

Mapa Cultural de Girona

6. Resum executiu

v.1

Taula de contingut

1. Introducció.....	3
1.1. Objectiu i metodologia.....	4
1.2. Elements del sistema cultural	5
2. Síntesi analítica.....	8
2.1. Anàlisi de la programació cultural de la ciutat	9
2.2. Anàlisi de les dades de ticketing de la programació escènica i musical.....	13
2.3. Qüestionari a persones amb interessos culturals	15
2.4. Grups de debat.....	20
3. Conclusions	25
4. Crèdits.....	29

1. Introducció

1.1. Objectiu i metodologia

L'Àrea de Cultura de l'Ajuntament ha promogut l'elaboració del **Mapa Cultural de Girona** amb l'objectiu de generar coneixement sobre la participació de la ciutadania en la programació cultural de la ciutat per tal que els agents culturals i els responsables de la política cultural disposin d'una **radiografia objectiva** que fonamenti la seva presa de decisions estratègiques i operatives amb la finalitat de millorar la programació cultural i, per tant, el nombre, diversitat i equilibri territorial dels públics que hi participen. En conseqüència, els **objectius** són:

- Conèixer la programació cultural de la ciutat: els operadors, les pràctiques, les ubicacions, la temporalitat...
- Conèixer la participació de la ciutadania en la programació cultural: el nombre, els perfils, la procedència, els canals d'informació, la valoració de la programació, els interessos culturals...

L'estudi ha partit de dos **factors de complexitat**:

1. Saber **quines pràctiques poden ser considerades culturals** en una societat líquida i digitalitzada que evoluciona a ritme trepidant i que ha posat en crisi el perímetre tradicional de la cultura. Demanem disculpes si no han estat contemplades determinades pràctiques que, a criteri dels seus promotors o participants, haurien d'haver estat incloses.
2. **L'absència d'un sistema de recollida d'informació** homogeni sobre l'objecte d'estudi que ha obligat a fer un treball de camp precipitat per obtenir dades de l'activitat que duen a terme els diferents operadors. La captació de dades ha posat de manifest la gran diversitat de pràctiques i la dificultat d'establir uns indicadors comuns.

Aquestes dificultats, i la voluntat d'aportar un coneixement rigorós, ens han portat a diversificar la recollida d'informació. A tal efecte hem dut a terme les següents **accions**:

- a. **Anàlisi de la programació cultural de l'Ajuntament**: anàlisi de la informació obtinguda relativa a **87 línies d'activitat** de l'Àrea de Cultura i de la Xarxa de Centres Cívics sobre les activitats programades, lloc i moment de realització, nombre i perfil dels participants, i finançament.
- b. **Anàlisi de la programació cultural d'altres agents**: anàlisi de la informació obtinguda relativa a **59 línies d'activitat** de **44 operadors** culturals públics i privats (el 44% de l'univers identificat) sobre les activitats programades, lloc i moment de realització, nombre i perfil dels participants, finançament
- c. **Anàlisi de dades de ticketing**: anàlisi, per part de *Teknecultura*, de les dades generades pel sistema de venda d'entrades de la **programació escènica i musical** de 2015 i 2016 de quatre equipaments de la ciutat (Auditori Municipal, Teatre Municipal, Sala la Planeta i espectacles del pavelló de Fontajau).

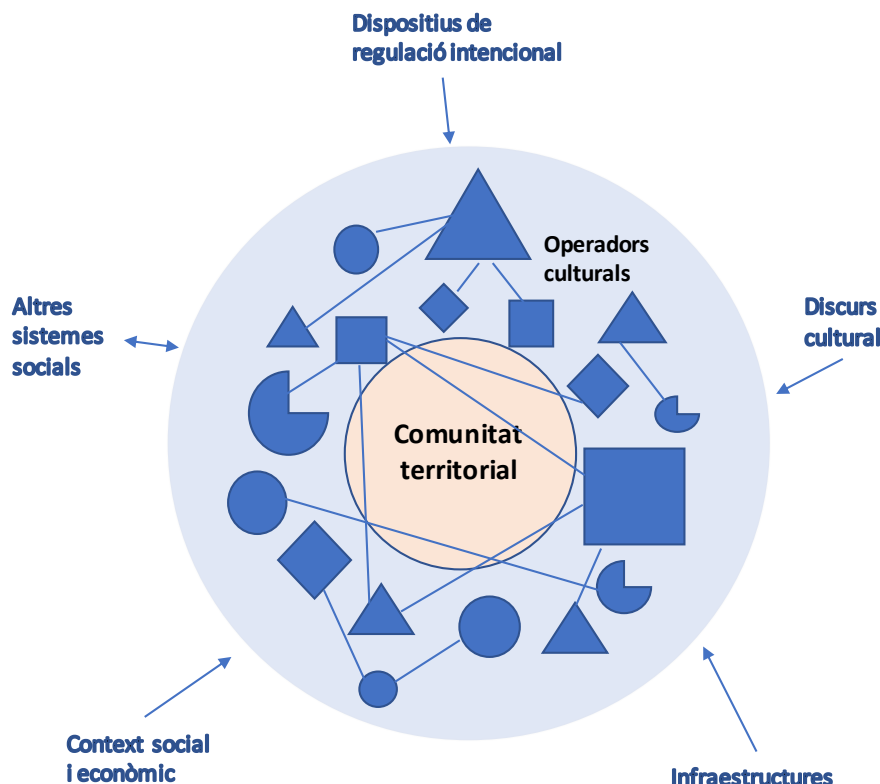
- d. **Enquesta electrònica** a una mostra de gairebé 15.000 persones de la base de dades del *Club Girona Cultura* per conèixer el grau de coneixement ciutadà de l'oferta cultural de la ciutat, els canals de comunicació que fan servir, els equipaments als quals van habitualment, la valoració que fan de la programació i els seus interessos culturals.
- e. **Grups de debat.** Valoració contrastada de la situació actual de l'acció cultural a la ciutat i propostes de millora, a través de 8 grups de debat formats cadascun per entre 10 i 15 ciutadans i d'un grup de tècnics municipals de cultura.

1.2. Elements del sistema cultural

L'objecte d'estudi ha estat el **sistema cultural de la ciutat de Girona**.

Un sistema és un conjunt d'elements organitzats i interactius que duen a terme una determinada funció. Un sistema social és una construcció humana per fer possible i satisfactòria la vida en comú. El sistema cultural és un sistema social que desenvolupa l'acció cultural en una comunitat territorial.

