

**ANNEXOS
PLA ESTRATÈGIC
TARRAGONA CULTURA 2033**

ÍNDEX

Annex 1 Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona.....	10
1. Introducció	13
2. Acció participativa.....	13
2.1. Entrevistes	13
2.2. Taules participatives sectorials	13
2.3. Taules participatives territorials.....	14
2.4. Taules participatives internes	14
2.5. Jornades transversals	14
2.6. Enquestes	14
2.7. Mapa de Recursos Culturals	15
3. Resultats de l'anàlisi de la diagnosi	15
3.1. Programació i activitat cultural.....	15
3.2. Participació, mediació i accessibilitat	17
3.3. Comunicació i difusió de la cultura.....	19
3.4. Suport a l'activitat cultural	20
3.5. Perspectiva de gènere i mirada interseccional	21
3.6. Diversitat.....	22
3.7. Territorialitat.....	23
3.8. Recursos i finançament.....	23
4. Reptes	24
4.1. Comunicació i informació.....	24
4.2. Participació de manera continuada	25
4.3. Avaluació i reflexió	25
4.4. Implicació dels joves.....	26
4.5. Simplificació i millora administrativa	27
4.6. Perspectiva de gènere, mirada interseccional i diversitat.....	27
4.7. Espais de trobada, de creació i de relació entre entitats artístiques i culturals	28
4.8. Accés als recursos econòmics	28
4.9. Recursos humans	29

4.10. Recursos materials	29
4.11. Territorialitat.....	30
4.12. La cultura com a dret	30
5. DAFO de la diagnosi.....	32
6. Enllaços als recursos generats en la diagnosi	44
Annex 2 Mesures transversals als plans d'acció cultural.....	46
1. Mesures transversals de participació com a metodologia de treball.....	48
2. Mesures transversals de perspectiva de gènere	50
3. Mesures transversals en accessibilitat	53
4. Recomanacions per aplicar mesures de sostenibilitat.....	56
Annex 3 Pla d'acció de mediació cultural 2033	67
1. Introducció	69
2. Plantejaments generals. Principis rectors	70
3. Línies d'acció per a l'impuls de la mediació	73
3.1. Processos endògens: millora de la gestió interna	73
3.2. Processos exògens: connexió amb la ciutadania i les institucions	77
4. Reptes comuns identificats.....	84
5. Eina d'autodiagnosi per emprendre la mediació cultural	86
5.1. Temporalitat.....	87
5.2. Espai	88
5.3. Relacions	90
5.4. Procés creatiu	91
5.5. Paper de la mediació cultural	93
5.6. Avaluació	94
6. Seguiment i avaluació	96
6.1. Eina d'autodiagnosi per a la mediació cultural	96
6.2. Seguiment i avaluació del Pla de mediació cultural	99
Annex 4 Pla d'acció de cultura i educació 2029.....	101
1. Introducció	103
2. Objectius	104
3. Principis rectors.....	104
4. Marc d'acció	105

4.1. Serveis i projectes de l'IMET	107
4.2. Programes pedagògics i de mediació de les arts escèniques	109
4.3. Programa de mediació i educació de les arts visuals i Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies	111
4.4. Programa de mediació de l'àmbit del foment de les lletres	112
4.5. Programes educatius del patrimoni immaterial i la cultura d'arrel tradicional	114
4.6. Programes de mediació des de suport a la creació i la pràctica cultural	115
4.7. Programes educatius i de mediació des de les polítiques socioculturals	116
4.8. Programes educatius de divulgació del patrimoni i la història	119
5. Avaluació i seguiment	123
6. Annex. Equipaments	125
Annex 5 Pla d'acció sociocultural 2029	126
1 Introducció	129
2. Objectius	129
3. Principis rectors	129
4. Marcs d'acció	130
4.1. Programes impulsats pel Servei Municipal de Joventut	130
4.2. Programes impulsats per Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+	137
4.3 Programes impulsats per la Xarxa de Centres Cívics	139
4.4. Programes impulsats pel Servei Municipal de Cooperació	140
4.5. Programes impulsats per l'Àrea de Comerç	142
4.6. Programes impulsats per Capacitats Diverses	142
4.7. Programes impulsats per l'Institut Municipal de Serveis Socials	143
4.8. Programes impulsats per Mercats de Tarragona	144
5. Avaluació i seguiment	144
6. Annex. Equipaments	146
Annex 6 Pla de foment de la lectura 2029	147
1. Un Pla de foment de la lectura per a Tarragona	149
2. Operativa: òrgans de participació i gestió	151
3. Diagnosi de l'estat de la lectura a Tarragona	152
4. Conclusions de la diagnosi i reptes	157

5. Objectius	159
6. Eixos de treball i línies d'acció	161
7. Les persones	163
7.1. La lectura al llarg de la vida	164
7.2. Infància i lectura: 6-11 anys (educació primària).....	166
7.3. Adolescència i lectura: 12-16 anys (ESO)	169
7.4. Joves i lectura: 17-30 anys	172
8. Seguiment i mecanismes d'avaluació.....	174
Annex 7 Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029	176
1. Introducció al cicle festiu a Tarragona	178
2. Objectius i reptes.....	179
3. Òrgans de participació ciutadana	180
4. Marc d'acció	181
4.1. Cicle festiu	181
4.2. Altres manifestacions rellevants a la ciutat	192
5. Cicle festiu i educació.....	195
6. Gastronomia, cuina i alimentació	196
7. Equipaments i espais de referència	198
7.1. La Casa de la Festa.....	198
7.2. Els espais escènics de la ciutat	199
7.3. Els espais expositius	199
7.4. L'espai públic com a espai festiu	200
8. La comunicació als programes del cicle festiu	200
8.1. Màrqueting publicitari	200
8.2. Premsa	201
8.3. Xarxes socials.....	202
9. Avaluació i seguiment	202
Annex 8 Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029	205
1. Introducció	207
2. Objectius	207
3. Principis rectors	208

4. Òrgans de participació ciutadana	208
5. Marcs d'acció	209
5.1. Accions de divulgació del Museu d'Història de Tarragona	209
5.2. Tarraco Viva	212
5.3. Accions de divulgació del Servei d'Arxiu i Documentació	215
5.4. Programa de memòria democràtica	219
6. Avaluació i seguiment	220
7. Annex. Equipaments	221
Annex 9 Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27.....	223
1. Introducció	226
2. Missió, visió i objectius	227
2.1. Definició	227
2.2. Missió.....	227
2.3. Visió	227
2.4. Objectius	227
3. Enfocament del Pla d'arts escèniques i música: principis rectors i línies estratègiques.....	228
3.1. Inclusió.....	228
3.2. Universalisme	228
3.3. Perspectiva transversal de gènere, transformació i interseccionalitat ..	228
3.4. Sostenibilitat.....	229
3.5. Integralitat, treball transversal i foment de la participació	229
4. Eixos transversals	230
4.1. Accessibilitat.....	230
4.2. Sostenibilitat.....	230
4.3. Perspectiva de gènere	230
4.4. Treball en xarxa	231
5. Àmbits d'acció	231
5.1. Accions i processos de mediació artística en l'àmbit de les arts escèniques	232
5.2. Programació estable i festivals específics	233
5.3. Suport a la creació i la producció d'espectacles	240

6. Governança, formació i xarxes de cooperació.....	241
6.1. Mecanismes de treball transversal.....	241
6.2. Mecanismes de consulta, reflexió i opinió.....	242
6.3. Abast i cooperació territorial.....	243
7. Comunicació	244
8. Avaluació.....	246
9. Índex d'annexos	253
9.1. Mesures d'impuls de l'accessibilitat escènica i cultural	253
9.2. Pla de gènere del Pla d'acció Escena TGN27.....	256
9.3. Propostes per incorporar la mediació cultural a les arts escèniques i la música.....	261
9.4. Pla de comunicació d'arts escèniques TGN Cultura 2025-2027.....	269
Annex 10 Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026	333
1. Introducció	335
2. Objectius	335
3. Principis rectors.....	335
4. Marcs d'acció	335
4.1. Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona	335
4.2. SCAN	338
4.3. Projectes i espais expositius de suport a les arts visuals.....	342
4.4. Arts visuals i educació.....	345
4.5. Cinema	347
5. Avaluació i seguiment	351
Annex 1. Mèdol. Programa d'activitats expositives, performatives i de mediació en les arts visuals contemporànies 2025-2026	355
Annex 11 Pla d'acció cultural transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029.....	390
1. Introducció	392
2. Objectius	392
3. Principis rectors.....	393
4. Marc d'acció	393
4.1. Acció transversal	394
4.2. Suport a la creació i la pràctica cultural	399

5. Accions i indicadors d'avaluació.....	403
Annex 12 Plans estratègics municipals que incideixen en la cultura	407
Annex 13 Quadre resum d'accions a executar	408
Eix 1. Governança participativa i mediació cultural per garantir els drets culturals.....	410
Eix 2. Comunicació bidireccional, informació dels serveis culturals.....	412
Eix 3. Visibilitzar les oportunitats sorgides del teixit cultural i posar els joves al centre dels processos de gestió cultural	414
Eix 4. Dinamització del territori amb xarxes d'agents culturals i també de proximitat	416
Eix 5. Desenvolupar la capacitat inclusiva de la cultura	417
Eix 6. Planificar, impulsar i desplegar programacions i consolidar accions estables.....	420
Eix 7. Projectar i planificar recursos estables: infraestructurals, econòmics i humans	423
Eix 8. Avaluació i reflexió	425
Annex 14 Temporalització	426
Annex 15 Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033	429
1. Presentació	432
1.1. Missió.....	432
1.2. Visió	433
1.3. Valors.....	433
1.4. Marc estratègic.....	434
2. Marc teòric	434
2.1. Motivació de l'estratègia	435
2.2. Referents teòrics i pràctics	436
3. Situació actual i diagnosi	438
3.1. Àrees de treball municipal que abasten els diferents àmbits de la cultura i de la creativitat	438
3.2. Contextualització i anàlisi de la realitat	446
3.3. Resum de la Diagnosi. DAFO.....	460
3.4. Principals reptes de la comunicació cultural	462
4. Objectius del Pla de comunicació	463

4.1. Objectius generals	463
4.2. Objectius específics	463
5. Principis metodològics.....	463
6. Línies d'acció	467
7. Comunicació i difusió del Pla estratègic	475
8. Seguiment i avaluació	480
9. Conclusions.....	483
10. Cronograma	484
Annexos	486
Annex 1. Recomanacions per a la comunicació cultural adreçades als serveis municipals	486
Annex 2. Orientacions específiques sobre com comunicar qualsevol activitat cultural des de l'Ajuntament.....	497
Annex 16 Marc de referència per al càlcul pressupostari	499
Annex 17 Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació	507
1. Pla d'acció de cultura i educació 2029	509
2. Pla d'acció sociocultural 2029.....	514
3. Pla de foment de la lectura 2029	518
4. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029	524
5. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029	528
6. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27	532
7. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026	548
8. Pla d'acció cultural transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029	559
9. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033	570
Annex 18 Marcs teòrics i referències bibliogràfiques.....	574

Annex 1 Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

Informe final

Gener 2025

Autoria: Anna Recasens Garriga

Coordinació: Montserrat Soronellas Masdéu



Índex

1. Introducció	13
2. Acció participativa.....	13
2.1. Entrevistes	13
2.2. Taules participatives sectorials	13
2.3. Taules participatives territorials	14
2.4. Taules participatives internes	14
2.5. Jornades transversals.....	14
2.6. Enquestes	14
2.7. Mapa de Recursos Culturals	15
3. Resultats de l'anàlisi de la diagnosi.....	15
3.1. Programació i activitat cultural	15
3.2. Participació, mediació i accessibilitat.....	17
3.3. Comunicació i difusió de la cultura	19
3.4. Suport a l'activitat cultural	20
3.5. Perspectiva de gènere i mirada interseccional.....	21
3.6. Diversitat	22
3.7. Territorialitat	23
3.8. Recursos i finançament	23
4. Reptes	24
4.1. Comunicació i informació	24
4.2. Participació de manera continuada	25
4.3. Avaluació i reflexió.....	25
4.4. Implicació dels joves	26
4.5. Simplificació i millora administrativa	27
4.6. Perspectiva de gènere, mirada interseccional i diversitat	27
4.7. Espais de trobada, de creació i de relació entre entitats artístiques i culturals	28
4.8. Accés als recursos econòmics.....	28
4.9. Recursos humans.....	29
4.10. Recursos materials.....	29
4.11. Territorialitat	30

4.12. La cultura com a dret.....	30
5. DAFO de la diagnosi	32
6. Enllaços als recursos generats en la diagnosi.....	44

1. Introducció

L'informe recull la descripció del procés participatiu i la síntesi de la diagnosi del sector cultural de la ciutat de Tarragona. Es tracta d'un treball exhaustiu que integra les aportacions d'una gran diversitat d'actors, incloent-hi agents culturals, entitats, experts, col·lectius i la ciutadania, amb l'objectiu de construir una imatge àmplia i compartida sobre la realitat cultural local.

El primer apartat de l'informe descriu les accions participatives realitzades, les quals inclouen jornades temàtiques, taules sectorials i territorials, entrevistes amb professionals del sector i la recollida d'opinions a través d'enquestes. Aquest conjunt d'activitats ha permès configurar una visió plural i diversa sobre els desafiaments i les oportunitats del món cultural a Tarragona.

El segon apartat ofereix una síntesi de la diagnosi, que parteix de totes aquestes aportacions per dibuixar una radiografia completa de l'ecosistema cultural a la ciutat. Aquesta anàlisi identifica les principals fortaleeses i febleses, així com les oportunitats i els reptes que caracteritzen el sector.

2. Acció participativa

El setembre del 2023 es va començar a treballar en la diagnosi sobre la situació de la cultura a la ciutat de Tarragona. La Conselleria de Cultura havia dissenyat un procés participatiu per recollir informació que havia de servir de base per al nou Pla estratègic de Cultura de l'Ajuntament de Tarragona. L'encàrrec va consistir a dissenyar un seguit de metodologies per conèixer les opinions, els usos culturals de la ciutadania i les valoracions d'experts i persones que en aquests moments duen a terme alguna activitat cultural a la ciutat.

2.1. Entrevistes

S'han fet trenta-quatre entrevistes en profunditat a agents i gestors culturals:

- 11 a agents culturals
- 11 a gestors culturals
- 12 videoentrevistes a actors municipals clau

2.2. Taules participatives sectorials

S'han dut a terme disset taules participatives, incloent-n'hi set, amb dues sessions cadascuna, dedicades a diferents àmbits culturals:

- Arts visuals (13 de desembre de 2023 i 29 de febrer de 2024).
- Literatura i lletres (20 de febrer i 20 de març de 2024).
- Divulgació del patrimoni històric (28 de febrer i 10 d'abril de 2024).
- Arts escèniques (14 de març i 18 d'abril de 2024).
- Alimentació, cuina i gastronomia (6 de maig i 10 de juny de 2024).
- Patrimoni immaterial i cultura popular (7 de maig i 17 de juny de 2024).
- Indústries creatives, audiovisuals, disseny i multimèdia (30 de maig i 18 de juny de 2024).
- Música (3 d'octubre de 2024).
- Joventut (17 d'octubre de 2024).

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

- Treball al CFGS d'Animació Sociocultural i Turística (28 d'octubre de 2024).
- Comunicació (12 de novembre de 2024).

Assistència: 376 participants (197 homes i 179 dones).

2.3. Taules participatives territorials

S'han celebrat vuit sessions territorials per identificar les necessitats culturals específiques de diferents zones de Tarragona:

- 19 d'octubre de 2024: Bonavista, Torreforta, Sant Salvador, la Móra - Tamarit.
- 16 de novembre de 2024: Llevant, Sant Pere i Sant Pau, Serrallo - Port, Zones Centre

2.4. Taules participatives internes

S'han dut a terme dues sessions internes amb professionals del sector cultural municipal (9 de maig i 20 de novembre de 2024).

2.5. Jornades transversals

S'han organitzat nou jornades temàtiques per abordar aspectes clau de la cultura des de perspectives transversals:

- Jornada «La perspectiva de gènere en la cultura» (2 de novembre de 2023). Reflexió sobre com incorporar la perspectiva de gènere en les polítiques i els projectes culturals.
- Jornada «Desenvolupament cultural comunitari» (7 de març de 2024). Exploració del paper de la cultura com a motor de cohesió i transformació comunitària.
- Jornada «Accessibilitat, per garantir el dret de tothom a participar de la cultura» (4 d'abril de 2024). Debat sobre estratègies per a la inclusió de totes les persones en les activitats culturals.
- Jornada «Impacte econòmic i social de la cultura» (2 de maig de 2024). Anàlisi dels beneficis socioeconòmics del sector cultural per a Tarragona.
- Jornada «Agenda 2030 de les Nacions Unides per al desenvolupament sostenible i els drets culturals» (6 de juny de 2024). Reflexió sobre els objectius de desenvolupament sostenible en relació amb els drets culturals.
- Jornada «Joves i participació cultural» (10 d'octubre de 2024). Foment de la implicació juvenil en els projectes culturals de la ciutat.
- Jornada «Comunicació i interacció cultural: reptes i estratègies» (24 d'octubre de 2024). Anàlisi dels canals de comunicació i estratègies per connectar millor amb la ciutadania.
- Jornada «Cultura, diversitat i interculturalitat» (14 de novembre de 2024): Espai de diàleg per entendre i promoure la diversitat cultural a Tarragona.
- Jornada «Educació i cultura com a eina de transformació social» (28 de novembre de 2024). Vincle entre l'educació i la cultura com a instruments per al canvi social.

Assistència: 319 participants (161 homes i 158 dones). Ponents: 33 experts i professionals.

2.6. Enquestes

S'han dissenyat dues enquestes per a la ciutadania i per a col·lectius que fan activitat cultural a la ciutat de Tarragona:

- 93 respostes d'entitats i col·lectius culturals.

- 410 respostes individuals.

2.7. Mapa de Recursos Culturals

Un dels objectius de la cerca era mapar aquesta activitat cultural amb dues finalitats: d'una banda, donar-li visibilitat des del web de l'ajuntament i, de l'altra, poder desenvolupar mecanismes de mediació i coordinació entre l'activitat cultural promoguda des de l'Ajuntament i la que es genera a iniciativa ciutadana.

Actualment, compta amb 194 entitats registrades, i es manté el formulari obert a noves incorporacions.

3. Resultats de l'anàlisi de la diagnosi

La diagnosi representa el resultat d'un procés rigorós i exhaustiu, encaminat a identificar les principals fortaleeses, debilitats, oportunitats i reptes que defineixen el sector cultural a Tarragona. Aquesta secció combina les diverses fonts d'informació esmentades a l'apartat 2 per oferir una visió integral i fonamentada. Inclou dades quantitatives que permeten descriure i mesurar les característiques del sector, les aportacions qualitatives recollides dels agents culturals i de la ciutadania i les conclusions extretes de les diferents activitats participatives organitzades al llarg del procés.

