector força invertebrat.

Des de l'àmbit municipal a partir dels ajuntaments democràtics s'inicia una incipient línia de treball en aquest sector. Tot i així, els recursos que s'hi dediquen a aquest sector són limitats i s'inverteixen principalment en la difusió. La ciutat disposa de 3 sales d'exposicions especialitzades en arts visuals, amb trajectòria, equipament tècnic i línia de treball desigual (una d'elles programa exposicions d'art contemporani i és l'espai que té més reconeixement; l'altra està dedicada a artistes de la ciutat; i l'última és una sala petita d'un centre cívic especialitzada en fotografia).

Malgrat que no hi ha un programa d'art a l'espai públic, els projectes que ha implementat l'ajuntament en aquest àmbit, poc abundants i irregulars, han tingut un impacte i un nivell d'acceptació important. Aquest fet mostra que hi ha un sostre de demanda no cobert.

La formació en arts visuals, es desenvolupa des dels anys 70 a partir principalment de polítiques de foment. Actualment (i des del 1995) l'Associació d'Amics de l'Art del Prat gestiona l'Escola d'Arts del Prat, amb el suport econòmic i infraestructural de l'Ajuntament. El projecte és conegut a la ciutat, i mostra un nivell d'usos força important, sobretot entre població infantil. Els seu perfil de continguts, però, és força clàssic. Els últims 5 anys s'està en un procés de reforma i unificació dels tallers. El procés s'ha anat dilatant en el temps i es detecten importants tensions entre les parts.

També hi ha una oferta municipal de tallers trimestrals de fotografia i noves tecnologies als Centres Cívics i La Capsa. D'altra banda, des d'una de les sales d'exposició s'ha anat configurant un programa d'educació en art al voltant de les diferents propostes amb cert impacte (entre públics escolars, famílies i altres agents del sector).

El suport a la creació és un àmbit de treball municipal relativament recent i molt incipient que comença a mostrar resultats positius i satisfactoris.

El sector a la ciutat tradicionalment s'ha caracteritza per tenir una baixa presència d'agents privats: no existeix cap galeria d'art, només 2 botigues de marc i 2 botigues de manualitats i no hi ha sales d'exposició dependents d'obra social. En els últims dos anys estan emergint petites iniciatives privades principalment en la difusió (programació estable d'exposicions a

restaurants i bars, col·lectiu que dinamitza i coordina exposicions d'artistes joves, hi ha 2 galeries – estudi que estan en vies d'obertura...).

De tota manera, es detecta un col·lectiu d'artistes força nombrós, però també divers en edat, especialitat, nivell de professionalització, etc. D'entre les necessitats detectades entre aquest col·lectiu, destaca la demanda d'espais de treball a baix preu.

En quant a entitats del sector, es constata que són poques i poc dinàmiques. Com a excepció destaca la ja esmentada AAP.

Tanmateix hi ha diversos tallers de creació- treballs manuals (dependents de botigues, tallers de particulars, associacions de veïns i regionals).

FACTORS CAUSALS

Els factors que expliquen aquesta situació són diversos, i és la seva confluència la que genera aquesta realitat.

D'entrada cal parlar de la manca d'un sistema general que doni suport estable a la creació, producció, difusió i formació en l'àmbit de les arts visuals. No hi ha una definició clara del rol que ha d'assumir cada nivell d'administració (estatal, autonòmica i local) i quins sistemes de coordinació s'han d'implementar entre ells. Tampoc existeix cap coordinació entre els diferents agents (privat, tercer sector). Això genera que no hi hagi una bona planificació, estructuració i rendibilitat dels recursos i les energies.

La manca de definició clara en la legislació existent de les competències municipals en aquest àmbit, ha desencadenat un desenvolupament d'aquestes polítiques certament irregular. Cada administració local ha anat desenvolupant el seu projecte sense una legislació que definís quins serveis eren obligatoris, i com havien de ser. En el millor dels casos, com és el que ens ocupa, s'ha traduït en un programa estable de difusió en pràctiques d'arts visuals contemporànies. La formació i el suport a la creació han quedat en general en un segon terme.

Les característiques sociodemogràfiques del municipi també són un factor que permet entendre la baixa presència d'iniciatives privades i associatives a la ciutat. El Prat és una ciutat ubicada a la primera corona metropolitana, fortament constituïda per població migrada a la dècada dels anys 60 i 70. Població que generalment venia a treballar a la indústria, i que, no tenia ni alts ingressos econòmics, ni nivells educatius alts. Actualment, els nivells educatius de la població de més de 14 anys, segons les fonts disponibles, són alarmantment baixos; i la ciutat en canvi, està especialitzada en el sector terciari.

En aquest context, la política cultural municipal ha prioritzat el desenvolupament d'una xarxa d'equipaments culturals polivalents de proximitat, enfront de grans equipaments sectorials. Així els serveis especialitzats es troben en equipaments que no són de nova planta i que comparteixen parets amb altres serveis diversos i tenen uns recursos econòmics, humans i infraestructurals molt inferiors als equipaments de proximitat. De tota manera, s'ha buscat que els equipaments polivalents tinguessin continguts culturals, alguns dels quals pertanyen a l'àmbit de visuals. Tot plegat, ha generat una certa acumulació de projectes, més que un sistema interrelacionat i coordinat.

Un factor important a l'hora d'explicar perquè la ciutat compta amb un col·lectiu nombrós de creadors, i variat en edats, és el funcionament del Batxillerat artístic des de l'any 1998 i també de l'Escola d'Arts (sovint com a primer espai de contacte amb la creació).

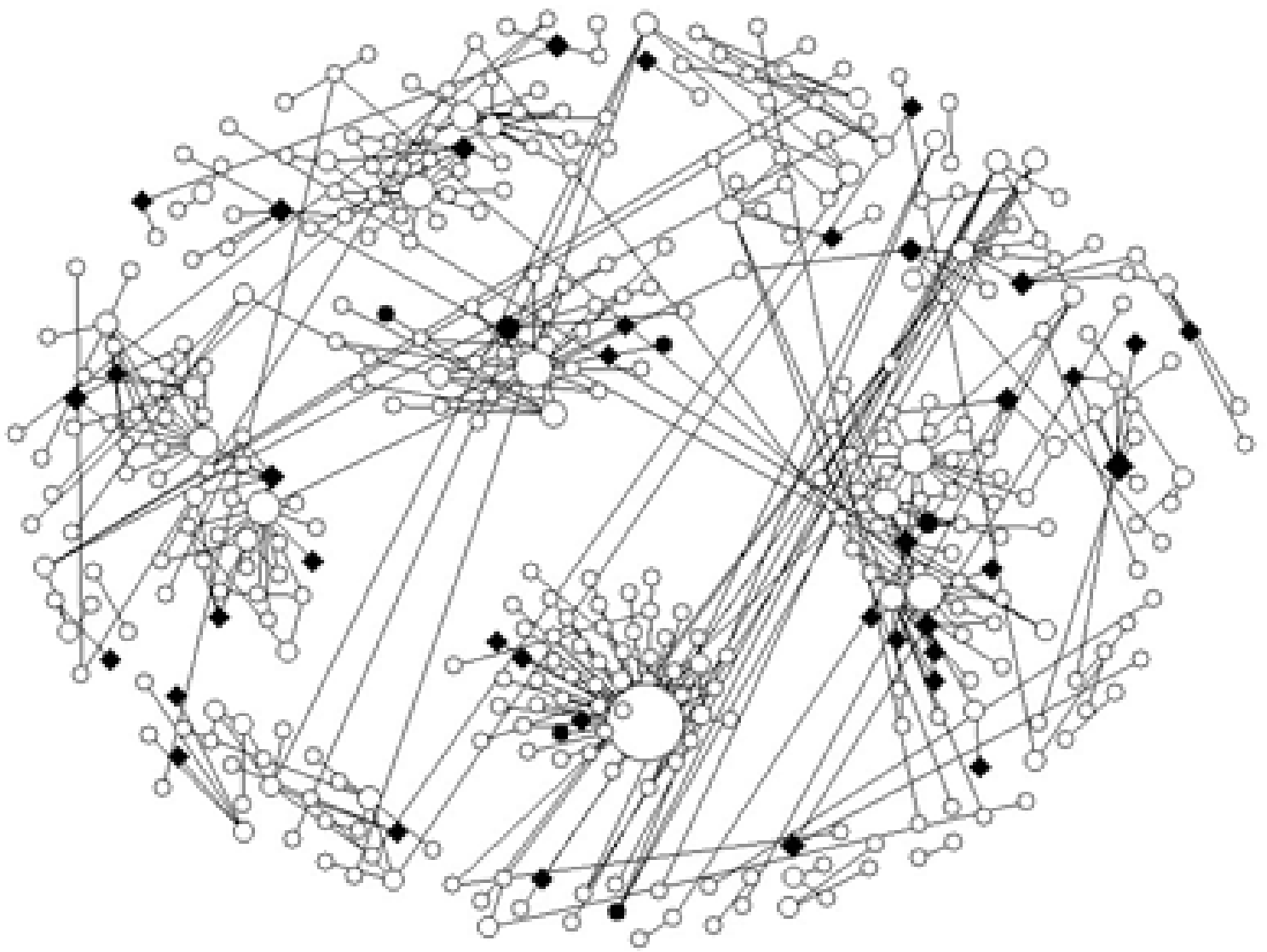
2.9 Reptes de futur: projecció CAME

En aquest apartat es fa servir l'eina de projecció estratègica CAME, que serveix per definir el tipus d'estratègies a seguir un cop identificats, a partir del DAFO, els elements clau que defineixen l'entorn d'un projecte, i el propi projecte. En gris apareixen les dades del DAFO i en negre les estratègies que es recomanem desenvolupar per cadascuna d'elles. Aquesta projecció farà de pont entre la part I del treball, de descripció del context i diagnosi, i la part II de definició estratègica.

C-Corregir (debilitats) – estratègies de reorientació	A- Afrontar (amenaces) – estratègies de supervivència
<p>Complexitat del sector de les arts visuals. A Espanya és un sector força invertebrat. Manca general de planificació, estructuració i rendibilitat dels recursos i les energies per constituir un sistema que doni suport estable a la creació, producció, difusió, residències i formació en l'àmbit de les arts visuals</p> <p>Promoure dintre de les competències de l'administració local, cert lideratge en l'articulació del sector a la ciutat intentant establir planificació, estructuració i rendibilitat dels recursos i energies. Constituir un sistema que doni suport estable a la creació, difusió i formació.</p> <p>Manca de visibilització i impacte del projecte d'arts visuals a la ciutat Augmentar la visibilitat del projecte mitjançant estratègia de màrqueting i comunicació, i l'augment de recursos cap al projecte</p> <p>La intervenció municipal ha estat molt centrada en la difusió, deixant poc atesa la formació i el suport a la creació, i ha estat força limitada: pocs recursos materials Intervenció municipal: mantenir la línia de difusió, i posar un nou èmfasi en la formació i el suport a la creació</p> <p>Baixos nivells d'assistència i usos dels equipament municipals d'arts visuals. Dificultat en la fidelització de públics, captació de nous públics i creació de demanda Desenvolupar estratègies de captació de públics al projecte i als diferents programes que en formen part</p> <p>Manca d'un tercer sector fort, nombrós i dinàmic a la ciutat especialitzat en el sector Afavorir amb informació i suport que el tercer sector es desenvolupi...</p> <p>Debilitat d'iniciatives privades a la ciutat. Manca de sales d'exposicions i projectes de caixes d'estalvis. Inexistència de galeries...</p> <p>Heterogeneïtat del col·lectiu de creadors i, conseqüentment, de les seves necessitats</p>	<p>Poca definició en la regulació existent de les competències dels diferents nivells administratius en aquest àmbit</p> <p>Poc treball en xarxa a nivell supralocal, paper de Diputació de Barcelona i Generalitat de Catalunya Recerca de complicitats per part d'administracions supralocals: Generalitat i Diputació, i d'altres administracions locals, per possibilitar el treball en xarxa</p> <p>Proximitat a Barcelona. Competència molt gran. Capacitat de retenció de públics més aviat baixa a les programacions locals Buscar allò propi i genuí del projecte i les programacions que el faci diferent. Equilibri entre allò local i global.</p> <p>Context de postcrisi: reducció de recursos a l'administració local, centrats en mantenir els serveis existents. Plantejar unes estratègies sostenibles, que els projectes vagin creixent de manera progressiva i justificada.</p> <p>Població de més de 14 anys amb baixos nivells d'instrucció Importància programa de formació i educació en art. Impacte programacions d'art a l'espai públic</p> <p>El programa d'arts visuals no és una prioritat de l'equip de govern actual (no apareix al Pla d'Actuació Municipal) Generar pressió per tal que l'equip de govern es plantegi incorporar el programa (per part dels diferents agents...)</p> <p>Desaparició bastant probable de l'únic Batxillerat artístic que hi havia a la ciutat Si desapareix, establir col·laboracions amb els batxillerats on vagin els alumnes de la ciutat</p>

<p>Les propostes de formació i suport a la creació han de partir de la diversitat del col·lectiu</p> <p>Coordinació dèbil entre espais i projectes, tant municipals, com privats i associatius</p> <p>Augmentar la coordinació entre espais i projectes tant municipals, com privats i associatius.</p>	
<p>M- Mantenir (fortaleses)- estratègies defensives</p>	<p>E- Explotar (oportunitats)- estratègies ofensives</p>
<p>Presència de l'especialitat d'artístic a la formació reglada de Batxillerat</p> <p>Pressió per al manteniment del Batxillerat artístic a la ciutat</p> <p>Existència d'infraestructures municipals per a la difusió amb programació d'arts contemporànies consolidada (en quant a antiguitat i regularitat)</p> <p>Mantenir i si és possible millorar les infraestructures municipals per a la difusió amb programacions consolidades</p> <p>La ciutat està dotada d'un parc d'escultures important. Èxit entre la població de propostes d'art a l'espai públic</p> <p>Desenvolupament programa d'art a l'espai públic, que incorpori les experiències anteriors, i de caràcter estable</p> <p>Col·lectiu de creadors, relativament abundant, divers, i amb diferents nivells de professionalització...</p> <p>Mantenir el contacte amb els artistes i creadors, per tal d'estar molt al corrent de la seva evolució, necessitats... Establir col·laboracions</p> <p>Des de l'àmbit privat i associatiu hi ha una oferta important de tallers d'arts plàstiques i grups de treball de manualitats i artesanía</p> <p>Conèixer i interactuar amb l'oferta privada de tallers de manualitats, etc</p> <p>Aflorament en els últims anys de petits espais o iniciatives privades de difusió en arts visuals a la ciutat</p> <p>Establir col·laboracions amb espais i iniciatives privades de difusió</p>	<p>Al Prat de Llobregat es desenvolupen diversitat d'activitats econòmiques, teixit fort d'empreses i serveis. La ciutat està especialitzada en l'àmbit de serveis i acull grans infraestructures a nivell autonòmic (aeroport, dessaladora, estació d'AVE construint-se, etc)</p> <p>Recerca de col·laboracions amb empreses del municipi (finançament, programa d'estades d'artistes, etc)</p> <p>L'Ajuntament del Prat té una situació econòmica favorable</p> <p>La cultura i les arts visuals són un sector econòmic emergent en l'àmbit de les indústries creatives</p> <p>Desenvolupament de serveis d'orientació i assessorament sobre temes legals, fiscals, empresarials per a artistes i creatius. En col·laboració amb departaments de promoció econòmica. Viver d'empreses culturals...</p> <p>Redacció i aprovació del Pla d'equipaments culturals de Catalunya per part de la Generalitat de Catalunya, que contempla el sector i estableix certs estàndards</p> <p>Contrastar si s'està dins dels estàndards d'equipaments. Possible finançament de projectes</p> <p>El Departament de Cultura té la voluntat de treballar amb programes sectorials de manera més estructurada i transversal (àmbit arts visuals i àmbit arts escèniques) i s'han fet algunes accions per fer-ho</p> <p>Elaboració d'un projecte estratègic en arts visuals a la ciutat i buscar la seva integració per part del departament de cultura</p> <p>Xarxa d'equipaments culturals municipals de proximitat i certs serveis molt consolidats (en quant a visibilitat i usos)</p> <p>Incorporar continguts d'arts visuals de qualitat als equipaments de proximitat</p> <p>Procés d'obertura d'un nou equipament cultural sense precedents a la ciutat (en quant a magnitud), el projecte del qual encara s'està definint.</p> <p>Promoure una programació d'exposicions i projectes d'art emergent al centre</p> <p>El futur de la ciutat es dibuixa en clau de creixement: projecte de el Prat Nord i el Prat Sud</p> <p>Anar treballant en l'horitzó de creixement de la ciutat, incidència arts visuals en el creixement, investigació sobre possibles demandes i equipaments culturals</p>

Taula 2: Projecció CAME



PART III: DEFINICIÓ ESTRATÈGICA DEL PROJECTE

3.1 Missió, visió i valors

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

Missió

Garantir l'accés universal i normalitzat de la ciutadania del Prat a les arts visuals contemporànies, així com facilitar que aquesta pugui desenvolupar les seves capacitats artístiques, fomentant així una ciutadania cultural activa i contribuint a donar a la ciutat una imatge d'innovació, modernitat i proximitat.

Visió

El projecte d'arts visuals de l'Ajuntament del Prat vol:

- Ser referent per a la ciutadania, gestionant els projectes d'arts visuals amb paràmetres de qualitat, eficiència i efectivitat, transparència, coherència i professionalitat.
- Projectar una imatge d'integració i connexió entre els diferents agents culturals (usuaris, creadors, entitats, etc.)
- Aportar valors i continguts a les polítiques públiques municipals, incidint en la presa de decisions de planificació estratègica, construcció de la ciutat, creació d'espai públic (físic i virtual)...

Valors

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

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

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

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

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

3.2 Objectius generals i específics

El projecte d'Arts Visuals del Departament de Cultura de l'Ajuntament del Prat té com a objectius generals:

1. Liderar el procés d'articulació del sector a la ciutat, establint un sistema que doni suport estable a la creació, difusió i formació a partir d'una planificació i estructuració dels recursos públics i privats, possibilitant, així, una major rendibilitat dels recursos i energies
2. Garantir i promoure l'accés de la ciutadania a les pràctiques artístiques actuals en sentit ampli
3. Possibilitar que les persones trobin el marc adequat per al desenvolupament de les seves capacitats creatives en l'àmbit de les arts visuals
4. Fomentar la reflexió, el debat i el treball intel·lectual sobre arts visuals i pensament contemporani
5. Afavorir que la creativitat es converteixi en un element motor de la ciutat

Com a objectius específics destaquen:

1. Bastir una xarxa d'equipaments i projectes municipals coherent, equilibrada i que treballi de manera coordinada, en l'àmbit de les arts visuals
2. Promoure una programació coordinada, de qualitat i innovadora als diferents espais municipals que treballen amb temes d'arts visuals a la ciutat
3. Encapçalar i/o recolzar projectes d'art a l'espai públic (entès en sentit ampli, tant físic com virtual)
4. Consolidar els públics reals i crear-ne de nous
5. Promoure una oferta formativa coordinada, equilibrada i diversa, que s'adapti a les necessitats i nivells diferents de ciutadans i creadors
6. Realitzar activitats educatives diverses al voltant de les diferents propostes artístiques

7. Promoure un treball en xarxa real i de qualitat amb les propostes privades i associatives de la ciutat
8. Recolzar el treball dels creadors locals des dels diferents punts de vista i atenent al diferent grau de professionalització que presenten
9. Afavorir el desenvolupament de les entitats culturals de la ciutat especialitzades en aquest àmbit, establint sinèrgies positives

3.3 Definició de les estratègies d'actuació

Primer de tot, cal que el Departament de Cultura elabori un **projecte estratègic en arts visuals a la ciutat que funcioni com a full de ruta de la seva acció**. Justament aquest projecte té la vocació d'omplir aquesta necessitat. El procés d'elaboració del projecte implica una anàlisi i reflexió sobre l'acció directa, per tal de reconduir-la. El fet de tenir estructurada, teoritzada i justificada l'acció, és condició indispensable per poder-la explicar i defensar. És un primer pas per fer visible el sector, i exercir pressió per tal que l'equip de govern es plantegi incorporar-lo de manera més intensa i seriosa.

En el sector de les arts visuals hi ha una necessitat important de poder establir canals de comunicació i relació amb els altres centres (de producció, de difusió), de compartir, de sumar esforços, etc. **La necessitat d'interconnexió és ineludible...** això ens porta a visualitzar clarament una **xarxa** que posi en contacte la realitat actual, que sigui prou flexible per adaptar-se a les noves incorporacions, que pugui prestar serveis útils en cada moment i al llarg del temps. Xarxa a dos nivells ben diferenciats: un primer, en la pròpia ciutat, i un segon amb altres ciutats de Catalunya, Espanya i Europa i amb els altres nivells administratius (Diputació i Generalitat).

Cal actuar des de la **dinamització cultural del territori**, a partir d'una xarxa d'equipaments i projectes locals coherent, equilibrada i que treballi de manera coordinada, promovent una programació de qualitat i innovadora als diferents espais i a l'espai públic.

Treballar la dinamització del territori també vol dir dialogar i establir relacions i projectes compartits amb els diferents agents que hi actuen en aquest sector: agents privats (creadors, empreses) i tercer sector (entitats). El departament de Cultura vol ser un referent per als creadors de la ciutat recolzant el seu treball des dels diferents punts de vista (amb informació i assessorament, amb cessió de materials i espais, amb finançament i producció d'alguns projectes, amb formació) i atenent al diferent grau de professionalització que presenten. A més a més, ha de dinamitzar les entitats culturals de la ciutat especialitzades en aquest àmbit, establint sinèrgies positives; i sense oblidar les propostes

no formals (de col·lectius no formals, o individus). No cal descuidar altres iniciatives privades (espais de formació i difusió) amb les quals cal dialogar i establir col·laboracions.

En el context actual, de la societat del coneixement, és necessari **incorporar les noves tecnologies** en el processos de treball dels projectes i difondre el seu coneixement entre els usuaris i usuàries.

En el marc de la societat globalitzada actual, i a conseqüència de la proximitat de la ciutat amb una gran metròpoli com és Barcelona, és interessant que **el projecte busqui allò propi i genuí del territori** i que les seves programacions tinguin elements diferencials. Es tracta de buscar un equilibri entre allò local i global, connectant allò local amb allò global.

Les pràctiques d'art contemporani no es caracteritzen per la seva popularitat, hi ha molts equívocs, malentesos i mites al voltant d'aquestes pràctiques. Per això és del tot necessari promoure una **oferta formativa coordinada**, equilibrada i diversa, que s'adapti a les necessitats i nivells diferents de ciutadans i creadors i realitzar **activitats educatives diverses** al voltant de les diferents propostes artístiques per tal de crear nous públics i fer més accessible les pràctiques d'art contemporani.