En un sistema cultural podem identificar els següents elements:

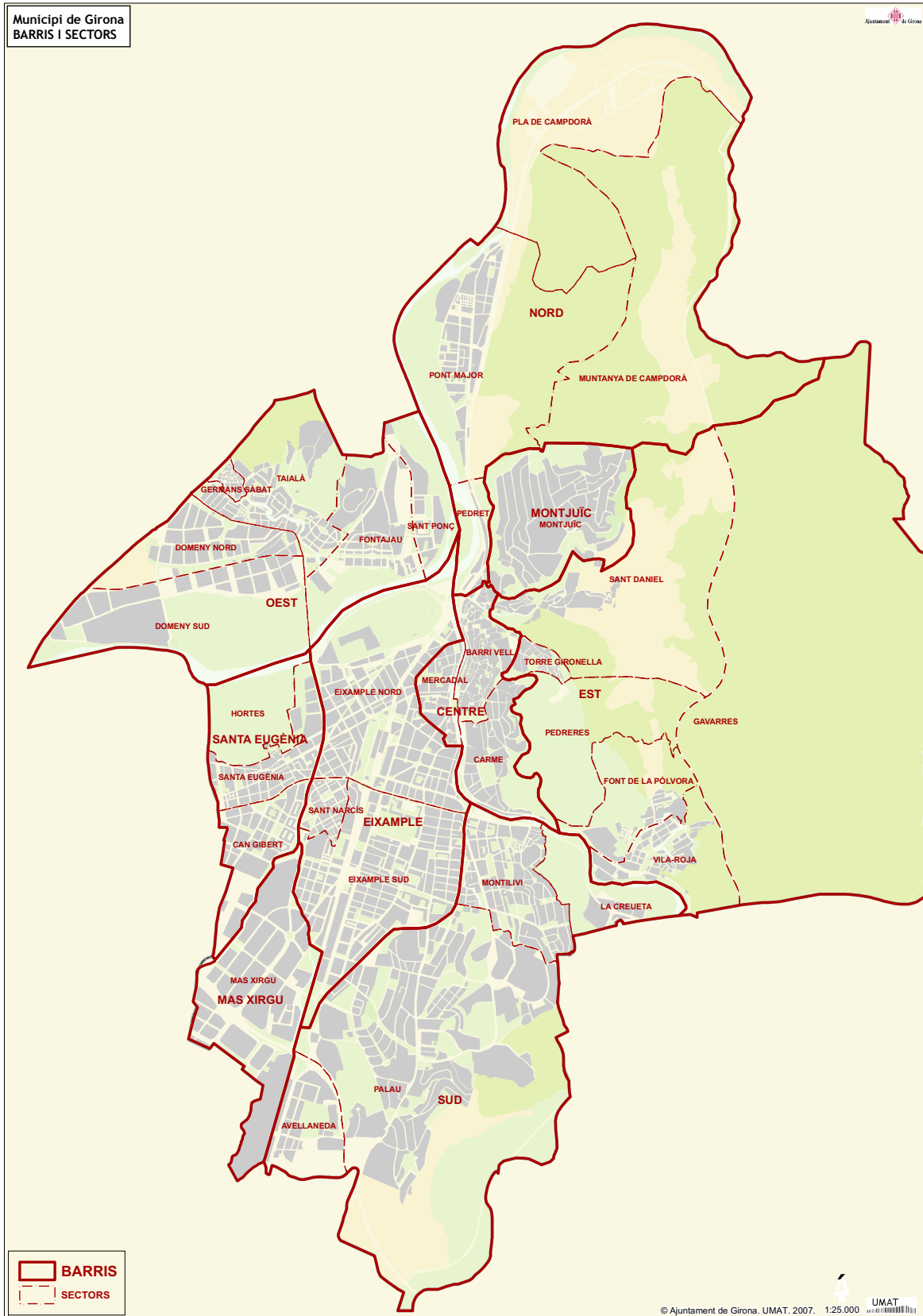


- **La comunitat territorial:** l'univers de ciutadans que comparteixen un sistema cultural. Podem diferenciar entre comunitat territorial **pròxima** (la ciutat i els municipis de l'entorn metropolità), **àmplia** (les comarques de Girona, la resta de Catalunya i les comarques de la Catalunya Nord) i **global** (la resta del món).

- **Els operadors culturals:** persones físiques o jurídiques, públiques o privades, que promouen o organitzen pràctiques culturals obertes a tercers. Dels operadors es pot analitzar: el seu nombre, la seva diversitat, la seva capacitat d'emprenedoria i innovació, la seva base social i de seguidors, etc.
- **Els vincles de relació entre els operadors culturals:** les xarxes de relació i cooperació que fan la **funció sinàptica**. Un sistema cultural és dinàmic i té capacitat d'evolució en funció de la seva capacitat sinàptica.
- **Els dispositius de regulació intencional:** d'una banda, les **agrupacions i taules d'operadors** i, d'altra banda, les **polítiques culturals**. Són intencionals a diferència dels automatismes espontanis d'autorregulació i poden orientar l'acció en un sentit diferent de l'espontani.
- **Les infraestructures culturals:** els espais a l'aire lliure i les instal·lacions que acullen les pràctiques culturals.
- **El discurs cultural:** una construcció simbòlica de la comunitat cultural que defineix el que és i fa, el que vol ser i fer, i els seus antecedents i referents. És un factor clau d'identitat i cohesió social.
- **Els altres sistemes socials:** els altres sistemes socials amb els quals interactua, especialment el **sistema educatiu** amb el qual comparteix valors i objectius i que condiciona notablement el que fa o pot fer el sistema cultural.
- **El context social i econòmic:** cada comunitat cultural opera en un determinat context social i econòmic (nacional i global) que condiciona l'acció cultural.

La **comunitat territorial pròxima** objecte d'estudi ha estat el municipi de Girona, per raons administratives i competencials. Amb tot, atès que la ciutat real inclou l'entorn metropolità, cal tenir en compte que aquesta **limitació territorial** no ha permès analitzar dades de l'oferta dels municipis pròxims.

La ciutat de Girona compta amb la següent **divisió territorial per barris i sectors**:



2. Síntesi analítica

Tot i que cada anàlisi ha estat recollida en un informe específic, presentem a continuació una síntesi de la informació més rellevant obtinguda.

2.1. Anàlisi de la programació cultural de la ciutat

L'objecte d'anàlisi han estat els **projectes o línies d'activitat** desenvolupats durant el 2016, entesos com a **conjunts de pràctiques** vinculades per assolir un determinat propòsit. Tot i haver argumentat als operadors el significat de "projecte o línia d'activitat", algunes respostes ens porten a considerar que se n'ha fet una comprensió relativa. Es va decidir que **les unitats registrals fossin els projectes** perquè no era viable registrar cadascuna de les activitats individuals realitzades l'any 2016 a causa de l'ingent treball de camp que hauria requerit. Amb tot, cara a futures exploracions, seria millor registrar cada pràctica individual per augmentar la precisió de les dades resultants.