A més dels cinc àmbits d'anàlisi proposats, hi ha tres eixos de treball transversals que s'han considerat prioritaris en tots els àmbits: el gènere, la territorialitat i la diversitat. La seva centralitat es justifica per la necessitat d'oferir una mirada integral i inclusiva que abordi desigualtats estructurals, connecti la dimensió cultural amb les realitats específiques del territori i garanteixi la representació de la diversitat en totes les seves formes.

La mediació cultural constitueix una eina fonamental per promoure la transició cap a una ciutadania més crítica i emancipada. Mitjançant la mediació cultural, es poden fomentar processos d'acció cultural de proximitat que involucrin activament tant les entitats com la població, amb l'objectiu de treballar per una veritable democratització de la cultura. Aquest enfocament situa la gestió i el procés al centre de la pràctica cultural, prioritzant aquests elements per sobre del resultat final.

3.1. Programació i activitat cultural

La programació cultural contribueix a reforçar el sentiment de pertinença, la cohesió social, la participació ciutadana, la democratització de la cultura, la sostenibilitat i el desenvolupament de la creativitat. Tanmateix, aquests aspectes socials i culturals sovint no es mesuren ni visibilitzen de manera adequada per la prioritització excessiva de l'impacte econòmic. A més, la manca d'eines d'avaluació adequades dificulta valorar l'impacte real de la programació cultural, fet que pot generar un conflicte entre el benefici econòmic de les activitats i els drets de participació cultural de la comunitat.

En relació amb les poblacions destinatàries, hi ha consens en el fet que cal prestar una atenció especial a grups com la infància, la joventut i la tercera edat, vincular accions culturals a organismes ja existents —com ara el Consell Municipal d'Infants— i dissenyar espais i activitats que els siguin atractius. Tanmateix, s'ha de tenir en compte l'existència encara de barreres físiques, socials i econòmiques que dificulten l'accés a la cultura a molts ciutadans. És tan essencial diversificar els destinataris com millorar l'accessibilitat física i

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

social per fomentar la participació de col·lectius poc implicats, com el dels joves, seguint exemples ja existents que funcionen molt bé, com l'Apropa Cultura.

S'està treballant per la introducció de la mediació cultural en accions vinculades a la programació municipal.

Tot i que Tarragona disposa d'una agenda cultural rica, la ciutat pateix algunes mancances significatives en infraestructures culturals, una reclamació històrica de la població. L'oci nocturn també presenta deficiències, especialment en espais i activitats dirigides als joves, fet que limita les seves opcions d'oci cultural. La desaparició de sales petites també hi influeix, i a més ha reduït les oportunitats per a bandes emergents, ja que els ha dificultat l'accés als escenaris i, per tant, la seva projecció.

Existeix una xarxa de cultura de base que és essencial per garantir uns drets culturals mínims a tota la població, amb uns enfocaments encertats en qüestió de gènere, accessibilitat i antiracisme. Aquesta xarxa requereix una inversió sostinguda en petits projectes, espais de proximitat i cultura comunitària. Encara que sovint no sigui rendible econòmicament, a llarg termini aquesta estratègia afavoreix la democratització de la cultura i la cohesió social.

En l'àmbit de la territorialitat, es planteja la necessitat d'assegurar una programació cultural descentralitzada, organitzant esdeveniments més enllà dels equipaments municipals convencionals i adaptant-los a les necessitats específiques de cada zona de la ciutat. Aquesta descentralització és essencial per fomentar un vincle recíproc entre el centre i la perifèria, garantint que tots els barris tinguin accés a una programació cultural de qualitat que reforci tant la identitat local com la cohesió social i territorial.

També és prioritari promoure la participació activa del territori en la presa de decisions culturals, considerant les diverses realitats urbanes i socials de la ciutat. Aquesta estratègia busca evitar desequilibris generacionals i territorials, assegurant que la programació no quedi monopolitzada per un únic sector o espai. A més, es destaca la importància d'integrar col·lectius locals i d'expandir la cultura popular i tradicional per tota la ciutat, promovent la creació artística, les tradicions vives i el patrimoni immaterial, amb un èmfasi especial en la seva dimensió simbòlica i patrimonial.

Cal generar una escena cultural que construeixi sinergies entre l'Administració, l'entorn físic i el territori, fent xarxa per programes i treballant conjuntament tots els actors implicats. Però també s'ha de tenir en compte que hi ha col·lectius que ja estan treballant sobre el terreny i que molts són referents en bones pràctiques, especialment en temes de gènere, mirada interseccional, accessibilitat i antiracisme. Aquesta xarxa social és imprescindible per a l'ecosistema cultural tarragoní, i la creació d'espais de cooperació pot ser una oportunitat per potenciar el treball conjunt entre entitats culturals i artístiques i enfortir la xarxa.

D'altra banda, incorporar una perspectiva de gènere en la programació és insuficient per garantir una activitat cultural feminista: és essencial impulsar continguts transformadors basats en perspectives diverses.

La població reclama un impuls de tots els sectors culturals. Les arts escèniques destaquen entre les activitats més consumides, malgrat la baixa freqüència relativa de consum cultural. En positiu sobresurten també les músiques modernes, la cultura popular i les activitats

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

literàries, amb un consum majoritari a la ciutat de Tarragona, mentre que les arts visuals i escèniques són, també, buscades fora. Es destaca la necessitat de diversificar la programació, donant suport a grups locals i equilibrant la demanda d'artistes internacionals. La participació ciutadana és fonamental per a una programació cultural que respongui als interessos i les necessitats reals de la població. Aquesta participació es pot canalitzar mitjançant enquestes, punts de trobada i espais que permetin als ciutadans proposar idees i col·laborar activament. La creació d'un sistema de participació estable que promogui una programació comunitària pot propiciar-la, juntament amb les eines de mediació cultural.

S'ha identificat una tendència, en el context cultural general, a la festivalització de la cultura a la qual cal prestar atenció. Pot veure's en l'increment de festivals desarrelats del territori i gestionats des d'un enfocament econòmic que no beneficia la comunitat local ni contribueix al desenvolupament cultural.

3.2. Participació, mediació i accessibilitat

La participació activa de la ciutadania en la cultura és fonamental. Actualment, s'està promovent la implicació directa dels ciutadans en la presa de decisions i en el disseny de programes culturals, garantint així un model inclusiu i representatiu. Aquesta inclusió es materialitza a través d'iniciatives que incorporen una perspectiva de gènere, atenció a col·lectius vulnerables i accessibilitat universal, assegurant una diversitat rica i representativa. Cal tenir en compte, però, que la manca de mecanismes permanents o l'excés d'estructures temporals fa que la participació en algunes situacions sigui efímera.

L'impuls dels creadors locals i la col·laboració amb agents culturals contribueixen a reforçar la identitat cultural i la cohesió territorial. Les iniciatives dirigides a centres educatius i joves són essencials per fomentar hàbits culturals sostenibles a llarg termini. Hi ha un reconeixement creixent del potencial transformador del sector cultural com a eina de canvi social, que es manifesta en la capacitat de generar accions innovadores adaptades a diverses situacions. La mediació cultural es presenta com una eina eficaç per acompanyar processos de transformació col·lectiva i comunitària, amb un alt grau de satisfacció entre els participants en les accions de mediació. En aquest context, s'ha situat l'equitat al centre de les polítiques culturals, promovent accions de suport a les persones i comunitats en la seva vida cultural i establint canals de diàleg que permetin escoltar activament les necessitats i inquietuds de la ciutadania. Així, la inclusió es fonamenta en la capacitat de donar veu a les comunitats en la presa de decisions i en la creació d'espais de reflexió i consens que fomentin debats oberts sobre el model cultural desitjat.

L'alta càrrega de tasques que ha de gestionar el personal de l'Àrea de Cultura ha dificultat fins ara la incentivació de la participació i la mediació cultural com a part de la seva feina quotidiana. A més, la manca d'experiència en la planificació d'un pla estratègic que fomenti la participació ciutadana i la mediació ha limitat la capacitat de desenvolupar recursos adequats. Així mateix, l'absència d'experiència en la creació de projectes culturals municipals de caràcter comunitari ha estat un obstacle addicional per a la implementació d'iniciatives que involucrin activament la comunitat.

Malgrat la voluntat de millorar l'accessibilitat, la justícia econòmica i social continua sent un obstacle significatiu en la inclusió de col·lectius vulnerables. Les complexitats inherents a la incorporació de la diversitat poden dificultar la implementació d'iniciatives inclusives, i les

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

barreres econòmiques i socials perpetuen aquesta situació. A més, la percepció elitista de la cultura pot fer que aquesta sigui vista com a allunyada de les necessitats quotidianes de la ciutadania i limitar-ne la participació. Per tal de superar aquestes dificultats, és essencial garantir l'accessibilitat als espais culturals, superar la bretxa digital i d'accés a la informació i adaptar els horaris a determinats col·lectius. La participació activa de les persones vulnerables és fonamental i requereix mesures específiques, com ara guies anticipades per a espectacles o activitats adaptades. La diversitat cultural ha de ser considerada una fortalesa des de la qual comunicar la cultura, i per això és necessari dissenyar un pla de comunicació inclusiu que tingui en compte la bretxa digital. A més, cal abordar les desigualtats d'accés que poden perpetuar-se si no es treballa en la millora de les infraestructures i la mobilitat, així com en la creació de connexions significatives entre els barris i el centre de la ciutat.

Per afavorir la dinamització cultural al Camp de Tarragona és crucial fomentar la producció local i facilitar la difusió dels projectes sorgits al territori, ja que s'ha detectat una certa fragmentació en la coordinació territorial que pot desafavorir la participació. Això implica connectar els agents culturals, incloent-hi artistes, gestors culturals, universitats, associacions i museus, per crear complicitats i establir un seguiment que vagi des de la formació fins a la producció. El foment del diàleg entre agents culturals i institucions és essencial per enfortir el teixit cultural local i garantir que les polítiques culturals es dissenyin tenint en compte les necessitats quotidianes de la ciutadania.

En l'àmbit comunitari, és important crear projectes culturals que uneixin diverses comunitats i fomentin el consum cultural. La col·laboració entre agents culturals i el treball conjunt amb entitats locals i col·lectius especialitzats pot aportar diversitat i noves perspectives i potenciar iniciatives comunitàries i educatives que reforcin el teixit cultural. En aquest sentit, cal facilitar la incorporació de l'acció cultural en els currículums escolars i treballar amb els centres educatius per enfortir la base cultural, utilitzant les escoles com a espais estratègics per a la creació de nous hàbits culturals.

A més, és fonamental reforçar el paper dels joves en la presa de decisions culturals, oferint espais de participació i explorant propostes i possibilitats del que s'hi planteja. La mediació cultural s'erigeix en una eina clau per promoure l'escolta activa i el diàleg directe amb els destinataris, i cal planificar-la en el pla estratègic.

Desenvolupar la cultura de base, donant suport a iniciatives sorgides dels barris i treballant amb les entitats culturals locals, és essencial per fomentar la cohesió social i comunitària. Les polítiques culturals han de ser un motor de transformació econòmica i, sobretot, social, per contribuir a la creació d'una identitat col·lectiva que impliqui tota la comunitat, especialment a través de l'enfortiment d'espais municipals i comunitaris ja existents, com els centres cívics.

El fet que l'Ajuntament sigui, majoritàriament, vist com una institució accessible i compromesa amb la comunitat és una oportunitat per reforçar-ne la imatge. En un context institucional favorable, que promou la transparència, la informació ciutadana, la participació i el bon govern, és important crear més espais de participació continuada i de trobada per fomentar la mediació en totes les programacions i disciplines. Finalment, els espais de reflexió i coneixement poden ser útils per promoure la participació activa, la creació d'imaginari de futur i l'articulació de noves oportunitats culturals.

3.3. Comunicació i difusió de la cultura

La ciutat de Tarragona té una gran diversitat i quantitat d'informació cultural a comunicar. Hi ha una àmplia oferta cultural i patrimonial, tant històrica com contemporània. Malgrat això, s'identifica una falta de visió de conjunt dels canals de comunicació com són les xarxes socials, l'Agenda Tarragona o altres canals actuals que no aconsegueixen arribar a tot el públic destinatari ni garanteixen la coherència en els missatges, i fins i tot en alguns casos gestors i entitats es contraprogramen. Tot i això, es reconeix la importància de vetllar per la coherència comunicativa i se situa la comunicació com a eina transversal del conjunt del Pla estratègic, juntament amb la creació d'un pla de comunicació específic.

La comunicació externa necessita adaptar-se als diferents segments de la població. La desconexió amb alguns d'aquests segments pot augmentar si no s'implementen eines accessibles per a tothom, o si no es tenen en compte les dinàmiques específiques d'aquests grups. És el cas del jovent, que requereix un vincle emocional per connectar amb les propostes culturals, o la gent gran, que pot no tenir accés als mitjans digitals.

Hi ha força consens que el funcionament de la pàgina web municipal actual presenta dificultats d'ús i que la informació no és prou accessible. I també es constata que la ciutat disposa de pocs punts d'informació de proximitat accessibles i modernitzats. Cal optimitzar tant els canals digitals com els físics per millorar la comunicació i dotar-los de recursos materials, humans i econòmics suficients. Es considera que també seria convenient establir un protocol clar i un pla de comunicació per coordinar les accions culturals de l'Ajuntament. Ja hi ha la previsió de crear un espai transversal i interdepartamental de cultura que permeti la coordinació entre departaments per unificar mirades i maximitzar impactes.

Sense menystenir la importància dels mitjans de comunicació digitals, hi ha una demanda significativa respecte a mantenir i reforçar els espais físics des d'on consultar la programació cultural. La ciutat ha de comptar amb punts d'informació accessibles, modernitzats, ben ubicats i adaptats a les noves tecnologies per garantir que la població pugui accedir fàcilment a la informació cultural, especialment aquelles persones que no utilitzen les eines digitals. És una qüestió valorada com a fonamental per garantir que la cultura sigui un dret accessible per a tothom.

S'ha recollit també l'expressió de la necessitat d'impulsar creadors i la cultura local a través de la producció de programacions que reforcin la marca de la ciutat com a referent cultural; per exemple, creant una marca paraigua de cultura, TGN ART. Amb aquesta finalitat, es proposa actualitzar bases de dades d'artistes, crear programes de projecció de la cultura local i dissenyar estratègies conjuntes, per exemple, entre els àmbits de turisme i cultura. Tanmateix, cal evitar que aquestes estratègies se centrin només en el patrimoni històric i immaterial i, alhora, fer possible que s'adaptin a les necessitats culturals actuals de la ciutadania.

La digitalització i la innovació tecnològica són fonamentals per millorar els canals de comunicació i fomentar l'abast de les iniciatives culturals, mentre que la participació reflexiva i continuada en espais de diàleg pot facilitar la identificació i el reconeixement de la gestió cultural. A més, la potenciació de creadors locals mitjançant la publicació del mapa d'entitats i agents culturals contribuirà a la divulgació dels recursos i programes de suport que interaccionen al territori. Una proposta com la de la creació d'una marca cultural local pot posicionar Tarragona, dins i fora de la ciutat, com a referent cultural.

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

És essencial incorporar una mirada transversal i una perspectiva interseccional en la comunicació per augmentar la diversitat i l'accessibilitat de les propostes, així com dissenyar estratègies específiques per a segments de població amb menys accés.

3.4. Suport a l'activitat cultural

El sector cultural afronta múltiples reptes derivats de la burocràcia excessiva, ja que els processos administratius actuals són considerats feixucs i poc adaptats a les necessitats del sector. Es constata que és difícil accedir a subvencions, permisos i altres tràmits essencials. La manca de reconeixement institucional o la falta de coordinació i comunicació entre entitats i administracions, fruit d'una desconexió administrativa i una manca de lideratge de les administracions en l'impuls de l'acció i la comunicació cultural, ho dificulten. Aquesta complexitat genera que les entitats i els creadors locals demanin suport tècnic per simplificar i coordinar els tràmits, així com una millor comunicació interna de les àrees de gestió municipals. Pràcticament totes les associacions manifesten tenir algun tipus de necessitat, especialment les econòmiques, d'equipaments i recursos. Alhora, es reconeix la insuficiència dels recursos econòmics i humans per cobrir aquestes necessitats del sector.

Aquestes traves burocràtiques i la manca de guia en els processos administratius es veuen com una barrera al desenvolupament de les activitats culturals. No obstant això, la digitalització de l'accés a l'Administració pot simplificar els processos administratius i millorar la comunicació entre les entitats culturals i les institucions. A més, l'organització de formacions específiques pot contribuir a la professionalització i al desenvolupament del sector en tots els àmbits i dotar els professionals de les competències necessàries per afrontar els reptes actuals. La recent creació d'un àmbit de suport a la creació i la pràctica cultural obre noves oportunitats per a l'assessorament i l'acompanyament, impulsant així l'acció cultural ciutadana. També s'identifica un interès per fomentar una gestió cultural que promogui l'equitat i la proximitat de les accions culturals, garantint que arribin a tota la comunitat. La voluntat de col·laboració entre les entitats i l'Administració és un factor clau, ja que ambdós sectors estan interessats a millorar la coordinació, establir sinergies i plantejar propostes concretes que beneficiïn el panorama cultural local.

La situació actual del sector cultural es veu marcada per una precarietat laboral que desincentiva la professionalització, atès que les condicions laborals inestables dificulten l'atracció i la retenció de talent. La cultura sovint es veu relegada davant altres prioritats pressupostàries, la qual cosa provoca una competència que minva les oportunitats de créixer i desenvolupar-se. A més, l'excessiva dependència de les entitats respecte a les subvencions públiques, que solen ser inestables, condiciona la planificació a llarg termini i impedeix la creació d'un projecte cultural sostenible.

Les dificultats en la difusió de les activitats culturals, especialment en zones allunyades del nucli urbà i entre els joves, genera una desconexió amb la població destinatària, la qual cosa limita l'impacte de les iniciatives culturals. Aquesta problemàtica s'agreuja per un infrafinançament estructural que deixa el sector amb recursos econòmics i humans insuficients per cobrir les seves necessitats. Les infraestructures limitades, amb espais culturals insuficients i taxes d'ús elevades, dificulten l'accés a la cultura, mentre que la demanda de més espais per a la creació, la interacció entre agents culturals i l'exhibició cultural continua sense ser atesa. Hi ha una demanda d'accés a la cessió d'espais municipals en condicions més favorables, així com un requeriment de creació d'espais compartits per

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

afavorir la col·laboració i la creació de xarxes entre les entitats culturals. Alguns espais municipals no s'utilitzen per a activitats artístiques i culturals, i compartir-los (enxarxar-los) podria aportar beneficis comunitaris i afavorir l'estalvi de recursos.