Des de l'àmbit local (aquell àmbit de govern més proper al ciutadà) és necessari **treballar en la creació de demanda, la captació de nous públics i la consolidació dels públics actuals**. Com a estratègies de creació de demanda apareix el treball amb el sector educatiu (educació formal i no formal) i la formulació de propostes per a i amb el públic familiar, a més a més de la incidència en els mitjans locals i les xarxes socials. Per a captar nous públics es recomana identificar les barreres al consum, buscar canals de comunicació per tal de promoure primeres experiències satisfactòries i per a consolidar els públics actuals es recomana desenvolupar una comunicació relacional per tal de generar confiança i establir vinculació.

Tot plegat, s'ha de poder portar a terme de manera **sostenible a nivell econòmic**, cosa que vol dir que els projectes vagin creixent de manera progressiva i justificada. Tot i això, és necessari dotar el projecte amb uns recursos mínims inicials per poder tirar endavant alguns dels programes i plantejar un calendari que permeti anar desenvolupant progressivament la resta. En el context actual de crisi, cal pensar en la **diversificació de fonts de finançament**, caldria treballar la recerca de col·laboracions amb empreses del municipi.

Per últim, es recomana anar treballant en l'horitzó de creixement de la ciutat, i en la possible incidència de les arts visuals en aquest (en continguts i en necessitats sobre possibles serveis a desenvolupar en les noves zones urbanes). Es tracta de **donar**

continguts a les polítiques públiques municipals, incidint en la presa de decisions respecte de la planificació estratègica, la construcció de la ciutat i la creació d'espai públic.

3.4 Definició dels blocs i programes d'actuació

Per tal d'assolir els objectius plantejats, el projecte desenvolupa quatre blocs d'actuació: educació - formació, difusió, suport a la creació i producció, i articulació del sector. A la vegada aquests blocs d'actuació es concreten en uns programes. Com que fins al moment des de la institució s'havia prioritzat la difusió, aquest projecte planteja mantenir, i si és possible millorar la línia de difusió, assolint els estàndards que marca el PecCat, i posar un nou èmfasi en l'articulació del sector, la formació i el suport a la creació.

Cal tenir en compte que sovint un projecte o activitat podria estar a més d'un bloc d'actuació, però s'ubicarà en un o en un altre en funció de quina predomini, en funció de l'objectiu que persegueixen. Un exemple, són els tallers que acaben amb la producció d'un producte cultural, que a més pot ser difós. En aquest cas, allò important és el procés mitjançant el qual s'obté un aprenentatge significatiu, més que el producte i el fet que sigui mostrat. Un altre exemple són les accions educatives que es desenvolupen al voltant d'una exposició, que tot i que estan molt unides al producte expositiu, de l'àmbit de la difusió, tenen un objectiu educatiu, formatiu. O una exposició d'un creador local que es produeix per ser difosa, però respon també a lògiques de suport i recolzament als creadors.

L'acció en cultura sempre és complexa i respon a diferents lògiques que es relacionen, complementen i interactuen. El fet de crear etiquetes i agrupar les accions serveix per endreçar l'acció directa, però no és més que una forma d'endreçar i classificar. No es pot oblidar la interacció que es dona entre elles, i que és del tot positiva. En tot cas, resulta important tenir clar a quin objectiu responen les diferents accions, explicitar-ho i explicar-ho.

BLOC D'ACTUACIÓ 1: LA FORMACIÓ – L'EDUCACIÓ EN L'ART

Des del Departament de Cultura, es vol garantir l'accés de la ciutadania a les diferents formes d'expressió creativa vinculades a les arts visuals. Entenem la formació en sentit ampli, com a contenidor de totes les propostes educatives, reglades i no reglades, que afavoreixen l'aprenentatge sobre tècniques i pràctiques artístiques, però també promouen l'experimentació artística.

El conjunt d'oferta de la ciutat ha de poder donar resposta tant al ciutadà de a peu, com a l'artista en vies de professionalització, passant per situacions intermèdies. Cal partir de la premissa que els creadors artístics són un col·lectiu de persones que realitzen el seu treball amb diferents graus de professionalització (o amateurisme), i que per tant les seves necessitats formatives són diferents. També és necessari tenir-los presents com a possibles formadors.

En tot cas, en aquest bloc d'actuació, l'accent recau sobre les pràctiques d'iniciació, aquelles que van adreçades al "gran públic" i que busquen captar nous públics, sense deixar de banda les necessitats dels creadors (amb la diversitat que impliquen). El fet que hagi de predominar l'oferta dirigida al públic general, no vol dir, que no pugui ser una oferta molt especialitzada, sinó que ha de tenir un marcat caràcter divulgatiu.

Els continguts de l'oferta educativa han de ser de qualitat i diversos (des de disciplines d'arts plàstiques *tradicionals*, a les últimes tendències en disseny, vídeo, etc).

En aquest sentit, aquest bloc d'actuació inclou els següents programes d'actuació:

- programació de tallers trimestrals als centres cívics de la ciutat (fotografia, edició de vídeo, blogs...). Nivell: iniciació (majoritàriament), mitjà
- tallers anuals d'arts plàstiques i visuals oferts per l'Escola d'Arts del Prat (gestionada per Amics de l'Art del Prat). Nivell: iniciació (majoritàriament, tot i que els grups són força estables), mitjà
- oferta d'activitats educatives promogudes des dels diferents programes de difusió dirigides a famílies, centres educatius i altres col·lectius de la ciutat, i consistents en visites comentades a les exposicions, tallers amb famílies (amb els artistes i/o amb educadors), xerrades amb l'artista, taules rodones, debats, etc
- programació estable de workshops i càpsules de formació amb artistes convidats adreçada a creadors emergents. Nivell: mitjà i avançat

De manera transversal a tots els programes i com a part imprescindible d'aquest bloc d'actuació cal contemplar la necessària coordinació amb els centres d'educació reglada de la ciutat, i amb els tallers particulars que estan funcionant a la ciutat. Tot això, en col·laboració amb el Departament d'Educació. En aquest sentit, caldrà fer pressió per al manteniment del Batxillerat artístic a la ciutat i si finalment desapareix, s'hauran d'establir col·laboracions amb els batxillerats on vagin els alumnes de la ciutat.

BLOC D'ACTUACIÓ 2: EL SUPORT A LA CREACIÓ I A LA PRODUCCIÓ

Des del Departament de Cultura es vol donar suport, tant infraestructural com tècnic i de continguts, a la ciutadania en temes d'arts visuals. Mitjançant aquest programa es proporciona als diferents agents mitjans econòmics, recursos tecnològics i materials o senzillament informació. Novament, és bàsic partir de la diversitat de situacions en les que es troben els artistes, amb una visió àmplia que inclogui també les pràctiques ciutadanes més amateurs.

En aquest bloc d'actuació s'inclou:

- servei d'orientació i assessorament als creadors de la ciutat, que realitza seguiment i orientació a projectes individuals i col·lectius. També aplega informació diversa (de convocatòries, beques, ofertes de treball, etc) que selecciona i envia periòdicament. Departament de Cultura – Departament de Promoció econòmica
- cessió d'equips tècnics (projectors, càmeres de vídeo, ordinadors, estudi d'enregistrament sonor, etc)
- programa Viver d'empreses culturals: lloguer de tallers de treball i despatxos per a artistes i empreses culturals

Cada vegada més, des de les programacions d'exposicions dels diversos espais, s'estan produint projectes de creadors emergents, posant especial èmfasi en les propostes de gent de la ciutat. En aquest sentit, les exposicions que s'emmarquen en l'àmbit de difusió, funcionen com a suport a la creació. D'igual manera, els tallers sovint també suposen un suport a la creació (en tant, en el procés s'acaben produint i elaborant propostes).

BLOC D'ACTUACIÓ 3: LA DIFUSIÓ

La difusió de les arts visuals és la base del projecte i es refereix a la promoció i foment del consum en arts visuals. Aquest programa busca donar a conèixer obra i projectes mitjançant programació estable, festivals o espais virtuals, etc. Es concreta en una programació d'exposicions a diferents sales d'exposicions de la ciutat, un programa estable d'art a l'espai públic i una programació d'audiovisuals emergents.

En aquest bloc d'actuació s'hi inclou:

- programació d'exposicions d'art contemporani a la Sala d'Art Josep Bages, exposicions d'artistes històrics consolidats (3 anuals)

- programació d'exposicions d'art contemporani emergent a la Sala d'Exposicions del Cèntric, Espai Cultural (4 anuals)
- programació d'exposicions d'artistes locals a la Sala d'exposicions del Centre Cultural Torre Balcells, propostes de tendència més tradicional (6 anuals)
- programació d'exposicions fotogràfiques a la Sala d'exposicions del Centre Cívic Jardins de la Pau (10 anuals)
- algunes exposicions de la programació de la Sala d'exposicions del Centre Cívic Sant Jordi Ribera Baixa (variable en funció de la programació), centrades en temes de territori, cuina, arts escèniques i tecnologies (2 anuals)
- programa estable d'art a l'espai públic (1 anual)
- festivals d'audiovisual a l'Auditori del Cèntric, Espai Cultural (3 anuals)

Cal contemplar també en aquest bloc d'actuació, la programació d'exposicions patrimonials que lidera l'equip de l'arxiu municipal sota el projecte de Museu del Prat, amb 3 exposicions anuals.

BLOC D'ACTUACIÓ 4: ARTICULACIÓ DEL SECTOR A LA CIUTAT

El Departament de Cultura ocupa un posició privilegiada a la ciutat, com per plantejar-se, dins les seves possibilitats competencials i pressupostàries, articular en certa manera el sector a la ciutat. Aquest bloc d'actuació és transversal als altres tres blocs, però s'ha optat per posar-ho de manera separada per tal de donar-li més visibilitat i importància i poder encabir algunes actuacions que no són de cap dels altres blocs. Engloba els següents programes:

- trobades de creadors i altres agents (associacions, col·lectius, talleristes privats...) per a promoure el coneixement mutu i el treball en xarxa
- cicle de caps de setmana de portes obertes a l'art (circuit per espais tan públics, com privats dedicats a les arts visuals a la ciutat amb un programa d'activitats al seu voltant)

3.5 MAPA DEL PROJECTE EL PRAT, CIUTAT CREATIVA

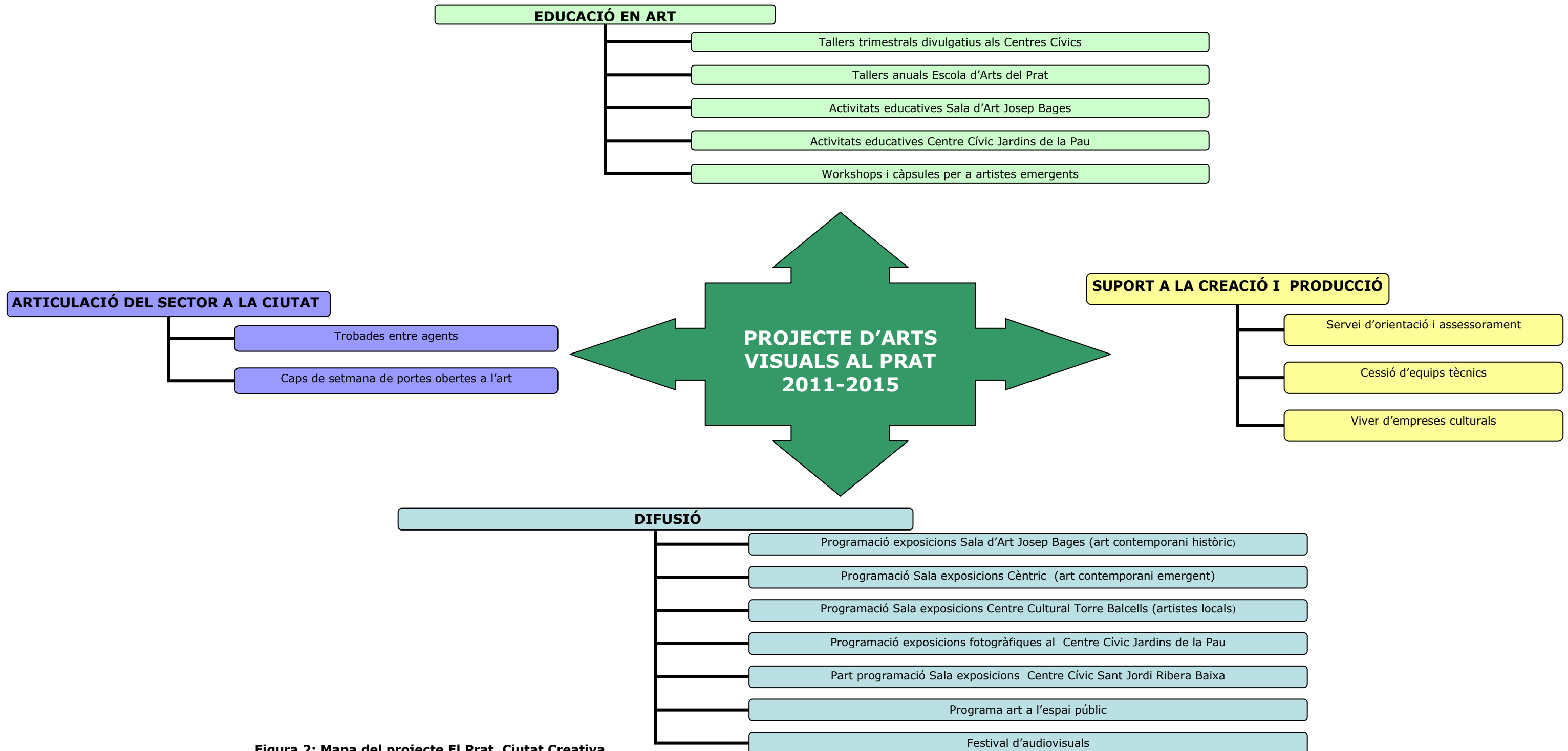


Figura 2: Mapa del projecte El Prat, Ciutat Creativa

3.6 Temporització dels blocs i programes d'actuació

Taula 1: Temporització bloc actuació Educació en l'Art, 2011-2015

EDUCACIÓ EN L'ART	2011				2012				2013				2014				2015			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Tallers trimestrals a centres cívics																				
2. Tallers anuals d'arts plàstiques i visuals. Escola d'Arts																				
3. Activitats educatives diverses																				
4. Workshops i càpsules de formació especialitzades per a creadors																				

Taula 2: Temporització bloc actuació Suport a la Creació i la Producció, 2011-2015

SUPPORT CREACIÓ I PRODUCCIÓ	2011				2012				2013				2014				2015			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Servei orientació i assessorament																				
2. Cessió equips tècnics																				
3. Programa Viver d'empreses culturals																				

Taula 3: Temporització bloc actuació Difusió, 2011-2015

DIFUSIÓ	2011				2012				2013				2014				2015			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Sala d'Art Josep Bages																				
2. Sala exposicions Cèntric																				
3. Centre Cultural Torre Balcells																				
4. Centre Cívic Jardins de la Pau																				
5. Centre Cívic Sant Jordi-Ribera Baixa																				
6. Programa Art a l'Espai Públic																				
7. Festivals d'Audiovisual																				

Taula 4: Temporització bloc actuació Articulació del Sector, 2011-2015

ARTICULACIÓ SECTOR	2011				2012				2013				2014				2015			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. Trobades agents																				
2. Cicles caps de setmana portes obertes a l'art																				

3.7 Anàlisi pre-viabilitat del projecte

Aquest projecte és força ampli doncs tracta sobre la política cultural en arts visuals d'un municipi mitjà i, per tant, engloba diferents equipaments culturals, un equip mitjà de persones i un volum pressupostari de certa envergadura. De tota manera, moltes de les propostes que planteja aquest projecte ja estan funcionant, i una part de l'equip humà ja està treballant per a la institució. El que es planteja principalment és reorientar els programes per tal que tot respongui a un marc estratègic comú, i ampliar el projecte en alguns serveis.

En aquest apartat s'analitzarà breument la pre-viabilitat del projecte marc, atenent als cinc criteris que s'utilitzen habitualment per al seu anàlisi: mercat, coneixement tècnic, viabilitat financera, viabilitat econòmica i circumstàncies. Aquest anàlisi funcionarà com a conclusió d'aquesta part del treball de definició del marc estratègic del projecte.

En relació al mercat, o demanda, ja s'ha documentat àmpliament en la segona part de l'estudi que existeixen indicadors que mostren que sí hi ha demanda existent i no coberta, tant en l'àmbit de propostes d'art a l'espai públic (quan s'han fet projectes han tingut un alt nivell d'acceptació entre el públic), com en l'àmbit de suport als creadors del territori (els creadors manifesten diverses necessitats no cobertes), així com en l'educació i formació en art (alts nivells d'assistència als tallers de l'Escola d'Arts i als tallers del centres cívics, i les activitats educatives per a escoles i famílies), i en la difusió (àmbit més desenvolupat, però amb línies de treball no cobertes i demandades com és art emergent, o artistes contemporanis consolidats).

Tot i que el sector de les arts visuals es caracteritza per la seva invertebració, existeix coneixement tècnic i experiència suficients tant per part de l'organització en qüestió, com per altres organitzacions i agents, per tal de poder portar a terme el projecte. La organització té personal especialitzat treballant per al projecte, però es necessitaria una major dedicació, i en alguns moments s'haurien de contractar assessors externs per recolzar algunes activitats (convocatòria programacions, comissariats, educadors, artistes, etc).

Els espais municipals necessaris per a desenvolupar el projecte són els següents:

- Centre d'Art Torre Muntadas: Sala d'Art Josep Bages i espais auxiliars (magatzem, recepció, lavabos, sala polivalent)
- Centre Cultural Torre Balcells: sala d'exposicions d'arts visuals i espais auxiliars (petit magatzem, recepció, lavabos)

- Centre Cívic Jardins de la Pau: sala d'exposicions, aules de formació, aula de noves tecnologies i espais auxiliars
- Centre Cívic Sant Jordi Ribera Baixa: sala d'exposicions, aules de formació, aula de noves tecnologies i espais auxiliars
- La Capsa, Centre de Cultura Contemporània: aules de formació, aula de noves tecnologies i espais auxiliars
- Cèntric, Espai Cultural: sala d'exposicions, auditori i espais auxiliars
- Centre Cultural el Remolar: aules de formació i espais auxiliars de l'Escola d'Arts del Prat
- Viver d'empreses culturals: 10 despatxos-tallers

Tots aquests espais ja existeixen i funcionen amb més o menys continguts d'arts visuals, només es proposa crear un de nou, el Viver d'empreses culturals, però s'està pensant en fórmules alternatives. Una possible fórmula consistiria en buscar locals a la ciutat de titularitat pública que estiguin tancats (especialment d'ADIF), per tal que siguin cedits a creadors amb unes condicions determinades. La gestió la podria assumir l'Ajuntament (Departament de Cultura i Promoció Econòmica haurien de treballar plegats). Respecte de l'espai Cèntric, cal dir que és un equipament que s'acaba d'inaugurar i el projecte planteja l'interès de dedicar el seu espai expositiu a arts visuals, i específicament a propostes d'art emergent.

Cadascun d'aquests espais ha d'anar condicionat amb la infraestructura adequada per al tipus d'activitat que desenvolupi:

- Si és una sala d'exposicions ha de tenir guies de paret per penjar obra, rails d'il·luminació a on instal·lar focus, mobiliari per a exposicions (peanyes, taules, vitrines...), projectors, TV, ordinador
- Si és una aula de formació per a tallers d'arts plàstiques cal taules, cadires, piques, extractors, projector, tv, ordinador. Les aules de noves tecnologies han de disposar d'ordinadors amb programes informàtics especialitzats (d'edició de vídeo, tractament d'imatge...), projector, tv.
- Els despatxos-taller requereixen una mínima infraestructura, es tractaria de deixar l'espai buit amb les instal·lacions i els serveis adequats i cada persona s'ocuparia d'equipar-lo segons les seves necessitats.

Els espais existents ja estan condicionats, però sovint amb limitacions. Caldria millorar les instal·lacions i equip tècnic. Es planteja la necessitat de buscar fórmules interessants a nivell de finançament (renting, leasing...) i fer una millora progressiva.

A nivell de recursos humans, cal un equip de persones suficient per poder tirar endavant el projecte i amb el perfil professional adient. Estem parlant aproximadament d'unes 4 jornades laborals, a les que cal sumar personal d'atenció al públic dels equipaments, la direcció dels Centres Cívics (la part de jornada que dedicarien al projecte de visuals), i el personal contractat temporalment (talleristes, educadors, muntadors, comissaris, etc). Respecte dels recursos que hi ha actualment, això suposa un increment d'una jornada i una cinquena part de jornada.

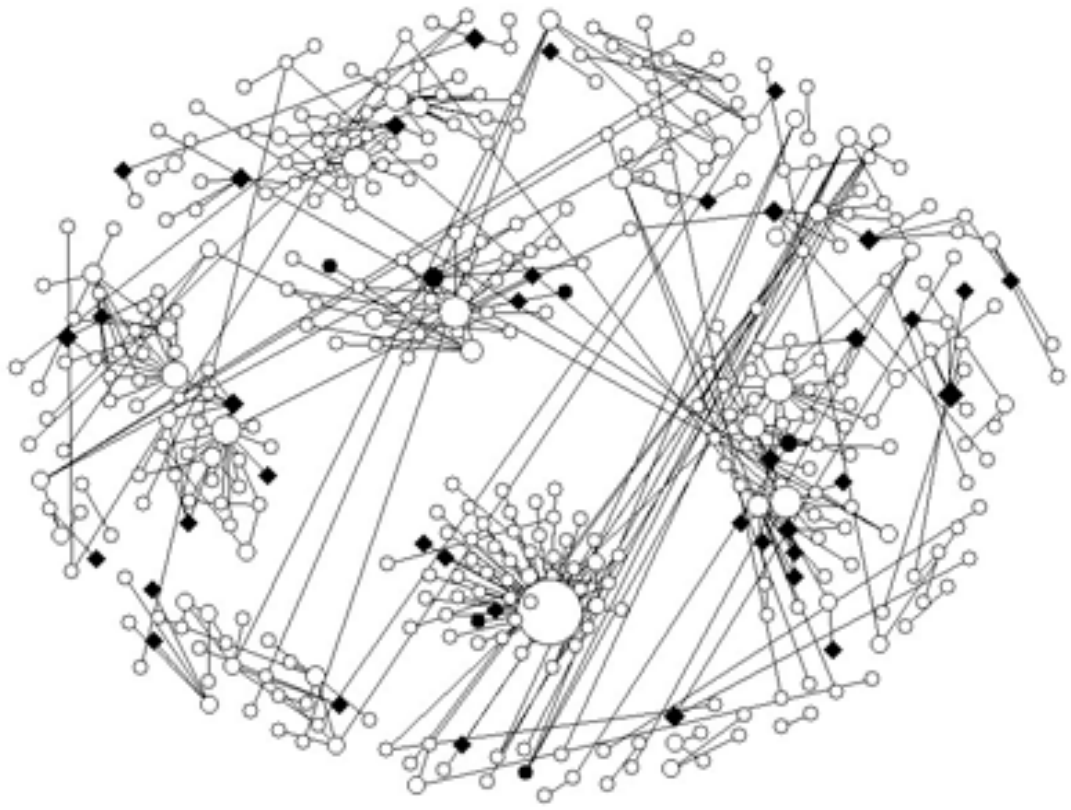
També caldran uns recursos materials per tal de poder tirar endavant la producció dels diferents programes, iniciant alguns de nous (art a l'espai públic, accions d'articulació del sector). Com que actualment els recursos per aquest programa són molt limitats, caldria augmentar-los considerablement (passar de 43.325,17 € a 70.000 € aproximadament).