Les dades recollides són, doncs, subjectives (les que han donat els operadors), parcials (alguns operadors només han donat dades d'alguns camps) i aproximades (alguns operadors només han pogut fer estimacions d'algunes dades demanades). Per això la informació quantitativa recollida té **més valor relatiu que absolut**. Caldria, en el futur, establir un sistema unificat i permanent de recollida d'indicadors culturals que permetés conèixer periòdicament les pràctiques desenvolupades i les tendències d'evolució.

Per obtenir dades dels projectes desenvolupats es va posar a disposició dels operadors un **formulari** únic. En total s'han recollit **146 formularis** de projectes. D'acord amb els 128 formularis que aporten dades, durant l'any 2016 es van dur a terme **6.126 pràctiques culturals** (una mitjana de 17 diàries) d'acord amb la següent distribució:

Dades obtingudes	Op	Proj	% Proj	Activ	% Act
Àrea de Cultura		65	45%	2.470	40%
Centres Cívics		22	15%	2.099	34%
Altres agents	44	59	40%	1.557	25%
TOTAL		146	100%	6.126	100%

Dels altres agents culturals es va obtenir informació de 44 operadors que representa el **45%** dels 98 que formaven part del directori inicial aportat per l'Ajuntament. Si féssim una **projecció** dels projectes de la mostra analitzada sobre l'univers, podem considerar que els agents culturals no municipals desenvolupen un total de 131 projectes que inclouen un total de 3.468 activitats.

Projecció	Op	Proj	% Proj	Activ	% Act
Àrea de Cultura		65	30%	2.470	31%
Centres Cívics		22	10%	2.099	26%
Altres agents	98	131	60%	3.468	43%
TOTAL		218	100%	8.037	100%

En qualsevol cas està clar que **l'Ajuntament és el principal operador cultural de la ciutat:**

- Entre el **60%** (dades analitzades) i el **40%** (projecció) dels projectes realitzats durant el 2016.
- Entre el **74%** (dades analitzades) i el **57%** (projecció) de les activitats de l'any 2016).

La resta d'operadors culturals es distribueixen d'aquesta manera:

AGENTS CULTURALS NO MUNICIPALS	Projectes	%
Sector Públic	4	9,1%
Sector Privat mercantil	19	43,2%
Tercer Sector	21	47,7%
TOTAL	44	100,0%

Els projectes registrats es distribueixen de la següent manera per **estadis funcionals:**

NOMBRE PROJECTES PER ESTADI FUNCIONAL	TOTAL	%
Creació	50	25,5%
Formació	42	21,6%
Difusió/Exhibició	104	52,9%
TOTAL (*)	197	100,0%

(*) *Hi ha projectes que corresponen a diversos estadis funcionals*

La distribució territorial dels projectes indica una **forta concentració en el centre històric de la ciutat** ja que el **84% dels projectes s'han concentrat en 4 barris** (en el Centre un 54%, molt per damunt de la resta) d'acord amb la següent distribució:

Barris	%
Centre	54%
Eixample	15%
Sant Eugènia	9%
Nord	6%
Total 1	84%
Resta barris	16%
Total 2	100%

En la **distribució dels projectes per sectors** es visualitza amb més detall la forta concentració territorial, a excepció de la programació dels centres cívics. En alguns sectors no hi ha ubicada programació cultural encara que la tenen pròxima en sectors adjacents.

SECTORS	AREA CULTURA	CENTRES CÍVICS	ALTRES AGENTS	TOTAL	%
Barri vell	24	5	31	60	32,8%
Mercadal	3	4	9	16	8,7%
Eixample nord	3	3	8	14	7,7%
Eixample sud	6	3	4	13	7,1%
Santa Eugènia	6	4		10	5,5%
Sant Narcís		4	3	7	3,8%
Taialà	3	3		6	3,3%
Pont major	3			3	1,6%
Domeny nord		3		3	1,6%
Domeny sud		3		3	1,6%
Font de la Pòlvora		3		3	1,6%
Fontajau		3		3	1,6%
Germans Sabat		3		3	1,6%
La Creueta		3		3	1,6%
Palau		3		3	1,6%
Sant Ponç		3		3	1,6%
Vila-Roja		3		3	1,6%
Pedreres	1	1		2	1,1%
Can Gibert		2		2	1,1%
Diversos	3			3	1,6%
Resta de sectors		2	5	7	2,7%
No consta	13			13	7,1%
TOTAL	65	58	60	183	100,0%

D'altra banda, els projectes s'han desenvolupat en diferents **ubicacions**:

- **39 en equipaments municipals** (principalment el Centre Cultural La Mercè, el Centre Cívic Barri Vell-Mercadal, l'Auditori, el Museu del Cinema i el Teatre Municipal).
- **44 en espais a l'aire lliure** (sobretot a les places de l'Assumpció-Mercat, dels Jurats, de Santa Susagna del Mercadal i a la Rambla de la Llibertat).
- **50 en altres infraestructures** no municipals (sobretot a la Casa de Cultura i a la Biblioteca Carles Rahola).

Les dades de participació aportades per part de 107 projectes ens indiquen que hi ha hagut un total de **2.482.323 assistències** (una mitjana de 405 per activitat). En els casos que hi havia un aforament limitat, la **mitjana global d'ocupació ha estat del 81,8%**.

Per **estadis vitals**, hem obtingut les dades següents:

Estadi vital	Total	%	Franja
Infants i adolescents	115.198	16,0%	0-14 anys
Joves	143.168	19,9%	15-29 anys
Adults	335.546	46,7%	30-65 anys
Gent Gran	124.810	17,4%	> 65 anys
TOTAL	718.723	100,0%	

Pel que fa al lloc de **residència dels participants**, un **57,1%** han estat de la ciutat de **Girona** i un 82,9% del conjunt de les comarques de Girona. Aquesta dada mostra la **notable projecció territorial de l'oferta cultural de la ciutat**.

Lloc de residència	Total	%
Ciutat de Girona	1.024.258	57,1%
Resta Comarques de Girona	462.932	25,8%
Tot Comarques de Girona	1.487.190	82,9%
Total de Catalunya	1.599.207	89,1%
Fora de Catalunya	194.742	10,9%
TOTAL	1.793.949	100,0%

El nombre d'entitats col·laboradores que participen en els projectes és elevat. En la programació de l'Àrea de Cultura hi han participat **80 entitats col·laboradores**, en la dels centres cívics **73** i en la dels agents agents culturals **64**. El nombre elevat de col·laboradors indica la gran **capacitat sinàptica dels agents culturals**.

2.2. Anàlisi de les dades de ticketing de la programació escènica i musical

L'informe presentat per *Teknecultura* analitza la programació, les vendes i els clients de la programació escènica i musical del 2015 i 2016 de quatre equipaments de la ciutat: Auditori Municipal, Teatre Municipal, Sala La Planeta i espectacles del Pavelló de Fontajau. Analitzar les vendes i la comunitat d'espectadors, posant èmfasi en la geolocalització dels clients. Cal tenir en compte que no inclou dades de Temporada Alta ni d'Ibercàmera, dues programacions molt rellevants a la ciutat.