La creació de coordinadores o federacions d'entitats culturals es veu com una solució per millorar aquesta comunicació i establir estratègies culturals compartides. Això implica organitzar trobades periòdiques entre les diferents administracions que operen al Camp de Tarragona per generar una estratègia cultural unificada. Tot i això, les mancances en la comunicació de les activitats culturals i la difusió dels projectes locals continuen sent una preocupació, especialment entre la població jove, i més a les zones allunyades del centre urbà.

La manca de reconeixement institucional genera la percepció que l'Administració dona poc suport als artistes i projectes locals, cosa que desmotiva encara més la comunitat cultural i en limita el potencial. Es detecta una desconexió entre les administracions públiques i el teixit cultural, amb una manca de lideratge compartit i de compromisos vinculants. Tot i mostrar un compromís ferm amb la inclusió, que es detecta en la sensibilitat envers la inclusió territorial, social i de gènere, es reclama una governança cultural encara més inclusiva, fonamentada en noves dinàmiques participatives i en el reforç de la democràcia, prioritzant un lideratge compartit en la gestió cultural. Les potencialitats culturals de Tarragona requereixen una reforma administrativa que combini la millora de la gestió i l'aprofundiment en la democratització i en la participació ciutadana.

En aquest sentit, en l'actualitat l'Ajuntament disposa d'equips de treball dedicats a diversos àmbits culturals, com són la cultura popular, les arts escèniques, la música, lletres i biblioteques o les arts visuals, així com el suport a la creació i pràctica cultural, el patrimoni i l'arxiu. A més, s'està duent a terme una acció interdepartamental que integra la cultura en diferents àrees municipals, incloent-hi Centres Cívics, Educació, Joventut, Cooperació, Turisme o Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+ i Capacitats Diverses, entre d'altres.

3.5. Perspectiva de gènere i mirada interseccional

La incorporació de la perspectiva de gènere en la programació cultural és un pas fonamental per avançar cap a una cultura inclusiva i transformadora, i es reconeix una consciència creixent de la problemàtica, especialment en col·lectius com el del jovent. Tot i els esforços dels últims anys, encara no està plenament integrada en tots els àmbits del sector cultural, i sovint és només un enfocament puntual o simbòlic, o s'utilitza de manera superficial, sense un impacte real. La integració de la perspectiva de gènere i interseccional que posi en relació les diverses categories de desigualtat d'accés als sectors culturals (gènere, classe social, origen, edat, opció sexual, diversitat funcional...) és un repte transversal i prioritari que implica una transformació profunda en tots els àmbits, amb la possibilitat que apareguin algunes reticències estructurals al canvi.

La perspectiva de gènere ha de ser un eix transversal en tot el procés cultural, des de la creació de continguts culturals fins a la comunicació. Cal assegurar-se que les diferents realitats de gènere siguin representades i visibilitzades de manera activa en totes les fases de la cultura pública.

L'aposta per estratègies d'inclusió ha de ser reforçada amb una formació específica de tots els agents culturals. Cal treballar la sensibilització envers la igualtat de gènere, la diversitat

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

sexual i les diferents identitats, a través de programes formatius que garanteixin espais segurs i accessibles a tothom. És rellevant també establir canals de coordinació amb associacions especialitzades en gènere, de manera que les polítiques culturals tinguin un enfocament pràctic i adaptat a les necessitats específiques de cada col·lectiu.

Per aconseguir una transformació efectiva de la cultura, cal que les bones pràctiques en matèria d'inclusió siguin integrades i compartides en les xarxes de treball cultural i evitar-ne la fragmentació. Crear guies de bones pràctiques per facilitar la inclusió respectuosa en els esdeveniments públics permetria, per exemple, que la diversitat de gènere sigui part de la cultura popular de manera natural, evitant la marginació i la invisibilització de determinats col·lectius. Es tenen exemples de bones pràctiques que poden ser replicades i adaptades a altres contextos. Així, la cultura esdevé un vehicle de transformació social que, a través de la inclusió de diferents identitats i experiències, contribueix a la construcció d'una societat més igualitària.

3.6. Diversitat

Malgrat els esforços inicials per integrar la diversitat en el sector cultural, com en el cas de la perspectiva de gènere, la seva incorporació encara és insuficient i sovint es limita a enfocaments puntuals o simbòlics. Les barreres administratives, amb procediments burocràtics complexos, dificulten la participació de col·lectius en risc d'exclusió o minoritzats, mentre que la manca de recursos econòmics, materials i humans perpetua desigualtats en l'accés a la cultura. A més, l'infrafinançament limita la implementació d'iniciatives inclusives, i la falta de formació específica entre els agents culturals sobre gènere, diversitat i mirada interseccional impedeix una sensibilització efectiva. Així mateix, les infraestructures culturals sovint són poc accessibles, especialment per a persones amb diversitat funcional o d'orígens culturals diversos, la qual cosa contribueix a una desigualtat econòmica creixent que dificulta encara més l'accés a la cultura.

Hi ha una consciència creixent sobre la necessitat d'integrar la diversitat en les pràctiques culturals, reconeixent el potencial transformador de la cultura com a vehicle de canvi social. No obstant això, les resistències estructurals i la fragmentació social dificulten la creació de mecanismes efectius per unir diferents col·lectius i fomentar un diàleg cultural plural. La sensibilitat envers la diversitat ha augmentat, amb exemples de bones pràctiques que poden ser replicades i adaptades a altres contextos. La creació de guies de bones pràctiques i programes de formació per a gestors culturals pot facilitar la inclusió en esdeveniments culturals, així com el desenvolupament d'estratègies innovadores de comunicació que promoguin la diversitat com a eix central en tots els processos de creació cultural.

La col·laboració amb xarxes d'associacions especialitzades és essencial per aportar coneixement i suport en la implementació de polítiques més inclusives. La disponibilitat d'aquestes entitats pot facilitar la integració de la diversitat en les accions culturals, així com la coordinació intersectorial que permeti adaptar-se a les necessitats diverses de la població. Fomentar la implicació de la joventut com a col·lectiu actiu i creador cultural pot potenciar la participació activa i l'ampliació de la població destinatària, adaptant formats i horaris per facilitar la inclusió de col·lectius que tendeixen a ser exclosos.

3.7. Territorialitat

La territorialitat en l'activitat cultural és un concepte clau per abordar les desigualtats d'accés i promoure la policentralitat de l'activitat cultural. L'accessibilitat als equipaments culturals presenta barreres significatives, situació que es veu agreujada per les desigualtats socioeconòmiques, atès que la bretxa entre el centre de la ciutat i les zones més allunyades pot mantenir-se si no s'implementen mesures efectives que facilitin l'accés a la cultura per a tots els ciutadans.

L'escassetat de professionals, d'equipaments i de recursos materials limita la capacitat de programació a tots els barris, i la falta de manteniment i dotació tècnica dels equipaments culturals provoca la seva infrautilització. Per tal de superar aquestes limitacions, és fonamental consolidar la proposta de policentralització cultural, que implica estendre els esdeveniments més enllà dels equipaments convencionals i adaptar-los a cada barri, afavorint així la diversitat i l'accés igualitari. La recuperació d'espais en desús per a projectes artístics, així com l'ocupació de l'espai públic, no només fomenta la creativitat, sinó que també revitalitza el territori i contribueix a la creació de nous focus d'interès. La creació de xarxes digitals i suports físics pot ampliar l'accés i la participació a tota la ciutat.

La territorialitat en el context cultural es fonamenta en la participació ciutadana i comporta la implicació activa de les comunitats en la presa de decisions culturals. Aquesta participació enriqueix la programació i garanteix la representativitat dels interessos del territori. La creació de sinergies amb agents culturals locals facilita un treball en equip coordinat. Per contrarestar les limitacions territorials és fonamental impulsar la participació juvenil en projectes culturals, ja que la seva inclusió pot reforçar el sentiment de pertinença i renovar el teixit cultural. L'establiment de xarxes de treball entre municipis i associacions és essencial per generar col·laboració i sinergies que potenciïn l'impacte cultural i facilitin l'intercanvi de recursos i coneixements. Adoptar un concepte de territorialitat més ampli pot permetre entendre la cultura com un fenomen que transcendeixi els límits municipals i abasti regions com el Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre.

3.8. Recursos i finançament

La ciutat compta amb quatre patrimonis, entre materials i immaterials, de la humanitat (Tàrraco, castells, pedra seca i dieta), que són motors culturals. Els equipaments culturals municipals i les infraestructures són fonamentals i referents per al desenvolupament cultural de Tarragona, una ciutat amb una població que coneix bé els seus teatres i centres culturals. Aquests espais comunitaris han de garantir la diversitat d'activitats necessària per arribar a tots els col·lectius, adaptant-se a les necessitats de cada barri i fomentant la cocreació. Hi ha acord a l'hora de considerar que, tot i disposar de professionals de la cultura qualificats, amb experiència i implicació activa, caldria millorar les condicions i els serveis tècnics dels espais existents i assegurar-ne un manteniment adequat. Propostes com la creació d'un banc de recursos materials per a la cooperació entre entitats i de llistes públiques d'espais disponibles, espais participatius i recursos culturals poden facilitar una gestió més col·laborativa i transparent que estigui a l'abast de la població.

La descentralització dels equipaments culturals és una prioritat per garantir l'accés universal a la cultura i per reequilibrar la distribució d'espais i activitats. Es proposa potenciar els espais municipals descentralitzats, millorant l'especialització del personal i creant un pla de manteniment per assegurar-ne la sostenibilitat a llarg termini. També hi ha

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

iniciatives per reutilitzar espais abandonats i activar l'espai públic per a la realització d'activitats culturals accessibles. Aquestes propostes afavoririen que la cultura actués com un mecanisme integrador i cohesionador.

Es valora molt positivament la xarxa d'equipaments públics, ja que facilita el treball col·laboratiu entre diferents àrees, Tanmateix, manquen eines tecnològiques per a la coordinació interna, un organigrama ajustat a les necessitats del sector i més estabilitat i suficiència dels recursos econòmics. S'entén que aquests recursos en alguns moments poden estar en competició amb altres prioritats socials considerades urgents. Des de l'Ajuntament s'està treballant en el Pla de biblioteques i el Pla d'equipaments culturals.

Un dels principals reptes de les infraestructures culturals és la manca de distribució adequada, ja que alguns barris no disposen d'equipaments culturals o, tot i tenir-los, no ofereixen activitats programades o adequades a les necessitats de la població. Per això, es proposa fomentar projectes de proximitat que democratitzin l'accés a la cultura i reforcin el teixit comunitari. A més, es destaca la necessitat de millorar l'accessibilitat (i facilitar la mobilitat) als equipaments culturals.

Una de les principals dificultats que afronten les institucions culturals locals és la manca de recursos financers, la qual cosa pot limitar l'oferta d'activitats culturals i el manteniment dels espais existents. Es proposa garantir l'equitat en l'assignació de recursos creant línies de subvencions estables, accessibles i competitives.

Aquesta dependència de subvencions i ajuts externs pot fer que les institucions siguin vulnerables als canvis en les polítiques de finançament. Per pal·liar-ho, se suggereix fomentar el mecenatge cultural mitjançant la llei de mecenatge i beneficis fiscals, millorar la transparència i l'accés a la informació sobre subvencions, optimitzar la gestió econòmica i incrementar els recursos destinats a la cultura per assolir l'objectiu del 3 % cultural en els pressupostos públics.

Finalment, es considera útil establir un organigrama clar que defineixi els perfils professionals necessaris per a una gestió cultural eficient, així com desenvolupar polítiques culturals integrades amb altres departaments municipals com ara Educació, Joventut i Centres Cívics. Es destaca la necessitat d'una política formativa clara i l'ampliació de formacions reglades en gestió cultural al territori. Cal una línia estratègica clara en les polítiques culturals per millorar l'eficàcia i promoure un entorn cultural més democràtic i inclusiu. Aquesta estratègia ha de partir dels principis del bon govern, aplicant transparència i responsabilitat i garantint la participació ciutadana.

4. Reptes

4.1. Comunicació i informació

Un dels principals reptes de comunicació que afronta el sector cultural a Tarragona és la manca de coordinació entre els diferents agents culturals. Aquesta falta de sinergia pot conduir a una contraprogramació que dificulti la difusió efectiva de les activitats culturals. Per tal de superar aquest obstacle, és fonamental establir xarxes de col·laboració que permetin una millor organització i planificació d'esdeveniments. La creació d'un punt d'informació cultural pot ser una solució viable, ja que no només centralitzaria la informació, sinó que també fomentaria la interacció entre els diferents actors culturals i la

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

ciutadania. Així, es podrien evitar activitats simultànies i potenciar la visibilitat de les propostes culturals.

La manca de recursos materials i econòmics per a la difusió de les iniciatives culturals és un altre repte significatiu. Sense els mitjans adequats, tant creadors com entitats culturals locals es veuen limitats en la seva capacitat per comunicar i promocionar les seves activitats. La digitalització i la innovació tecnològica poden jugar un paper clau en aquest aspecte, ja que la millora dels canals digitals i l'ús d'eines interactives poden augmentar l'abast de les comunicacions culturals. A més, és essencial dissenyar estratègies de comunicació adaptades a segments poblacionals amb menys accés a la informació, per tal de garantir que tothom pugui participar en la vida cultural de la ciutat.

La creació d'una marca cultural emergent pot ser un factor determinant per posicionar Tarragona com a referent cultural tant a escala interna com externa. Aquesta marca hauria d'incorporar una mirada transversal que tingués en compte la diversitat i l'accessibilitat de les propostes culturals. A més, la potenciació de creadors locals i la publicació del mapa d'entitats i agents culturals poden contribuir a la divulgació dels recursos culturals disponibles. No obstant això, és crucial abordar la desconexió amb certs segments poblacionals, ja que la falta d'eines accessibles pot augmentar les desigualtats territorials. Per garantir que les iniciatives culturals responguin a les necessitats i els interessos de tota la comunitat, és important fomentar la participació reflexiva i continuada de la ciutadania en els espais de comunicació.

4.2. Participació de manera continuada

S'ha de reconèixer la ciutadania com a protagonista de la vida cultural local, impulsant una democratització plena mitjançant processos d'escolta activa i sistemàtica. Això exigeix fomentar una implicació activa i sostinguda de la comunitat en la creació, la gestió i la governança cultural, mitjançant xarxes de col·laboració entre agents culturals i estructures permanents com són les taules participatives.

Cal superar obstacles com la manca d'espais participatius, la desconexió entre administracions i teixit cultural i la manca de representació de col·lectius minoritzats. S'hi plantegen solucions, com ara espais segurs i inclusius, la formació continuada, la perspectiva de gènere transversal i l'accessibilitat física, econòmica i social, assegurant que totes les veus siguin escoltades. L'eina de la mediació cultural pot facilitar la superació d'aquest repte.

La participació activa no només reforça el sentiment d'identitat i pertinença, sinó que també afavoreix la cohesió social, el diàleg i el desenvolupament personal i professional dels ciutadans, garantint que la cultura local sigui inclusiva, representativa i transversal.

4.3. Avaluació i reflexió

Es posa de manifest la necessitat d'establir mecanismes que permetin analitzar les polítiques i les accions culturals de manera continuada, per tal d'adaptar-les a les necessitats reals de la comunitat i del territori i assegurar-ne així la rellevància i l'eficàcia. Es tracta d'una oportunitat per repensar les pràctiques culturals i crear espais inclusius de reflexió que facilitin la presa de decisions fonamentades.

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

La manca d'eines analítiques adequades per avaluar l'impacte cultural, social i econòmic de les accions culturals és un fet. Aquesta absència limita la comprensió del paper que aquestes tenen en aspectes com la cohesió social, la participació ciutadana i la democratització de la cultura. També s'ha de tenir en compte que alguns esdeveniments culturals, com ara festivals o activitats emblemàtiques, poden estar desconnectats de les necessitats del territori i de la comunitat local, fet que redueix el seu impacte significatiu i la seva contribució a la identitat col·lectiva.

Es posa èmfasi en la participació activa de la comunitat en la definició de polítiques i programes culturals. Aquesta participació ajuda a garantir que les iniciatives responguin a les necessitats i els interessos del públic local i promou un sentit d'apropiació i identitat cultural. Alhora, es reclama una mirada més inclusiva i interseccional, que integri la perspectiva de gènere i la diversitat i consideri les realitats i les experiències de col·lectius en risc d'exclusió.

També es constata la falta d'un sistema continuat d'avaluació de l'impacte dels projectes culturals i de la distribució dels recursos, fet que dificulta optimitzar l'ús dels fons disponibles i reflexionar estratègicament sobre les inversions a llarg termini. La creació d'espais oberts de reflexió i coneixement pot ajudar a identificar les necessitats específiques del sector cultural, a millorar la coordinació entre els actors locals i a optimitzar-ne la distribució.

4.4. Implicació dels joves

Un dels grans reptes que afronta la societat, i també Tarragona, és la implicació activa dels joves. Per tal de potenciar la seva participació, és essencial proposar la creació d'eines que facilitin la seva integració en el disseny i la implementació d'activitats culturals. Aquesta implicació no només enriquiria l'oferta cultural, sinó que també contribuiria a reforçar el sentiment de pertinença entre els joves, convertint-los en agents actius i creadors dins del teixit cultural de la ciutat. La diversitat de realitats urbanes i socials que coexisteixen a Tarragona requereix una atenció especial per enfortir el teixit cultural. És fonamental considerar les necessitats i dinàmiques específiques de cada segment poblacional —en aquest cas, dels joves— per evitar la desconexió amb aquells que se senten marginats o exclosos. La creació d'espais de participació continuada i de trobada pot facilitar la mediació i fomentar un diàleg cultural plural, essencial per a la cohesió social. Això implica no només la incorporació de col·lectius, sinó també la creació d'iniciatives que reflecteixin la riquesa de les diferents cultures presents a la ciutat. La formació i capacitació dels joves en aquest àmbit pot ser un pas important per assegurar que les seves veus siguin escoltades i les seves experiències es reflecteixin en la programació cultural.

Malgrat que la ciutat disposa d'infraestructures i recursos, hi ha una desconexió entre les activitats culturals i els interessos d'aquest col·lectiu. Espais com l'Espai Jove Kesse exemplifiquen un model positiu, però cal ampliar la xarxa d'espais descentralitzats, accessibles i atractius per al jovent. La creació de nous espais de cooperació i cocreació liderats pel jovent pot propiciar dinàmiques participatives innovadores. Aquestes iniciatives no només fomenten la implicació dels joves, sinó que també ajuden a evitar el buit cultural que pot sorgir per la manca de relleu generacional en l'àmbit associatiu. A més, la motivació de col·lectius i agents socials en propostes culturals pot ser un motor de canvi que promogui la cooperació i la dinamització cultural a Tarragona.