En realitat, com s'ha comentat al principi d'aquest apartat, aquest projecte intenta plantejar millores assumibles. Partint de què actualment es dediquen recursos insuficients al projecte, es proposa anar augmentant-los de manera progressiva i sobretot buscar fórmules alternatives de finançament mitjançant la diversificació de fonts (recerca d'esponsorització per part de les empreses que hi ha al territori; col·laboració amb altres departaments municipals en la posada en marxa de nous serveis; col·laboració amb altres institucions...). Tot sembla indicar que amb voluntat i dedicació es podrien buscar recursos per finançar el creixement del projecte.

Com que es tracta d'un projecte d'àmbit municipal, és imprescindible que hi hagi una voluntat política per part de l'Ajuntament. Hi ha cert interès (s'ha manifestat en diverses ocasions), però caldria un treball tècnic amb l'equip de govern per tal que la voluntat sigui ferma.

Finalment, respecte les circumstàncies, es pot destacar que malgrat la situació actual de profunda crisi del sistema econòmic no sembla convidar a iniciar nous projectes o fer créixer els existents; en aquest cas estem parlant de promoure un sector que s'apunta com un dels sectors econòmics emergents de la societat del coneixement: les indústries creatives. En aquest sentit, les circumstàncies es poden considerar favorables.

Per tot plegat, podem concloure, que tot sembla indicar que el projecte podria ser viable.



**PART IV: PLANTEJAMENT GENERAL DEL
BLOC D'ACTUACIÓ 3: LA DIFUSIÓ**

En aquest apartat del treball es farà un plantejament general d'un dels quatre blocs d'actuació definits per tot el projecte, per tal que es pugui apreciar l'encaix entre els diferents programes i accions que l'integren, per més endavant, fer el desenvolupament detallat d'un dels seus programes. De fet, és complicat separar els diferents programes perquè tots estan molt interrelacionats, i sovint hi ha programes de diferents blocs d'actuació que estan del tot units, i, a la pràctica passen a un mateix equipament, són desenvolupats per un mateix equip de treball, etc. En tot cas, com que no és viable en aquest treball desenvolupar al nivell de gestió tots els programes que integren els 4 blocs d'actuació, s'ha decidit, fer un primer desenvolupament del bloc d'actuació més important en quant a volum d'acció i tradició, el de difusió, i concretar la producció del programa d'exposicions de la Sala d'Art Josep Bages. D'aquesta manera s'aplica el model metodològic de planificació estratègica als diferents àmbits de concreció del projecte.

4.1 Definició bloc i línies d'acció

Com ja s'ha comentat anteriorment, la difusió en arts visuals fa referència a totes aquelles accions que busquen difondre, donar a conèixer o mostrar obres o projectes d'arts visuals. Això es pot fer mitjançant diferents fórmules: propostes d'exposició, projectes d'intervenció a l'espai públic, distribució d'obres a les xarxes telemàtiques, programació d'accions o *performances* a altres espais, distribució pública per correu, premsa, etc. La forma més habitual, però no l'única, és la programació d'exposicions.

Aquest bloc es basa en una combinació de programacions estables d'exposicions variades (en quant a gènere i enfocament) amb activitats de caràcter puntual, que poden tenir un impacte més fort en quant a públics, que són festivals i programa d'art a l'espai públic. En tot cas, les activitats de caràcter puntual també es plantegen com a estables (és a dir, són part del programa i passen cada temporada amb les variacions que siguin necessàries). És important consolidar programacions i incidir en el caràcter estable perquè és la manera de dotar a la ciutat d'una oferta regular (requisit indispensable per fomentar l'accés a continguts, i la creació de públics). Hi ha dades clares de què els projectes d'art a l'espai públic que s'han portat a terme a la ciutat (1989, 2002 i 2009) han tingut un gran impacte en públics i normalització de continguts, accessibilitat, etc, mostrant que existeix un sostre de demanda no coberta.

En quant a la tipologia de propostes, aquest bloc d'actuació intenta incloure diverses línies de programació posant un èmfasi especial sobre la creació contemporània. Parteix de la premissa que és necessari l'especialització en l'ús dels espais per tal de poder desenvolupar

un programa regular, sense interferències, i que pugui ser reconegut. Així doncs, aglutina propostes d'art contemporani d'artistes històrics (l'art de les avantguardes, 1900-1950); artistes consolidats (del 1950 fins l'actualitat amb obra madura) i artistes emergents (art jove, en procés de configuració d'un llenguatge). La Sala d'Art Josep Bages atendria a les dues primeres línies, mentre que la sala d'exposicions del Cèntric se centraria en propostes d'artistes emergents, és a dir propostes de caràcter professional o semiprofessional (locals o no) i amb un marcat enfocament experimental, una aposta per joves artistes i pràctiques emergents. Aquesta mateixa línia, tindran els festivals audiovisuals que també acollirà aquest centre.

I justament es proposa treballar la línia d'art emergent al Cèntric, en tant és un magnífic equipament cultural de 3.000 m² recentment inaugurat (el 19 de desembre de 2010), ubicat al centre geogràfic de la ciutat, i que aglutina serveis culturals bàsics (biblioteca, sales d'estudi), amb d'altres més especialitzats (arxiu i auditori). Sabem que serà un equipament amb un ús intensiu, i amb públic molt divers i per això sembla interessant afavorir que aquest públic es trobi amb propostes artístiques d'aquest tipus (si no potser no s'interessarien per elles).

Un altre debat clàssic, i que a la pràctica està present de manera constant, és la presència dels artistes locals a les programacions dels espais d'art. Les preguntes que es formulen al respecte són: només per ser del territori ja s'ha de programar a determinat creador o creadora? o la proposta ha de venir recolzada per un projecte interessant? És evident que cal estar molt atents al territori, i que els recursos locals en part han de dedicar-se a recolzar propostes del territori, però també és necessari que les propostes presentin interès cultural o artístic. En aquest cas, s'ha optat per especialitzar un espai (la Sala 2 del Centre Cultural Torre Balcells) en propostes locals, tot i que la sala del Cèntric, molt en coordinació amb el programa de suport a la creació local, atindrà especialment propostes emergents de creadors de la ciutat. Sigui com sigui, cal afavorir la difusió de la producció local i forana de qualitat i estimular la pràctica de l'autocrítica i l'autoexigència³⁰.

Finalment, la petita Sala d'exposicions del Centre Cívic Jardins de la Pau, queda especialitzada en el gènere de la fotografia, que és una línia que fa anys que funciona de manera satisfactòria, i que té la seva raó de ser en què una entitat del sector (Agrupació fotogràfica del Prat) resideix en aquest centre, i es complementa amb una línia de tallers també especialitzats. Caldrà donar cabuda a propostes de tall *clàssic*, però també de més *experimentals*, a més a més, de propostes del tot *amateurs* (accions de dinamització), locals i no locals.

³⁰ GUNTÍN F. (1998). *L'art contemporani des de l'àmbit local. Eines per al disseny i la gestió de programes d'arts visuals*. Pagès editors, Diputació de Barcelona.

I la Sala d'exposicions del Centre Cívic Sant Jordi Ribera Baixa només dedicarà una petita part de la seva programació a exposicions d'arts visuals. Aquestes exposicions seran variades, propostes emergents, però també de tall més clàssiques, i es farà especial incidència en la producció de projectes pensats per a l'equipament i el barri, és a dir, propostes artístiques que prenguin el context com a part de l'obra i permetin un reflexió sobre el centre, el barri, etc. A més a més, de propostes artístiques que vagin en consonància amb els línees programàtiques del centre (la cuina, les arts escèniques i les noves tecnologies).

El programa d'art a l'espai públic es basarà en propostes innovadores i emergents d'art a l'espai públic (tant físic, com virtual), principalment de caràcter efímer. Aquest tipus de projectes acostumen a ser costosos en quant a recursos, doncs, treballar a l'espai públic sovint implica *condicionar-lo* per poder acollir determinades propostes.

A continuació s'inclou un quadre que sintetitza la informació general del bloc d'actuació de difusió, amb tot els llistat de programes i informació sobre línea expositiva, superfícies, equipament tècnic, model de gestió i personal especialitzat de cada un dels programes. En annexos, s'inclouen plànols i fotografies de cadascun dels espais.

Taula 5: Taula de programes del bloc d'actuació Difusió Arts Visuals

BLOC D'ACTUACIÓ DIFUSIÓ ARTS VISUALS Taula de programes						
Espai	Activitats / any	Línea	Superfície	Equipament tècnic	Model de gestió	Personal especialitzat
Sala d'Art Josep Bages	3	exposicions d'artistes històrics consolidats	127 m2, 57 m lineals	Guies de focus, guies paret, parets mòbils, DVD, projectors, TV, peanyes, marcs	Gestió directa. Externalització serveis a AAAP, conveni col·laboració	1 jornada
Sala d'exposicions del Cèntric	4	art contemporani emergent	140 m2	Guies de focus, guies paret, parets mòbils, DVD, projectors, TV, peanyes, marcs	Gestió directa. Externalització serveis a AAAP, conveni col·laboració	½ jornada
Festivals d'audiovisual a l'Auditori del Cèntric	3		302 localitats	Pantalla 4x7 m Equips imatge i so d'última generació (possibilitat tramesa dades - Projecte Anella Cultural)		
Sala 2, Centre Cultural Torre Balcells	6	artistes locals	83.5 m2 52 m lineals	Guies de focus, guies paret, parets mòbils, DVD, projectors, TV, peanyes, marcs	Gestió directa. Externalització serveis a AAAP, conveni col·laboració	Personal de Sala d'Art Josep Bages
Sala d'exposicions del Centre Cívic Jardins de la Pau	10	fotografia	53 m2 21 m lineals	Guies de focus, guies paret, DVD, projectors, TV, peanyes, marcs	Gestió directa. Contracte se serveis amb Trànsit Projectes.	½ jornada dinamitzadora
Sala d'exposicions del Centre Cívic Sant Jordi Ribera Baixa	2	territori, cuina, arts escèniques i tecnologies de la informació	60 m2 18.37 m lineals (+ 10 m vidre)	Guies de focus, guies paret, parets mòbils, DVD, projectors, TV, peanyes, marcs	Gestió directa. Contracte se serveis amb Tasca. Projectes d'animació sociocultural.	
Programa estable d'art a l'espai públic	1	art contemporani emergent i efímer		Depèn de les propostes	Gestió directa	1/3 jornada tècnica municipal

4.2 Sistema de selecció

En relació a la programació dels espais d'art la pregunta que es planteja és a què cal donar suport, què programar i per què programar uns creadors i no altres. Es planteja el problema de l'elecció pública dels projectes culturals (és a dir, d'elecció fora del mercat), i de la determinació dels criteris de valoració corresponents³¹. L'avaluació de la qualitat –que és un factor multidimensional que engloba aspectes tècnics, estètics, culturals i socials- pot resultar molt controvertida, per això resulta imprescindible poder definir els criteris de manera clara i transparent i establir una jerarquia d'objectius i indicadors de resultats en la que basar l'elecció de programació.

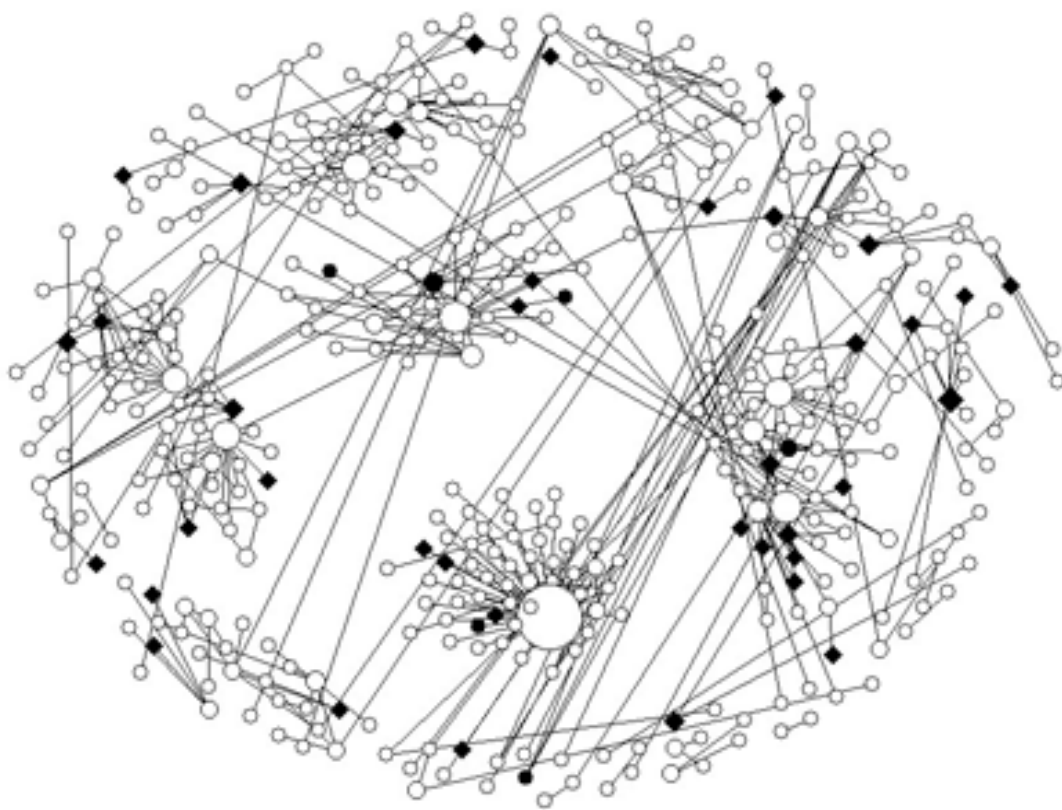
Per tal de reduir la bretxa que pugui existir entre la política cultural i les preferències dels ciutadans, es suggereix millorar la participació pública en el procés d'elaboració de les polítiques. Per exemple mitjançant un sistema de valoració de la qualitat per tercers (creadors, crítics, docents, gestors culturals, galeristes, agents locals del sector): comissió assessora amb perfils diversos / comissari o curadors per temporades / jurat d'experts, etc

En aquest cas, la programació dels diferents espais i programes l'elaborarà un jurat d'experts, que valorarà les diferents propostes que s'hagin presentat a una convocatòria pública. Es tractarà d'una convocatòria complexa, en el sentit, que tindrà una dimensió de ciutat, i per tant, la idea és que pugui donar continguts a diversos programes – equipaments: Cèntric, Centre Cultural Torre Balcells, programa d'art a l'espai públic, alguna exposició del Centre Cívic Sant Jordi Ribera Baixa i algunes del Centre Cívic Jardins de la Pau.

La dificultat de fer una única convocatòria pot venir del fet que les línies d'exposició de cada centre són diferents, i en ocasions, el tipus d'artista al qual es dirigeix. A més a més, els recursos disponibles per a la producció d'exposicions a cada centre disten entre si. Caldria estudiar més en profunditat, si seria adient fer una única convocatòria, o bé, obrir diverses convocatòries alhora. En tot cas, sí és clar el fet que hi haurà un jurat d'experts que farà la presa de decisions.

³¹ *Forum de Regidors i Regidores de Cultura. Grup de treball: Polítiques de suport a la creació local.* Diputació de Barcelona. 2008

**PART V: PLA OPERATIU DEL PROGRAMA D'EXPOSICIONS
A LA SALA D'ART JOSEP BAGES**



En aquest apartat es desenvoluparà el pla operatiu de la programació d'exposicions de la Sala d'Art Josep Bages per al 2011. Em centraré exclusivament en la programació d'exposicions, obviant les activitats paral·leles que es porten a terme al voltant de les exposicions, doncs tot aquest bloc d'activitats forma part del programa d'educació en l'art que pertany al bloc d'actuació de formació i educació en art. Tot i això, cal reconèixer que aquesta és una part molt important de les activitats que es realitzen des d'aquesta sala d'exposicions i potser en alguna ocasió es mencionaran (sense entrar en detalls operatius).

5.1 Definició d'objectius estratègics i operatius

Els objectius estratègics del programa d'exposicions de la Sala d'Art Josep Bages són:

- Garantir i promoure l'accés de la ciutadania a les pràctiques artístiques contemporànies, mitjançant una programació d'exposicions d'artistes contemporanis històrics i consolidats, convertint-se en l'equipament de referència en aquest tipus de programacions.
- Promoure una programació de qualitat que busqui l'excel·lència cultural i que permeti desenvolupar al seu voltant tot un seguit d'activitats educatives diverses.
- Consolidar els públics reals, crear-ne de nous i crear demanda.
- Fomentar la reflexió, el debat i el treball intel·lectual sobre arts visuals i pensament contemporani.

Els objectius operatius que el programa es planteja per al 2011 són:

- Incrementar els públics assistents en un 10% respecte l'any anterior
- Incrementar el públic familiar en un 20% respecte l'any anterior
- Reduir en un 5% la despesa per visitant
- Ampliar la base de dades de la sala en un 20% (incidència recollida de dades de públic)
- Acabar l'any amb un pressupost d'ingressos i despeses equilibrat
- Consolidar l'equip de treball
- Millorar els processos de treball (avaluació per part de l'equip)
- Augmentar la visibilitat del projecte a partir de la creació d'una web (3.000 visites anuals)
- Buscar finançament privat per al projecte (patrocini d'empreses del territori)

A l'apartat d'avaluació es desenvolupa el tema d'eines d'avaluació i indicadors, que serviran per avaluar el compliment d'aquests objectius.

5.2 Pla d'operacions o producció

La Sala d'Art Josep Bages és un dels serveis del Centre d'Art Torre Muntadas. El **model de gestió** que s'aplica per a la gestió d'aquest equipament és gestió directa, però amb una part del servei externalitzada en una associació del municipi del sector –l'Associació d'Amics de l'Art del Prat-. Aquesta prestació de serveis està regulada mitjançant conveni anual entre l'Ajuntament i l'Associació. Es tracta d'una fórmula interessant que funciona prou bé i que busca implicar *als públics* (entesos en sentit ampli) en la gestió de l'equipament i la programació, més enllà de fer-los co responsables d'una programació, se'ls hi posen les condicions per què siguin els propis gestors.

Com es veurà en detall a l'apartat de recursos humans, des del Departament de Cultura es porta la supervisió i coordinació general del servei i la gestió i seguiment del pressupost. Amics de l'Art, en canvi, té encomandes les tasques de comissariat i coordinació d'exposicions, atenció al públic, conducció de l'equipament i seguiment del seu manteniment, disseny gràfic, muntatge i servei educatiu.

Es detecta una possible millora de forma en aquest model de gestió, consistent en canviar la forma del conveni pel de contracte de serveis. De fet, el conveni actual no només inclou la prestació de serveis a la Sala d'Art Josep Bages, sinó també a Torre Balcells, i estableix les condicions per a la gestió de l'Escola d'Arts (servei gestionat per l'entitat, amb recolzament econòmic i infraestructural per part de la institució). Separar les dues modalitats de *relació* evitaria algunes confusions que a vegades es donen. Un altre element a plantejar-se és si valdria la pena que el pressupost també el gestionés l'Associació, de manera que molts tràmits i gestions fossin molt més ràpids i àgils del que actualment són.

Aquest programa consisteix en la programació i producció de tres exposicions anuals. Com s'ha comentat anteriorment la línia expositiva és artistes contemporanis històrics i consolidats. La sala d'exposicions programa per anys naturals. Les accions a desenvolupar per tal de possibilitar que això es porti a terme s'aniran desenvolupant en els següents apartats.

5.2.1 El procés de programació

La programació d'aquest espai d'art contindrà produccions pròpies, intercanvi o coproducció d'exposicions i exposicions en circuit, sent les dues últimes modalitats les més abundants.

Per possibilitar establir una programació d'aquesta sala caldrà fer una recerca de diferents propostes, consultant a agents distribuïdors diversos (exposicions itinerants que oferta el programa d'arts visuals de l'Oficina de Difusió Artística de la Diputació de Barcelona o la direcció general de cooperació cultural del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, fundacions, museus, associacions, galeries, etc). Un cop s'hagi fet una exploració i identificació dels productes d'aquesta tipologia que hi ha al mercat, es procedirà a fer una selecció de propostes (en funció de l'adequació a la línia de programació, l'interés de les propostes i l'adequació als recursos disponibles). Finalment les propostes seleccionades configuren la programació.

Com s'ha comentat en l'apartat anterior, la programació d'aquest espai expositiu no aniria per convocatòria perquè la convocatòria no és una fórmula adequada per aquest tipus de propostes. En tot cas, és convenient que el jurat que decideix la programació de la resta d'espais, també pugui intervenir en la decisió d'aquest, per tal que les programacions puguin tenir relació si es dóna el cas. La recerca de propostes aniria a càrrec de la tècnica municipal i la coordinadora de les exposicions, malgrat que la decisió final es compartiria amb el jurat de la convocatòria de visuals de ciutat.

Aquest conjunt d'accions, s'ha de fer amb la suficient antelació com per poder treballar amb el temps necessari la primera exposició del calendari (més endavant, al cronograma es marca quan cal fer les diferents tasques). Un cop tancada la programació, es confirmaran dates i condicions als agents distribuïdors pertinents i es pactarà un primer calendari de treball.

A continuació s'estableix una possible programació per a la Sala durant l'any 2011, per tal d'exemplificar la tipologia d'exposicions i treballar la producció i el pressupost a partir de casos reals:

- Joan Miró. La metàfora de l'objecte. Exposició itinerant produïda per la Fundació Miró i la Generalitat de Catalunya.
- Joan Ponç. Capses secretes. 1975-1980. Programa d'arts visuals de l'Oficina de Difusió Artística
- Chillida. Codis. Exposició produïda pel Museo Chillida-Leku, i ofertada en itinerància pel Departament de Cooperació Cultural de la Generalitat de Catalunya.