S'han analitzat dades de 2 anys: **281 espectacles, 360 sessions i 39.983 registres** en el sistema de venda. Destaquen les dades següents:

- L'any 2016 es van oferir **94.589 localitats** (un 12% més que el 2015) i es van vendre 56.753 entrades (un 22% més que l'any anterior), amb un **60% d'ocupació** (un 5% més que el 2015).
- L'ingrés mitjà per cada entrada comprada és de **18 euros** (un 7% superior al 2015), amb **32 dies d'anticipació** (lleugerament superior al 2015).
- Les disciplines predominants en la programació són la **música** (57.452 localitats, més del 60% de l'oferta) i el **teatre** (26.913 localitats, amb un 28% de l'oferta).
- Més de la meitat de les entrades es van vendre **a través de la web (el 56%)**, amb una anticipació de 40 dies.
- Les entrades han estat comprades per part de **10.877 clients** (el 32% superior al 2015) i permeten fer una estimació de **40.436 espectadors** (persones físiques diferents que han gaudit de la programació una o més vegades).
- La mitjana d'edat dels clients és de **45 anys** (un any inferior a la mitjana del 2015), **més de la meitat dels clients tenen entre 31 i 50 anys**, i 1.241 tenen entre 21 i 30 anys (un 70% més que l'any anterior).
- El 60% dels clients varen ser **dones**.
- La **procedència geogràfica** dels clients és la següent:

Girona ciutat	38%
Comarques de Girona	46%
Província de Barcelona	14%
D'altres indrets	2%
TOTAL	100%

- Els **municipis** de les comarques de Girona amb més aportació de clients són: Banyoles (7%), Salt (7%), Figueres (5%), Olot (3%), Cassà de la Selva (3%), Santa Coloma de Farners (3%) i Blanes (3%). Destaquen 3 zones: els municipis de l'entorn metropolità, els del nord i els de la costa.
- L'Auditori Municipal és l'equipament que registra el percentatge més elevat de clients de fora de la ciutat (el 65%).

- La ratio de **penetració social** de la ciutat de Girona l'any 2016 va ser del **15,4%**. Per **codis postals**, trobem la següent distribució:

CP17006	6%
CP17004	13%
CP17007	13%
CP17005	14%
CP17003	18%
CP17002	21%
CP17001	29%

- Pel que fa a la freqüència, un **81% dels clients actius al llarg de dos anys han assistit només a un espectacle**, un **12% a dos espectacles** i un **7% a tres o més**.
 - Pràcticament **el 80% dels clients de l'any 2016 van ser nous** amb una taxa de compra del 27% del total d'entrades disponibles.
 - La **taxa de retenció** de l'any 2016 (clients del 2015 que van repetir el 2016) va ser del **28%**.
- El grau de **vinculació dels clients** amb la programació es visualitza en la probabilitat de retorn. S'estableixen 3 nivells de vinculació amb els indicadors que es mostren:
 - **Clients novells** (una única compra en un any): **69%**. Un 67% són de fora de Girona.
 - **Clients repetidors** (una segona o tercera compra el mateix any o següent): **25%**.
 - **Clients habituals** (mínim de 4 compres, 2 d'elles el segon any): **6%**. Aquests clients compren un 16% de les entrades.

2.3. Qüestionari a persones amb interessos culturals

L'Ajuntament va enviar un qüestionari electrònic a 14.779 persones de la base de dades de Girona Cultura que havien autoritzat la tramesa d'informació per conèixer els seus interessos i hàbits culturals, considerant que era una mostra representativa de l'univers dels ciutadans de Girona amb interessos culturals. La tramesa es va fer al mes d'octubre del 2017 i es van rebre 3.457 respostes vàlides. Els resultats tenen un nivell de confiança del 99% i un marge d'error del 2%.

a. Perfil

El **perfil** de la mostra consultada és el següent:

- Un **58,4% viuen a la ciutat de Girona** i un **35,1% en un altre municipi** de les comarques de Girona. Els municipis amb més representació, per ordre descendent, són: Banyoles, Salt, Cassà de la Selva, Sant Gregori, Figueres, Sarrià de Ter, Sant Feliu de Guíxols, Bescanó, Santa Coloma de Farners, etc.
- Dels que viuen a Girona, la distribució per **codis postals** és la següent:

17006	6,3%
17004	8,8%
17001	11,5%
17007	12,3%
17002	13,9%
17005	17,0%
17003	30,2%

- El **45,3% són socis del Club Girona Cultura**, un 18,9% no són socis però tenen el carnet de biblioteca, un 13,6% hi han comprat entrades en alguna ocasió i un 12,7% només estan subscrits al butlletí electrònic.
- Predominen els de la **Generació X** (38-50 anys) amb el 36,4%, després els **Boomers** (51-65 anys) amb el 31,9%, després els Millennials (23-37 anys) amb el 14,7% i els de la Generació Z (16-22 anys) amb només el 3,1%.
- Pel que fa al gènere, el **65,8% són dones** i el **34,2% homes**.
- El **50,5% pertanyen a una o més associacions culturals**.
- El **87,1% parlen habitualment a casa en català**, i el 10,6% en castellà.
- El **90,6% han nascut a Catalunya** i el 8% fa més de 5 anys que hi viuen.
- El **68,2% no treballen en el sector cultural** de forma professional.

En relació als **canals** que fan servir per estar informats de l'oferta cultural, els que predominen són: el **boca a orella** (51,8%), els **diaris o revistes** (51,04%), les **xarxes socials generals** (49,6%), la **publicitat al carrer** (47,6%), els **butlletins electrònics de Girona Cultura** (44,3%), els flyers i altres materials impresos (41%), la web Girona

Cultura (37,5%) i altres menys habituals. El 31,3% es senten molt ben informats i el 51,9% ben informats. Els que es consideren **poc informats són el 16,3%**.

b. Hàbits i interessos culturals

Pel que fa als **hàbits culturals**, l'activitat a la qual dediquen més temps és **navegar a internet** (el 24,2% hi dediquen més de 10 hores a la setmana), seguit **d'escoltar música** a través de qualsevol dispositiu (el 15,53% hi dediquen més de 10 hores) i a **escoltar la ràdio** (el 14,82%).

L'activitat a la qual es dedica menys temps és a **tocar un instrument** (només el 2,5% hi dedica més de 10 hores a la setmana i el 80% no en toca cap) i també a **llegir el diari** (el 3,2% hi dedica més de 10 hores setmanals). El temps dedicat a veure la **televisió** és molt divers, però només el 12,5% hi dedica més de 10 hores setmanals, i només el 7,8% dedica més de 10 hores setmanals a **llegir llibres** de ficció o no ficció.