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

La comunicació és un aspecte clau per a la implicació del jovent. La baixa interacció amb la ciutadania i l'escassa difusió de les activitats culturals, especialment en zones allunyades del nucli urbà, poden generar una desconexió amb la població jove. És vital desenvolupar noves maneres inclusives de comunicar i difondre la cultura, adaptant formats i horaris.

4.5. Simplificació i millora administrativa

La pressió econòmica i la falta de recursos són dues de les principals amenaces que limiten l'abast de les polítiques culturals a Tarragona. Les mancances pressupostàries, juntament amb l'infrafinançament estructural, dificulten la implementació d'iniciatives que podrien enriquir l'oferta cultural. A més, la competència pressupostària amb altres àrees pot relegar la cultura a un segon pla i limitar-ne la visibilitat i el suport institucional. Per afrontar aquests reptes, és essencial incrementar el pressupost destinat a la cultura, així com establir sistemes de subvencions més estables i accessibles que permetin una planificació a llarg termini.

D'altra banda, l'alta visibilització de l'Ajuntament pot ser aprofitada com una oportunitat per reforçar la seva imatge com a institució accessible i compromesa amb la comunitat. La creació d'un punt d'informació cultural que ofereixi recursos d'atenció al públic pot facilitar la comunicació i la participació ciutadana. A més, el context legislatiu favorable que promou la transparència i la participació pot ser un aliat en la simplificació dels processos administratius i permetre una gestió més col·laborativa i eficient. La digitalització i la innovació tecnològica també poden jugar un paper clau en la millora de l'accés a l'Administració, simplificant tràmits i millorant la comunicació amb els ciutadans.

La manca de coordinació entre agents culturals i la inèrcia institucional poden dificultar la implementació de polítiques participatives. És important fomentar la col·laboració intersectorial i crear espais de reflexió i participació que permetin identificar i reconèixer les necessitats del sector.

4.6. Perspectiva de gènere, mirada interseccional i diversitat

Les desigualtats econòmiques creixents i les desigualtats estructurals representen amenaces greus per a l'accés a la cultura, especialment per als col·lectius vulnerables. Aquesta situació es veu agreujada per la resistència estructural, institucional i social, que pot dificultar la implementació de pràctiques més inclusives i mirades interseccionals. Els estereotips de gènere i les discriminacions sistemàtiques persisteixen en molts nivells del sector cultural, creant barreres que limiten la participació i l'expressió de diverses veus.

Malgrat aquestes amenaces, s'obren oportunitats per reforçar la inclusió i la diversitat en el sector cultural. La creació de guies de bones pràctiques pot facilitar la inclusió en esdeveniments culturals, mentre que el desenvolupament de programes de formació específics per a gestors culturals sobre gènere, mirada interseccional i diversitat pot contribuir a una millor comprensió i aplicació d'aquestes temàtiques. A més, la innovació en comunicació permetrà desenvolupar noves maneres inclusives de comunicar i difondre la cultura, i ampliar així la població destinatària.

La col·laboració intersectorial és essencial per integrar polítiques més inclusives i adaptar-se a les necessitats diverses de la comunitat, i es pot fer comptant amb aquells col·lectius i entitats que fa anys que hi treballen com a bons referents. La cultura pot ser una plataforma

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

per avançar cap a una societat més equitativa, i la joventut hi pot jugar un paper fonamental com a motor de canvi, fomentant la seva implicació com a actius i creadors.

4.7. Espais de trobada, de creació i de relació entre entitats artístiques i culturals

La falta d'espais de trobada i cooperació entre els agents culturals, la comunitat i les institucions condiona la programació cultural de Tarragona. Tot i que existeix una xarxa cultural de base, els petits projectes necessiten més coordinació per garantir la seva sostenibilitat. La manca de sinergies entre creadors locals, l'Administració i altres actors dificulta la creació d'una escena cultural eficaç i integradora.

Es demana la creació d'espais físics i virtuals per a la cooperació entre entitats culturals, artístiques i socials per enfortir el teixit cultural comunitari i fomentar iniciatives col·lectives. Actualment, la manca de coordinació i l'accés limitat a espais municipals i recursos compartits dificulten la creació de xarxes i col·laboracions fructíferes, així com l'aparició d'un ecosistema cultural dinàmic.

Aquesta cooperació ha de garantir la inclusió i la igualtat d'oportunitats per a tots els agents culturals, treballant des d'una perspectiva de gènere i interseccional. La creació de xarxes de col·laboració intramunicipal i entre municipis és fonamental per promoure la diversitat, la visibilitat dels creadors locals i la generació de projectes culturals comuns que enriqueixin el panorama cultural.

4.8. Accés als recursos econòmics

L'accés als recursos econòmics és un dels principals reptes que afronta el sector cultural, marcat per una pressió econòmica constant i una falta de recursos que limita l'abast de les polítiques culturals. Les mancances pressupostàries, juntament amb la competència pressupostària amb altres sectors, poden relegar la cultura a un segon pla, la qual cosa afectaria la seva capacitat d'implementació i sostenibilitat i limitaria la capacitat d'oferir una oferta cultural àmplia i de qualitat, així com de mantenir i gestionar adequadament els espais culturals existents. A més, la dependència excessiva de subvencions públiques, sovint inestables, condiona la planificació a llarg termini i contribueix a la precarietat laboral, cosa que desincentiva la professionalització del sector.

Malgrat aquestes amenaces, hi ha oportunitats per millorar l'accés als recursos econòmics. La col·laboració publicoprivada pot ser una via efectiva per potenciar la captació de recursos, amb patrocini i col·laboracions amb empreses privades que poden aportar finançament addicional i diversificar així les fonts de finançament. A més, la llei de mecenatge i els beneficis fiscals associats poden fomentar la implicació del sector privat en el suport a iniciatives culturals. La creació de sistemes de subvencions més estables, accessibles i competitives pot contribuir a una millor assignació de recursos i garantir que les iniciatives culturals tinguin el suport necessari per prosperar.

Per assegurar un futur més sostenible per al sector cultural, és fonamental incrementar el pressupost destinat a la cultura, amb l'objectiu d'arribar al 3 % recomanat. Això no només permetria abordar les mancances actuals, sinó que també fomentaria la dinamització i la cooperació entre col·lectius i agents socials motivats a fer propostes culturals.

4.9. Recursos humans

Disposar de més eines i recursos adequats és també un dels principals reptes en la gestió dels recursos humans en el sector cultural. Aquesta situació es tradueix en una elevada demanda per part de les entitats culturals que sovint no pot ser atesa. A més, l'alta càrrega de tasques que ha de gestionar el personal de l'Àrea de Cultura dificulta la seva capacitat per incentivar la mediació cultural com a part de la seva feina quotidiana, la qual cosa pot limitar l'impacte de les iniciatives culturals.

La recent creació d'un àmbit de suport a la creació i la pràctica cultural obre la porta a l'assessorament i l'acompanyament per impulsar l'acció cultural ciutadana. S'identifica la formació i capacitat del personal com una tasca essencial per millorar la professionalització del sector. La implementació de programes de formació pot contribuir a una millor comprensió de les necessitats de la comunitat i a la creació d'un organigrama ajustat a les necessitats del sector.

La coordinació interna entre els diferents departaments municipals és també un aspecte clau per maximitzar l'impacte de les accions culturals. La creació d'un espai interdepartamental cultural pot facilitar aquesta coordinació, unificant mirades i recursos. A més, la definició clara dels perfils professionals i la dotació de personal específic en comunicació són fonamentals per garantir una gestió més eficient i estratègica dels programes culturals.

4.10. Recursos materials

La ciutat de Tarragona compta amb molts equipaments municipals i cívics adequats on fer activitat social. Aquests espais, que inclouen centres cívics, teatres i altres equipaments municipals, ofereixen oportunitats significatives per a la realització d'activitats culturals i per a la interacció entre diferents col·lectius. També juguen un paper clau com a eixos per al desenvolupament i la democratització de la cultura a Tarragona. Així mateix, exerceixen un efecte multiplicador, ja que augmenten la demanda cultural, fomenten el compromís de la ciutadania amb la seva ciutat i faciliten l'exercici dels drets culturals i ciutadans. Aquests equipaments han de garantir l'accés a la cultura a tota la població, tenint en compte la diversitat de públics, la cocreació i les necessitats de cada barri. A més, són crucials per a la cohesió social, ja que poden ajudar a reduir el desequilibri territorial entre el centre de la ciutat i les àrees perifèriques. Tot i això, la manca d'infraestructures adequades és una reclamació històrica que continua sense resoldre's i que contribueix a perpetuar desigualtats de distribució i d'accés entre barris. Cal assenyalar que la desaparició de sales petites ha limitat les oportunitats per impulsar bandes emergents i ha reduït l'oferta cultural per a la joventut.

El treball en xarxa i la gestió de manera coordinada dels equipaments culturals és un fet a millorar. Els centres cívics i les biblioteques, en particular, són destacats com a espais socioculturals de proximitat i qualificats de bàsics per a la promoció de la cultura de base. Com que funcionen de manera polivalent i intergeneracional, aquests espais poden funcionar com a punts de trobada per a la mediació cultural i per a la realització d'activitats que reflecteixin la diversitat i les necessitats de la comunitat. Les mancances en el desplegament de les biblioteques municipals afecten l'impuls d'accions culturals de proximitat, mentre que la manca de punts d'informació físics accessibles i modernitzats dificulta la difusió i comunicació cultural. Els recursos materials disponibles, com ara els

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

espais i les eines per a la creació cultural, han de ser accessibles a totes les persones i entitats del sector per garantir la igualtat d'oportunitats en la producció i difusió cultural.

Una oportunitat per oferir un ventall més gran d'espais disponibles és la reconversió d'espais en desús per a usos culturals, així com la recuperació d'espais públics per a projectes culturals que fomentin la creativitat i revitalitzin el territori. La policentralitat cultural, que implica estendre esdeveniments més enllà dels equipaments convencionals i adaptar-los a cada barri, pot afavorir la diversitat i l'accés igualitari i trencar les barreres de desconexió física i mental entre barris. Ara bé, seria necessari una millora en la mobilitat local i amb els municipis propers.

La insuficiència de recursos segueix generant desigualtats en l'accés als recursos econòmics, materials i humans que poden limitar l'aplicació efectiva de mesures inclusives, la creació d'espais innovadors de pensament i de creació i l'impuls de creadors i entitats culturals locals.

4.11. Territorialitat

La territorialitat es veu afectada per diverses dinàmiques que poden perpetuar les desigualtats socioeconòmiques entre el centre urbà i les àrees urbanes perifèriques. Sense mesures efectives, aquesta bretxa pot mantenir-se, i la possible reticència al canvi d'alguns sectors que s'oposen a la descentralització i a la inclusió de col·lectius diversos pot frenar iniciatives culturals necessàries per assolir una societat més cohesionada.

La competència de prioritats en l'assignació de recursos pot desviar l'atenció cap a altres sectors i, en conseqüència, limitar el finançament cultural i dificultar el desenvolupament d'iniciatives a les zones més allunyades. La manca de relleu generacional en l'àmbit associatiu pot generar un buit cultural que impedeixi la continuïtat de projectes i activitats.

La implicació comunitària és clau, ja que la participació sovint es limita a moments puntuals. No obstant això, la innovació en comunicació, amb xarxes digitals i suports físics, pot ampliar l'accés i fomentar la participació cultural. A més, l'impuls de la participació juvenil en projectes culturals pot reforçar el sentiment de pertinença i renovar el teixit cultural.

La col·laboració entre entitats, mitjançant xarxes de treball entre municipis i associacions, pot generar sinergies que potenciïn l'impacte cultural. La reconversió d'espais en desús per a usos culturals pot dinamitzar zones menys actives i crear nous focus d'interès. Adoptar un concepte de territorialitat més ampli, que inclogui regions com el Camp de Tarragona i les Terres de l'Ebre, ens permet entendre millor les dinàmiques culturals i socials que influeixen en el desenvolupament cultural del territori.

4.12. La cultura com a dret

Els drets culturals es fonamenten en la llibertat de les persones per expressar les seves identitats, accedir al patrimoni cultural i participar activament en la vida cultural. Aquest conjunt de drets implica no només el dret a expressar-se culturalment mitjançant la llengua, les tradicions o la religió, sinó també l'accés a recursos culturals com són biblioteques, museus, teatres i altres espais de creació i difusió. A més, es destaca la necessitat de reconèixer i respectar la diversitat cultural, promovent la igualtat d'oportunitats per a tothom, independentment de l'origen ètnic, la religió, el gènere o altres característiques socials. A través de la Llei de Drets Culturals de la Generalitat de Catalunya, que s'articula a

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

partir de l'article 22 de l'Estatut d'Autonomia, s'estableix la cultura com un bé essencial i es treballa en la creació d'un marc normatiu per garantir l'accés universal i la participació en la vida cultural.

No obstant això, un dels principals reptes és assegurar que la cultura sigui realment considerada un dret fonamental i universalment accessible. Les dificultats per accedir a activitats culturals en determinades zones, especialment a les perifèriques o en àmbits amb col·lectius vulnerables o minoritzats, posen en evidència la insuficiència de polítiques inclusives i de distribució equitativa dels recursos culturals. Això sovint genera una percepció d'exclusió que limita la capacitat de les persones per exercir aquest dret de manera plena i activa. La manca d'espais per a la participació ciutadana i l'absència d'iniciatives que promoguin la integració cultural real dificulten el desenvolupament d'un teixit social divers i cohesionat, en què la cultura sigui un element de transformació social i personal.

Així, la cultura ha de ser considerada un dret universal i fonamental, accessible per a totes les persones, independentment de la situació socioeconòmica, el lloc de residència o les condicions individuals. El reconeixement de la cultura com a dret implica no només el consum passiu de productes culturals, sinó també la capacitat d'integrar-se activament en la creació i la difusió cultural, promovent la diversitat i la igualtat. Per aquest motiu, cal continuar treballant en la creació d'estructures properes i de base que facilitin l'accés i la participació cultural, especialment en zones perifèriques, i en la promoció de la cultura com una eina de cohesió social, inclusió i expressió de les múltiples identitats presents en la societat.

5. DAFO de la diagnosi

Programació i activitat		
	<i>Intern</i>	<i>Extern</i>
	Debilitats	Amenaces
Negatiu	Accessibilitat limitada. Hi ha barreres físiques, socials i econòmiques que dificulten l'accés a la cultura per a molts ciutadans.	Desaparició de sales petites. El tancament de sales petites limita les oportunitats per a bandes emergents i redueix l'oferta cultural per a joves.
	Participació desigual. Alguns col·lectius, com el dels joves, estan menys implicats en la vida cultural de la ciutat.	Infraestructures culturals insuficients. La manca d'infraestructures és una reclamació històrica que segueix sense resoldre's.
	Eines d'avaluació insuficients. Es detecta una manca d'indicadors clars que dificulta poder valorar l'impacte real de la programació cultural.	Centralitat territorial. Cal tenir en compte que la programació cultural no es concentri en determinades zones o grups.
	Poca mediació. Actualment hi ha un poc volum d'accions de mediació vinculades a la programació municipal.	Tendència a la festivalització de la cultura. És convenient considerar la tendència general actual cap a la festivalització de la cultura, que comporta un increment en el nombre de festivals que no estan arrelats al territori i que presenten un enfocament econòmic que no beneficia les comunitats locals.
	Fortaleses	Oportunitats
Positiu	Riquesa de programació cultural. Tarragona disposa d'una agenda cultural molt variada.	Millora de l'accessibilitat. Posar el focus en l'accessibilitat de col·lectius vulnerables per ampliar l'accés i la participació cultural.
	Xarxa de cultura de base. La ciutat disposa d'una xarxa base essencial per garantir drets culturals mínims i cohesió social, amb enfocaments encertats en gènere, accessibilitat i antiracisme.	Diversificació de la programació. Donar suport a grups locals i complementar-ho amb artistes internacionals per enfortir el teixit cultural i l'interès del públic.
	Perspectiva interseccional i inclusiva. Es té en compte la inclusió de tots els col·lectius i es promou una programació basada en perspectives diverses.	Espais de cooperació. Potenciar el treball conjunt entre entitats culturals i artístiques enforteix la xarxa cultural local.
	Propostes per descentralitzar la cultura. S'està apostant per portar activitats més enllà del centre urbà, arribant a tots els barris per fomentar la cohesió i la identitat local.	Implicació activa dels joves. Proposar la creació d'eines que fomentin la implicació activa dels joves en la programació cultural per potenciar la seva participació i enriquir l'oferta cultural.

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

		Aplicació d'eines analítiques. Valorar l'impacte cultural, social i econòmic per millorar la planificació de la programació cultural.
		Impuls a la perspectiva feminista. Garantir la incorporació de la perspectiva de gènere i de continguts transformadors.
		Participació activa del territori. Considerar les diverses realitats urbanes i socials de la ciutat per enfortir el teixit cultural.
		Programació inclusiva i plural. Fomentar la visibilització de la diversitat cultural per garantir una programació inclusiva i plural.
		Creació artística. Reconèixer la creació artística, les tradicions vives i el patrimoni immaterial.

Participació, mediació i accessibilitat		
	<i>Intern</i>	<i>Extern</i>
	Debilitats	Amenaces
Negatiu	Bretxa digital i d'accés a la informació. La desconexió digital i la manca de punts físics, d'atenció directa i d'informació limiten la participació de certs col·lectius.	Desconnexió física i simbòlica entre barris. Les desigualtats d'accés poden perpetuar-se si no s'aborden les limitacions en l'accessibilitat, la mobilitat i les infraestructures.
	Fragmentació en la coordinació territorial. Es detecta una manca de coordinació i articulació de l'activitat cultural entre barris que dificulta la participació i la difusió.	Pressió econòmica i falta de recursos. Les mancances pressupostàries poden limitar l'abast de les polítiques culturals.
	Dependència d'estructures temporals. La manca de mecanismes permanents fa que la participació en algunes situacions sigui efímera.	Inèrcia institucional. La resistència al canvi o a la implementació de polítiques participatives pot ser el resultat d'una inèrcia institucional.
	Alta càrrega de tasques. Degut a l'alta quantitat de tasques i accions que ha de dur a terme el personal de l'Àrea de Cultura, no s'ha incentivat fins ara la participació i la mediació cultural com a feina quotidiana.	Oferta desigual al territori. La manca de coordinació entre els agents culturals pot generar desequilibris en l'oferta cultural al territori.