5.2.2 El procés de producció d'una exposició

A continuació s'enumeren les tasques que cal fer per a la preparació i producció d'una exposició. En funció de si es tracta d'una producció pròpia, co-producció o itinerància, les tasques són més o menys àmplies i la complexitat del procés és força diferent. Com que la proposta de programació per al 2011 es compon per 3 exposicions itinerants, les tasques i fases de treball es corresponen amb el que implica acollir a un espai municipal, una exposició ja produïda:

- Reunions de treball amb l'agent distribuïdor o proveïdor (per acordar condicions, establir calendaris i concretar tots els aspectes).
- Signatura de contracte o conveni, prèvia aprovació de partida pressupostària corresponent (segons procediment administratiu). En aquest sentit, cal incidir en la necessitat d'aplicar el codi de bones pràctiques en quant a remuneració dels professionals, no es pot substituir la remuneració per la promoció o currículum que suposa accedir a fer una exposició (mimetitzant situacions que passen al sector privat de les galeries i a causa de la manca de consciència professional de molts creadors). En el contracte s'indicaran les condicions i els acords als que s'ha arribat. Es tracta d'un contracte privat de cessió del dret d'exposició pública de les obres que especifica les condicions pactades, i és signat per ambdues parts. Veure en l'annex 3 un contracte model.
- Disseny exposició (distribució de les peces a l'espai dissenyant l'itinerari de visita i en funció de la relació que s'estableix entre les obres en un espai concret).
- Disseny campanya de comunicació i posada en marxa (més detalls al pla de màrqueting).
- Contractació assegurança clau a clau. Això es farà en coordinació amb el Departament de Contractació de l'Ajuntament (qui té relació amb diferents empreses asseguradores)
- Embalatge obra
- Càrrega i transport especialitzat. Caldrà contractar prèviament el transport, demanant pressupost a diferents proveïdors de confiança. Un cop decidit amb qui es treballarà s'haurà de concretar la data i l'hora amb l'artista o proveïdor i comunicar-ho a l'empresa.

- Descàrrega, desembalatge obra i muntatge exposició. El muntatge és un altre aspecte important d'una exposició, doncs és l'acte de comunicació pública d'unes obres, acte de circulació d'idees. Darrera d'una tria d'obres sempre hi ha un o varis conceptes que justifiquen la seva presentació en públic (mostra d'obra recent, resposta de creadors a una temàtica social, mirada retrospectiva del treball d'un autor, etc). El muntador ha de saber traduir o formalitzar el plantejament de l'exposició amb una posada en escena que conciliï les exigències de cada obra, la relació que s'estableix entre elles, etc. Ha de conèixer i treballar en els conceptes de percepció visual per tal d'aconseguir l'objectiu preestablert.
- Retolació i senyalització d'una exposició: dispositius d'informació que contextualitzen, complementen, ordenen i orienten. Molt importants i concebuts per a públic no especialitzat. Rètols de les obres (fitxa tècnica).
- Inauguració. La inauguració és un acte important, al que normalment assisteixen els diferents agents implicats (artista, institució organitzadora, institucions col·laboradores, etc). És necessari planificar com serà aquest acte, si hi haurà parlaments, vernissatge... establint un planning de l'acte per tal que es pugui desenvolupar amb normalitat.
- Desmuntatge
- Embalatge
- Càrrega i transport de tornada

5.2.4 Recursos materials i infraestructurals

Pel que fa a aspectes infraestructurals, val a dir que les propostes d'art contemporani presenten unes necessitats tècniques àmplies i específiques: gran diversitat de suports i formats (quadres, fotografies, escultures, instal·lacions tridimensionals, projeccions, etc) i necessitats de posada en escena molt diverses (enfosquir, intervencions sobre murs, terra, sostre, construcció d'espais, etc). És convenient comptar amb les millors condicions per poder acollir-les. Cal garantir que es puguin acollir des de propostes de muntatge convencionals fins a projectes radicals i transformadors. Cal estar preparats tècnicament per atendre propostes molt variades.

Taula 6: Recursos materials i infraestructurals necessaris

	DESCRIPCIÓ
ESPAI:	Sala d'Art Josep Bages
INFRAESTRUCTURA:	Guies de paret
	Guies i focus d'il·luminació
	Parets mòbils
	Aparells de control d'humitat i llum
	Projectors
	TVs
	Marcos
	Peanyes
	Taules
	Equips de música
	Ordinadors
	DVDs
	Eines variades bricolatge
	Escala alta i lleugera

5.2.5 Recursos humans

Cal associar una sèrie de perfils professionals al projecte per tal de fer-ho possible. Hi haurà professionals contractats de manera estable, i d'altres que oferiran un servei concret i estaran contractats per fer una tasca concreta (es consideren proveïdors i en el quadre de recursos humans estan a la part "altres col·laboradors").

A continuació s'incorpora el quadre amb tots els perfils professionals associats a la programació d'exposicions de la Sala d'Art Josep Bages:

EQUIP BASE

PERFIL PROFESSIONAL	FUNCIO	DEDICACIO	MODALITAT CONTRACTACIO
Tècnica de Cultura de l'Ajuntament del Prat de Llobregat	Supervisió general equipament i programa. Seguiment i coordinació programació i activitats. Gestió econòmica del projecte (contracte amb els artistes, producció de transport, pagaments, impremta, etc.) Coordinació amb altres departaments municipals (brigada, etc)	1/3 jornada	Funcionària interina
Coordinadora exposicions	Coordinació exposicions, comissariat d'algunes, atenció al públic (dimarts i dimecres), seguiment manteniment edifici, muntatge exposicions, servei educatiu	2/3 jornada	Contracte indefinit a temps parcial (contractada per AAAP, segons conveni del lleure educatiu)
Dissenyador gràfic	Disseny gràfic de tots els elements de difusió, atenció al públic (de dijous a diumenge), seguiment manteniment edifici, actualització fons documental.	1/2 jornada	Contracte indefinit a temps parcial (contractada per AAAP, segons conveni del lleure educatiu)
Personal neteja	Neteja de la sala d'exposicions	1/3 jornada	Contracte fix (empresa de serveis, gestionat per Dept. Manteniment i Serveis)

PERSONAL DE SUPORT

PERFIL PROFESSIONAL	FUNCIO
Cap Dept. de Cultura i Joventut	Supervisió i coordinació estratègica del programa
Cap de negociat Dept. de Cultura	Suport gestió econòmica-administrativa
Auxiliar administrativa	Suport seguiment comptable. Manteniment base de dades (mailing). Trameses. Petició de serveis extraordinaris a Departament de Manteniment i Serveis.
Personal de manteniment i serveis	Manteniment de l'equipament
Departament Logística	Transports interurbans i rodalies
Responsable comunicació Dept. de Cultura	Assessorament i suport en comunicació i tics

COORDINACIÓ ESTRATÈGICA

Coordinació Xarxa Equipaments Culturals (Dept. de Cultura), Dept. d'Educació, Dept. de Programes (Gent gran, dona...), Normalització lingüística, etc

ALTRES COL-LABORADORS

Educadors d'art, comissaris, crítics d'art, empreses de muntatge d'exposicions, empreses de transport d'obres d'art, impremtes, empreses retolació i serigrafia...

Taula 7: Recursos humans vinculats a la programació de la Sala d'Art Josep Bages

5.3 Pla de màrqueting

En aquest apartat es desenvoluparà el pla de màrqueting que s'aplicarà al programa analitzat, entenent el màrqueting com aquella disciplina que té com a objectiu propiciar el màxim d'intercanvis satisfactoris entre ofertant i demandant. L'eina que es farà servir per a la proposta és la seqüència de les 4 Ps pròpia del màrqueting mix.

5.3.1 Producte

D'una banda, hi ha el producte que s'ha descrit àmpliament en apartats anteriors d'aquest treball. Es tracta d'exposicions d'arts visuals d'artistes contemporanis *històrics* o actuals consolidats, alguns exemples serien: Joan Miró, Antoni Tàpies, Pablo Picasso, Salvador Dalí, Luis Eduardo Chillida, Joan Brossa, Joan Ponç, Perejaume, Miquel Barceló, Josep Guinovart, Albert Ràfols Casamada, etc. Per tant, és una línia de producte amb força demanda, i relativament *comercial*. L'organització cultural, des del punt de vista del màrqueting, queda a mig camí entre el centrament en el producte (es fixa en el valor intrínsec del producte) i el centrament en el mercat (els artistes coneguts atreuen per si sols molts més públics). En arts visuals la comercialitat d'una proposta no ve marcada tant per la tipologia (com en arts escèniques, amb l'exemple prototípic del musical, o les peces d'autor), sinó més aviat per la popularitat i reconeixement de l'artista que signa les obres (tot i que puguin ser propostes molt *reflexives*).

5.3.2 Preu

D'altra banda, hi ha el preu, que en l'àmbit cultural no depèn del cost, sinó del valor que se li dóna al producte, és a dir, del preu que les persones estan disposades a pagar. En aquest cas, l'accés a les exposicions de la Sala d'Art Josep Bages és gratuït, de la mateixa manera que les activitats educatives per a grups, famílies i escoles tampoc tenen cap cost pel demandant. L'únic producte que té un cost per al ciutadà en aquest servei són els catàlegs d'exposició, que tenen un preu molt simbòlic, des dels 3 als 12 € (en funció del tipus d'edició). L'accés a totes les exposicions que es porten a terme a la ciutat és lliure en quant a cost econòmic (cal contemplar que hi poden haver altres despeses relacionades – transport, temps, aparcament, etc-).

Aquesta política de gratuïtat respon al fet que el titular de la sala és una administració local que té com un dels objectius bàsics promoure l'accés de la ciutadania a aquests continguts. L'argument que hi ha a la base és que no posar preu d'entrada, és eliminar una possible

barrera al consum (les possibilitats econòmiques del consumidor). De tota manera, al voltant d'això existeix un debat important, doncs potser el fet de què l'accés sigui gratuït no es tradueix directament en més visitants, perquè la percepció de valor del producte cultural es redueix (pel fet que l'entrada sigui lliure). Per no entrar en la discussió de si l'administració ha d'assumir el 100% del cost de determinats serveis (en aquest cas, els indicadors del 2009 mostren que el cost d'exposició per visitant es mou entre 8,85 i 2,59 €, sent d'una mitja de 5,81 €).

5.3.3 Distribució

Pel que respecta a la distribució, primer de tot constatar que estem davant un producte cultural plantejat per al consum col·lectiu (és a dir, per consumir de manera conjunta en un determinat lloc i durant un determinat espai de temps). En els seus canals de distribució hi intervenen pocs agents: el productor (generalment Diputació, Generalitat o fundacions per encàrrec d'aquestes administracions) i l'Ajuntament del Prat, des del que arriba al consumidor. Com que l'entrada és gratuïta, no hi ha servei de venda d'entrades, i el consum es realitza a la sala d'exposicions en l'horari d'obertura.

Els horaris d'obertura al públic del servei, que evidentment marquen el tema de recursos humans necessaris per a tirar endavant el projecte, són:

Taula 8: Horaris Sala d'Art Josep Bages

Horari d'hivern	Horari d'estiu
De dimarts a dissabtes, de 16 a 20 h	De dimarts a dissabtes, de 16 a 21 h
Diumenges i festius, de 11 a 14 h	Diumenges i festius, de 11 a 14 h

En cas de visites dinamitzades, principalment escolars, a les exposicions en horaris de matins, la sala d'exposicions s'obre per al grup.

Un últim aspecte relacionat amb la distribució és la localització comercial del servei. La Sala d'Art Josep Bages està ubicada al c. Jaume Casanovas, 80, a la planta baixa d'una antiga casa d'estiueig, en ple casc antic de la ciutat, a prop de la plaça de la Vila i l'edifici principal de l'Ajuntament. L'edifici té un important valor històric i simbòlic a la ciutat, doncs, és una de les construccions més antigues que es conserven, i que un cop va ser expropiada després de la Guerra Civil ha tingut usos diversos, sent sala d'exposicions des del 1977. És un espai força conegut, però el carrer on s'ubica no té gens de vida comercial. De fet, el carrer paral·lel (c. Ferran Puig) és un dels principals carrers comercials, però en canvi el c.

Jaume Casanovas té pocs comerços i serveis, i també poc pas de gent (la majoria de nous negocis que obren no funcionen, i alguns dels antics estan tancant). Es tracta d'una zona amb poca densitat de població. Recentment s'ha inaugurat a un edifici del costat un equipament per a joves.

5.3.4 Promoció

Arribant ja a l'última de les Ps, s'analitza la variable promoció, entesa com l'eina de comunicació mitjançant la qual es transmet un missatge i una imatge del programa i que té com a objectius informar, educar i persuadir.

El pla de comunicació del programa d'exposicions de la Sala d'Art Josep Bages articularà diferents eines de comunicació, suports publicitaris i accions de promoció, combinant una comunicació genèrica, dirigida a un públic general, amb una comunicació segmentada, adreçada als diferents segments de públics identificats. S'intenta projectar una imatge de què es treballa amb propostes de qualitat, d'excel·lència cultural, fent èmfasi en què això no vol dir que siguin propostes *diffícils*. De fet, es donarà molta importància a les activitats de dinamització que es programen, com a eines per apropar els continguts a tothom. Per tant, es vol donar una imatge que combina la qualitat de continguts amb l'accessibilitat i proximitat.

La campanya de comunicació inclouria diferents elements de **publicitat** –veure mostra a l'annex 4- que s'utilitzaran a les diferents propostes expositives:

-Web del Centre d'Art Torre Muntadas, que aglutinaria la informació sobre arts visuals a la ciutat, i que dediqui un espai important a la programació de la Sala. Es pot trobar informació de l'exposició en curs, un històric d'exposicions i les properes exposicions, a més a més, d'informació sobre els activitats educatives que s'hi desenvolupen. Es buscaria que el disseny de la web sigui elegant, modern i clar, i s'opta per què la seva imatge identificativa sigui l'edifici (pel valor històric i simbòlic que té).

-Edició de 1500 targetons de cada exposició en paper. Per una cara inclou la imatge d'exposició i per l'altra la informació bàsica (títol exposició, autor, període, espai, dades pràctiques –adreça, horaris- i enumeració de les activitats vinculades a l'exposició). Incorpora els logotips de l'Ajuntament, de l'espai i dels col·laboradors seguint l'estandardització que marca el Departament de Premsa. Té unes mides de 14,8 cm per 10,5 cm. S'imprimeix a 4 tintes, amb vernís mate, i amb paper estucat mate de 300 grams de gramatge.

S'enviaria per correu postal, uns 10 dies abans de la inauguració, a un mailing postal que inclou galeries, crítics, regidors d'altres municipis, centres d'art, artistes de la ciutat i artistes que han participat de la programació de la ciutat, associacions culturals del municipi, centres educatius, i ciutadans que han demanat rebre informació sobre exposicions.

-Targetons digitals d'exposició. Adaptació del targetó en paper a versió digital per enviar per correu electrònic. També s'enviaria uns 10 dies abans de la inauguració a galeries, crítics, centres d'art i ciutadans que han demanat rebre informació sobre exposicions via mail.

-Cartells d'exposició amb informació bàsica (títol exposició, autor, període, espai, dades pràctiques -adreça, horaris- i enumeració de les activitats vinculades a l'exposició) mida DINA3, autoeditats (mitjançant el servei de reprografia de l'Ajuntament), 250-300 exemplars que es penjarien una setmana abans de la inauguració per equipaments municipals diversos (culturals, sanitaris, socials, esportius...) i botigues de la ciutat.

-Full de sala d'exposició amb informació bàsica i text especialitzat (encarregat a algun crític) sobre la proposta. Mida DINA4, 4 tintes, autoedició (mitjançant el servei de reprografia de l'Ajuntament), 1000 exemplars. Es trobaria a la recepció de la sala d'exposicions.

-Breu ressenya i imatge, amb informació pràctica, que es publica a l'agenda cultural mensual en paper. 7000 exemplars. Aquesta agenda incorpora la informació de totes les activitats culturals que hi ha a la ciutat durant un mes. DINA3 plegada en creu, impressió a 2 tintes. Es fa arribar a ciutadans que han demanat rebre-la, entitats culturals, regidors d'altres municipis, i es distribueix pels diferents equipaments culturals de la ciutat i alguns bars.

-Agenda de la web municipal. Ressenya, imatge, i document per ampliar continguts.

-O'dart, Agenda d'arts visuals de l'Oficina de Difusió Artística, recull de la informació d'arts visuals dels municipis de la província de Barcelona. Ressenya, imatge, activitats i informació pràctica.

-Lona ubicada a l'exterior de l'equipament, amb informació bàsica (títol exposició, autor, període, espai, dades pràctiques -adreça, horaris, preu- i enumeració de les activitats vinculades a l'exposició), que té unes mides de 1,50 m per 5 m. Es penjaria uns 10 dies abans de la inauguració.

-Edició de catàleg d'exposició, variable en funció de la proposta. En el cas d'exposicions en circuit, normalment les institucions que els impulsen acostumen a editar un únic catàleg, però que inclou les dades de tota la itinerància.

-Edició de vídeos-entrevista d'exposició, variable en funció de la proposta. Aquests vídeos s'ubicarien a Vimeo i Youtube, i es vincularien a la web del centre. Té l'objectiu de documentar les propostes, a més a més, de promocionar-les.

-Enviament d'SMS sobre les activitats de les exposicions (inauguració i activitats educatives) a les persones que s'han donat d'alta d'aquest servei (mitjançant un únic sistema d'alta per tota la informació municipal i gestionat pel Departament de Premsa).

-Informació a les xarxes socials, facebook i twitter, a través del perfil El prat cultura (perfil dinamitzat pel Departament de Cultura i que compta amb més de 3.000 seguidors a facebook). Altres eines que s'utilitzen amb perfil propi –Centre d'Art Torre Muntadas- serien flickr, youtube i vimeo. La utilització d'aquestes eines s'inscriu dins accions de comunicació relacional i té un objectiu de creació de confiança i relació sobretot amb el públic jove. Les xarxes socials afavoreixen una relació directa i immediata amb els usuaris i incideixen en els valors de context. La utilització d'aquestes eines es dissenya amb una segmentació prèvia de públics, els i les joves, que fan que el llenguatge utilitzat i els missatges que s'estableixen s'orienten a aquest públic, no incloent-se la informació relativa als públics infantils ni a la gent gran.

Al voltant de les diferents activitats educatives que es portarien a terme es desenvoluparien accions de comunicació dirigides al segment de públic a qui s'adrecen les activitats en concret (dossier educatiu per a docents, flyers en paper i digitals del taller familiars...), però no s'exposen perquè no formen part d'aquest programa.

Com a accions de **publicity**, cal dir que de cada exposició es prepararia un dossier de premsa que s'envia als diferents mitjans de comunicació, i depenent de les propostes apareixerien articles a mitjans en paper o digitals, generalistes o especialitzats. En tot cas, sovint resulta difícil aconseguir un espai en aquests mitjans, doncs és complicat competir amb el volum d'activitat i notorietat d'una gran ciutat com és Barcelona, i a nivell de recursos humans no hi ha la possibilitat de dedicar massa temps a fer un seguiment d'aquest tema. Amb els mitjans locals la possibilitat d'impacte és molt més gran. Amb els mitjans municipals s'establiria un pacte per tal que cobrissin les activitats:

-Articles a la revista municipal, El Prat, de periodicitat mensual, tiratge 30.000 exemplars i que es bústia a tots els domicilis. Dintre de la prioritització que realitza l'equip de redacció, no sempre s'accepten els temes culturals vinculats a arts visuals. 2-3 articles anuals.

-Breus reportatges a El Prat tv, i a El Prat Ràdio (entrevistes amb els artistes, comissaris o educadors).

Els mitjans locals privats –*Delta, H2O, La Riuada, El meu Prat*- també acostumen a fer-se ressò de les activitats de la sala mitjançant reportatges, entrevistes amb els artistes, etc

Un altre element important dins la campanya de comunicació és la informació que el personal que està directament en contacte amb el públic dona a la sala. Com s'informa dels continguts de l'exposició, de les activitats, dels horaris, etc és fonamental. També és bàsic com es recull informació (necessitats, interessos, opinions) per part dels usuaris.

Taula 9: Elements campanya promoció exposicions

ELEMENTS CAMPANYA PROMOCIÓ EXPOSICIONS SALA D'ART JOSEP BAGES							
Element	Àmbit	Tipologia comunicació	Suport	Tiratge	Canal	Distribució	Periodicitat
Web del Centre d'Art	Publicitat	General i Segmentada	Digital		Internet www.torremuntadas.elprat.cat		
Targetons exposició	Publicitat	General	Paper	1500 exemplars	Físic-paper	Mailing paper	Quadrimestral
Targetons digitals exposició	Publicitat	General	Digital	1 versió	Correu electrònic	Mailing digital	Quadrimestral
Cartells d'exposició	Publicitat	General	Paper	250-300	Físic-paper	Equipaments i botigues	Quadrimestral
Ressenya agenda cultural	Publicitat	General	Paper	7000 exemplars	Físic-paper	Mailing paper agenda	Mensual
Full de sala	Publicitat	General	Paper	1000 exemplars	Físic-paper	A sala	Quadrimestral
Ressenya agenda web Ajuntament	Publicitat	General	Digital		Internet www.elprat.cat		
Ressenya O'dart	Publicitat	General	Paper		Físic-paper	Mailing especialitzat	Bimensual
Lona exterior	Publicitat	General	Lona	1	Físic	Exteriors equipament	Quadrimestral
Catàleg exposició	Publicitat	General	Paper	1000 exemplars	Físic-paper	Venta a la sala, mailing especialitzat	Quadrimestral
Vídeos-entrevista amb agents	Publicitat	General	Digital		Web equipament i altres: youtube i vimeo		Quadrimestral
SMS	Publicitat	Segmentada	Digital		Mòbils	Persones inscrites	Variable (inauguracions + activitats)
Missatges a xarxes socials	Publicitat/ Promoció	Segmentada	Digital		Webs: facebook, twitter, flickr...	Amics i seguidors	Variable (inauguracions + activitats)
Mitjans comunicació locals municipals	Publicity	General o Segmentada	Paper (butlletí) Digital (prat.tv, El Prat ràdio)		Físic-paper So T.V per internet		Variable (inauguracions + activitats)
Mitjans comunicació locals privats	Publicity	General o Segmentada	Paper o Digital		Físic-paper Internet		

5.3.5 El treball de públics

El treball de públics és bàsic dins del programa d'exposicions de la Sala d'Art Josep Bages i del projecte d'arts visuals de ciutat, de fet, és un dels centres d'interès, a més a més, del seu principal repte. El tema dels públics ja ha anat sortint en diferents apartats del present treball (model de gestió, sistema de programació, promoció...), però en aquest apartat es recull la part més operativa.