La majoria de pràctiques presencials s'han fet el darrer any entre 1 i 5 vegades (**exposicions, espectacles, concerts de música, cinema en sala**). La que s'ha fet més assiduament ha estat anar a una **biblioteca** (el 21,33% hi han anat com a mínim un cop al mes de mitjana), però també és la que hi ha més persones que no han fet (27,45%). La segona ha estat anar a una **sala de cinema** (el 15,2%, com a mínim, un cop al mes). La majoria fan servir internet per **buscar informació** (el 95,4%). Els altres usos majoritaris són **escoltar música en línia** (el 53,24%) i **veure o descarregar continguts audiovisuals** (el 41,67%).

Predominen els que diuen que disposen de poc o molt poc **temps lliure** (64,8%) els dies feiners i bastant o molt temps lliure els caps de setmana (el 71,4%). Pel que fa a la **freqüència** de participació en alguna pràctica cultural, el 29,9% ho fan setmanalment i el 30,5% quinzenal o mensualment.

Els tres equipaments, de la relació indicada en el qüestionari, més visitats el darrer any han estat: **Auditori de Girona, Teatre Municipal i Biblioteca Carles Rahola**. A continuació el **Centre Cultural la Mercè** i el **Cinema Truffaut**. Els equipaments menys visitats per un major nombre de persones són els **centres cívics** (entre el 73,5 i el 96,4% no els han visitat mai), algunes **biblioteques, Bòlit i Casa Masó**. En general, els equipaments de proximitat són visitats només pels públics de l'entorn.

Pel que fa als **interessos culturals**, cal tenir en compte que definir un *rànk* d'interessos és complicat perquè les respostes indiquen una gradualitat. Amb tot, les dues pràctiques que interessen més són **escoltar música** (el 66,7% diu que és **la que més o de les que més els interessa**) i **passejar per la ciutat** (ho diu el 63,66%). Després, les de major interès són anar a **veure una funció de teatre** (ho diu el 50,16%), **llegir llibres de ficció** (l'46,57%) o **de no ficció** (el 45,76%) i anar a un **concert de música moderna** (el 37,84%). En canvi, les que interessen a menys persones són participar en un **grup de teatre o dansa** (el 64,03% diu que no li interessa gens) o **escriure textos** (el 60,36%), seguit de **tocar un instrument o cantar** (el 45,66%) i de **pintar o dibuixar** (el 34,95%).

En general les **pràctiques actives o de creació tenen un interès molt més baix** que les de consum.

Els dos **factors que més incideixen** en la decisió de participar en una pràctica cultural són **l'obra/l'autor/l'interpret** (el 17,74% diuen que és el factor més determinant) i la **gratuitat o cost raonable** (el 17,67% esmenten aquest factor com el més determinant). Els **factors més secundaris** són que la pràctica sigui **innovadora o emergent** (el 36,16%) i que ho facin en un **lloc proper** (el 31,15%). Amb tot, més del 50% diuen que **tenen en compte els quatre factors** a l'hora de prendre la decisió de participar en una pràctica.

Els principals beneficis que manifesten cercar són **passar una estona divertida** (69,69%) i **compartir-la amb la parella, amics o companys** (61,56%). En segon lloc, reflexionar sobre algun tema o qüestió de la realitat social (55,14%) i tenir una experiència estètica o emotiva (52,31%). Predomina la concepció de la cultura com a lleure.

Pel que fa a la logística, la majoria de persones **es desplacen a l'equipament més habitual a peu** (87%) o **en cotxe** (67%). En canvi, a equipaments menys habituals, predominen els desplaçaments **en bicicleta o transport públic**. És curiós que el cotxe s'utilitza més com més habitual és l'equipament i que el transport públic i la bicicleta mantenen una proporció constant. La majoria de persones (85,2%) tarden **menys de 10 minuts** a anar a l'equipament més habitual, en segon lloc hi ha les que tarden entre 10 i 60 minuts. Gairebé una cinquena part tarden més d'una hora.

c. Valoracions

Els equipaments que ens enquestats consideren que fan una **programació de més qualitat** són:

Auditori de Girona	43,4%
Teatre Municipal de Girona	21,5%
Cinema Truffaut	4,8%
Casa de Cultura	3,5%
Centre Cultural la Mercè	3,0%
Sala la Planeta	2,7%
Biblioteca Carles Rahola	2,5%
Espai Marfà	1,8%
Museu d'Història de Girona	0,9%
Museu del Cinema	0,8%

La majoria (el 77,5%) consideren que **l'oferta cultural de la ciutat és bona o molt bona**, i el 19,8% la consideren millorable.

Els resultats s'han filtrat amb diferents **variables** per veure en quins casos hi havia diferències significatives.

- En el cas de la variable gènere i professionals de la cultura no s'han apreciat diferències significatives, i se n'han vist poques en la variable residència, majors de 50 anys, persones amb fills menors de 15 anys.
- Els **menors de 35 anys** fan una valoració més crítica de la programació que la mitjana (el 29,4% la valoren poc o gens interessant), diuen que el factor d'elecció més important és el preu i cerquen, sobretot, passar una estona divertida. Tenen més interès que la mitjana per la música i van més a concerts de música moderna.
- Els que **parlen habitualment a casa en castellà** fan una valoració més baixa de l'oferta cultural (només el 59,3% la consideren bona o molt bona), mentre que els **socis del Club Girona Cultura** la fan més alta (el 80% consideren que és bona o molt bona).
- Les persones **crítics amb la programació** (les que manifesten que “té propostes interessants però n'hi ha moltes que no tenen cap interès”) tenen aquestes diferències respecte a la mitjana:
 - A la ciutat de Girona hi ha un nombre superior de persones crítics que a la resta de poblacions (el 65%↓).
 - Hi ha una proporció inferior de persones que s'informin a través del portal Girona Cultura (el 31,2%↓), de les seves xarxes socials (el 12,8%↓) i dels diaris i revistes (el 44,2%↓) i els que senten ben o molt ben informats n'hi ha menys (el 64,4%↓).
 - Van una mica menys a biblioteques que la mitjana global (el 17,1%↓) i usen més internet per escoltar música en línia (el 60,1%↑), descarregar audiovisuals (el 47%↑), música (el 21,4%↑) o llibres (el 21,6%↑).
 - El nombre de persones crítics que tenen una freqüència de consum cultural setmanal és inferior (el 21,8%↓). N'hi ha més que tenen interès per anar a concerts de música moderna (el 42,7%↑) i mirar pel·lícules o videos per internet (el 31,4%↑), i n'hi ha menys que els agradi anar al teatre (el 42,8%↓), anar a concerts de música clàssica (el 21,4%↓) i llegir revistes i diaris (el 38,2%↓).
 - El factor més determinant en la decisió d'anar a una pràctica cultural és la gratuïtat o el preu raonable (el 23,4%↑) i busquen menys conèixer una obra o un autor (el 36%↓) i tenir una experiència emotiva o estètica (el 45,8%↓).
- Pel que fa a les eventuais diferències segons **el codi postal de residència**, hem pogut fer les següents constatacions:
 - El nombre de **socis de Girona Cultura** varia en 12,1 punts entre els dos CP més diferents, essent el 17001 el que en concentra més (68,4%).