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

	Falta d'experiència en planificació. No es disposa d'experiència prèvia en el desenvolupament d'un pla estratègic que incentivi la participació ciutadana i la mediació i en faciliti la planificació i la dotació de recursos.	Desafiaments en la inclusió de col·lectius vulnerables. La complexitat per incorporar la diversitat pot dificultar la implementació d'iniciatives inclusives.
	Falta d'experiència en projectes comunitaris. No es té experiència en el desenvolupament de projectes culturals municipals de caràcter comunitari.	Barreres econòmiques i socials. Tot i la voluntat d'accessibilitat, la justícia econòmica i social segueix sent un obstacle.
		Manca d'eines i recursos. L'Ajuntament no disposa de les eines necessàries per donar resposta a l'elevada demanda de les entitats que componen el teixit cultural i una bona part no es poden atendre.
		Percepció elitista de la cultura. La cultura pot ser percebuda com a allunyada de les necessitats quotidianes de la ciutadania.
	Fortaleses	Oportunitats
Positiu	Participació activa i comunitària. S'ha fet una aposta per la implicació directa de la ciutadania en la presa de decisions i el disseny de programes culturals que garanteix un model inclusiu i representatiu.	Impuls de l'educació cultural. Facilitar la incorporació de l'acció cultural en els currículums escolars i treballar conjuntament amb centres educatius per enfortir la base cultural.
	Inclusió transversal. Iniciatives com les preses amb perspectiva de gènere, atenció a col·lectius vulnerables i accessibilitat universal asseguruen una diversitat rica i representativa.	Connexió amb associacions especialitzades. El treball conjunt amb entitats locals i col·lectius especialitzats pot aportar diversitat i noves perspectives.
	Producció cultural local. L'impuls als creadors locals i la col·laboració amb agents culturals reforcen la identitat cultural i la cohesió territorial.	Plans de formació contínua. Organitzar cursos específics per a professionals del sector pot enfortir la qualitat i la sostenibilitat de les iniciatives culturals.
	Educació cultural. Les iniciatives dirigides a centres educatius i joves asseguruen la creació d'hàbits culturals a llarg termini.	Mediació cultural com a eina clau. La mediació cultural s'erigeix com una eina clau per promoure l'escolta activa i el diàleg directe amb les persones destinatàries. Cal planificar la mediació cultural en el Pla estratègic.

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

	Reconeixement del potencial transformador. Hi ha un creixent reconeixement del sector cultural com a eina de transformació social.	Foment de la participació. Crear més espais de participació continuada i de trobada ajuda a fomentar la mediació en totes les programacions i disciplines.
	Participació i mediació. Es valora el potencial per dur a terme processos de transformació col·lectiva i comunitària a través de la participació i la mediació.	Alt interès de les entitats. Les entitats i els col·lectius culturals de la ciutat manifesten sovint l'interès per participar activament en la gestió cultural municipal.
	Generació d'accions innovadores. Es té la capacitat de generar accions innovadores i adaptades a diverses situacions.	Visibilitat de l'Ajuntament. El fet que la població identifiqui l'Ajuntament com una institució amb una elevada visibilitat pot esdevenir una oportunitat per reforçar-ne la imatge com una institució accessible i compromesa amb la comunitat.
	Alta satisfacció dels participants. S'assoleix un alt grau de satisfacció de les persones participants en les accions puntuals de mediació.	Context legislatiu favorable. El context legislatiu és propici a la transparència, la informació ciutadana, la participació i el bon govern, i s'adreça a fomentar l'equitat i la governança participativa.
	La cultura com a dret cultural. S'ha situat l'equitat al centre de les polítiques culturals, amb accions de suport a les persones i a les comunitats en la seva vida cultural.	Espais de reflexió i coneixement. Els espais de reflexió i coneixement poden ser útils per promoure la participació activa, la creació d'imaginari de futur i l'articulació de noves oportunitats culturals.

Comunicació i difusió de la cultura

	<i>Intern</i>	<i>Extern</i>
	Debilitats	Amenaces
Negatiu	Falta de visió de conjunt dels canals de comunicació. Les xarxes socials, l'Agenda Tarragona i els altres canals actuals no arriben a tota la població ni garanteixen cohesió en els missatges.	Desconnexió amb segments poblacionals. La desconnexió amb certs segments poblacionals pot augmentar si no s'implementen eines accessibles per a tothom o si no es tenen en compte les dinàmiques específiques d'aquests grups.
	Poca coordinació. Es detecta en alguns casos contraprogramació entre gestors culturals i poca col·laboració entre entitats de cultura popular.	Duplictat i simultaneïtat d'activitats. Duplicar o simultaniejar activitats pot reduir l'impacte i l'abast de les propostes culturals. Cal prioritzar les propostes en cada moment.
	Web municipal poc facilitador. El funcionament del web municipal actual presenta una dificultat d'ús i la informació no és prou accessible.	Competència entre propostes culturals. Pot haver-hi dificultat per donar visibilitat a les alternatives culturals i als canals no oficials.

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

	Participació limitada. Les entitats locals no sempre participen prou en les propostes culturals per manca d'interès o motivació.	Desigualtat territorial. La falta d'eines de comunicació orientades a fomentar la cohesió cultural entre barris i municipis propers pot fer augmentar la desigualtat territorial.
	Infraestructures físiques insuficients. La ciutat disposa de pocs punts d'informació de proximitat accessibles i modernitzats.	Manca de recursos i materials de difusió. No es dota de suficients recursos materials i econòmics de difusió per a creadors i entitats culturals locals.
	Absència d'avaluació i millora contínua. No hi ha mecanismes per avaluar l'impacte de la comunicació ni ajustar les accions a les necessitats canviants.	Manca de coordinació. La poca coordinació entre agents culturals pot portar a una contraprogramació i a dificultar la difusió de l'activitat cultural.
		Poca interacció. En la comunicació bidireccional hi ha un baix posicionament i poca interacció amb la ciutadania.
	Fortaleses	Oportunitats
Positiu	Coherència comunicativa. Es reconeix la importància de vetllar per la coherència comunicativa. Es preveu situar la comunicació com a eina transversal del conjunt del Pla estratègic.	Digitalització i innovació tecnològica. La millora dels canals digitals i l'ús d'eines interactives pot augmentar l'abast i el foment dels canals de comunicació.
	Gran diversitat cultural. Actualment, hi ha un gran ventall d'informació cultural a comunicar, ja que la ciutat disposa d'una àmplia oferta cultural i patrimonial, tant històrica com contemporània.	Participació reflexiva i continuada. Els espais de reflexió i de participació poden ser espais d'identificació i reconeixement de la gestió cultural.
	Potencial de col·laboració. Hi ha múltiples entitats culturals amb les quals es pot interaccionar.	Potenciació de creadors locals. La creació d'un mapa d'entitats i agents culturals pot ajudar a divulgar els recursos culturals i els programes de suport cultural que interaccionen al territori.
	Turisme i cultura. Hi ha la possibilitat de crear sinergies entre aquests sectors per reforçar la identitat cultural local.	Mirada transversal. Incorporar la perspectiva interseccional en la comunicació és necessari per augmentar la diversitat i l'accessibilitat de les propostes.
	Demanda ciutadana de més accés a la informació. Es detecta un interès per millorar la comunicació cultural que pot generar participació i implicació activa.	Adaptació de la comunicació a la població destinatària. És necessari el disseny d'estratègies específiques per segments concrets amb menys accés.

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

	Espai interdepartamental cultural. Hi ha la previsió de crear un espai interdepartamental i transversal cultural que permeti la coordinació entre departaments per unificar mirades i maximitzar l'impacte.	La territorialitat com a oportunitat. La creació de xarxes culturals entre municipis és una oportunitat per fomentar la difusió d'accions culturals.
	Personal específic en comunicació. S'ha identificat la necessitat d'incorporar personal específic per fer tasques de comunicació a Cultura per garantir una estratègia comunicativa des de l'inici de la planificació dels programes culturals.	Punt d'informació cultural. Aprofitar la demanda ciutadana per crear un punt d'informació cultural que ofereixi espais i recursos d'atenció al públic personalitzada i accessible.
	Inclusió i accessibilitat. S'està treballant en l'adaptació de tots els materials perquè siguin accessibles a tota la ciutadania.	Marca cultural emergent. La creació d'una marca cultural local pot posicionar Tarragona, internament i externament, com a referent cultural.

Suport a l'activitat cultural

	<i>Intern</i>	<i>Extern</i>
	Debilitats	Amenaces
Negatiu	Burocràcia feixuga. Els tràmits administratius són complexos i estan poc adaptats a les necessitats internes del sector.	Precarietat laboral. Les condicions laborals inestables poden desincentivar la professionalització del sector.
	Infraestructures limitades. Els espais culturals són insuficients, cosa que dificulta la gestió.	Desconnexió amb la població destinatària. L'escassa difusió de les activitats culturals, especialment a les zones allunyades del nucli urbà central i entre els joves, pot generar una desconnexió amb alguna població destinatària.
	Desconnexió administrativa. Es detecta una manca de lideratge de les administracions en l'impuls de l'acció cultural i dificultats en la comunicació entre entitats i administracions.	Infrafinançament estructural. Es compta amb insuficients recursos econòmics i humans per cobrir les necessitats del sector.
	Dependència política. Hi ha una influència dels cicles polítics a curt termini en les polítiques culturals, que plantegen la necessitat de pactes i acords entre grups polítics a mitjà termini.	Competència pressupostària. La cultura pot veure's relegada davant altres prioritats pressupostàries.
	Quantitat i qualitat. A vegades es destaca la quantitat en detriment de la qualitat, la qual cosa indica que les	Dependència econòmica. Una excessiva dependència de subvencions públiques,

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

	polítiques culturals actuals no prioritzen adequadament la dimensió social i humana de la cultura.	sovint inestables, pot condicionar la planificació a llarg termini.
	Infrafinançament estructural. Es disposa de prou recursos econòmics i humans per cobrir les necessitats en l'àmbit del sector.	Infraestructures limitades. Comptar amb espais culturals insuficients i amb taxes d'ús elevades pot dificultar-hi l'accés. Hi ha una demanda de més espais destinats a accions de foment de la creació, de relació entre agents culturals i artístics i exhibició cultural.
		Deficiència en el nombre de biblioteques. Hi ha una mancança destacada de biblioteques municipals, fet que afecta l'impuls d'accions culturals de proximitat.
		Falta de reconeixement institucional. Hi ha una percepció d'escàs suport per part de l'Administració cap als artistes i els projectes locals.
	Fortaleses	Oportunitats
Positiu	Àmbits culturals desenvolupats. A l'Ajuntament hi ha equips de treball per impulsar programes de festes i cultura popular, arts escèniques i música, lletres i biblioteques, arts visuals, suport a la creació i pràctica cultural, patrimoni o arxiu, entre d'altres.	Riquesa cultural local. La ciutat compta amb una abundància de talent local i un gran diversitat d'entitats culturals que poden potenciar l'oferta cultural.
	Acció interdepartamental. Actualment, ja es desenvolupa una acció cultural des de diferents departaments municipals, com ara Centres Cívics, Educació, Joventut i Cooperació, Turisme o Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+ i Capacitats Diverses, entre d'altres.	Facilitació de l'accés a l'Administració. Es disposa d'un seguit d'eines digitals que poden simplificar processos administratius i millorar la comunicació.
	Voluntat de col·laboració. Les entitats i l'Administració tenen interès a millorar la coordinació i establir sinergies, i estan obertes a plantejar propostes concretes.	Col·laboració públicoprivada. Els patrocinis i les col·laboracions amb empreses privades poden potenciar la captació de recursos.
	Compromís amb la inclusió. Es detecta una sensibilitat envers la inclusió social, territorial i de gènere en l'activitat cultural.	Promoció de la territorialitat. Es pot donar suport a les entitats i el teixit sociocultural de manera policentralitzada per millorar l'equitat.

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

	Recent creació de l'àmbit de suport a la creació i pràctica cultural. Es compta amb un àmbit de suport a la creació i la pràctica cultural que obre l'oportunitat a l'assessorament i l'acompanyament per impulsar l'acció cultural ciutadana.	Formació i capacitat. L'organització de formacions específiques pot millorar la professionalització i el desenvolupament del sector en tots els àmbits.
	Equitat i proximitat. S'identifica un interès per impulsar una gestió cultural que condueixi cap a l'equitat i la proximitat de les accions culturals.	Noves dinàmiques participatives. La creació de nous espais de cooperació i de cocreació liderats pel jovent i altres sectors culturals pot propiciar noves dinàmiques participatives.
	Espais d'accés lliure. La ciutat disposa d'espais d'accés lliure per a activitats culturals sense ànim de lucre.	

Territorialitat		
	<i>Intern</i>	<i>Extern</i>
	Debilitats	Amenaces
Negatiu	Comunicació. Es detecta una manca de punts de comunicació, informació i atenció distribuïts pel territori.	Desigualtats socioeconòmiques. La bretxa entre el centre i les zones més allunyades pot mantenir-se si no s'implementen mesures efectives.
	Desigualtat d'accés. L'accessibilitat als equipaments culturals encara presenta barreres de mobilitat i de franges horàries en les programacions.	Reticències al canvi. La resistència d'alguns sectors a la descentralització i a la inclusió de col·lectius pot frenar iniciatives.
	Dependència de recursos. L'escassetat de professionals, d'equipaments i de recursos materials limita la programació a tots els barris.	Competència de prioritats. Altres sectors poden rebre més atenció i recursos, cosa que pot afectar el finançament cultural.
	Equipaments culturals. La falta de manteniment i dotació tècnica dels equipaments culturals del territori provoca la seva infrautilització.	Relleu. La manca de relleu generacional en l'àmbit associatiu pot generar un buit cultural.
		Implicació insuficient. La participació de la comunitat es pot veure limitada a moments puntuals en lloc de ser continuada.
	Fortaleses	Oportunitats
Positiu	Policentralització cultural. S'ha de consolidar la proposta d'estendre els esdeveniments més enllà dels	Innovació en comunicació. La creació de xarxes digitals i suports físics pot ampliar

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

	equipaments convencionals i adaptar-los a cada barri per afavorir la diversitat i l'accés igualitari.	l'accés i la participació cultural a tota la ciutat.
	Participació ciutadana. Es compta amb la implicació activa de les comunitats en la presa de decisions culturals, fet que enriqueix la programació i garanteix la representativitat tenint en compte el territori.	Impuls de la participació juvenil. La inclusió de joves en projectes culturals pot ajudar a reforçar el sentiment de pertinença i renovar el teixit cultural.
	Ús d'espais. La recuperació d'espais en desús per a projectes artístics, així com l'ocupació de l'espai públic, fomenta la creativitat i revitalitza el territori.	Col·laboració entre entitats. L'establiment de xarxes de treball entre municipis i associacions pot generar sinergies i potenciar l'impacte cultural.
	Treball en equip territorial. La creació de sinergies amb diferents agents culturals del territori ha facilitat la tasca de treballar de manera coordinada i col·laborativa.	Reconversió d'espais. Es poden reutilitzar infraestructures en desús per a usos culturals per dinamitzar zones menys actives i crear nous focus d'interès.
	Xarxa de Centres Cívics. Els centres cívics de la ciutat, amb la seva existència i dinamització, són un pilar fonamental per a l'articulació de l'activitat cultural a Tarragona.	Territorialitat àmplia. Adoptar un concepte de territorialitat més ampli ens permet entendre'l fins a més enllà del municipi (Camp de Tarragona i Terres de l'Ebre).

Perspectiva de gènere, mirada interseccional i diversitat

	<i>Intern</i>	<i>Extern</i>
	Debilitats	Amenaces
Negatiu	Integració insuficient. Tot i els esforços inicials, la perspectiva de gènere, la mirada interseccional i la diversitat encara no estan plenament integrades en tots els àmbits del sector cultural, i sovint se'n fa un enfocament puntual o simbòlic.	Desigualtat econòmica creixent. Una desigualtat econòmica creixent pot dificultar encara més l'accés a la cultura.
	Barreres administratives. Els procediments burocràtics són complexos i dificulten la participació de tots els col·lectius, especialment els que estan en risc d'exclusió o minoritzats.	Resistències estructurals. Existeix una cultura institucional i social que pot ser reticent al canvi cap a pràctiques més inclusives i interseccionals.
	Manca de recursos. La manca de mitjans segueix generant desigualtats en l'accés als recursos econòmics, materials i humans, les quals poden	Desigualtats estructurals. Els estereotips de gènere i les discriminacions sistemàtiques persisteixen en molts nivells del sector cultural.

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

	limitar l'aplicació efectiva de mesures inclusives.	
	Manca de formació específica. No tots els agents culturals tenen els coneixements necessaris i la sensibilització sobre gènere, diversitat i mirada interseccional.	Infrafinançament. Es disposa de pocs recursos per a la implementació d'iniciatives inclusives.
	Espais culturals poc accessibles. S'identifiquen limitacions en l'accessibilitat dels espais culturals, especialment per a persones amb diversitat funcional, capacitats diverses o d'orígens culturals diversos.	Riscos de cooptació. L'enfocament de gènere i la diversitat poden ser utilitzats de manera superficial com a eina de màrqueting, sense impacte real en la transformació estructural.
		Desconnexió amb els col·lectius. Hi ha riscos d'incomplir necessitats reals per manca de coordinació efectiva amb associacions i col·lectius locals especialitzats.
		Fragmentació social. Pot haver-hi una manca de mecanismes efectius per unir diferents col·lectius i fomentar un diàleg cultural plural.
	Fortaleses	Oportunitats
Positiu	Reconeixement de la problemàtica. Hi ha una consciència creixent sobre la necessitat d'integrar la perspectiva de gènere, la mirada interseccional i la diversitat.	Creació de guies de bones pràctiques. La creació de documentació i difusió de bones pràctiques pot facilitar la inclusió en esdeveniments culturals.
	Potencial transformador de la cultura. Es reconeix la capacitat de la cultura per actuar com a vehicle de canvi social, promovent la igualtat i la diversitat.	Programes de formació. Es pot potenciar el desenvolupament de formacions específiques per als gestors culturals sobre gènere, mirada interseccional i diversitat.
	Visió transversal de la diversitat. L'enfocament integrador de la cultura que apliquem permet que la diversitat cultural sigui un eix central en tots els processos de creació cultural.	Innovació en comunicació. Tenim a l'abast el desenvolupament i la creació de noves maneres inclusives de comunicar i difondre la cultura.
	Experiències prèvies. Tenim exemples de bones pràctiques que poden ser replicades i adaptades a altres contextos.	Col·laboració intersectorial. La coordinació amb altres sectors pot facilitar la integració de polítiques més inclusives i adaptar-se a necessitats diverses.
	Col·laboració amb entitats. Hi ha disponibilitat de xarxes	Transformació estructural. La cultura és una oportunitat per ser utilitzada com a

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

	d'associacions especialitzades que poden aportar coneixement i suport.	plataforma per avançar cap a una societat equitativa.
	Sensibilitat. Es reconeix una creixent sensibilitat i bones pràctiques sobre perspectiva de gènere i diversitat en esdeveniments culturals.	La joventut com a motor de canvi. El foment de la implicació dels joves com a agents actius i creadors pot potenciar la participació activa.
		Ampliació de població destinatària. L'adaptació de formats i horaris pot facilitar la inclusió de col·lectius que tendeixen a ser exclosos.