En relació a aquest tema, és més recomanable comptar amb estructures que permetin recollir la informació necessària sobre els públics de manera sistemàtica, que no pas només fer estudis de públics de manera puntual. L'ideal és poder combinar-los, i comptar amb dues eines que permeten un treball de públics sistemàtic: un mapa operatiu de públics i un sistema d'informació permanent de públics. Per motius pressupostaris, de moment no es podrien encarregar estudis de públics, així que s'opta per desenvolupar eines de gestió per a conèixer i treballar de manera diferenciada amb els públics.

El mapa operatiu de públics s'ha elaborat a partir de la identificació, jerarquització i creuament de variables de segmentació significatives i la posterior agrupació de categories de comportament³². D'aquesta manera s'ha obtingut un mapa, a partir del qual, s'ha construït una matriu de perfils de consum del programa. Això permet abordar els públics de manera diferenciada, establint estratègies d'actuació diferenciades segons el perfil de públic. A continuació s'incorpora un mapa de públics i una matriu de perfils de consum de la sala. Un cop elaborades aquestes eines caldria ampliar els seus continguts amb la informació que s'obtingui el dia a dia.

Taula 10: MAPA DE PÚBLICS DE LA SALA D'ART JOSEP BAGES

CATEGORIES		Proactius	Reactius	Inactius
1	Públics en formació	A		B
2		C		
3	Públics adults	D	F	G
4				
5		E		
6		H		

³² S'adopta l'exemple que proposen Colomer i Sellas a *Marketing de las artes escénicas. Creación y desarrollo de públicos*.

Taula 11: Matriu de perfils de consum de la Sala d'Art Josep Bages

PERFILS DE CONSUM	CARACTERÍSTIQUES	ESTRATÈGIES D'ACTUACIÓ
Públics infantils d'entorns familiars actius	nens que han tingut experiències en arts visuals induïdes per adults del seu entorn familiar	-Programació activitats per a públic familiar (<i>Art en família</i>) -Comunicació relacional amb adults de l'entorn familiar (mailing digital específic per a activitats familiar, inscripcions telefòniques...)
Públics infantils d'entorns familiars inactius	nens que no han tingut experiències relacionades amb arts visuals en la seva socialització primària i no consideren el consum d'arts visuals com a propi del seu grup social	-Programació d'exposicions comercials -Programació activitats per a escoles (<i>Programa educatiu</i>)
Adolescents	en estat transitori entre la influència vertical dels pares i l'horitzontal dels amics. Si l'interès per l'activitat en arts visuals ha estat adquirit durant la infància, ara està latent i es recuperarà més tard	-Programació d'exposicions comercials -Programació activitats per a centres d'educació secundària i instituts (<i>Programa educatiu</i>) -Comunicació relacional via xarxes socials, principalment facebook
Adults proactius sense dependències familiars	adults (incloent joves i jubilats amb autonomia personal) amb hàbit de consum expositiu interioritzat sense dependre d'estímul externs	-Programació activitats vinculades a les exposicions: visites dinamitzades, debats, xerrades amb els artistes, etc -Comunicació relacional
Adults proactius amb dependències familiars	adults (incloent joves i jubilats amb autonomia personal) que tenen dependències familiars que els priven d'un consum expositiu d'acord amb els seus interessos. El consum d'exposicions d'arts visuals passa a un segon pla a causa de les barreres i resistències.	-Programació activitats per a públic familiar (<i>Art en família</i>)
Adults reactius	adults (incloent joves i jubilats amb autonomia personal) que no han interioritzat el fet expositiu en el seu sistema personal de valors però responen a estímuls externs (mitjans de comunicació, amics, familiars).	-Programació d'exposicions comercials -Incidència en mitjans de comunicació locals i xarxes socials -Programació activitats per a públic familiar (<i>Art en família</i>) -Programació visites comentades a mida (programa gent gran, parelles lingüístiques, etc)
Adults inactius	adults (incloent joves i jubilats amb autonomia personal) que no han assistit mai a una activitat cultural en la infància o posteriorment. En general han consolidat una barrera actitudinal davant l'oferta expositiva. Si arriben a tenir interès per alguna proposta, hi ha un bloqueig de consum	-Programació d'exposicions comercials -Programació visites comentades per a grups (gent gran mitjançant programa específic, parelles lingüístiques, etc)
Adults d'edat avançada dependents	la pèrdua progressiva de facultats orgàniques disminueix l'autonomia personal. Tot i que es mantingui interès per les activitats expositives, el seu consum està supeditat a la satisfacció prèvia de les necessitats bàsiques.	-Programació activitats per a gent gran (visites comentades)

D'altra banda, el sistema d'informació permanent de públics que es faria servir a la Sala és un sistema dissenyat pel Departament de Cultura que s'utilitza a tots els equipaments culturals. Es tracta d'una base de dades en Accés que permet recollir informació diversa sobre els usuaris (dades personals, dades sociodemogràfiques i interessos). També permet classificar-los en diferents categories de gestió (perfils de consum). A continuació s'incorporen unes imatges de la seva interfície:

Figura 6: Base de dades d'usuaris

The image shows two side-by-side screenshots of a web application interface for user management. The left screenshot is titled 'ALTA D'USUARIS I USUÀRIES' (New User Registration) and the right is 'CONSULTA D'USUARIS I USUÀRIES' (User Search/View).

ALTA D'USUARIS I USUÀRIES: This form includes fields for personal data (Id, Nom, Cognoms, NIF, Data d'alta, Naixement, Grup edat), contact information (Via, Carrer, Núm, Escala, Pis, Porta, Dp, Població, Província, Telèfon, Mòbil, Fax, E-mail, Pàgina web), and interests (Infantil, Teatre/Dansa, Música / Concerts, Cursos / Tallers, Agenda cultural, @tic, Xerrades i llibres, Cinema, Exposicions). It also features a 'Signatura' checkbox and a 'Categoria' dropdown.

CONSULTA D'USUARIS I USUÀRIES: This view shows search results for a user with Id 1, Nom: Eva, Cognoms: Martin, NIF: 00.000.173-A, and Naixement: 26/10/2004. It includes a table of activities and a search bar at the bottom.

Id	Activitat	Pagat	Autorització	En curs	Imprimir	Confirmar inscripció	Reserva	Nº de reserva	Baixa
1	1245					C	R	0	X
1	1234					C	R	3	X
*	1					C	R	0	X

At the bottom of the interface, there are buttons for 'Eliminar', 'Nova alta', 'ORDRE BANCARI: Visualitzar, Imprimir', 'AUTORITZACIÓ: Visualitzar', and 'BUTLLETA: Visualitzar'. A search bar at the very bottom contains the text 'Text a cercar:' and a 'Cercar' button.

El fet de ser una activitat que es consumeix sense necessitat de passar per taquilla (tot i que es passa per recepció) en ocasions implica perdre l'oportunitat de recollir algunes dades que és més fàcil recollir quan la persona s'adreça a la taquilla, està una estona, demana unes entrades, paga, etc. Tot i així, es proposa crear sistemes de recollida d'informació. Per tal de recollir informació sobre els públics, i seguint la llei orgànica 15/1999 de protecció de dades de caràcter personal (LOPD), a la sala d'exposicions hi hauria unes butlletes per tal que la gent interessada en rebre informació pugui deixar les seves dades i autoritzar el seu ús.

A més a més, d'aquestes es farien servir altres tècniques i eines per recollir informació sobre els públics assistents: l'observació holística i l'observació pautada per part de personal d'atenció al públic i enquestes d'avaluació que es deixarien a disposició dels visitants. L'observació pautada bàsicament recull tipologia de públic (segons segments) i la

seva distribució en el temps. Les dues eines (full de recompte de visites que inclou ítems d'observació pautaada i enquesta valorativa) es poden consultar a l'annex 5.

Figura 7: Butlleta recollida dades

SI VOLS REBRE INFORMACIÓ SOBRE LES ACTIVITATS CULTURALS DE LA CIUTAT, OMPLE LA BUTLLETA AMB LES TEVES DADES I PARTICIPAR-HI!

Nom i cognoms:

Data naixement: Sexe:

Adreça: Població i CP:

Telèfon: Mòbil:

Correu electrònic:

Voldria rebre informació de:

Exposicions Agenda cultural

Teatre/ Dansa Xerrades i llibres

Música / Concerts Cinema

Cursos i Tallers Infantil

Prefereixo rebre la informació:

En paper a l'adreça postal



Digital al correu electrònic

SMS al mòbil

Signatura

Ajuntament del Prat de Llobregat
Pl. de la Vila, 1—08820 El Prat de Llobregat

D'acord amb el que estableix la llei vigent (art. 5 de la llei orgànica 15/1999), s'informa que les dades personals recollides s'incorporen en un fitxer automatitzat amb la finalitat indicada en aquest document, així com la possibilitat d'exercir els drets d'accés, rectificació, cancel·lació i oposició de les dades recollides, dirigint-se al seu propietari.

 **Ajuntament del Prat de Llobregat** www.elprat.cat  **Centre d'Art Torre Muntadas**

5.4 Pla financer

5.4.1 Pressupost de despeses

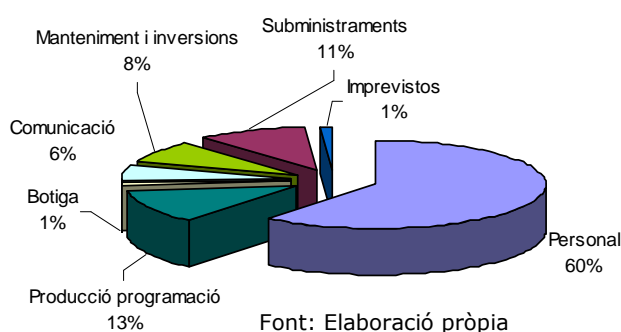
Taula 12: Pressupost de despeses Sala d'Art Josep Bages, 2011

PRESSUPOST DE DESPESES		
PERSONAL		%
Coordinació municipal	10.680,00	11,1%
Contracte de serveis Amics de l'Art	36.883,36	38,4%
Neteja	7.329,00	7,6%
Manteniment	4.059,42	4,2%
Total personal	58.951,78	61,3%
PRODUCCIÓ PROGRAMACIÓ		%
<i>Joan Miró. Metàfora de l'objecte</i>		
Assegurança	420,00	0,4%
Adaptació tècnica exposició	620,10	0,6%
Transport	936,00	1,0%
Lloguer exposició Fundació Miró	1.990,00	2,1%
Drets d'autor	460,00	0,5%
Inauguració (lloguer equips, vernissatge)	500,00	0,5%
<i>Joan Ponç. Capses secretes</i>		
Transport	660,65	0,7%
Adaptació tècnica exposició	584,42	0,6%
Impressió vinils cites	187,62	0,2%
Impressió i instal·lació vinil recepció	150,00	0,2%
Inauguració (lloguer equips, vernissatge)	500,00	0,5%
<i>Chillida. Codis</i>		
Lloguer d'exposició a Museu Chillida Leku	4.720,00	4,9%
Inauguració (lloguer equips, vernissatge)	500,00	0,5%
Total producció programació	12.228,79	12,7%
ARTICLES BOTIGA		
Compra articles per a venda a la botiga aparador	1.162,20	1,2%
Total botiga	1.162,20	1,2%
COMUNICACIÓ		%
Targetons 3 exposicions	1.440,00	1,5%
3 lones exposició	1.530,00	1,6%
3 vídeos	1.350,00	1,4%
Tramessa postal targetons	1.200,00	1,2%
Compra catàlegs	1.500,00	1,6%
Total comunicació	5.520,00	5,7%
MANTENIMENT I INVERSIONS		%
Manteniment i inversions planta baixa edifici	8.000,00	8,3%
Total manteniment i inversions	8.000,00	8,3%
SUBMINISTRAMENTS		%
Aigua	3.600,00	3,7%
Electricitat	6.200,00	6,4%
Telèfon	480,00	0,5%
Total subministraments	10.280,00	10,7%
IMPREVISTOS		%
Imprevistos	961,43	1,0%
TOTAL	96.142,77	100%

Primer de tot, especificar que en aquest pressupost no s'inclouen els costos de les activitats educatives que es desenvolupen a la sala, ni tampoc els costos generals de l'equipament de manteniment, subministraments, ni personal de neteja i de manteniment. Es tracta de les despeses ocasionades per la programació de la sala d'exposicions (no per la resta de serveis que estan en funcionament a l'equipament).

La despesa més important de la sala és el personal (amb un 60% del total), seguida de les despeses ocasionades per la producció de la programació (13%) i els subministraments (11%). La comunicació avarca un 6% del total, mentre el manteniment i inversions un 8%, i la botiga un 1%.

Gràfic 17: Distribució pressupost despeses



Respecte a la part de personal que està externalitzada mitjançant conveni, val a dir que el càlcul s'ha fet seguint el Conveni del Lleure (que és el que s'aplica a la resta d'empreses de serveis que treballen als diferents equipaments culturals de la ciutat), recentment aprovat, i aplicant els IPCs corresponents,

a més a més, del percentatge de benefici d'empresa per a la gestió i una petita bossa d'hores per si cal cobrir baixes o fer algunes hores extres.

Taula 13: Pressupost contracte serveis Sala d'Art Josep Bages, 2011

PERSONAL SALA 2011			
BASES	Coordinador projecte 2/3 jornada	Animador 1/2 jornada	
SOU BASE	13.508,83	9.174,76	
BASE SALARIAL 2011	13.508,83	9.174,76	
SEG SOCIAL 33%	4.457,92	3.027,67	
COST EMPRESA	17.966,75	12.202,43	
10 % GESTIÓ	1.796,67	1.220,24	
COST AJUNTAMENT	19.763,42	13.422,67	
7% IVA	1.257,67	939,59	
TOTALS	21.021,10	14.362,26	35.383,36
BORSA HORES			1.500,00
TOTAL			36.883,36

La contractació del personal de neteja i manteniment no la gestiona el Departament de Cultura, sinó el Departament de Manteniment i Serveis, però s'ha considerat necessari incorporar-lo en el pressupost per tenir una visió el més completa possible. El mateix passa amb els subministraments i les despeses de manteniment. El fet que la gestió del pressupost d'un mateix servei estigui repartit en diferents unitats de gestió sovint és problemàtic, doncs acaba tenint com a conseqüència que ningú té la visió global, a més a més, de què la prioritització dels diferents aspectes es fa des de diferents punts de vista.

En els conceptes de producció d'exposició destaca que quan es tracta d'exposicions en circuit de la Generalitat de Catalunya i la Diputació de Barcelona, la institució promotora cobreix una part important dels costos (depenent dels casos uns o altres, però per exemple en el cas de l'exposició de Joan Ponç, la Diputació assumeix assegurança, embalatge-muntatge-desmuntatge i coordinació servei educatiu). Per tant, el costos que apareixen en aquest pressupost no són els totals, sinó els reals per a l'Ajuntament del Prat.

Per últim destacar que s'introdueix el concepte d'imprevistos, al qual s'imputa un 1%, que serveix per cobrir costos d'alguna despesa que pugui sorgir.

5.4.2 Pressupost d'ingressos

Taula 14: Pressupost d'ingressos Sala d'Art Josep Bages, 2011

PRESSUPOST D'INGRESSOS		
APORTACIÓ AJUNTAMENT DEL PRAT		%
Aportació des de diferents partides pressupostàries	74.306,17	77,3%
TRANSFERÈNCIES CORRENTS		%
Generalitat de Catalunya	8.500,00	8,8%
Diputació de Barcelona	5.300,00	5,5%
INGRESSOS BOTIGA		%
Venda productes variats	3.536,59	3,7%
PATROCINIS		%
10 % patrocinis total projecte visuals	4.500,00	4,7%
TOTAL	96.142,77	100%

El pressupost d'ingressos es nodreix bàsicament per l'aportació de l'Ajuntament del Prat, d'un 79,3%. Aquest recursos provenen de diferents partides i capítols del pressupost de l'Ajuntament: capítol 1 - remuneració personal; capítol 2- compra béns i serveis; capítol 4 - transferències corrents i capítol 6 - inversions reals. Aquí hem optat per fer un pressupost

per projecte segons conceptes (és a dir, classificació funcional) per tenir la visió global d'aquest programa i per no complicar-ho amb el procediment que s'aplica a les administracions. Tot i això, com que aquest programa depèn d'una administració local és bàsic conèixer l'estructura i el procediment dels pressupostos públics perquè la seva gestió es fa sota aquests paràmetres de funcionament.

En aquest projecte no comptem amb pressupost per taquillatge, entrades o inscripcions, doncs, com s'ha comentat anteriorment l'entrada a l'espai és gratuïta, i totes les activitats també són d'entrada lliure.

Una altra aportació molt important, que suposa un 14,5% dels ingressos, són les transferències corrents per part de Diputació de Barcelona i Generalitat de Catalunya. El projecte d'arts visuals de ciutat es presenta a les següents convocatòries de subvenció (en el supòsit que per al 2011 es mantinguin les línies de subvenció que han estat vigents al 2010):

- *Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació. Convocatòria de subvencions, en règim de concurrència competitiva, a ajuntaments de Catalunya i ens públics que en depenen, per a la programació estable d'activitats culturals de caràcter professional en l'àmbit de les arts visuals contemporànies corresponents a l'any 2010. A aquesta convocatòria es presentarà tot el bloc d'actuació de difusió que es porta a terme a la ciutat. D'aquest programa finançaran una petita part, doncs, dos de les tres propostes de programació són itineràncies promogudes per la Generalitat (no subvencionables segons les bases).*
- *Diputació de Barcelona. Pla de concertació. Catàleg de suport als serveis i activitats locals 2011. Àrea de Cultura. Desenvolupament cultural local. Foment al desenvolupament cultural local. En aquest cas, la Diputació de Barcelona ha eliminat la línia de subvenció de Polítiques locals de difusió artística. Foments de les arts visuals (vigent fins al 2010), però es presentaria el programa d'exposicions a la línia de Desenvolupament Cultural Local (fent èmfasi en les activitats de creació de públics – educació en l'art).*

D'altra banda, a nivell de finançament en aquest 2011 es fa una primera aposta per diversificar les fonts de finançament d'aquest programa. En la part d'estratègies genèriques del projecte d'arts visuals de ciutat, una de les línies clares és buscar noves fonts de finançament, diversificant les fonts d'ingressos, per tal de possibilitar que els projectes puguin anar creixent més enllà dels recursos municipals. Per les característiques econòmiques del territori, una bona via sembla la recerca de patrocini per part d'empreses ubicades al territori.

En la producció de l'estratègia de patrocini és necessari establir de forma clara l'objecte de patrocini, realitzar una selecció d'empreses a les que proposar esdevenir-ne, dissenyar i produir el dossier de patrocini, realitzar un seguiment de l'impacte del mateix, contactant directament amb les empreses i finalment formalitzant-ho mitjançant un conveni en el que s'especifiquin clarament les contrapartides d'ambdues parts. Durant el temps que duri el patrocini és necessari un seguiment i atenció a l'empresa patrocinadora garantint la seva satisfacció, per facilitar la seva continuïtat.

No és objecte d'aquesta part del treball entrar en el detall de l'estratègia de patrocini de tot el projecte d'arts visuals a la ciutat. En tot cas, sí que es farà un primer plantejament per tal de poder ubicar com afectaria l'estratègia genèrica de patrocini al programa d'exposicions de la sala.

L'estratègia de patrocini que es podria desenvolupar en el cas del projecte d'arts visuals de ciutat és doble: d'una banda i després de realitzar un petit estudi de benchmarking, s'observa que els grans patrocinadors són entitats de comunicació: La Vanguardia, El Periódico; empreses de begudes alcohòliques com DAMM i fundacions o caixes. Empreses que no tenen una vinculació directa amb el territori (a excepció de la DAMM que està ubicada al Prat de Llobregat), però si una estratègia consolidada de patrocini. D'altra banda, i en relació als objectius i missió del projecte en qüestió, el treball amb el territori i com a estratègia de captació de públics, es planteja desenvolupar una estratègia de patrocinadors locals i de col·laboracions.

Es podrien plantejar 3 modalitats de patrocini en funció de la col·laboració i les contraprestacions per aquesta: patrocinador principal, patrocinador secundari i entitats col·laboradores. En els cas de les empreses col·laboradores caldria contemplar la possibilitat de rebre la col·laboració en espècies, per exemple: pacte amb bar o restaurant per tal que faci un servei senzill de vernissatge a les inauguracions; amb la impremta a canvi de descomptes en les impressions; amb el mitjans de comunicació local a canvi de poder incorporar anuncis, etc

Taula 15: Modalitats patrocini projecte El Prat, ciutat creativa

Tipus patrocinador	Import anual	Contraprestacions
Principal	12.000 €	<ul style="list-style-type: none"> · Presència als elements de difusió · Cessió d'espais d'equipaments culturals (fins a un nombre determinat) o preus especials per la seva utilització · Gaudir de visites exclusives a les exposicions amb els artistes, comissaris, etc
Secundari	6.000€	<ul style="list-style-type: none"> · Presència als elements de difusió · Preus especials per la utilització dels espais dels equipaments culturals de la ciutat
Empreses col·laboradores	600 €	<ul style="list-style-type: none"> · Presència als elements de difusió

L'objectiu mínim de patrocini durant l'any 2011 per tot el projecte d'arts visuals, és aconseguir 2 patrocinadors principals, 3 secundaris i 5 empreses col·laboradores, que aportin al projecte: 45.000 €. D'aquest total s'ha considerat que un 10% podria repercutir sobre el programa d'exposicions de la Sala d'Art Josep Bages. Aquest import suposaria un 4,7% del total d'ingressos.

Una última acció que es proposa per diversificar fonts de finançament (ja que no es disposa d'espais per a llogar) és l'ampliació del punt de venda de publicacions actual, a venda d'altres objectes relacionats amb les exposicions i el centre. Degut a la manca d'un espai adequat i susceptible d'esdevenir una botiga, es planteja condicionar un **espai aparador** al hall de la Sala d'Art, on posar a disposició del públic un ventall reduït de productes. La gestió del mateix es realitzaria des de la pròpia recepció i personal de sala, únicament durant els horaris de servei de la mateixa.

L'espai aparador o botiga oferirà un ventall reduït de productes, que abordarà tres línies: bibliografia i publicacions especialitzades en arts visuals, amb especial presència dels catàlegs de les exposicions que es programin, i publicacions de temàtica local editades per l'Ajuntament; productes propis de la sala d'exposicions (treballats amb creadors locals al voltant de la imatge del Centre d'Art: samarretes, bosses, artesanía, joieria, xapes, clauers,...) i una tercera gama de productes vinculats a les produccions que s'exhibeixin.

En funció d'una petita prospecció del sector i dels actuals preus de les publicacions s'estableix un varem de preus aproximats dels diferents productes. Es considera que les vendes de l'aparador es distribuïran segons un 30% els productes d'imatge pròpia (samarretes, bosses, joieria, clauers, xapes, artesanía,...), un 25% de productes vinculats a les produccions que es programaran en la temporada, i un 45% llibres especialitzats en arts visuals i publicacions locals.