- La **diferència generacional** dels nascuts entre el 1968 i el 1982 és de 16,4 punts, essent el CP 17006 el que en concentra més (42,9%). Entre les altres generacions també hi ha diferències. Les persones més grans (i els jubilats) estan concentrades en els CP 17001 i 17002. En aquests CP també hi ha una major proporció de membres d'entitats culturals.
- En el CP 17006 és on hi ha una menor proporció de persones que són **socis d'alguna entitat cultural** (el 43,6%) i de persones que a casa parlen habitualment en català (75,4%) i que treballen o han treballat en el sector cultural (el 67,2%).
- No hi ha massa diferències en l'ús dels diversos **canals d'informació**, tot i que la publicitat al carrer i les xarxes socials són usats més en els CP 17006 i 17007. El CP en el qual les persones es manifesten sentir-se molt ben o ben informades és el 17005 (86,2%) i el que menys el 17002 (80,3%).
- Els que resideixen al CP 17001 són els que manifesten una major **frequència de consum cultural** (sumant setmanal i 1 o 2 cops al mes, el 66,7%) i la menor freqüència es dona al CP 17006 (el 50%).
- **La satisfacció per l'oferta cultural** és similar, només hi ha una diferència de 7,9 punts entre els dos valors extrems. El CP que la valora millor és el 17001 (el 79% la considera bona o molt bona) i el que la valora pitjor el 17006 (el 71,1% la considera bona o molt bona).

2.4. Grups de debat

A partir del directori de persones que van manifestar interès per participar en el debat van ser convocades **dues rondes de petits grups de debat**.

- En la primera ronda es van fer 5 sessions i es convidava els participants a fer una **valoració** de l'oferta cultural de la ciutat.
- En la segona ronda es van fer 4 sessions i es demanava als participants que formuessin **propostes de millora** a partir de les valoracions de la primera ronda.

A partir dels relats de les sessions es poden destacar les aportacions que es van fer en relació als següents aspectes:

a. Sobre la suficiència, qualitat i diversitat de l'oferta cultural

Es considera suficient i adequada en l'àmbit d'exhibició i difusió, però insuficient en formació i creació.

Girona ha de poder oferir formació artística postobligatòria per evitar la fuga de talent cap a Barcelona, atès que hi ha suficient població i demanda per fer-la sostenible.

Molts participants consideren que tot i que la programació és molt diversa, l'atenció a la diversitat funcional és la gran assignatura pendent en el desenvolupament de les polítiques culturals.

b. Sobre la coordinació entre els agents culturals

Es considera que s'hauria de millorar la coordinació de l'oferta entre els diferents agents, entre altres motius per evitar solapaments, sobretot els dijous i divendres, que perjudiquin els agents amb menys capacitat de convocatòria.

c. Sobre les pràctiques culturals de proximitat i de centralitat

Caldria establir una lògica de complementarietat entre la programació de l'Àrea de Cultura (centrada en la cultura de centralitat, ubicada principalment en el centre històric i que té més visibilitat ciutadana) i la de Centres Cívics (centrada en la de proximitat) per assolir un millor encaix entre ambdues ofertes.

d. Sobre l'impacte de la política de promoció econòmica de la ciutat

Es va reflexionar sobre les oportunitats i riscos de la concepció de Girona com a ciutat de festivals i de l'ús turístic de patrimoni. Es va considerar que la política de festivals respon a objectius de promoció econòmica de la ciutat més que de promoció cultural. Estan més pensats per atreure gent de fora i, per això, s'ubiquen al barri vell per la imatge de la ciutat que es vol oferir.

Ja que els festivals són un actiu important caldria veure com impacten més positivament en l'acció cultural i l'equilibri territorial, vinculant-los més a l'acció cultural que els agents culturals locals desenvolupen en els diferents territoris de la ciutat.

e. Sobre la distribució territorial de l'oferta cultural

Es va reflexionar sobre els efectes i riscos de la concentració d'oferta cultural en el centre històric i l'impacte potencial de l'acció cultural en la dinamització, desenvolupament i sostenibilitat dels barris perifèrics més enllà de la funció residencial. Com a efectes negatius cal destacar les molèsties reiterades que ocasionen als residents i l'absència d'oferta en alguns barris perifèrics, que minva oportunitats als que hi viuen i als comerços que hi operen.

Tot i que els Centres Cívics ja fan una oferta cultural de proximitat en els diferents territoris, el seu impacte és menor que l'oferta de centralitat. Per això l'Ajuntament podria promoure una major descentralització de l'oferta cultural per intentar dinamitzar les zones més deprimides.

f. Sobre l'accés a la informació sobre la programació cultural

Els equipaments municipals compten amb eines de comunicació de gran impacte a través de l'agenda Girona Cultura, però els petits promotors no tenen capacitat econòmica ni de temps per fer difusió adequada de les seves propostes. D'altra banda, la fragmentació de la informació sobre programació cultural limita l'accessibilitat a l'oferta. Per això, alguns participants consideren que potser seria positiu centralitzar la difusió de tota l'oferta cultural de la ciutat, millorant la difusió a través de xarxes socials (per exemple, creant un canal a Telegram) que ara és insuficient.

La informació sobre programació cultural es podria completar amb informació sobre infraestructures disponibles, ja que costa trobar llocs on ubicar les activitats.

g. Sobre la participació dels públics joves

La percepció de la manca de participació dels joves en l'oferta cultural, tant en creació com en consum, porta a pensar en una manca d'adequació de l'oferta perquè molts joves no tenen interès en participar en l'oferta institucionalitzada d'activitats culturals tradicionals i, en canvi, estan més disposats a participar en pràctiques autogestionades o en les que hi tenen un paper més actiu.

h. Sobre la participació dels centres educatius

Caldria que, a través dels centres educatius, tots els infants de Girona visitessin els museus de la ciutat per conèixer i interioritzar el patrimoni cultural de la ciutat, assistir a funcions escèniques pensades específicament per a ells i promoure pràctiques creatives en els centres educatius de la mà de creadors professionals i

en el marc de la ciutat educadora, per tal de fomentar els hàbits culturals des de ben petits.

i. Sobre les principals barreres i obstacles a la participació

Algunes mancances en el transport públic (de línies i d'horaris) a dins de la ciutat i amb les poblacions de l'entorn és un dels principals factors que limita la participació cultural, sobretot dels joves.