Recursos i finançament

	<i>Intern</i>	<i>Extern</i>
	Debilitats	Amenaces
Negatiu	Manca de finançament estable. Hi ha un excés de dependència de subvencions externes i recursos financers insuficients que dificulten poder garantir la sostenibilitat dels projectes culturals.	Canvis en les polítiques de finançament. La variabilitat dels pressupostos públics i les subvencions poden provocar la vulnerabilitat de les institucions culturals.
	Recursos econòmics insuficients. S'identifiquen recursos econòmics insuficients, especialment en matèria de biblioteques.	Bretxa territorial. La persistència de desigualtats entre barris pot dificultar l'accés a recursos i activitats culturals.
	Descentralització limitada. Hi ha un desequilibri en la distribució d'equipaments culturals i activitats entre el centre i les zones més allunyades.	Pla d'equipaments. Hi ha pendent l'actualització del Pla d'equipaments i serveis culturals de Catalunya.
	Infraestructures inadequades. Les infraestructures presenten deficiències tècniques en espais existents, amb necessitats de manteniment i ampliació.	Finançament. Hi ha una manca d'estabilitat i compromís en el finançament que l'Estat i la Generalitat destinen a l'Ajuntament.
	Desconnexió entre col·lectius. Hi ha una manca de recursos humans i tecnològics per coordinar entitats i associacions, fet que limita la cohesió del teixit cultural.	Accessibilitat i transport. L'estat i el funcionament de la xarxa de transport públic no permet garantir un accés equitatiu als equipaments culturals.
	Burocràcia complexa. S'identifiquen obstacles administratius que dificulten l'accés als recursos per part de col·lectius i entitats culturals.	

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

	Manca de personal. Falten recursos humans formats i adaptats a les necessitats concretes.	
	Competència amb altres prioritats socials. Es detecta una competició per destinar recursos a àrees considerades més urgents.	
	Coordinació interna. Manquen eines tecnològiques per a la coordinació interna.	
	Organigrama. Falta un organigrama ajustat a les necessitats del sector.	
	Fortaleses	Oportunitats
Positiu	Existència d'equipaments culturals i coneixement ciutadà: la població coneix bé els teatres i centres culturals, que són referents per al desenvolupament cultural.	Mecenatge cultural. La llei de mecenatge i beneficis fiscals pot fomentar la implicació del sector privat.
	Diversitat d'activitats i espais. Hi ha una adaptació de programes a col·lectius diversos i barris per fomentar la cocreació i la participació ciutadana.	Transparència i participació ciutadana. La creació de llistes públiques d'espais disponibles, espais participatius i recursos culturals pot facilitar una gestió més col·laborativa i transparent a l'abast de la població.
	Recuperació d'espais buits. Hi ha iniciatives per reutilitzar espais abandonats i activar l'espai públic per a activitats culturals accessibles.	Formació cultural. Es podria aprofitar per crear programes formatius en arts escèniques i gestió cultural per a joves i professionals.
	Xarxa d'equipaments. Es fa un treball col·laboratiu entre diferents àrees per posar els equipaments municipals a disposició de les activitats culturals.	Sistemes de subvencions competitius. L'assignació de recursos es podria millorar mitjançant subvencions no nominatives (per projectes), estables, accessibles i competitives.
	Potencial de la ciutat. La ciutat compta amb quatre patrimonis, entre materials i immaterials, de la humanitat (Tàrraco, castells, pedra seca i dieta) que permeten ser motors culturals.	Motivacions i iniciatives. La motivació de col·lectius i agents socials en propostes culturals pot ser un motor de canvi que promogui la cooperació i la dinamització pel que fa a recursos.
	Equip de treball. Es disposa de professionals de la cultura qualificats, amb experiència i implicació activa.	Pla de biblioteques. El Pla de biblioteques és una oportunitat per adoptar una estratègia integral com a equipaments de proximitat.
	Foment dels espais i els recursos municipals existents. La ciutat té espais i recursos suficients per posar-	Pla d'equipaments culturals. Es pot crear un pla d'equipaments culturals i de

Annex 1. Diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona

los disposició d'entitats, col·lectius i creadors.	conservació i manteniment dels espais culturals repartits pel territori.
Definició dels perfils professionals. S'està treballant en una proposta de treball per definir els perfils professionals i la creació d'un organigrama ajustat a les necessitats.	Increment del pressupost destinat a Cultura. Es podria incrementar el pressupost destinat a cultura fins al 3 % recomanat.

6. Enllaços als recursos generats en la diagnosi

Els documents generats en aquesta diagnosi són de consulta pública i estan exposats al web del Pla estratègic Tarragona Cultura:

<https://www.tarragona.cat/cultura/pla-estrategic-tarragona-cultura/pla-estrategic-tarragona-cultura>

- Resums i conclusions de les taules participatives i les jornades de reflexió:
<https://www.tarragona.cat/cultura/pla-estrategic-tarragona-cultura/taules-i-jornades>

- Anàlisi de les enquestes sobre les percepcions de les entitats i les persones pel que fa a la cultura, els usos..., en les quals han participat més d'un centenar d'entitats i més de quatre-centes persones que han volgut col·laborar-hi amb les seves aportacions:

<https://www.tarragona.cat/cultura/pla-estrategic-tarragona-cultura/fitxers/altres/diagnosi/analisi-del-resultat-de-les-enquestes.pdf>

Aquestes enquestes quedaran obertes perquè tothom pugui seguir fent les seves valoracions i es pugui comptar amb la seva opinió. Es pot fer a través d'aquest enllaç:
<https://www.tarragona.cat/cultura/pla-estrategic-tarragona-cultura/digues-hi-la-teva>

- Mapa de Recursos Culturals per recollir les referències culturals actives que incideixen a Tarragona, com a eina que oferirà un directori d'entitats, associacions, projectes i serveis culturals o artístics en forma de mapa interactiu:

<https://geoportal.tarragona.cat/portal/apps/experiencebuilder/experience/?id=bfff806be1384affb59c5a70fb3e6079&draft=true>

Aquest mapa és una eina viva que s'anirà enriquint i que quedarà com a recurs. Encara es poden poder d'alta com a recurs cultural o respondre les enquestes a:
<https://www.tarragona.cat/cultura/pla-estrategic-tarragona-cultura/digues-hi-la-teva>

Pel que fa a la participació, cal esmentar la col·laboració i la implicació de nombroses entitats i institucions en el desenvolupament d'aquesta fase de diagnosi, com és la dinamització de les taules participatives per part de Gabinet Ceres, La Bastida Participació, Fundació En Xarxa i El Far Cooperatiu, les entrevistes de la URV, Seijdrass i d'Uncle Jun Films, les aportacions de la comunicadora Laia Marín, La Costa, La Tremenda pel que fa a la comunicació, Avenir Consulting en el foment de la lectura, l'esmentada URV i la UOC a través de Nicolás Barbieri, especialista en drets culturals, entre moltes altres entitats i professionals. A més, les trenta-tres persones que han participat en les jornades, vingudes d'arreu i especialistes en diferents àmbits culturals i transversals, han fet les seves aportacions a la realitat tarragonina.

Annex 2 Mesures transversals als plans d'acció cultural

Índex

1. Mesures transversals de participació com a metodologia de treball.....	48
2. Mesures transversals de perspectiva de gènere	50
3. Mesures transversals en accessibilitat	53
4. Recomanacions per aplicar mesures de sostenibilitat.....	56

Els eixos de treball transversals que impregnen tots els plans d'acció i metodologies de treball de la cultura municipal són aquells que s'apliquen en la nostra quotidianitat i que són inherents a les maneres de fer. El Pla estratègic Tarragona Cultura vertebrava les seves accions en relació amb la participació com a metodologia de treball, la perspectiva de gènere i l'accessibilitat, amb la finalitat d'apropar i promoure els drets culturals des de l'estratègia cultural municipal.

1. Mesures transversals de participació com a metodologia de treball

L'equitat i l'accés a la cultura és el dret que tenen totes les persones a participar lliurement en la vida cultural, ja sigui com a consum i gaudi, com a creadores artístiques, per desenvolupar pràctiques culturals o com a forma de governança. Si bé les tres primeres accions es desenvolupen més àmpliament en els plans d'acció sectorials, la governança participativa mereix ser tractada com una mesura transversal a aplicar en tots els plans d'acció.

Com manifesta el doctor Nicolás Barbieri en la introducció del Pla estratègic Tarragona Cultura, «el dret a participar en l'elaboració, la implementació i l'avaluació de polítiques culturals és un dret cultural», i aquesta dimensió participativa s'aborda des de la governança, entesa com a «formar part de processos de deliberació i decisió sobre la vida cultural pública de la ciutat, des de participar en l'elaboració, la implementació i l'avaluació de polítiques culturals fins a organitzar activitats pròpies».

Ahora, el Pla de mediació, inclòs en aquest Pla estratègic, també defensa que «la governança participativa no només fomenta la inclusió, sinó que també enriqueix el procés creatiu i de presa de decisions, ja que integra de manera diversa altres perspectives i formes de fer. Aquesta manera d'organitzar-se garanteix que les iniciatives culturals siguin més representatives i responguin millor a les necessitats i els desitjos de la comunitat».

El nou paradigma de governança cultural dona legitimitat a les polítiques culturals i genera valor social, impacte comunitari, identitat i posicionament. Per aquest motiu, des del Pla estratègic Tarragona Cultura es plantegen mecanismes, eines i canals de participació i diàleg que fomenten la transparència, la participació, el coneixement i el reconeixement. Es vol garantir l'accessibilitat a aquests espais per dissenyar unes polítiques culturals públiques més ajustades a les necessitats i les realitats de la ciutat, vetllant per la inclusió, la diversitat, els drets culturals i la democràcia cultural. Aquests espais de governança cultural reconeixen els ciutadans i els col·lectius com a actors clau en el disseny de les polítiques culturals.

Objectiu general

Impulsar la participació com a eina de governança de les polítiques públiques culturals.

Objectius específics

- Promoure espais de diàleg i de reflexió com a eina de participació en les polítiques públiques culturals.

Cal establir canals de diàleg i espais de participació estables i dinàmics en què es debati sobre les línies de treball de la gestió cultural a la ciutat, tant en forma d'avaluació i retiment de comptes com de disseny de les futures accions. Com a mínim, un cop l'any es convocaran taules participatives de cada sector o àmbit cultural, com ja es va fer en la diagnosi d'aquest Pla estratègic, en què també es va demostrar la necessitat i la demanda d'aquestes taules com a eina facilitadora de la gestió i l'avaluació culturals.

Alhora, és necessari generar espais de reflexió, coneixement i pensament on es plantegin aspectes globals i transversals, de noves tendències i innovació, de drets culturals i equitat..., s'impulsi l'autocrítica i es posin en qüestió les polítiques públiques per avançar des d'aquesta reflexió i pensament.

- Generar espais de treball en xarxa de forma transversal i horitzontal.

Cal fomentar espais de treball en xarxa a diferents nivells: entre departaments municipals, entre institucions locals i supralocals, entre institucions i col·lectius i actius culturals. La cultura es projecta des de diferents institucions, territoris, àmbits, àrees, col·lectius..., i per tant és necessari gestionar les polítiques públiques des del treball col·laboratiu i coordinat. En aquests espais de debat, reflexió i gestió es manté la mirada global i àmplia de la gestió cultural en benefici de les persones i els col·lectius en la seva diversitat.

- Impulsar programes i espais participatius cogestionats en què els participants tinguin un paper protagonista i de lideratge.

Els projectes de creació artística comunitària i mediació cultural posen les persones en una situació de participació activa i implicació en la definició dels processos. Aquests processos són enriquidors en si mateixos pel que fa a aprenentatges, relacions i sinergies en les seves pràctiques, i fomenten la diversitat de mirades i la inclusió. És necessari generar eines de suport a les iniciatives culturals sorgides en la participació col·lectiva, que reflecteix l'esperit creatiu i crític de la societat.

Accions i indicadors

Convocar taules participatives sectorials anuals.	Nombre de taules participatives sectorials anuals Nombre de participants en les taules participatives anuals sectorials (desagregat per gènere)
Organitzar jornades de pensament i reflexió.	Nombre de jornades de pensament i reflexió anuals Nombre de participants en les jornades de pensament i reflexió (desagregat per gènere)
Impulsar taules de coordinació interdepartamental i transversal en matèria de cultura municipal.	Nombre de convocatòries de la Comissió Tècnica Transversal Tarragona Cultura

Annex 2. Mesures transversals als plans d'acció cultural

Impulsar espais de treball en xarxa i coordinació territorial en matèria de cultura.	Nombre de reunions de coordinació per treballar la cultura en xarxa a escala territorial
Acompanyar projectes culturals de participació activa cogestionada.	Nombre de projectes culturals de participació activa cogestionada Nombre de participants en els projectes de participació cogestionada (desagregat per gènere)

2. Mesures transversals de perspectiva de gènere

La igualtat de gènere ha avançat a tot el món gràcies als esforços de governs, institucions i entitats civils, sorgits a partir de la Declaració i Plataforma d'Acció de Beijing (1995) en la Quarta Conferència Mundial sobre la Dona. A partir d'aquí, i la pressió de l'establiment dels ODS de l'Agenda 2030, els estats han elaborat les seves normatives i plans estratègics per transformar les societats promovent la igualtat reivindicada. En el camí, la Llei estatal 3/2007, per a la igualtat efectiva d'homes i dones, estableix la necessitat de transversalitzar la perspectiva de gènere, sistematitzant-la en el disseny, la implementació, el seguiment i l'avaluació de les polítiques públiques. És a dir, des de la mirada interseccional. Posteriorment, es reforça amb la Llei 15/2022, integral per a la igualtat de tracte i la no-discriminació. Igualment, també tindrem present especialment el Plan de igualdad en la cultura 2024-2026, del mateix Ministeri de Cultura.

A Catalunya ens basem en la Llei 17/2015, d'igualtat efectiva de dones i homes, que té per objectiu establir i regular els mecanismes i els recursos per fer efectiu el dret a la igualtat i a la no-discriminació per raó de sexe en tots els àmbits, etapes i circumstàncies de la vida; i en la Llei 19/2020, d'igualtat de tracte i no-discriminació. Una mica anterior a aquestes és la Llei 11/2014, per a garantir els drets de lesbianes, gais, bisexuals, transgènere i intersexuals i per a erradicar l'homofòbia, la bifòbia i la transfòbia.

En l'àmbit local, l'Ajuntament de Tarragona disposa del Pla de gèneres i igualtat d'oportunitats (2024-2027) i del Pla de feminismes i interseccionalitat de la ciutat de Tarragona (2022-2026). Aquest últim estableix com a eix de treball la Ciutat de Drets, orientada «a la defensa de la igualtat de gènere i la diversitat en l'àmbit de l'educació, la salut, els drets sexuals i reproductius, els serveis socials, la cultura, l'esport i la vida associativa i política del territori». D'aquesta manera, la igualtat multidimensional s'aborda de manera multidisciplinària. Les accions i els indicadors del Pla estratègic Tarragona Cultura estan en consonància amb els plans de gènere i feminismes referenciats, així com els establerts en el Distintiu SG City 50-50 per la Igualtat de Gènere, For Gender SEAL.

En l'àmbit cultural, cal afegir, a més, el concepte de drets culturals, sorgit en els últims anys i en procés legislatiu a escala estatal i nacional, i que té per objectiu garantir que les persones i les comunitats tinguin accés a la cultura i puguin participar-hi. Aquest accés ha de ser en condicions d'igualtat, dignitat humana i no-discriminació envers la diversitat sexual i afectiva. Així, en l'elaboració del Pla estratègic Tarragona Cultura, i amb l'objectiu de garantir aquests drets —en aquest cas, el de la igualtat de gènere—, cal establir la perspectiva de gènere com a eix estratègic transversal i estructural en les polítiques culturals municipals. Cal promocionar les accions culturals en aquest sentit per contribuir a superar les

Annex 2. Mesures transversals als plans d'acció cultural

diferències i discriminacions, simbòliques i materials, que afecten les dones i altres dissidències sexuals, i cal fer-ho incorporant la mirada feminista i de la interseccionalitat de manera sistèmica en les formes de veure i de fer, i en tot el desenvolupament del procés, sigui a iniciativa municipal o a proposta externa.

Incorporant la perspectiva de gènere en la cultura es contribueix a transformar els fonaments tradicionals aportant una visió més inclusiva i transmissora de valors d'una societat més justa en igualtat.

Objectiu general

Incorporar la perspectiva de gènere i impulsar mirades feministes en els processos, les accions i les comunicacions culturals.

Objectius específics

- Participar de manera activa en els sistemes i processos de sensibilització i detecció de discriminacions envers la perspectiva de gènere i la mirada interseccional.

És necessari crear narratives culturals més igualitàries i integradores i promoure mecanismes de prevenció, detecció i abordatge de les discriminacions per raó de gènere, treballant de forma coordinada amb Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+, per tal de secundar les polítiques internes i les accions desenvolupades. Per aquest motiu, cal reforçar la sensibilització en la promoció de polítiques d'igualtat, formant els agents culturals en la detecció de conductes sexistes i micromasclismes, i fomentant una resposta efectiva davant de situacions no igualitàries.

- Potenciar l'equitat de gènere en el disseny dels projectes culturals, la participació i l'accés.

És necessària la composició equilibrada en les programacions culturals, així com la promoció de la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública i el desenvolupament dels projectes. Cal potenciar la creació i la participació cultural amb perspectiva de gènere, intentant vetllar per la paritat, intensificant la comunicació i activant el debat de la seva necessitat. A més, és necessari planificar segons les necessitats diferenciades per gènere i reorientar les accions culturals a pal·liar la bretxa existent. També s'intentarà vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables. Tot això, mantenint el sistema estadístic d'indicadors de participació cultural desglossat per gènere i fent-ne difusió.

- Vetllar per la perspectiva de gènere i la mirada interseccional en la comunicació cultural.

La comunicació en sentit ampli transmet missatges, valors i maneres de veure el món, i ho fa des de la comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital. Cal garantir l'ús del llenguatge inclusiu en totes les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats, evitant l'ús de micromasclismes i patrons de gènere estigmatitzats. A més, cal reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i accions culturals per garantir el seu reconeixement, especialment en la creació cultural.