En relació al benefici sobre la venda de productes es considera que, donada la gestió directa de l'espai aparador, el percentatge de benefici sobre els productes és d'un 50%, a excepció dels de les produccions de programació, en aquest cas s'aplicaria un 20%.

Taula 16: Productes i preus botiga Sala d'Art Josep Bages

Productes	Preus aproximats/unitat	Projecció de la distribució de la venda	% benefici sobre el preu de venda
Llibres especialitzats i catàlegs d'exposició, edicions locals	5 – 24 €	45%	50%
Productes imatge pròpia	5 – 35 €	30%	50%
Productes de produccions	10 – 30 €	25%	20%

En relació a les vendes dels productes, es planteja una ràtio d'una venda per cada quinze visitants de la programació d'exposicions de la Sala d'Art Josep Bages.

Aplicant les variables descrites anteriorment, a partir de la mitjana de preu de cada tipologia de productes, es realitza una previsió d'ingressos de 3.536,59 € aproximadament, amb un benefici per a la sala de 1.404,64 €, un 1,5% del total d'ingressos.

5.4.3 Eines de seguiment econòmic

Un cop el programa es posa en marxa el pressupost s'executa i es gestiona. Per això s'estableixen les contractacions necessàries, previ pressupost per part dels proveïdors. Un cop la feina s'ha dut a terme els proveïdors emeten factura, i passat el temps establert cobren (l'Ajuntament del Prat està pagant a 90 dies).

Com que es tracta d'un tipus de gestió directa per part de l'administració, aquest procediment té el nom d'ADOP: autorització, disposició, obligació i pagament. Autorització: s'acorda la decisió de realitzar una despesa reconeguda en el pressupost, no implica un deute, xifra aproximada. Disposició: s'acorda realitzar una despesa prèviament autoritzada per un import determinat. Vincula a realitzar una despesa concreta i una tercera entitat queda obligada a realitzar una prestació. Obligació: apareix un crèdit exigible a partir dels documents que proven que s'ha realitzat una compra o prestació de serveis. Pagament: reconeguda l'obligació, s'ordena la seva liquidació a través d'una ordre de pagament contra la tresoreria de l'ens.

Durant tota l'execució del projecte també cal fer un control o seguiment continu de l'evolució del pressupost per la qual cosa és necessari comptar amb eines de seguiment. Si les despeses i els ingressos s'estan desenvolupant com estava previst, o si n'hi desviacions,

i quines mesures cal prendre per arribar al final del projecte amb despeses i ingressos equilibrats. També caldria fer el control de tresoreria. Caldrà en tot moment anar imputant les despeses a les partides pressupostàries corresponents. Això es farà mitjançant l'eina "Estat de comptes" que ens permet anar imputant les despeses als diferents projectes i anar fent el seguiment (veure eina a l'annex 6).

Els pressupostos públics estan sotmesos a fortes mesures de control, tant internes (intervenció) com externes, i es vigila que es compleixi la legalitat i el tipus de gestió que es fa del pressupost. En aquest programa la secció administrativa porta tot el seguiment comptable de la partida.

5.5 Avaluació

L'avaluació és "el procés sistemàtic mitjançant el qual s'obté informació necessària sobre els resultats, previstos o no, i el funcionament d'un projecte cultural per a saber fins a quin punt s'aconsegueixen els objectius i es desenvolupa la producció. Així es poden prendre les decisions necessàries per a reconduir aquest projecte modificant qualsevol dels seus aspectes³³".

L'avaluació no serà un fi en si mateixa, sinó un instrument al servei del projecte, que estarà present en tot moment, no només un cop s'ha finalitzat, per tant, aplicarem l'avaluació continuada i l'avaluació final. L'avaluació ens servirà per a reorientar i reforçar el projecte per tal de garantir la consecució dels seus objectius, per millorar el projecte en futures edicions, per comparar diferents projectes entre si (tenint en compte les diferències de context), per a actualitzar, renovar i innovar en el projectes, per a crear nous projectes, per a crear debat dins dels equips, per poder treballar estratègicament, a mig-llarg termini...

S'adopta el model d'avaluació per objectius i el mètode d'avaluació reflexiva (compara el mateix context abans i després de la intervenció). Seguirem bàsicament els següents criteris: - avaluació de l'eficàcia (es fixa en comprovar fins a quin punt s'han aconseguit els objectius del projecte); - avaluació de l'eficiència (relaciona la consecució dels objectius i els recursos utilitzats) i - avaluació de l'efectivitat (cost de l'impacte o eficiència en relació amb el resultat obtingut).

Es combinarà l'avaluació quantitativa i l'avaluació de tipus qualitatiu. Tenint en compte que els indicadors d'avaluació han d'estar lligats als objectius específics i als continguts del projecte, han de ser objectius, neutres, no interpretables, s'han de poder mesurar de

³³ ROSELLÓ CERZUELA, D. (2008). *Diseño y evaluación de proyectos culturales*. Ariel Patrimonio. Barcelona

manera senzilla, han de ser fiables, comparables amb els d'altres projectes i han de poder ser comprovats per tercers, els d'aquest projecte seran de tres tipus:

1. Indicadors econòmics:

Expressen la relació entre costos reals i costos previstos.

Poden valorar el nivell d'esforç de l'aportació econòmica sobre el total del cost del programa.

La seva valoració i redisseny permet replantejar els recursos i activitats destinades per tal d'incrementar o disminuir l'esforç.

2. Indicadors de procés:

Valoren aspectes relacionats amb activitats

Analitzen la realització de les activitats, la seva programació, enfocament, perfil d'usuaris, etc, en funció dels resultats obtinguts. Per tant, durant el procés d'execució.

3. Indicadors de resultat o impacte:

Valoren la percepció dels usuaris respecte de la gestió de les activitats i els projectes. Bàsicament, fan referència a la satisfacció, el coneixement i els canvis produïts en els usuaris.

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

- Full de recompte d'usuaris de la Sala d'Art Josep Bages (recull informació per dies i segments de públics segons cicle vital)
- Estat de comptes que inclou el pressupost d'ingressos i despeses inicial, i la seva evolució real (mitjançant les fulles de liquidació)
- Base de dades de programació, planificació i avaluació del Departament de Cultura (eina que serveix per a coordinar calendaris i continguts de programacions, entrar els continguts per tal que es publiquin a l'agenda del web municipal i avaluar quantitativa i qualitativament les activitats)
- Base de dades d'usuaris i usuàries
- Enquesta de valoració del visitants de les exposicions

A continuació s'incorpora tot el llistat d'indicadors d'avaluació amb els quals treballaria aquest programa, classificats seguint els tres tipus abans esmentats:

Taula 17: Indicadors econòmics d'avaluació

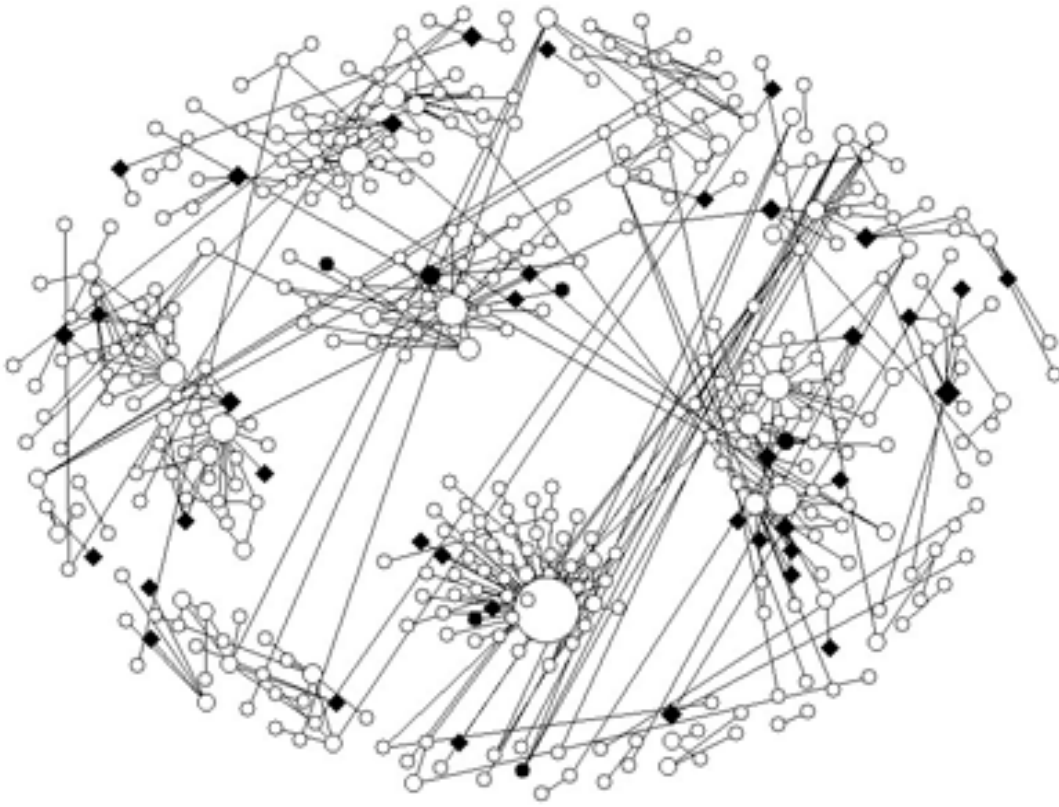
QUADRE D'INDICADORS: ECONÒMICS		
NOM	DEFINICIÓ	EINES DE REGISTRE
Cost directe exposicions	Sumatori dels costos de: Personal específic de l'activitat; Proveïdors; Cost lloguer exposició; Material de compra o lloguer; Diversos	Fulla de seguiment econòmic del programa
Ingressos directes exposicions	Sumatori d'ingressos generats: botiga productes vinculats a produccions	Fulla de seguiment econòmic del programa
Nivell de finançament de les activitats	$\text{Ingressos generats per les activitats} / \text{Costos d'activitats} \times 100$	Fulla de seguiment econòmic del programa
Cost del programa	Sumatori de costos del projecte: Personal; Producció exposicions; Comunicació; Manteniment; Subministraments; Altres despeses	Fulla de seguiment econòmic del programa
Ingressos del programa	Sumatori dels ingressos per: Aportació municipal; Ingressos transferències corrents; Ingressos patrocinis; Ingressos botiga	Fulla de seguiment econòmic del programa
Nivell de finançament del programa	$\text{Ingressos generats pel projecte} / \text{despeses del projecte} \times 100$	Fulla de seguiment econòmic del programa
Capacitat d'exploració del programa	$\text{Ingressos generats} / \text{total ingressos} \times 100$	Fulla de seguiment econòmic del programa
Repartiment del pressupost	Proporcionalitat expressada en % de les partides de Costos (despeses) i finançament (ingressos)	Fulla de seguiment econòmic del programa
Cost usuari	$\text{Total despesa projecte} / \text{nre. total d'usuaris}$	Fulla de seguiment econòmic del programa Full recompte usuaris
Despesa per habitants	$\text{Total despesa projecte} / \text{nre. d'habitants}$	Fulla de seguiment econòmic del programa Cens municipal

Taula 18: Indicadors d'avaluació de procés

QUADRE D'INDICADORS: DE PROCÉS (actes de programació)		
NOM	DEFINICIÓ	REGISTRE
Nombre d'exposicions	Sumatori de totes les activitats efectuades	Base de dades de programació, planificació i avaluació
Repartiment de les exposicions per públic diana	Proporcionalitat expressada en % de les activitats dirigides a un públic diana en un període	Base de dades de programació, planificació i avaluació
Nombre de visitants individuals	Sumatori visitants totals individuals	Full de recompte d'usuaris
Nombre de visitants amb activitats paral·leles	Sumatori visitants mitjançant activitats educatives	Full de recompte d'usuaris
Assistència total	Sumatori visitants totals individuals + visitants activitats	Full de recompte d'usuaris
Nivell d'ocupació de les exposicions i activitats	$\text{Assistència} / \text{aforament màxim de l'espai} \times 100$	Base de dades de programació, planificació i avaluació
Compliment d'expectativa d'assistència	$\text{Assistència} / \text{públic esperat} \times 100$	Base de dades de programació, planificació i avaluació
Repartiment d'usuaris per sexe	Proporció expressada en % d'usuaris per sexe	Base de dades de programació, planificació i avaluació
Repartiment d'usuaris per edat	Proporció expressada en % d'usuaris per edat	Base de dades de programació, planificació i avaluació

Taula 19: Indicadors d'avaluació de resultat

QUADRE D'INDICADORS: DE RESULTATS		
NOM	DEFINICIÓ	REGISTRE
Coneixement de les activitats	Manifestació de coneixement dels usuaris respecte a activitats diferents a les que utilitza	Enquesta valoració visitants
Nombre d'aparicions de les activitats en mitjans de comunicació.	Recompte d'aparicions mensual a Radio local, Altres ràdios, Televisions, Premsa diària, Revistes, WEB	Recompte d'aparicions
Grau de satisfacció de les exposicions	Manifestació dels usuaris respecte a una activitat	Enquesta valoració visitants
Grau de satisfacció del centre	Manifestació dels usuaris respecte al centre	Enquesta valoració visitants
Valoració satisfacció del públic	Puntuació 0 al 9 respecte la percepció general de satisfacció de públic a l'acte	Base de dades de programació, planificació i avaluació
Valoració horari i desenvolupament de l'acte	Puntuació 0 al 9 respecte l'ajust d'horaris i desenvolupament de l'acte segons estava programat.	Base de dades de programació, planificació i avaluació
Valoració qualitat de l'activitat	Puntuació 0 al 9 respecte la qualitat artística, professionalitat, interès cultural etc.	Base de dades de programació, planificació i avaluació
Valoració aspectes tècnics i de producció	Puntuació 0 al 9 respecte el funcionament tècnic de l'acte (Equips, espai, personal...)	Base de dades de programació, planificació i avaluació



PART V: CONCLUSIONS

Al principi del treball, a la presentació, dèiem que l'objectiu d'aquest estudi era "a partir de l'anàlisi de la situació actual de la difusió, la creació i la formació en arts visuals al municipi del Prat de Llobregat, recomanar iniciatives per millorar la presència i accessibilitat a aquestes pràctiques per part de la majoria de ciutadans".

Podem concloure que l'estudi ha aconseguit aquest primer objectiu, doncs, ha dedicat una part molt important a la descripció i l'anàlisi del context general del projecte (analitzant el context cultural actual, l'entorn territorial, la dinàmica cultural de la ciutat, el sector de les arts visuals a Catalunya, el marc competencial dels municipis en arts visuals i la dimensió del sector a la ciutat; i sintetitzant tota aquesta informació en un DAFO), i a partir dels resultats d'aquesta anàlisi i diagnosi, ha construït un projecte de ciutat. L'eina que ha servit de pont entre la part analítica i la projectiva, ha estat la matriu CAME. La proposta ha partit de la missió, visió i els valors, per a continuació, definir els objectius –generals i específics-, les estratègies d'actuació, i arribar finalment als blocs i programes d'actuació.

Tanmateix, un altre dels objectius d'aquest estudi era "com a conseqüència d'aquest nou marc estratègic, revisar l'operativa del projectes". Es tractava d'establir una metodologia de revisió dels projectes actuals que afectés l'àmbit genèric i estratègic, però també l'àmbit concret. Revisar el projecte actual de manera coherent en la seva totalitat. Per això, l'última part del treball, ha consistit en desplegar el pla operatiu d'un dels projectes (la programació d'exposicions de la Sala d'Art Josep Bages) d'un dels 4 blocs d'actuació generals del projecte (el de la difusió). Prèviament s'ha establert el plantejament general del bloc d'actuació al qual pertany, per tal de contextualitzar la part operativa d'aquest projecte.

Així doncs, en aquesta part de l'estudi s'ha desplegat una petita part del projecte fins al seu màxim nivell de concreció, establint el seu pla de producció, de màrqueting, financer i l'avaluació. Les connexions amb el projecte general, i la resta de programes ha estat constant, i els diferents elements s'han anat desplegant de manera lògica amb el marc estratègic general (un exemple paradigmàtic el trobem en la definició d'objectius estratègics i operatius –que són una concreció dels del projecte general- o en l'avaluació – que estableix una sèrie d'indicadors que informen sobre la consecució d'aquests objectius-).

Un projecte macro a 5 anys requereix de decisions estratègiques i de planificació a mig termini, de la mateixa manera que el desenvolupament d'un programa concret a un any requereix d'una planificació més concreta dels recursos humans, temporals i econòmics. Un marc estratègic molt ben definit s'ha d'acabar desplegant en l'operativa dels projectes concrets per tal de poder-se portar a la pràctica, ambdós nivells són imprescindibles i són fortament dependents. Aquest estudi il·lustra, doncs, tot el cicle d'un projecte, com si d'un joc de nines russes es tractés: des de la diagnosi del context de la que parteix la proposta,

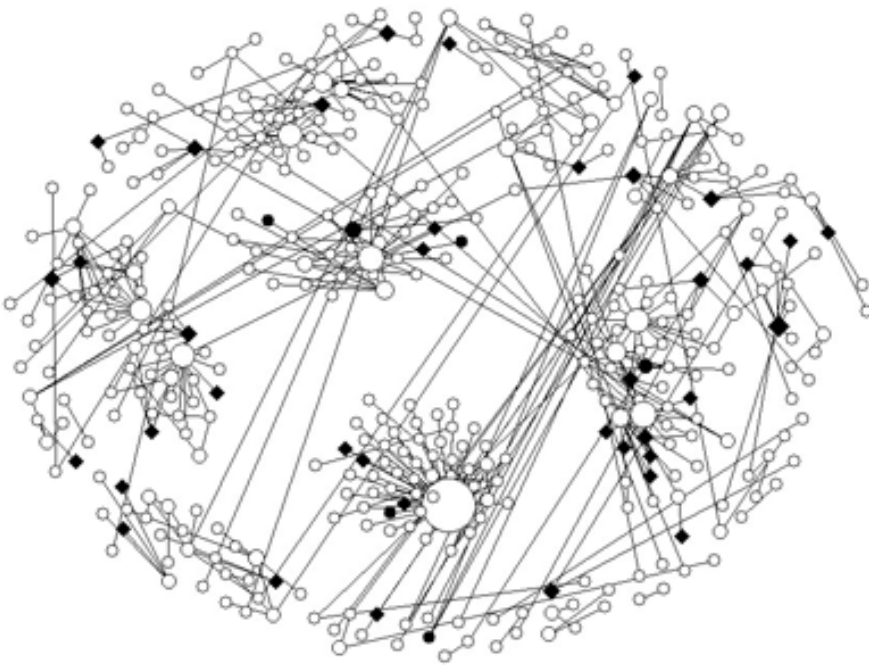
a la formulació del marc estratègic, arribant a l'operativitat d'un dels programes. L'estudi va d'allò més genèric a allò més concret, mostrant diferents facetes d'un mateix objecte i establint i utilitzant diferents eines per a cada àmbit.

Entrant en els aprenentatges que he obtingut en la realització d'aquest treball, un d'important és la relació lògica que ha d'haver entre els diferents elements d'un projecte; tot ha de ser coherent, tant en l'àmbit genèric com en la seva concreció. Els continguts (des de la missió, als programes d'actuació, passant pels objectius i les estratègies, i arribant a l'operativitat) del projecte que es proposa, han de donar resposta als resultats de la diagnosi. En aquest sentit, mitjançant aquest treball he après el funcionament i l'aplicabilitat d'eines de planificació estratègica que a la meua pràctica professional (molt lligada a la producció) no havia tingut oportunitat de fer servir, i que valoro com a molt útils per ordenar la complexitat de factors que intervenen a la realitat: l'eina d'anàlisi estratègica DAFO i l'eina de projecció estratègica CAME.

D'altra banda, també m'ha permès revisar la part operativa d'un projecte específic (el qual és responsabilitat meua a l'Ajuntament) des d'una òptica més teòrica i allunyada de la pràctica, fet que ha facilitat el disseny de noves eines de gestió que de ben segur s'aplicaran a la pràctica.

L'esperit d'aquest treball ha estat des d'un principi absolutament pràctic. De fet, com s'explicava a la justificació, respon a un encàrrec de feina real, i s'ha aprofitat l'oportunitat que brindava el màster per validar-ho acadèmicament. L'estudi demostra que amb voluntat, es podria implementar a la ciutat del Prat de Llobregat un projecte d'arts visuals potent i innovador, coherent amb el seu context. L'anàlisi de pre-viabilitat ha indicat que el projecte és viable, doncs existeix demanda, coneixement tècnic, viabilitat econòmica i financera, i les circumstàncies, tot i que no són les òptimes, es poden considerar favorables. Ara queda en mans de l'equip de govern la decisió de tirar endavant el projecte íntegrament, o només algunes de les seves parts.

BIBLIOGRAFIA



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

ARTimetria (2002). *La situació dels artistes visuals a Catalunya*. Associació d'Artistes Visuals de Catalunya, disponible a http://www.aavc.net/aavc_net/html/documents/situacio_artistes_visuals.pdf

ASSOCIACIÓ D'ARTISTES VISUALS DE CATALUNYA (2006). *La dimensió econòmica de las Artes Visuales en Espanya*. Barcelona.

BAUDRILLARD, J. (1999). *Sur la photographie*. París: Sens & Tonka.

BUXÓ, M.J. (1999). «... que mil palabras». *De la investigación audiovisual. Fotografía, cine, vídeo, televisión*. Barcelona: Proyecto A Ediciones.

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

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

CONCA. *Informe anual sobre l'estat de la Cultura i de les Arts a Catalunya 2010*

FARRÉ, F. (2004). *Centres de producció artística contemporània. Reflexions i propostes per a una intervenció en la creació artística a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura

Forum de Regidors i Regidores de Cultura (2008) Grup de treball: *Polítiques de suport a la creació local*. Diputació de Barcelona

GOMEZ DE LA IGLESIA, R. (2007). *Los nuevos centros culturales en Europa*. Grupo Xabide. Vitoria-Gasteiz

GUNTÍN F. (1998). *L'art contemporani des de l'àmbit local. Eines per al disseny i la gestió de programes d'arts visuals*. Pagès editors, Diputació de Barcelona.