També hi ha barreres mentals que fan que ciutadans que viuen en el centre de la ciutat percebin com a llunyans espais de programació perifèrics. En canvi, al barri vell hi assisteixen ciutadans de tots els barris de la ciutat.

També hi ha algunes mancances en l'adaptació dels espais per fer-los accessibles a persones discapacitades.

j. Sobre el suport municipal al teixit cultural

Els petits promotors i artistes es senten molt desatesos per les dificultats que tenen per accedir a finançament municipal, especialment la complexitat dels tràmits i la manca d'assessorament, tal volta per la manca d'un reconeixement del valor de la seva tasca.

Els centres cívics que ja donen suport als agents culturals del tercer sector, però no poden atendre totes les demandes per manca de recursos i per la limitació dels seus horaris. D'altra banda, els centres cívics són percebuts per la ciutadania com espais on es mostren produccions amateurs o de baixa qualitat.

Consideren que l'Ajuntament podria establir circuits per facilitar la sortida al mercat de determinades propostes artístiques.

També caldria que l'Ajuntament promogués la realització de música en viu en locals de restauració, perquè no comporta gaire cost, però caldria promoure una major tolerància dels veïns al so buscant una manera de regular-ho més precisa i adequada.

k. Sobre la suficiència i adequació funcional de les infraestructures

La majoria de creadors privats i del tercer sector no disposen d'espais propis per assajar, reunir-se o guardar el material, i això dificulta la preparació dels espectacles o actuacions. A Salt, la factoria Coma Cros és un excel·lent laboratori per a l'intercanvi d'experiències i suports entre entitats, on sorgeixen noves col·laboracions. A causa de la seva ubicació intermèdia, caldria que fos una infraestructura compartida per part de Salt i Girona.

El sector de la música, que compta amb l'Espai Marfà, i el de les arts visuals, amb La Volta (que contribueix eficientment a la dinamització del barri), han pogut cobrir mínimament les necessitats dels seus creadors, però el de les arts escèniques no compta amb cap infraestructura de suport a la creació. Es considera,

d'altra banda, que el CAE El Canal està infrautilitzat per indefinició de la seva missió.

També caldria pensar la integració d'equipaments culturals de proximitat en complexos culturals multifuncionals per generar economies d'escala i crear sinergies.

Els músics també constaten l'absència de sales d'actuació de dimensions mitjanes, ja que només hi ha petits locals o La Mirona i l'Auditori.

Alguns participants també consideren que troben a faltar un equipament especialitzat en art contemporani, tot i refusar el projecte de la Casa Pastors perquè consideren que està orientat als turistes

També calen infraestructures, sobretot a la via pública, per acollir adequadament expressions artístiques que alguns ciutadans perceben com a vandàliques, com és el cas dels grafiters, rapejadors, rockers, etc.

Es critica també la incapacitat de molts gestors d'equipaments culturals d'establir més relacions de cooperació amb altres equipaments i la manca de visió de conjunt de l'acció cultural de la ciutat. Caldria promoure més transversalitat i coordinació a nivel tècnic per facilitar millor la participació ciutadana a les propostes.

l. Sobre les sinergies entre la ciutat i la universitat

Tot i que la creació de la Universitat de Girona va ser un fet cultural de gran transcendència, l'Ajuntament i la UdG (el seu alumnat representa un 10% de la població en una etapa vital clau en la formació d'hàbits culturals) no han aprofitat aquesta circumstància i crear sinergies en la respectiva acció cultural.

m. Sobre les subvencions a iniciatives culturals locals

Les entitats del tercer sector han de fer molts tràmits per accedir a petites ajudes econòmiques. Hi ha problema de procediment que caldria resoldre. La normativa, d'altra banda, obliga a executar tot el pressupost inicial encara que la subvenció sigui menor a la prevista, i això obliga a incrementar la despesa pròpia.

n. Sobre la coordinació entre la política cultural, educativa i turística

Molts participants consideren que les polítiques culturals i educatives no estan vinculades, tot i que una acció coordinada d'ambdues permetria un major impacte de l'acció cultural.

La política turística, d'altra banda, utilitza la cultura de manera instrumental i esdevé una de les principals amenaces per a l'acció cultural. De manera especial consideren molts participants que l'ús turístic del patrimoni està a punt de travessar una línia vermella, i consideren que caldria buscar un perfil de turisme més cultural i de qualitat per evitar la massificació de la ciutat.

Caldria, en definitiva, promoure l'acció coordinada entre la política educativa, cultural i turística, sobretot en la planificació estratègica, per assolir de manera més eficient i equilibrada la satisfacció dels respectius objectius.

3. Conclusions

És difícil valorar l'oferta cultural de Girona i el seu impacte en la vida ciutadana perquè el sistema d'indicadors de l'acció que desenvolupen els diferents operadors culturals no és prou eficient. Això ha obligat a destinar molts esforços a aconseguir informació quantitativa i qualitativa, i les dades obtingudes, en alguns casos, són parcials i estimatives.

També és difícil valorar l'oferta cultural de la ciutat sense tenir en compte la dels municipis del seu entorn pròxim, ja que la comunitat cultural real va més enllà dels límits del municipi. Les lògiques metropolitanes s'observen de manera molt clara en la procedència territorial dels públics de les pràctiques culturals de la ciutat de Girona, i caldria analitzar si la mobilitat dels públics és centrípeta o bidireccional.

A partir de les diverses fonts d'informació explorades, malgrat això, es poden formular les conclusions que s'exposen a continuació.

L'oferta cultural de la ciutat és densa (6.126 activitats registrades el 2016), sobretot en pràctiques de difusió o exhibició. En pràctiques de formació i creació és, en canvi, insuficient per assegurar un equilibri òptim en la cadena de valor i evitar la fuga de talent. A nivell de sectors, potser l'oferta cultural té un perfil baix en art contemporani. Les persones consultades plantegen dubtes, també, sobre l'adequació de l'oferta a les persones amb diversitat funcional.

Hi ha molts operadors culturals: a més de l'Ajuntament, hi ha tres operadors públics i un centenar de privats. L'Ajuntament, englobant l'Àrea de Cultura i els Centres Cívics, és el principal operador (ha organitzat més del 57% de les activitats del 2016). Les persones consultades, en general, consideren que la coordinació entre els operadors culturals és escassa i això provoca solapaments. En el cas de l'Ajuntament, es constata que l'oferta de l'Àrea de Cultura i la de Centre Cívics no estan prou coordinades ni vertebrades, i això impedeix generar sinergies entre la programació de proximitat i la de centralitat.