Accions i indicadors

<i>Accions amb perspectiva de gènere</i>	<i>Indicadors amb perspectiva de gènere</i>
Promoure mecanismes de prevenció, detecció i abordatge de les discriminacions per raó de gènere de manera coordinada amb Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+.	Nombre d'assistències a la Comissió Tècnica Transversal de Gènere % de dones que treballen a Cultura % de dones amb càrrecs directius a Cultura
Vetllar per la promoció de l'equitat en el treball municipal i la corresponsabilitat en els usos del temps.	El personal que integra els diferents equips té assignades tasques equitatives? El personal que integra els diferents equips té assignades tasques corresponsables amb els usos del temps?
Formar i sensibilitzar els agents culturals en la coeducació i la promoció de valors i models igualitaris i en el reconeixement de possibles conductes sexistes i micromasclismes, i contribuir a una resposta efectiva davant de situacions no igualitàries.	Nombre de formacions realitzades en l'àmbit de la perspectiva de gènere i feminismes Nombre d'assistents a les formacions de perspectiva de gènere i feminismes S'ha programat alguna acció dedicada a la promoció de valors i models igualitaris?
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, desagregat per gènere
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	Nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades
Promoure accions que visibilitzin i reconeguin la dona en les creacions artístiques i les pràctiques culturals.	Nombre d'accions realitzades per promoure la dona en les creacions artístiques i les pràctiques culturals Nombre de dones participants en les accions que promouen el paper de la dona en les creacions artístiques i les pràctiques culturals
Vetllar per la paritat en la participació cultural.	Nombre d'assistents als actes i les activitats i usuàries de serveis, desagregat per gènere
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	Nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables, desagregat per gènere
Mantenir el sistema estadístic d'indicadors de participació cultural, desagregat per gènere, i difondre'n els resultats.	El sistema estadístic incorpora el desglossament per gènere?
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu

Annex 2. Mesures transversals als plans d'acció cultural

Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?
Fer un seguiment del pla d'acció amb perspectiva de gènere.	Existència de documents que recullen indicadors relatius a cada acció

Distintiu SG City 50-50 per la Igualtat de Gènere

Acció 9.26. S'assignen recursos per a programes de prevenció de la violència de gènere, campanyes de sensibilització, serveis d'atenció a víctimes, i altres iniciatives que ajudin a combatre la violència masclista i garantir la seguretat de les dones a l'espai públic i privat.

Àrea 2. Promoció dels drets humans de les dones. Bloc 1. Estratègia, estructura, mecanismes de funcionament i presa de decisions. Acció 21. El govern local impulsa i promou l'associacionisme de dones oferint recursos, espais i serveis municipals a les organitzacions de dones i feministes. 21.58. L'àrea de participació posa a disposició de les organitzacions recursos, espais i serveis municipals adequats a les sol·licituds rebudes. 21.59. L'àrea de participació convoca premis, concursos i subvencions per promoure l'associacionisme. Acció 22. L'ajuntament disposa d'un pla de participació ciutadana on s'impulsa la creació de moviments de dones i feministes. Acció 39. L'ajuntament disposa d'un pla cultural del municipi que promou la visibilitat i la presència de dones a: paritat d'homes i dones en els jurats i de decisions dels consells artístics i culturals del municipi; organització d'actes culturals on hi ha presència paritària de dones i homes, conferències que fan visible l'aportació de les dones a la vida social, política i econòmica i protagonisme de dones creadores en les activitats culturals del municipi. Acció 41. El govern municipal disposa de la documentació necessària per impulsar activitats o actuacions que facilitin la memòria històrica de les dones. Acció 42. En els últims anys, s'han fet iniciatives per promoure la memòria històrica de les dones del territori i/o del país. 42.113: esdeveniments i conferències que tractin temes relacionats amb la història de les dones.

3. Mesures transversals en accessibilitat

Una cultura inclusiva no fa distincions de gènere, ètnia, situació socioeconòmica o capacitats i requereix la protecció de les polítiques públiques perquè totes les persones puguin participar en la vida cultural i així garantir el dret a la cultura. En aquest Pla estratègic ens centrarem en les desigualtats d'accessibilitat física i sensorial existents i en el foment i l'impuls a la cultura accessible en aquest aspecte.

La comunitat internacional ha vetllat constantment per les oportunitats de millora de la qualitat de vida de les persones amb discapacitat. L'article 30 de la Convenció Internacional sobre els Drets de les Persones amb Discapacitat, aprovada ja el 2006, reconeix el dret de les persones amb discapacitat a participar, en igualtat de condicions amb les altres, en la vida cultural, i els organismes públics han d'adoptar totes les mesures pertinents per assegurar-ho. Detalla un seguit de punts, com són l'accés a material cultural en formats accessibles o a teatres, museus, biblioteques o serveis culturals i altres activitats en formats accessibles, així com el desenvolupament del potencial creatiu, artístic i intel·lectual, no sols en benefici propi sinó també per a l'enriquiment de la societat. Continua també amb el dret al reconeixement i al suport en la identitat cultural i lingüística específica, incloses la llengua de signes i la cultura de les persones sordes. A partir d'aquí es desenvolupen diverses normatives i directrius que obliguen les administracions a vetllar de forma activa per

Annex 2. Mesures transversals als plans d'acció cultural

l'accessibilitat, perquè un entorn o servei pugui ser utilitzat pel màxim nombre de persones en condicions d'equitat. A escala estatal, ens regim pel Reial decret legislatiu 1/2013, de 29 de novembre, que ja estableix les bases del que paral·lelament es redacta a Catalunya en la Llei 13/2014, i que pretén aconseguir una societat inclusiva i accessible que permeti avançar cap a la plena autonomia de les persones, eviti les discriminacions i propiciï la igualtat d'oportunitats.

Ara bé, pel que fa a l'equitat cultural, cal fixar-se en el Codi d'accessibilitat que, des del 2023, esmenta l'accessibilitat als serveis públics, entre els quals s'inclouen els actes i esdeveniments públics, els relacionats amb el patrimoni i la promoció cultural, com ara biblioteques, museus i equipaments d'arts visuals, i també les arts escèniques.

Així doncs, en els últims temps s'han anat incorporant polítiques i pràctiques per millorar l'accessibilitat, i en aquest cas, des del Pla estratègic, es planteja un avenç progressiu en l'accessibilitat cultural, prenent consciència dels drets de les persones amb diversitat funcional i sensorial i el compromís per la llibertat d'accés i el valor que la diversitat de perspectives i experiències poden aportar al conjunt de la societat i a la mateixa organització.

Per garantir el dret universal a la cultura, cal avançar en les millores de l'accessibilitat, pel que fa a les barreres físiques, econòmiques, socials i informatives o comunicatives, i ampliar el ventall de població que pugui gaudir de la cultura, en l'accés i en la seva pràctica. A més, cal que les accions realitzades siguin sostenibles a llarg termini, es normalitzin i consolidin en les pràctiques culturals.

Objectiu general

Impulsar l'accessibilitat, la inclusió i l'equitat cultural per garantir la participació activa de tots els col·lectius.

Objectius específics

- Promoure l'accessibilitat a la cultura pal·liant les barreres físiques i sensorials existents.

Més enllà de l'eliminació de les barreres arquitectòniques, cal tenir presents en tot moment les persones amb diversitat funcional i sensorial i acompanyar-les en l'accés a la cultura i a la seva pràctica com a eina de desenvolupament personal i social. És necessari establir els mecanismes d'accés de forma normalitzada, ampliant els serveis adaptats gradualment. Alhora, també és necessari treballar amb sensibilitat i projectar l'accessibilitat des dels inicis de les programacions, garantint així la llibertat d'accés.

- Vetllar per la comunicació accessible i inclusiva.

En primer lloc, és imprescindible comunicar-se amb les associacions i els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per establir una relació propera pel que fa a les necessitats específiques i els relats culturals. A més a més, caldrà també comunicar els serveis públics, les programacions i les accions de manera accessible, amb materials adaptats que fomentin la participació més enllà de l'accessibilitat física. Cal comunicar l'accessibilitat i també fer-ho de manera accessible, establint relacions inclusives mitjançant aquesta comunicació.

- Facilitar l'accés a la cultura a les persones amb més dificultats per accedir-hi.

Annex 2. Mesures transversals als plans d'acció cultural

L'accés a la cultura és un dret que dignifica les persones i normalitza la seva inclusió. A banda de les barreres físiques o sensorials, és necessari garantir el dret d'accés a les persones en situació de desigualtat o vulnerabilitat socioeconòmica establint canals de participació cultural, ja sigui en l'accés al gaudi com en la seva pràctica. Cal disposar d'eines inclusives per a les persones en situació de risc d'exclusió cultural i vetllar per fomentar la participació en la diversitat cultural, incorporant-hi diferents mirades ètniques o racialitzades mitjançant el diàleg i l'intercanvi cultural.

Accions i indicadors

<i>Accions en accessibilitat</i>	<i>Indicadors en accessibilitat</i>
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles.
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?

4. Recomanacions per aplicar mesures de sostenibilitat

Durant les accions prèvies del Pla estratègic es va elaborar la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals». La Guia s'estructura al voltant de quatre dimensions: missatges, activitats, organització i processos, i model econòmic. La podreu trobar a <https://www.tarragona.cat/cultura/fitxers/altres/una-mirada-ecosocial-a-la-cultura>.

Es recullen les referències i les recomanacions en matèria de sostenibilitat aplicada a la cultura, especialment les que es reconeixen al Pla C de la Generalitat de Catalunya, que fa referència a l'impacte positiu en les activitats, la transformació social des del discurs i els missatges i la governança interna i la coherència. Així mateix, es proposen recomanacions i consells en matèria de sostenibilitat, com ara «acompanyar les empreses culturals en la seva transició vers un model sostenible», «promoure la capacitat de la cultura de transformar i crear noves narratives i el paper del sector cultural com a plataforma i altaveu per activar i inspirar un canvi en la societat» i «incorporar l'estratègia ambiental dins de l'ICEC i liderar el procés de transformació del sector cultural, creant aliances amb diferents agents, institucions i administracions, tant de l'ecosistema cultural com d'altres sectors».

A més a més, la Red Española para el Desarrollo Sostenible treballa en la formació i integració de l'Agenda 2030 en el sector cultural i proposa eines pràctiques per ajudar a implementar els ODS en l'àmbit cultural. Es pot consultar a https://www.dsca.gob.es/sites/default/files/derechos-sociales/Guia_REDS_2022-Acc.pdf.

També es tindran en consideració les indicacions del Pla de drets culturals en relació amb la sostenibilitat i l'Agenda 2030 (<https://planderechosculturales.cultura.gob.es/ejes-tematicos/sostenibilidad.html>), en què la cultura es concep com a eix transversal en els ODS i té presència específica en algunes fites d'aquests objectius.

Accions i indicadors en relació amb la sostenibilitat

<i>Accions en sostenibilitat</i>	<i>Indicadors en sostenibilitat</i>
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient

L A L I A N A

UNA MIRADA ECOSOCIAL A LA CULTURA

Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals.

Per què sorgeix aquesta guia?

La producció cultural té com un dels seus objectius principals abordar **grans reptes** socials, afavorint la presa de consciència, la reflexió i la proposta de solucions. O, si més no, l'acompanyament simbòlic i emocional en la cerca de solucions. És probable que la humanitat no hagi hagut d'enfrontar-se mai a un problema tan crític com és l'actual **crisi climàtica i ecològica**.

Semblaria que la producció cultural hauria ja d'estar donant-li un protagonisme central a aquest repte. Però, no obstant això, en la majoria d'àmbits de la cultura el panorama és ben diferent. En l'escenari musical, teatral o cinematogràfic escassegen les creacions en què la crisi climàtica sigui la protagonista. I, quan ho és, massa sovint són aproximacions apocalíptiques, distòpiques, violentes o morboses, que no fan sinó contribuir a crear imaginariis negatius, que no motiven a **impulsar canvis** per trobar solucions al problema.

D'altra banda, no només estem davant d'una escassetat pel que fa als continguts. Una dimensió clau de la manca de focus de la producció cultural vers el canvi climàtic també té a veure amb els **models de producció i de negoci**. Als darrers anys, per exemple, s'ha començat a parlar, encara que tímidament, de l'impacte ecològic i social dels macrofestivals.

Durant el 2022, la Generalitat de Catalunya, a través de l'ICEC, va llençar el Pla C* Cultura pel Clima, i des de l'àrea de Cultura de l'Ajuntament de Tarragona i el col·lectiu La Liana, considerem que, a més d'aprofitar les accions que en ell es preveuen, cal sumar-s'hi, desenvolupant més recursos útils que puguin **ajudar a persones i organitzacions, que fan producció cultural al nostre territori, a incorporar una mirada ecosocial** a les seves creacions, programacions, activitats i processos. El resultat és aquest document, fruit d'un treball col·laboratiu entre diversos agents de la cultura i el medi ambient.

Què significa adoptar una mirada ecosocial?

El terme ecosocial, tot i que neix a principis dels anys 80, no s'ha popularitzat gaire més enllà de contextos específics com l'educació. Neix de la necessitat de vincular tres grans perspectives per a un **desenvolupament sostenible**, anant més enllà de la perspectiva estrictament ecològica:

Protecció de la natura

Conservació i regeneració dels ecosistemes amb l'objectiu de preservar la vida i biodiversitat a la Terra.

Justícia social

Cerca de l'equilibri i l'equitat a la societat per a l'enfortiment dels drets humans (més enllà de les lleis) i la igualtat d'oportunitats.

Cultura democràtica

Foment de les capacitats per a la participació de les persones en els processos de presa de decisions, exercint els seus drets i assumint responsabilitats.

La mirada ecosocial implica la transformació cap a relacions més justes entre persones i entre aquestes i les altres espècies i elements que conformen el medi ambient, promovent l'apoderament de les persones, el respecte i desenvolupament dels drets humans i, també, els de la natura.

En què consisteix la guia per aplicar la mirada ecosocial a la producció cultural?

Per tal d'ajudar els agents que, d'una manera o altra, treballen en la **producció cultural**, oferim aquesta guia, que funciona com una **autodiagnosi**, mitjançant la qual l'agent ha de respondre una sèrie de qüestions sobre les condicions i aspectes propis de la mirada ecosocial en relació amb la seva feina.

Hem volgut que aquesta guia sigui un document directe, sintètic i prou transversal per tal que pugui ser útil a agents culturals de diversos àmbits.

La guia s'estructura al voltant de quatre dimensions: **missatges**, **activitats**, **organització i processos** i **model econòmic**.

Missatges: Què es vol transmetre? Quins són els temes, les idees, els valors? Quins són els objectius que es persegueixen? Com s'incorporen a la producció cultural?

Activitats: Què fan les persones destinatàries? Quines actituds i comportaments es fomenten en el "públic" durant la seva interacció amb la producció cultural?

Organització i processos: Com es produeix? Com és el procés de presa de decisions? Com són els equips i les seves dinàmiques internes? Com són les relacions amb altres agents?

Ingressos: Quin model de finançament se segueix? Les polítiques de preus segueixen principis ètics i d'accessibilitat?

Com es fa servir aquesta guia?

Entenem que aquesta guia és viva i no un producte acabat. Per tal d'arribar a aquest punt, hem comptat amb aportacions de persones que ja incorporen la perspectiva ecosocial a la producció cultural, així com les d'altres àmbits com l'acció pel clima o el dret mediambiental. A aquestes aportacions hem sumat les d'altres professionals que treballen en la gestió cultural i la creació artística.

Caldrà que cada agent en faci una lectura aplicada al seu àmbit de treball, l'objectiu de fer una reflexió crítica al voltant dels eixos que defineixen la perspectiva ecosocial i les quatre dimensions de la producció culturals definides abans a aquest document.

A aquesta guia trobareu:

1. **Llenç per a aplicar la perspectiva ecosocial a la producció cultural.** Podeu fer-lo servir com a plantilla per a recollir reflexions i idees d'accions a portar a terme per reduir l'impacte negatiu ecològic i social de la vostra producció.
2. **Preguntes guia** per a orientar la reflexió durant l'exercici amb el llenç.
3. **Un exemple** del llenç aplicat a una producció cultural. En aquest cas, un festival de curtmetratges.

Llenç guia per a aplicar la perspectiva ecosocial	PROTECCIÓ DE LA NATURA	JUSTÍCIA SOCIAL I CULTURA DEMOCRÀTICA
MISSATGES Què es vol transmetre; temes, idees, valors; objectius que es persegueixen; i com s'incorporen en la producció cultural.	● Es promou la consciència sobre l'impacte de l'acció humana en el medi? ● Es posa en valor la diversitat d'espècies? ● Les relacions representades (entre persones i entre éssers vius i medis naturals) són justes? En cas de no ser-ho, es promou la reflexió crítica al voltant d'aquestes? ● Les visions antropocèntriques, extractives, autoritàries no es normalitzen ni s'exalten i s'evita presentar les tecnologies com a solucions miraculoses per a resoldre les crisis climàtiques? ● Es valoren els cicles naturals com a formes d'adaptació davant dels canvis?	● Es tracten problemàtiques socials vinculades a les crisis climàtiques? De manera central o adjacent? ● Es posa en valor la diversitat social? ● Es fa valdre la col·laboració entre persones i col·lectius per davant de la competició o la submissió? ● Es promouen reflexions al voltant del futur en les que és possible evitar les distopies socials?
ACTIVITATS Actituds i comportaments que es fomenten en el "públic" durant la seva interacció amb la producció.	● S'inclouen activitats que fomenten unes relacions justes i respectuoses amb el medi ambient? ● S'inclouen dinàmiques que impliquen interactuar amb altres persones no només amb la paraula, prenent consciència de la importància dels cossos?	● Es promou l'intercanvi d'experiències, coneixements i reflexions al voltant dels temes i missatges de creació? ● En paral·lel a l'activitat principal, es duen a terme activitats educatives o de presa de consciència al voltant dels temes i missatges representats?
ORGANITZACIÓ I PROCESSOS Com es fa la presa de decisions, la configuració i dinàmiques dels equips, de les relacions amb altres agents, etc.	● S'analitza i es redueix l'impacte negatiu vers el medi ambient? ● S'apliquen les mesures necessàries per a minimitzar aquest impacte? ● Es col·labora amb diversos agents en l'àmbit local o regional (km-0). ● Es fa servir la mobilitat sostenible? Es promou i facilita? ● Es dissenyen les activitats per a poder ser realitzades en diverses ocasions en el futur amb recursos reaprofitables?	● S'analitza i es redueix l'impacte negatiu vers les persones i els col·lectius? ● S'involucra a persones incumbents i coneixedores dels temes representats a les creacions? ● Les relacions entre persones i agents són respectuoses i justes; no abusives ni precaritzants? ● La presa de decisions i els processos de reflexió previs a aquestes es fan de manera horitzontal i participativa? ● Es té cura dels processos vitals de les persones involucrades, afavorint la salut, l'equilibri entre temps personal i laboral? ● Es fomenta que hi hagi diversitat als equips? ● A l'hora de mesurar i avaluar l'èxit d'una producció es tenen en compte indicadors de procés com els esmentats en aquesta guia?
INGRESSOS Ètica del finançament i accessibilitat en polítiques de preus.	● Es recorre a fonts de finançament ètiques i responsables amb el medi ambient, evitant el <i>greenwashing</i>?	● Es fan servir fonts de finançament ètiques i socialment responsables? ● El preu o cost d'accés de les destinàries de la creació o producció cultural (en forma d'entrades, subscripcions o altres) evita la segregació de públics per motius econòmics? ● Es col·labora amb altres agents per a generar economies d'escala, compartint recursos i fonts de finançament?