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

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

Disponible a

http://www20.gencat.cat/docs/eapc/Home/Publicacions/Col_leccio%20Obres%20Digitals/1.%20Cultura%20i%20estrategia%20de%20ciutat/Documents/cultura_i_estrategia.pdf

MARTÍNEZ, S. (2004). "E-Cultura. Tic i gestió de la cultura. Implicacions en l'àmbit local", CERC. Diputació de Barcelona, disponible a <http://diba.cat/cerc/fitxers/tic3.pdf>

MOULIN, R. (1992). *L'artiste, l'institution et le marché*. Flammarion, Paris

PECCat. *Pla d'Equipaments Culturals de Catalunya 2009-2019. Taula sectorial d'Arts Visuals*. Informe final. Generalitat de Catalunya

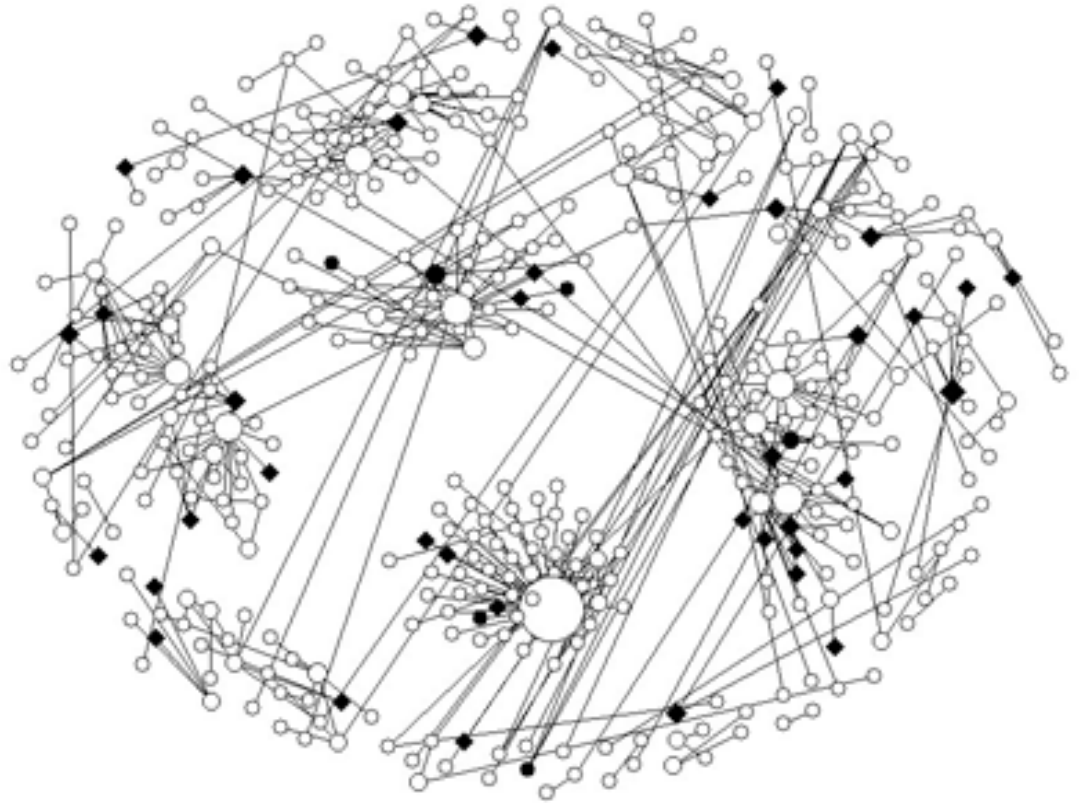
RENOBELL, Víctor (2005). «Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital». UOC Papers [artículo en línea]. N.º 1. UOC.

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

SARTORI, G. (1998). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

VILLAROYA, A. (2010). *Informe sobre la Política Cultural de Catalunya 2010*, Generalitat de Catalunya. Disponible a http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SSCC/RELEXT/Consell%20d'Europa/Documentos/Arxius/2010_Pol_Cult_Cat_b.pdf

ANNEXOS



ANNEX 1: taules i gràfiques sobre arts visuals

ANNEX 2: plànols i imatges dels espais de difusió

ANNEX 3: model de contracte exposició Sala d'Art Josep Bages

ANNEX 4: elements campanya promocional exposició

ANNEX 5: eines de treball de públics

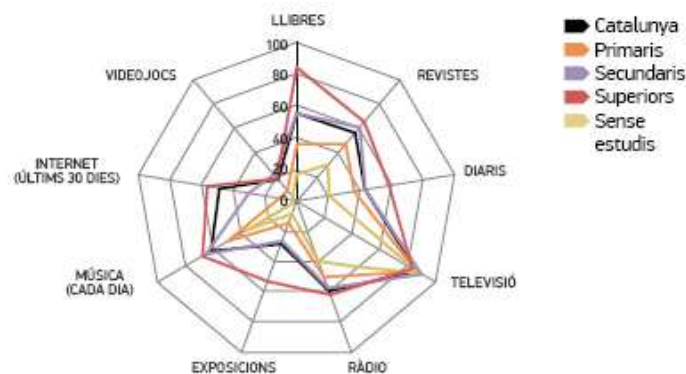
ANNEX 6: eines de registre per a l'avaluació

ANNEX 1: taules i gràfiques sobre arts visuals

Gràfic 1

2008 xifres *culturals* de catalunya
Generalitat de Catalunya

Consum cultural per nivell d'estudis (%)



El sector cultural de les arts visuals

Indicadors estadístics de despesa en cultura de l'Administració local a Catalunya. 1999-2003. Generalitat de Catalunya

Taula 1

3.8. Despesa en arts visuals dels ajuntaments, consells comarcals i diputacions de Catalunya. 2001-2003

Per nivells de govern

	milers d'euros			% variació 01/03
	2001	2002	2003	
Ajuntaments	11.555,1	15.165,5	12.191,3	5,5
Consells comarcals	32,4	60,8	8,3	-74,4
Diputacions	233,4	167,9	298,6	27,9
TOTAL ⁽¹⁾	11.820,9	15.394,1	12.498,1	5,7

⁽¹⁾ Despesa consolidada internament en cada nivell de govern

Taula 2

2.3.8. Despesa en arts visuals dels ajuntaments de Catalunya. 2001-2003

Per dimensió del municipi

	milers d'euros		
	2001	2002	2003
Menys de 20.000 hab	877,3	905,6	1.574,3
De 20.000 a 50.000 hab	626,8	646,5	967,7
De 50.001 a 100.000 hab	1.373,8	1.088,1	1.703,3
Més de 100.000 hab	1.548,7	1.402,1	1.270,0
Barcelona	7.128,4	11.123,1	6.676,0
CATALUNYA	11.555,1	15.165,5	12.191,3

Taula 3

INDICADORS I ESTADÍSTIQUES CULTURALS DE CATALUNYA. Gabinet tècnic 2006

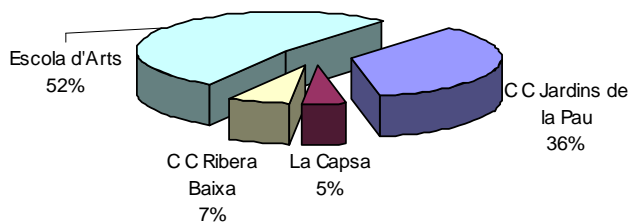
	Milers d'euros			
	Ajuntaments	Consells comarcals	Diputacions	Catalunya ⁽¹⁾
Direcció i Serveis Generals	48.488,22	1.061,96	5.857,59	55.407,77
Arqueologia i patrimoni històric	22.478,96	861,59	11.655,33	34.995,88
Biblioteques	54.334,05	84,5	32.176,98	86.595,53
Arxius	6.797,58	486,28	251,92	7.535,78
Museus	58.836,27	733,6	8.947,60	68.517,47
Teatre i dansa	37.362,25	83,3	2.500,37	39.945,92
Música	44.813,28	232,95	2.882,53	47.928,76
Arts plàstiques i exposicions	11.973,63	3,28	284,35	12.261,26
Cinema i vídeo	4.158,10	6,41	121,98	4.286,49
Altres de promoció cultural	48.981,72	684,02	15.625,84	65.291,58
Acció cultural	91.873,69	1.272,53	2.191,02	95.337,24
Promoció Lingüística	3.807,75	366,79	366,58	4.541,12
TOTAL	433.905,50	5.877,21	82.862,09	522.644,80

⁽¹⁾ Despesa consolidada internament en cada nivell de govern.

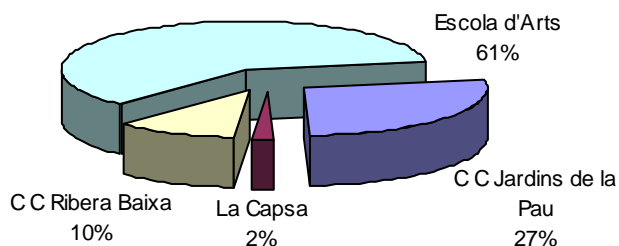
Gràfics 2

La dimensió del sector de les arts visual al Prat

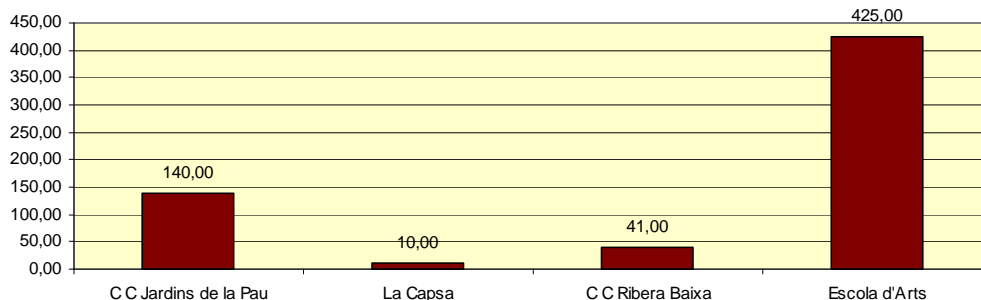
Oferta tallers formació arts visuals 2007



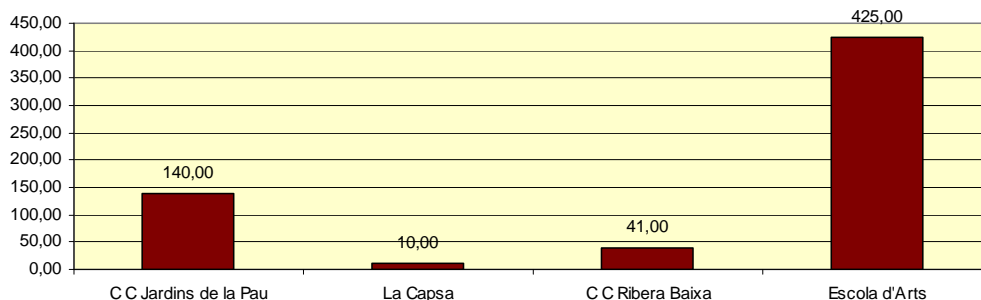
Oferta tallers formació 2008



Usuaris tallers visuals 2008

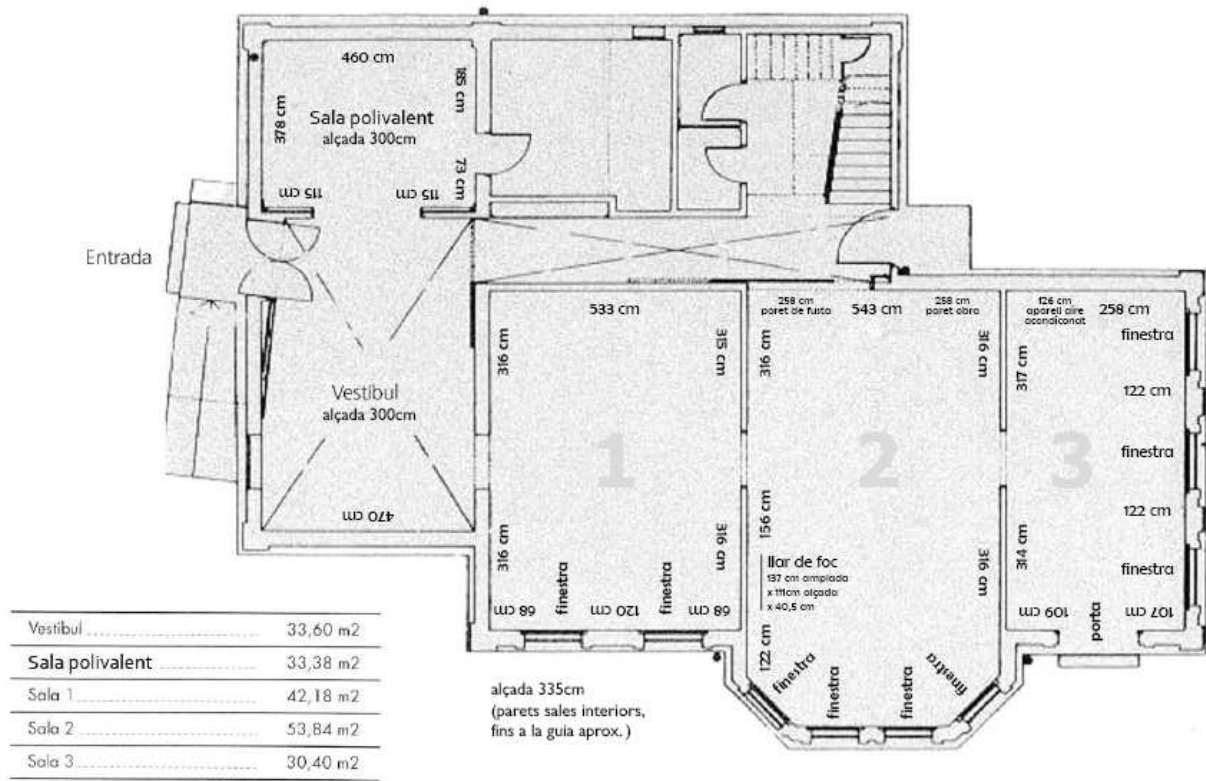


Usuaris tallers visuals 2008

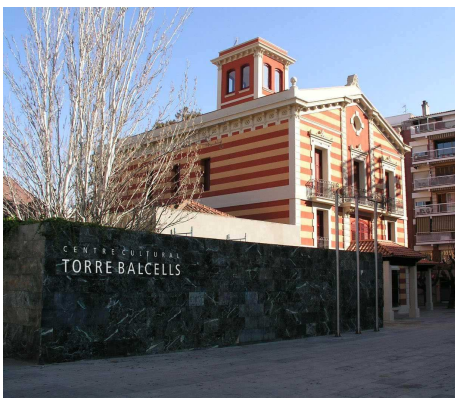
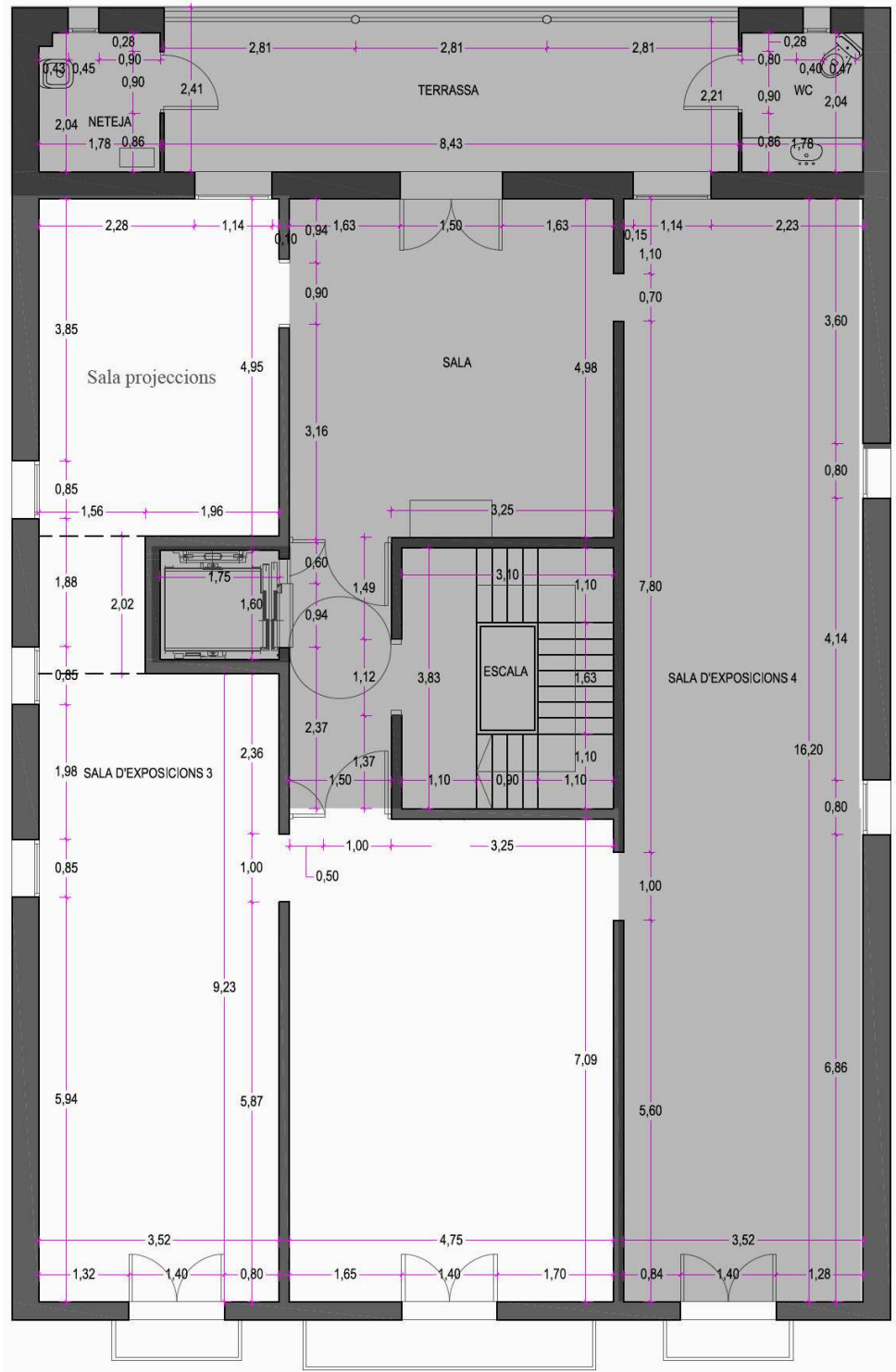


ANNEX 2: plànols i imatges dels espais de difusió

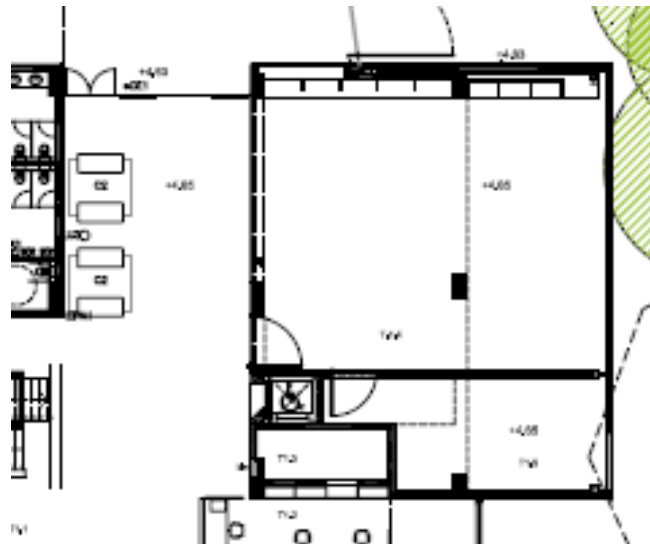
SALA D'ART JOSEP BAGES



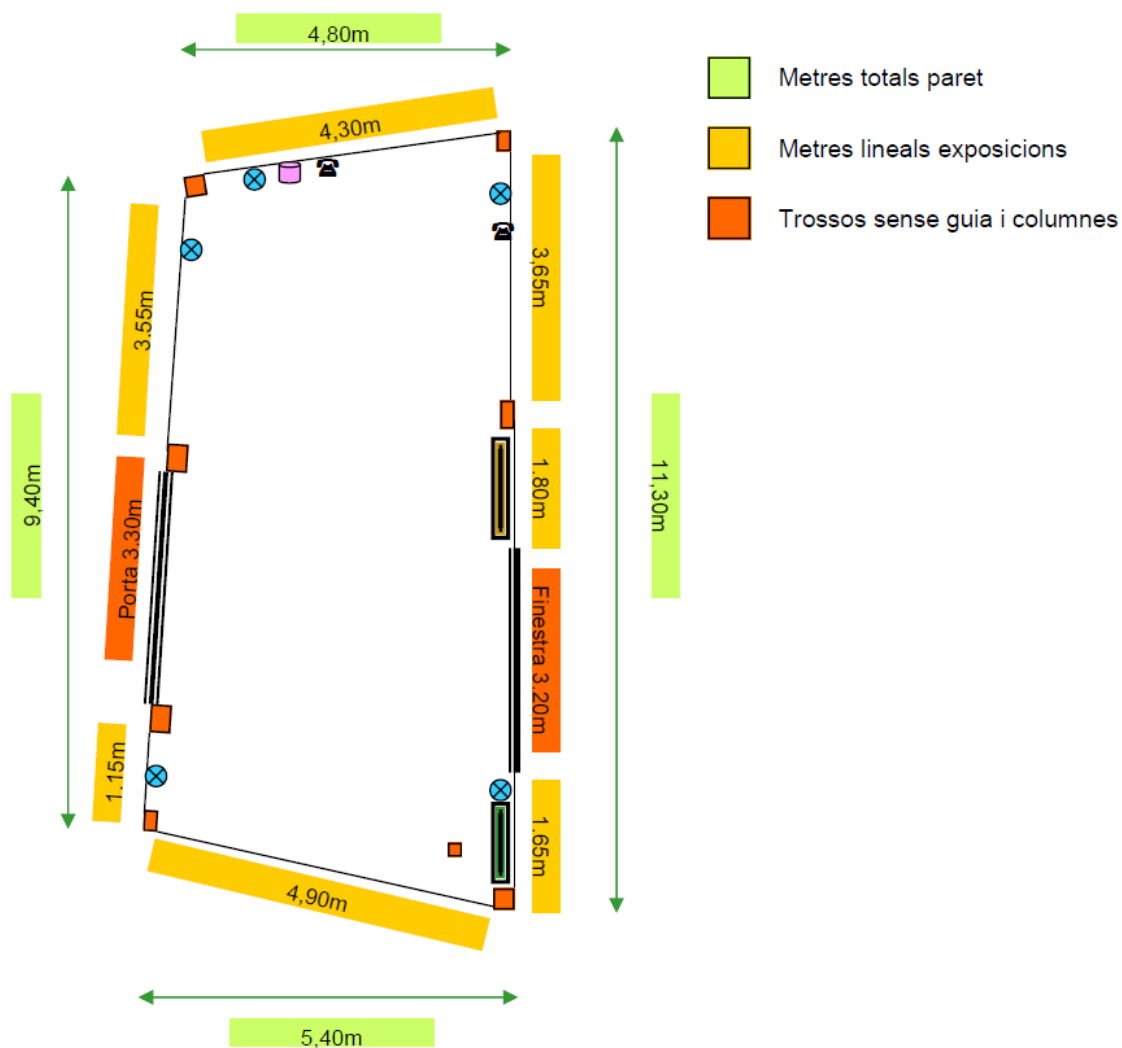
SALA 2. CENTRE CULTURAL TORRE BALCELLS



SALA EXPOSICIONS I AUDITORI CÈNTRIC



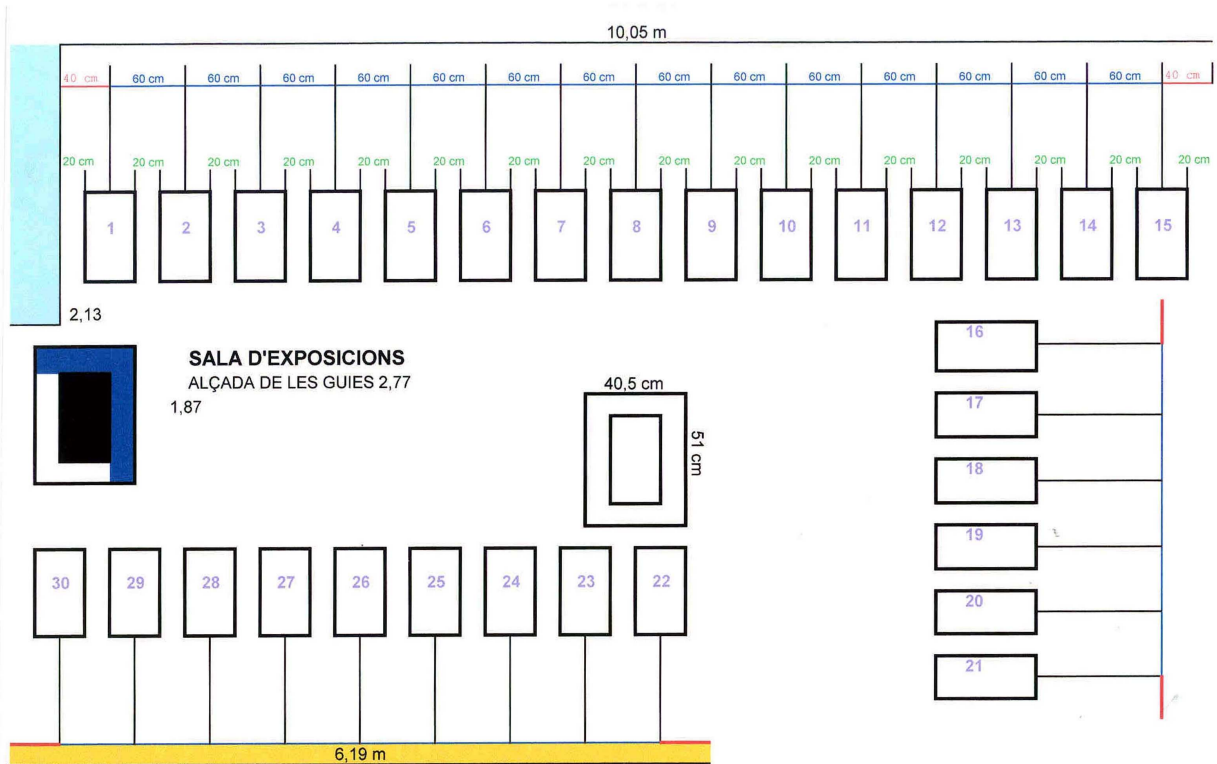
SALA EXPOSICIONS CENTRE CÍVIC JARDINS DE LA PAU