Es constata la insuficiència en la coordinació i les aliances entre els responsables de l'oferta cultural i dels centres educatius, atès que aquests són, en molts casos, els principals mediadors per acompanyar els ciutadans a accedir a les seves primeres experiències culturals i afavorir la formació de valors i interessos culturals. També són els mediadors que poden ajudar a eliminar els prejudicis territorials dels ciutadans que viuen als barris del centre de la ciutat. També hi ha manca de sinergies culturals entre l'Ajuntament i la Universitat, atès que aquesta és un gran actiu cultural de la ciutat i conté una part molt significativa de la població.

L'aposta estratègica de Girona com a ciutat de festivals té aspectes molt positius, sobretot en l'àmbit del turisme i la promoció econòmica, però no sols no beneficia l'acció

que els agents culturals locals realitzen en els barris perifèrics sinó que té un impacte negatiu perquè limita la seva visibilitat social i els recursos públics que poden disposar. A més, la seva concentració majoritària en el centre històric, a més d'ocasionar molèsties als residents, dificulta l'assoliment de l'equilibri territorial de la ciutat.

La participació dels ciutadans en l'oferta cultural és notable, amb una mitjana d'ocupació global per damunt del 80%, encara que en la programació escènica i musical ha estat només del 60%. Més del 65% dels públics participants són dones i els que tenen menys de 35 anys són menys del 18%. Gairebé el 30% tenen una freqüència de consum setmanal, el 30% quinzenal o mensual, i gairebé el 40% la tenen inferior a una vegada al mes.

La programació cultural de la ciutat de Girona es projecta més enllà de la ciutat, exercint plenament de **capital cultural de les comarques gironines**. El 58% viuen a la ciutat de Girona i el 25% als altres municipis de les comarques de Girona (en la programació escènica i musical, els públics dels altres municipis de la província han estat el 46%). Aquesta important participació de públics de les comarques de Girona en l'oferta de la ciutat és una gran oportunitat per considerar que la cultura és un dels principals motors de desenvolupament de Girona.

Hi ha una forta concentració de l'oferta cultural en el centre històric (hi tenen lloc més del 50% dels projectes registrats). Això comporta que, a més de les molèsties que la freqüència d'activitats pot ocasionar als residents, es desaprofiten les oportunitats de contribuir a la dinamització de barris perifèrics a través de l'acció cultural.

Els artistes i petits operadors culturals no consideren prou satisfactori el suport que reben de l'Ajuntament i que necessiten per poder dur a terme les seves pràctiques de creació, formació o difusió. Consideren que els recursos econòmics i infraestructurals són escassos i que el procediment d'accedir-hi és complex i disuasori. Constaten, a nivell d'infraestructures, una certa mancança d'espais de creació i producció, especialment en l'àmbit de les arts escèniques. D'altra banda, tot i haver-hi un nombre significatiu d'infraestructures per a usos culturals, no hi ha un sistema centralitzat per conèixer-les i accedir-hi ni han estat objecte d'un procés de racionalització per adequar-les a les necessitats funcionals dels operadors locals. L'acció de l'Ajuntament en el foment de l'acció cultural dels operadors locals, en general, ha anat a remolc de les seves propostes i no ha estat proactiva. També hi ha incidit el marc jurídic vigent que dificulta notablement l'establiment de línies de cooperació públic-privat.

Els desplaçaments als equipaments culturals més habituals es fan majoritàriament a peu o en cotxe i, habitualment, no requereixen més de 10 minuts. El desplaçament en transport públic és poc habitual, a causa de la insuficiència d'horaris, línies i freqüències de pas.

La valoració que els públics fan de l'oferta cultural de la ciutat és excel·lent (el 77,5% la consideren bona o molt bona). També ho és la valoració de la informació que tenen sobre l'oferta cultural (el 83,2% es consideren ben o molt ben informats). Els que fan una valoració més crítica són, en general, els públics més ocasionals.

Els públics joves són escassos en la majoria de pràctiques culturals, fent excepció de la música moderna, a causa de diversos factors que hi incideixen, entre els quals cal considerar els hàbits predominants de les noves generacions digitals i el fet de no comptar amb ells en la confecció i gestió de les propostes.

4. Crèdits

Direcció:

Jaume Colomer

Autories:

1. Anàlisi de l'oferta cultural

Recopilació i explotació de dades:

Àrea de Cultura: Jaume Colomer i Marc Francesch Camps

Xarxa de Centres Cívics: Jaume Colomer

Agents culturals no municipals: Jaume Colomer i Marc Francesch Camps

Elaboració de l'informe:

Àrea de Cultura: Jaume Colomer

Xarxa de Centres Cívics: Jaume Colomer

Agents culturals no municipals: Marc Francesch Camps

2. Relat integrat dels grups de debat

Relators:

Marc Francesch

Albert Gispert-Saüch

Marc Prat

Elaboració del relat integrat:

Marc Francesch

3. Enquesta sobre els interessos i hàbits culturals de la ciutadania

Recopilació, explotació de dades i elaboració de l'informe:

Jaume Colomer

4. Anàlisi de la programació escènica i musical

Anàlisi, explotació de les dades i elaboració de l'informe:

Andreu Garrido (Teknecultura)

Col·laboracions:

- Àrea de Cultura: Narcís Casassa, Jaume Santaló, Jep Sànchez, Jordi Armengol, Laura Merino, Carme Sais, Artur Iscla, Glòria Granell, Aniol Casadevall, Natxo Morera de la Vall, Jordi Pons i Sílvia Planas.
- Àrea d'Igualtat, Drets Socials, Treball, Joventut i Seguretat: Amadeu Mora, Narcís Badosa, Pau Martinell, Marta Roura, Isabel López, Montse Pasquina, Pere Madrenys i Marta Combis.
- Consultors col·laboradors: Santi Martínez i Gemma Carbó.
- Agraïm la col·laboració dels agents culturals no municipals que han participat en la recollida de dades aportant la informació demanada.
- Agraïm la col·laboració de totes les persones que han respost amablement el qüestionari.
- Agraïm la col·laboració de les persones que han participat en els grups de debat: Albert Gispert-Saüch, Alexandre Nunes de Oliveira, Anna Mitjà, Anna Otero,

Anna Presas, Aram Estiu, Carme Renedo, Consol Vidal, Cristina Masferrer, David Gimbernat, Eduard Carbonell, Emma Bagshant, Enric Teruel, Irene Llongarriu, Isabel Sarries, Ismael Berengena, Joan Cumeras, Joan Vergés, Josep Becarès, Josep Fina, Lluís Valentí, Lluïsa Faixedas, Marc Prat, Marc Sureda, Marta Sureda, Pau Marquès, Pere Hosta, Pere Puig, Pol Ballonga, Raimonda Coll, Salvador Garcia, Sílvia Barragan, Toti Pigem, Víctor Masferrer, Xavi Fortuny, Xevi Salvatella.