21 metres lineals	☎ connexió telefònica
53 metres quadrats	⊗ connexió corrent
🟩 Aire Condicionat	🟪 connexió xarxa
🟨 Calefacció	



SALA EXPOSICIONS CENTRE CÍVIC SANT JORDI RIBERA BAIXA



ANNEX 3: model de contracte exposició Sala d'Art Josep Bages

CONTRACTE DE PRODUCCIÓ D'EXPOSICIÓ

A El Prat de Llobregat, **data**

REUNITS

D'una part el Sr. Francisco Lorenzo Gallardo, Tinent d'Alcalde Coordinador de l'Àrea de Cultura, Educació i Promoció cívica el qual actua en nom i representació de l'Ajuntament del Prat de Llobregat, (CIF P-0816800 G), amb domicili a la pl. de la Vila, 1, telèfon 93 379 00 50

De l'altra **nom artista**, amb DNI **xxxxxx**, amb domicili a C **xxxxx** amb telèfon **xxxxxxxxx** a qui d'ara en endavant anomenarem l'ARTISTA

Es reconeixen mútuament, tal com actuen, plena capacitat legal per contractar i obligar-se, i especialment per a l'atorgament d'aquest contracte, i

DIUEN

1. Que l'ARTISTA és propietari com a autor, i entre altres, de determinades obres creades i realitzades per ell.
2. Que la **Sala d'Art Josep Bages del Centre d'Art Torre Muntadas** és propietat de l'Ajuntament del Prat de Llobregat i disposa dels mitjans necessaris per organitzar i portar a terme exposicions d'obres d'art.
3. Que l'ARTISTA i l'Ajuntament del Prat de Llobregat han arribat a un acord per a l'organització d'una exposició de determinades obres en aquest espai.
4. I que, conformes ambdues parts, han convingut aquest contracte per raó dels següents

PACTES

Primer

- L'ARTISTA cedeix a la Sala d'Art Josep Bages, durant el termini i les condicions que s'explicaran, el dret d'exposició pública de l'obra anomenada: **títol exposició**
- L'ARTISTA declara que és l'autor d'aquestes obres pel fet que han estat creades i realitzades per ell mateix, i manifesta que el dret d'exposar-les públicament no s'ha cedit ni limitat de cap manera que afecti el bon fi d'aquest contracte.
- El cost de l'exposició per a l'Ajuntament del Prat és de **XXXXX** euros. D'aquesta quantitat, l'Ajuntament es compromet a lliurar a l'ARTISTA la quantitat de **XXX euros** en concepte d'honoraris i implementació de tallers educatius. Sobre aquesta quantitat l'ajuntament **retindrà el 15% d'IRPF**. El pagament d'aquesta quantitat es farà abans d'un mes després de la signatura del contracte i presentació de la seva respectiva factura. L'ingrés es farà al número de comte **XXXXXXXXXXXXXXXXX**. La resta de recursos aniran destinats a la producció i compra de materials, elements de comunicació, producció d'un vídeo promocional, etc.
- L'ARTISTA es compromet a retornar aquesta quantitat si l'exposició de l'obra ressenyada no es realitza per causa imputable a ell.

Segon

- L'Ajuntament del Prat accepta la cessió i es compromet a exposar les obres esmentades a la Sala d'art Josep Bages.
- L'espai d'art municipal exposarà les obres i farà esment exprés i clar, on sigui procedent, que l'ARTISTA és el seu autor, promocionarà l'exposició i en farà la publicitat convenient.

Tercer

- La cessió del dret d'exposició pública compren el termini que va del **període exposició**. L'exposició serà oberta al públic de dimarts a dissabte de 16 a 20 hores i els diumenges i festius d'11 a 14 hores. L'acte inaugural tindrà lloc el **data** a les 19 hores i inclourà vernissatge.
- Activitats paral·leles a l'exposició en les que participarà l'artista: **Enumeració activitats pactades**

Quart

- L'obra esmentada serà exposada ocupant íntegrament els espais de la Sala d'Art Josep Bages.
- Les despeses i impostos de qualsevol mena que ocasioni el local durant l'exposició aniran a càrrec de l'Ajuntament.
- La col·locació i presentació de les obres l'haurà de fer l'ARTISTA amb la col·laboració dels professionals de la sala. El criteri de l'artista sempre s'haurà de respectar. Si el muntatge és molt complex, l'ARTISTA es farà responsable de buscar un reforç.
- Les despeses d'emalatge aniran per compte de l'ARTISTA.
- Les despeses de transport aniran per compte de l'Ajuntament.

Cinquè

- L'Ajuntament es compromet a conservar les obres de l'ARTISTA en perfectes condicions i a fer-se responsable de qualsevol desperfecte, sostracció o desaparició, àdhuc en els casos de força major.
- L'ajuntament contractarà una pòlissa d'assegurança específica per a aquesta exposició.

En el cas que sorgissin dubtes o discrepàncies en la interpretació, les parts, amb renúncia a qualsevol altre fur, se sotmeten als jutjats i tribunals del Prat de Llobregat.

I perquè consti, en prova de conformitat, firmen aquest contracte, per duplicat però sols a un efecte, en el lloc i data indicats a l'encapçalament.

EL Tinent D'ALCALDE
DE L'ÀREA DE CULTURA,
EDUCACIÓ I PROMOCIÓ CÍVICA

L'ARTISTA,

Francisco Lorenzo Gallardo

ANNEX 4: elements campanya promocional exposició

Targetó en paper



L'EGO ALTERVT
PROJECTE AMB EL CENTRE D'ART LA PANERA DE LLEIDA

ANTONI ABVD / JUAN PVBLO BALLESTER / PATRICIA DVAUDER / ALICIA FRAMIS / ELENA GENÍS / LA RIBOT / ANA LVURA VLÁEZ / ROGELIO LÓPEZ CUENCVA / COVA MVACÍAS / MARINA NÚÑEZ / EULALIA VLLDOSERA

Sala d'Art Josep Bages | Jaume Casanovas, 80. 08820 El Prat de Llobregat
Tel. 93 478 22 37. torremuntadas@elprat.cat

De dimarts a dissabte de 16 a 21 hores. Diumenges i festius d'11 a 14 hores
Tancat: tots els diïlluns, del 10 al 13 d'abril i l'1 de maig

Entrada lliure.

Inauguració
Divendres 27 de març, a les 20 hores

Visita comentada en clau de gènere
Dijous 2 d'abril, a les 19 hores

Taula rodona amb l'artista Patricia Dauder i Antoni Jové, coordinador del Centre d'Art La Panera
Amb la participació de Dolors Juárez i Mariona Moncunill, membres de l'Associació d'Art de l'Art del Prat i curadores de l'exposició.
Dijous 16 d'abril, a les 19 hores

Visita comentada a l'exposició
Dijous 7 de maig, a les 19 hores

L'EGO ALTERVT
PROJECTE AMB EL CENTRE D'ART LA PANERA DE LLEIDA
del 27 de març al 10 de maig de 2009

Coorganitzen: Centre d'Art La Panera, Museu d'Art Contemporani de Lleida, Ajuntament de Lleida

Amb el suport de: Diputació Barcelonès, Ajuntament de Torre Muntadas, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació

Ajuntament del Prat de Llobregat | **Centre d'Art Torre Muntadas**

Targetó digital

ANTONI ABVD / JUAN PVBLO BALLESTER / PATRICIA DVAUDER / ALICIA FRAMIS / ELENA GENÍS / LA RIBOT / ANA LVURA VLÁEZ / ROGELIO LÓPEZ CUENCVA / COVA MVACÍAS / MARINA NÚÑEZ / EULALIA VLLDOSERA

L'EGO ALTERVT
PROJECTE AMB EL CENTRE D'ART LA PANERA DE LLEIDA
del 27 de març al 10 de maig de 2009

entrada lliure

Sala d'Art Josep Bages
Jaume Casanovas, 80
08820 El Prat de Llobregat
Tel. 93 478 22 37
torremuntadas@elprat.cat

De dimarts a dissabte de 16 a 21 h.
Diumenges i festius d'11 a 14 h.
Tancat: tots els diïlluns, del 10 al 13 d'abril i l'1 de maig

Com arribar-hi:
RENFE / Bus: 65, 165, L10

Inauguració
Divendres 27 de març, a les 20 hores

Visita comentada en clau de gènere
Dijous 2 d'abril a les 19 hores

Taula rodona amb l'artista Patricia Dauder i Antoni Jové, coordinador
Dijous 16 d'abril, a les 19 hores

Visites comentada a l'exposició
Dijous 7 de maig, a les 19 hores

Coorganitzen: Centre d'Art La Panera, Museu d'Art Contemporani de Lleida, Ajuntament de Lleida

Amb el suport de: Diputació Barcelonès, Ajuntament de Torre Muntadas, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació

Ajuntament del Prat de Llobregat | **Centre d'Art Torre Muntadas**

Lona exterior



Centre d'Art Torre Muntadas

ANTONI ABVD / JUAN PVBLO BALLESTER / PATRICIA DAVUDER / ALICIA FRAMIS / ELENV GENÍS / LV RIBOT / VNA LVURA VLÁEZ / ROGELIO LÓPEZ CUENCV / COVA MCVCIAS / MVRINA NÚÑEZ / EULVIA VLLDOSERA

L'EGO ALTERV

PROJECTE AMB EL CENTRE D'ART LA PANERA DE LLEIDA

Inauguració
Divendres 27 de març, a les 20 h

del 27 de març
al 10 de maig de 2009

Visita comentada en clau de gènere
Dijous 2 d'abril, a les 19 h

Taula rodona amb l'artista
Patricia Dauder i Antoni Jové,
coordinador del Centre d'Art La Panera
Dijous 16 d'abril, a les 19 h

Visita comentada a l'exposició
Dijous 7 de maig, a les 19 h

entrada
lliure

Horari
De dimarts a dissabte de 16 a 21 h
Diumenges i festius d'11 a 14 h
Tancat: Tots els dilluns, del 10 al 13 d'abril
i l'1 de maig

Coorganitzen:
centre d'art la panera
Centre d'Art Torre Muntadas
Ajuntament de Lleida

Amb el suport de:
Diputació
Província
Xarxa de municipis
Govern d'Illes Balears
Departament de Cultura
i Mitjàs de Comunicació



Ajuntament del Prat de Llobregat



Centre d'Art Torre Muntadas

Sala d'Art Josep Bages

Juanne Casanoves, 88, 08820 El Prat de Llobregat
Tel. 93 478 22 37. torremuntadas@elprat.cat

De dimarts a dissabte de 16 a 21 h.
Diumenges i festius d'11 h a 14 h.
Tancat: tots els dilluns, del 10 al 13 d'abril
i l'1 de maig.

ANTONI ABVD / JUAN PVBLO BALLESTER / PATRICIA DAVUDER / ALICIA FRAMIS / ELENV GENÍS / LV RIBOT / VNA LVURA VLÁEZ / ROGELIO LÓPEZ CUENCV / COVA MCVCIAS / MVRINA NÚÑEZ / EULVIA VLLDOSERA

L'EGO ALTERV

PROJECTE AMB EL CENTRE D'ART LA PANERA DE LLEIDA

del 27 de març al 10 de maig de 2009

Inauguració
Divendres 27 de març, a les 20 hores

Visita comentada en clau de gènere
Dijous 2 d'abril, a les 19 hores

Taula rodona amb l'artista Patricia Dauder i Antoni Jové,
coordinador del Centre d'Art La Panera
Dijous 16 d'abril, a les 19 hores

Visita comentada a l'exposició
Dijous 7 de maig, a les 19 hores

entrada
lliure

Coorganitzen:
centre d'art la panera
Centre d'Art Torre Muntadas
Ajuntament de Lleida

Amb el suport de:
Diputació
Província
Xarxa de municipis
Govern d'Illes Balears
Departament de Cultura
i Mitjàs de Comunicació



Ajuntament del Prat de Llobregat

Cartell

Catàleg

L'EGO ALTERVT

PROJECTE AMB EL CENTRE D'ART LA PANERA DE LLIBREGAT

Sala d'Art Josep Bagas, Centre d'Art Torre Muradas
Del 27 de març al 10 de maig de 2009

Edició
Marta Moragas

Coordiadora
Marta Moragas

Col·laboradors
Dimitris Katsis, Daniel Moragas, Ariadna Miralles, Oriol Sunyer

Comitè d'Art
Dimitris Katsis, Daniel Moragas, Ariadna Miralles, Oriol Sunyer

Comitè d'Art
Marta Moragas

Comitè de Suport
Marta Moragas

Col·laboradors
Dimitris Katsis, Daniel Moragas, Ariadna Miralles, Oriol Sunyer

Assessor
Marta Moragas

Assessor
Marta Moragas

Assessor
Marta Moragas

VONTANI ABVD / JUAN PVBLO BALLESTER / PATRICIA DUUDER / ALICIA FRAMIS / ELENY GENÍS / LY RIBOT / VNA LYURA VLÁEZ / ROGELIO LÓPEZ CUENY / COVA MYCIÁS / MARINA NÚÑEZ / EULYLLA VILLODORA

Projecte amb el Centre d'Art La Panera de Lleida

Des del 1997 implicant les diferents edicions de la Biennal d'Art Lleida i la Biennal de Lleida, el Centre d'Art La Panera, l'ajuntament de Lleida ha mantingut una col·lecció d'art contemporani de prop d'un centenar d'obres. Es tracta d'una col·lecció que contempla com a àmbit geogràfic el que correspon a Catalunya i a la resta de l'Estat espanyol des de mitjan de la dècada dels 60 fins avui.

Després d'haver estat exposada en repetides ocasions al Centre d'Art la Panera, però també a Vila, Bàgira i al Can Pineda de Malutx, presentem en aquesta ocasió una nova presentació, en aquest cas al Centre d'Art Torre Muradas del Prat de Llobregat. Hem posat en marxa un projecte artístic d'època contemporània que té com a objectiu, principalment, fer una selecció d'obres de la col·lecció d'art contemporani d'època actual, en un espai col·laboratiu entre ambdós centres.

Aquesta selecció de la col·lecció d'art contemporani de Lleida, es fa amb un criteri de selecció que té com a objectiu, principalment, fer una selecció d'obres de la col·lecció que té un caràcter més actual, amb aquesta nova selecció, es pretén de renovar i actualitzar la col·lecció de l'època actual, en aquest sentit, aquesta selecció d'obres pretén de manifestar algunes de les tendències que s'estan desenvolupant i que són fruites d'un art més actual i de tendències d'art contemporani de Lleida, en aquest sentit, aquesta selecció d'obres pretén de manifestar algunes de les tendències que s'estan desenvolupant i que són fruites d'un art més actual i de tendències d'art contemporani de Lleida.

Des de l'època dels anys 60, ja des de la dècada dels 60, aquest treball ha estat plantejat en primera persona i a través d'un treball col·lectiu, ha estat desenvolupat i treballat en col·laboració amb les persones que treballen al Centre d'Art la Panera.

Aquesta selecció d'obres, una nova selecció de la col·lecció d'art contemporani de Lleida, es fa amb un criteri de selecció que té com a objectiu, principalment, fer una selecció d'obres de la col·lecció que té un caràcter més actual, amb aquesta nova selecció, es pretén de renovar i actualitzar la col·lecció de l'època actual, en aquest sentit, aquesta selecció d'obres pretén de manifestar algunes de les tendències que s'estan desenvolupant i que són fruites d'un art més actual i de tendències d'art contemporani de Lleida.

Col·lecció d'obres: 71 obres de 20 artistes d'època actual.

Col·lecció d'obres: 71 obres de 20 artistes d'època actual.

L'Ego Alterat

01

En la seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

02

La seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

03

La seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

L'Ego Alterat

04

En la seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

05

La seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

06

La seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

L'Ego Alterat

07

En la seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

08

La seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

09

La seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

L'Ego Alterat

10

En la seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

11

La seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

12

La seva obra, l'artista planteja una reflexió sobre la condició humana i el paper de l'art en la nostra societat. A través d'una sèrie d'obres, el artista explora la complexitat de la nostra existència i el paper de l'art en la nostra cultura.

ANNEX 5: eines de treball de públics

Enquesta de valoració:

ENS INTERESSA LA TEVA OPINIÓ PER PODER MILLORAR!

DADES PERSONALS

Gènere: Home Dona Edat: Lloc de residència:

VALORACIÓ DE L'EXPOSICIÓ I EL SERVEI

-Nom de l'exposició i/o activitat:

-T'ha agradat?

1 gens	2	3 normal	4	5 molt	No sap / No contesta
-----------	---	-------------	---	-----------	-------------------------

-És la primera vegada que vens a la Sala d'Art Josep Bages? Sí No NS/NC

Si no ho és, indica amb quina freqüència vens a la Sala? 1 cop a l'any 2 i 3 cops a l'any

1 cop al mes NS / NC

-Si us plau, valora els següents aspectes:

Continguts de l'exposició i/o activitat	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Materials explicatius (full de sala, cartel·les, etc)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Atenció rebuda, informació, etc	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Espai (sales d'exposició, wc, accessos...)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Horaris	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Valoració global	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9

-Com t'has assabentat de l'exposició i/o activitat?

Targetó imprès d'exposició Targetó exposició via mail Web del Centre d'Art Torre Muntadas

Web de l'Ajuntament Agenda cultural Cartells Ràdio Per un conegut/da

Altres:.....

-Estàs interessat/da en visitar / participar en alguna altra exposició / activitat?

Sí → Quin tipus d'exposició / d'activitat t'agradaria visitar / fer?.....

No → Quins són els seus motius principals?.....

NS/NC

-Observacions o suggeriments:.....

.....

Moltes gràcies per la teva col·laboració

Full de recompte de públics

Dia	TOTAL DIA	visitants										
		famílies (pares amb nens)	avis amb nens	joves (-de 35)	molt joves (-de 20)	gent gran (+de 60)	entre 35 i 60					
Dissabte	20	41	2+12+2	7	1141	16	532	10	2	2	1122	6
Diumenge	21	67	1+12+15+12+13+12+12+2 1+11+12+2	3		2	2				6221+2121	17
Dilluns	22	0										
Dimarts	23	14		4			2	2			22	4
Dimecres	24	31	43	7	2	2	12	5	4	4	221	5
Dijous	25	6	2+1	3							22121	8
Divendres	26	23	1+2	3	44		3				1141	7
Dissabte	27	25	1+1	2							5564	20
Diumenge	28	27	1+12+22+2	10							243	6
Dilluns	29	0										
Dimarts	30	3		3			2	2			1	11
Dimecres	31	12		2	2	22		4	2	2	121	4
Dijous	32	3	2+3	5							2	2
Divendres	33	5					2	2				1
Dissabte	34	9									522	9
Diumenge	35	33	2+12+21+22+2	14								4521141+1
Dilluns	36	0										
Dimarts	37	0										
Dimecres	38	0										
Dijous	39	12	2+2	4			1	1			2	2
Divendres	40	4									2	11
Dissabte	41	19	2+12+12+2	10								2111121
Diumenge	42	16	1+11+1+4	9							2	2
Dilluns	43	0										1211
Dimarts	44	1					1	1				
Dimecres	45	5									3	11
Dijous	46	3										11
Divendres	47	10						1	1		6	6
Dissabte	48	13			22		4				1	11
Diumenge	49	23	3+2+1+1	7	1+1	2	2	2	4	4	22	4
Dilluns	50	0										
Dimarts	51	1										1
Dimecres	52	4									2	2
Dijous	53	6			4	4					2	2
TOTALS		426		121	3	49	47	31	120			