Llenç guia per a aplicar la perspectiva ecosocial	PROTECCIÓ DE LA NATURA	JUSTÍCIA SOCIAL I CULTURA DEMOCRÀTICA
MISSATGES Què es vol transmetre; temes, idees, valors; objectius que es persegueixen; i com s'incorporen en la producció cultural.	Per omplir aquesta plantilla es fa una reflexió al voltant de les preguntes guia per a cadascun dels apartats. Si la resposta a alguna pregunta és "NO", s'ha de reflexionar al voltant de l'aplicabilitat d'aquesta en el cas en qüestió i, en cas que ho sigui, apuntar alguna acció o mesura a incorporar a la producció cultural que permeti obtenir una resposta afirmativa. A la propera pàgina trobareu un exemple.	
ACTIVITATS Actituds i comportaments que es fomenten en el "públic" durant la seva interacció amb la producció.		
ORGANITZACIÓ I PROCESSOS Com es fa la presa de decisions, la configuració i dinàmiques dels equips, de les relacions amb altres agents, etc.		
INGRESSOS Ètica del finançament i accessibilitat en polítiques de preus.		

Llenç guia per a aplicar la perspectiva ecosocial	PROTECCIÓ DE LA NATURA	JUSTÍCIA SOCIAL I CULTURA DEMOCRÀTICA
MISSATGES Què es vol transmetre; temes, idees, valors; objectius que es persegueixen; i com s'incorporen en la producció cultural.		
ACTIVITATS Actituds i comportaments que es fomenten en el "públic" durant la seva interacció amb la producció.		
ORGANITZACIÓ I PROCESSOS Com es fa la presa de decisions, la configuració i dinàmiques dels equips, de les relacions amb altres agents, etc.		
INGRESSOS Ètica del finançament i accessibilitat en polítiques de preus.		

EXEMPLE	PROTECCIÓ DE LA NATURA			JUSTÍCIA SOCIAL I CULTURA DEMOCRÀTICA	
MISSATGES Què es vol transmetre; temes, idees, valors; objectius que es persegueixen; i com s'incorporen en la producció cultural.	Hi ha seleccionats diversos curtmètratges tecno-optimistes, però no els cancel·larem sinó que farem alguna activitat de reflexió associada		Inclourem més curtmètratges al voltant dels impactes del canvi climàtic a la biodiversitat del planeta i a les condicions de vida de les persones		Crearem una categoria per reconèixer curtmètratges al voltant de l'economia social i solidària
ACTIVITATS Actituds i comportaments que es fomenten en el "públic" durant la seva interacció amb la producció.	Després de cada curt es farà una breu introducció per a afavorir la reflexió crítica del missatge		Organitzarem tallers de videoperformance amb diversos agents per a crear curtmètratges amb temàtica ecosocial que es projectaran al festival		Es publicaran vídeos a XS amb crítiques dels curtmètratges a càrrec de persones expertes en ODS
ORGANITZACIÓ I PROCESSOS Com es fa la presa de decisions, la configuració i dinàmiques dels equips, de les relacions amb altres agents, etc.	Canviarem les dates del festival per a evitar l'ús de climatització a les sales de projecció	No farem "tote bags" ni programa de mà. Els interiorismes es crearan amb elements reutilitzats d'altres actes previs	Evitarem vols	Fomentarem la captació de voluntàries entre persones de diversos barris de la ciutat	Millorarem la productivitat (amb metodologies i eines) per a reduir les jornades laborals i afavorir la conciliació
INGRESSOS Ètica del finançament i accessibilitat en polítiques de preus.	No renovarem patrocini d'empresa de begudes que sobreexplota aqüífers i precaritza a treballadores de comunitats vulnerables d'Amèrica Central				

UNA MIRADA ECOSOCIAL A LA CULTURA

Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals.

L A L I A N A



Aquest document està subjecte a una llicència de Creative Commons CC BY-NC-SA 3.0 ES. Aquesta llicència permet a altres persones compartir i adaptar el document, sempre i quan s'atorgui el reconeixement oportú a les autores, Ajuntament de Tarragona i Collectiu La Liana. No és permès l'ús del document per a finalitats comercials.

Annex 3 Pla d'acció de mediació cultural 2033

Elaborat per Pedagogías Invisibles, amb les aportacions i el suport municipal

Índex

1. Introducció	69
2. Plantejaments generals. Principis rectors	70
3. Línies d'acció per a l'impuls de la mediació	73
3.1. Processos endògens: millora de la gestió interna	73
3.2. Processos exògens: connexió amb la ciutadania i les institucions	77
4. Reptes comuns identificats.....	84
5. Eina d'autodiagnosi per emprendre la mediació cultural	86
5.1. Temporalitat.....	87
5.2. Espai	88
5.3. Relacions	90
5.4. Procés creatiu	91
5.5. Paper de la mediació cultural	93
5.6. Avaluació	94
6. Seguiment i avaluació	96
6.1. Eina d'autodiagnosi per a la mediació cultural	96
6.2. Seguiment i avaluació del Pla de mediació cultural	99

1. Introducció

La cultura no és un producte que s'hagi de gestionar exclusivament des d'una perspectiva tècnica i burocràtica. Al contrari, és un procés viu, que neix de les relacions humanes i que està profundament arrelat al seu context social. Durant massa temps, en l'àmbit de la gestió cultural s'ha donat més importància al nombre d'activitats realitzades, a propostes desvinculades del seu entorn i a l'ús eficient dels recursos, deixant en un segon pla la riquesa i el valor profund de les vivències culturals. L'aparell administratiu de les institucions ha complicat els processos d'execució cultural i ha dificultat la capacitat transformadora potencial que podrien tenir els programes i els serveis culturals.

Avui és urgent un canvi de paradigma. La mediació cultural no és una pràctica opcional ni un complement dins la gestió cultural. És una eina fonamental per garantir l'accés equitatiu a la cultura, activar processos de participació ciutadana i construir espais de diàleg i inclusió. No és una metodologia per a especialistes en cultura, sinó un enfocament imprescindible per a qualsevol model cultural sostenible i democràtic.

Entenem la mediació cultural com una metodologia, una mirada i una manera de treballar, d'impulsar el conjunt de processos, accions i experiències encaminades a posar al centre de l'acció cultural i artística les persones i els col·lectius.

La mediació cultural i artística forma part inherent de la gestió de la cultura. La mirada i el sentit de la mediació s'incorporen des de la fase de disseny de les propostes culturals.

Les pràctiques que es desenvolupin en processos de mediació han d'impulsar-se de manera propera, des de l'escolta activa, i han de ser flexibles per poder incorporar-hi diàlegs i variants i oferir oportunitats de construcció conjunta, tant de les mateixes pràctiques com dels coneixements que se'n derivin.

La mediació cultural és l'eina per viabilitzar els drets culturals, en contextos socials concrets, generant pensament crític i creatiu i tenint en compte en els seus processos les cures i el reconeixement de totes les parts implicades.

En aquest punt, creiem necessari concretar de què parlem quan parlem de *mediació cultural*, i per a això cal aportar dues definicions bàsiques: *cultura* i *mediació cultural*.

La Unesco defineix *cultura* com el conjunt de trets distintius que caracteritzen una societat o un grup social. La cultura engloba, a més de les arts i les lletres, les maneres de viure, els drets fonamentals de l'ésser humà, els sistemes de valors, les creences i les tradicions.

I el Pla estratègic Tarragona Cultura defineix *mediació cultural i artística* així: la mediació cultural és una mirada a incorporar a la gestió de les activitats culturals per fomentar la implicació activa de la ciutadania i donar valor al paper de les persones en la vida cultural de la ciutat. Així doncs, cal que aquesta eina sigui una metodologia, un espai de diàleg obert, una manera de gestionar la cultura des de la proximitat i en relació amb el context on s'incideix i una oportunitat per posar les persones al centre de la gestió cultural.

Les paraules clau que defineixen la nostra mediació cultural i artística són *drets culturals*, *participació*, *servei públic*, *proximitat*, *acompanyament*, *relació*, *permeabilitat*, *diàleg*, *transversal*, *cooperació*, *compartir*, *flexibilitat*, *observació*, *reflexió*, *context*, *cura*, *diversitat* i *equitat*.

Cap a la construcció d'un nou model cultural a través de la mediació cultural

Per consolidar aquest canvi, és imprescindible:

- Reconèixer la mediació cultural com un dret i una responsabilitat. No és un privilegi ni una pràctica marginal, sinó una peça clau en la democratització de la cultura.
- Dotar de temps i recursos la mediació cultural. No pot continuar sent una activitat residual que es fa «quan hi ha temps» o «si hi ha pressupost». Ha d'integrar-se de manera estructural en les polítiques culturals.
- Visibilitzar la mediació cultural com un treball professional. La precarietat laboral de les persones que es dediquen a la mediació cultural és una contradicció dins d'un model que busca generar espais de justícia social i participació equitativa. Cal valorar i dotar de recursos els professionals encarregats d'activar processos de mediació cultural.
- Superar la mirada instrumental de la cultura. Necessitem una gestió que entengui la cultura com un ecosistema de relacions i significats, no només com un calendari d'activitats.
- Implicar els agents polítics en aquest canvi de paradigma. La mediació cultural no és només una decisió tècnica; és una aposta política per un model cultural més obert, inclusiu i participatiu.

L'objectiu d'aquest text no és limitar-se a expressar desitjos o bones intencions al voltant de les pràctiques culturals. Aquest text és, al contrari, una invitació directa a actuar. En aquest sentit, la mediació cultural ha d'estar present de forma constant en les pràctiques diàries de qui es dedica a gestionar la cultura. No pot continuar sent una acció aïllada o residual o un simple recurs promocional, ja que representa el nucli d'una manera diferent d'entendre el fet cultural: una que reconeix el seu poder per transformar realitats i la seva profunda connexió amb les comunitats.

El que aquí es planteja és només l'inici, i per això assumim la responsabilitat d'impulsar aquest canvi amb coherència i compromís. La cultura no ha de continuar sent tractada únicament com una matèria de gestió administrativa. La cultura és, per sobre de tot, un espai on es construeixen sentits compartits i s'obren camins cap a la llibertat col·lectiva.

2. Plantejaments generals. Principis rectors

La redacció del Pla estratègic de Cultura de l'Ajuntament de Tarragona representa un punt d'inflexió a escala territorial en el desenvolupament de polítiques culturals basades en la participació i la governança compartida. En aquest marc, la mediació cultural esdevé un eix estratègic fonamental per garantir els drets culturals, reconeguts com a fonamentals en normatives internacionals i nacionals, que subratllen la participació activa en la vida cultural, la diversitat, l'equitat i la inclusió com a pilars de qualsevol política cultural sostenible i transformadora.

La mediació cultural no és únicament un pont entre les institucions i la ciutadania; és una pràctica que fa possible i activa els drets culturals, entenent la cultura no com un producte o recurs exclusivament econòmic, sinó com un ecosistema on es teixeixen vincles, es genera pensament crític i es fomenten pràctiques de cura de la vida i equitat social. Aquest enfocament respon al mandat de l'article 27 de la Declaració Universal dels Drets Humans (1948), que consagra el dret de totes les persones a participar en la vida cultural, i de l'article

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

15 del Pacte Internacional de Drets Econòmics, Socials i Culturals (1966), que obliga els estats a garantir l'accessibilitat i la diversitat cultural. Així mateix, troba fonament en instruments europeus com l'Agenda 21 de la Cultura i l'estratègia Cultura 2030 de la Unesco, que reconeixen la mediació com un element clau per construir polítiques més inclusives i participatives.

En l'àmbit estatal, l'article 44.1 de la Constitució espanyola del 1978 estableix l'obligació dels poders públics de promoure i tutelar «l'accés a la cultura, a la qual tothom té dret».

Tanmateix, les polítiques culturals tradicionals han centrat l'atenció en la producció, la creació d'oferta i el creixement econòmic vinculat al turisme, deixant en segon pla l'accessibilitat i els processos que garanteixen la participació activa de la ciutadania. La mediació cultural es presenta aquí com una eina per transformar aquestes dinàmiques, promovent pràctiques orientades a la cura de la vida en els processos culturals, l'equitat social i l'enfortiment dels vincles col·lectius.

En el context actual, s'observen avenços significatius en el reconeixement i la regulació de la mediació cultural com a eix estratègic en les polítiques culturals. En són exemples les mesures activades en el Pla nacional de drets culturals d'Espanya, o casos internacionals com el Pla nacional de les arts de Portugal, que evidencien com la mediació pot esdevenir un instrument eficaç per estructurar programes i projectes en què es posa l'èmfasi en la participació ciutadana, cosa que genera un impacte positiu en termes d'equitat i cohesió social.

Catalunya, en particular, ha implementat diverses iniciatives destacables en aquesta línia. El Pla «Fem cultura!» de l'Ajuntament de Barcelona (2021-2023) es va centrar a garantir els drets culturals a través de mesures com la gratuïtat dels museus, el reforç de programes com BCN Districte Cultural i la creació d'espais com la Casa de la Música. A més, la Diputació de Barcelona va llançar el Pla estratègic CULTURA 311+ (2024-2027), amb 57 accions destinades a promoure la participació i l'accessibilitat cultural en 311 municipis, incloent-hi programes de mediació en exposicions i serveis bibliotecaris. I el Centre d'Arts Escèniques El Canal de Salt també s'ha consolidat com un referent europeu en creació i mediació, el qual destaca pels assajos oberts i les accions formatives.

Aquestes iniciatives reflecteixen el compromís de les institucions catalanes amb la promoció de la cultura com a dret fonamental, mitjançant polítiques inclusives que fan de la mediació cultural un eix central per construir societats més equitatives i cohesionades.

Des d'aquesta perspectiva, el present document aspira a consolidar la mediació cultural com una peça clau dins les polítiques culturals de l'Ajuntament de Tarragona, amb tres objectius fonamentals:

- Construir un imaginari comú entorn de la mediació cultural que permeti entendre la seva rellevància com a articuladora dels drets culturals i promotora de la cohesió social.
- Establir un marc metodològic i pràctic que guiï la implementació de processos de mediació a la ciutat, integrant criteris de participació, equitat i sostenibilitat.
- Reflexionar sobre les pràctiques de mediació cultural ja existents, aplicades per institucions i agents culturals, i oferir eines d'autodiagnosi. Aquest enfocament analitzarà aspectes clau com són la temporalitat, els espais, el procés creatiu, les

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

relacions entre agents i l'avaluació de l'impacte, i permetrà a cada actor identificar la seva posició actual i definir metes clares per avançar cap a un model més crític, inclusiu i transformador.

Per tot això, afirmem que la mediació cultural no és únicament una metodologia o un conjunt de tècniques, sinó una estratègia transformadora que articula processos de cocreació, participació i experimentació col·lectiva. Aquest marc d'acció permet que les institucions culturals es converteixin en espais oberts, significatius i sostenibles i es demostrï que la seva contemporaneïtat i pertinència no se centra en els seus continguts, sinó en les seves pràctiques.

Principis rectors de la mediació cultural: un canvi de paradigma en les polítiques culturals

La mediació cultural proposa un gir respecte a les polítiques culturals basades en l'oferta cultural que prioritza els productes tangibles i l'impacte mesurat en termes econòmics. Si bé l'Ajuntament de Tarragona ha aplicat el principi de mediació cultural en el tracte habitual amb les entitats, cal traslladar aquesta mediació a la resta dels àmbits i sectors i continuar centrant-se en les persones i les seves necessitats i a transformar els processos culturals més enllà dels resultats immediats.

D'aquesta manera, la mediació cultural, com a marc de pràctiques, es fonamenta en quatre principis rectors essencials:

- **Procés.** A diferència de les polítiques tradicionals, que se centren en productes finals, la mediació cultural destaca el valor del procés. L'important no és tant el «producte» cultural com el que passa durant el procés de creació, participació i reflexió. Aquest enfocament promou una tasca contínua i flexible, adaptada a les necessitats i els contextos específics de les comunitats, on l'aspecte relacional i l'aprenentatge col·lectiu són fonamentals.
- **Transversalitat.** La mediació cultural impulsa nodes de relació que connecten de manera natural amb àmbits i sectors més enllà de la cultura. Per això, activar processos de mediació cultural implica asseure's a la taula amb altres àrees fora del sector cultural, com són Educació, Joventut, Igualtat, Benestar Social i moltes altres. Aquest enfocament no només amplia la dimensió de les polítiques culturals, sinó que també les converteix en un motor de col·laboració intersectorial que enforteix la connexió entre diferents àmbits socials.
- **Context.** La mediació cultural no pretén imposar models universals, sinó que reconeix les particularitats de cada territori i comunitat i s'hi adapta. En lloc de seguir els estàndards d'eficiència i rendibilitat econòmica que regeixen les polítiques culturals tradicionals, la mediació cultural s'orienta cap a un model contextual, en el qual els processos culturals responen a les necessitats i realitats locals i promouen, com a eix central de les seves pràctiques, el benestar social.
- **Participació.** En lloc de crear una oferta cultural limitada a aquells que s'ho poden permetre, la mediació cultural es basa en una participació activa de la ciutadania. Això implica la creació d'espais inclusius i col·laboratius en què les persones no només són receptores de cultura, sinó que també són protagonistes a l'hora de dissenyar-los, desenvolupar-los i avaluar-los. La mediació cultural busca garantir

que totes les persones, independentment del seu context, procedència o identitat, tinguin accés als processos culturals i en puguin formar part.

En resum, podem afirmar que aquests principis rectors són fonamentals per entendre la mediació cultural com una estratègia que activa i garanteix els drets culturals. A través d'ells, la mediació cultural transforma el concepte de cultura i ens ajuda a deixar de veure-la com una mera eina per al creixement econòmic i passar a considerar-la com un espai de cura i un dret humà. És gràcies a aquest fenomen que podem plantejar-nos promoure una transició més que necessària cap a polítiques culturals que no només busquin la producció i l'oferta, sinó que posin al centre la vida, la cura de les persones i la seva participació activa en els processos culturals. En aquest aspecte, igual que valorem la potencialitat de la cultura com a espai de democràcia, diàleg, diversitat, etc., també hem de ser conscients que hi ha pràctiques culturals que no són inclusives i que reproduïxen desigualtats. En aquesta valoració crítica la mediació és un procés que justament es focalitza en aquestes tensions, partint de la vida cultural de les persones (amb les tensions que hi existeixen).

En conclusió, és innegable la necessitat que les polítiques culturals evolucionin cap a models que valorin aquests principis, per tal de promoure espais en què les persones puguin connectar-se, reflexionar i cocrear noves formes d'entendre i viure la cultura. No és sinó a través de la mediació cultural que se'ns activa la possibilitat de construir un projecte històric comú, en què la cultura esdevingui l'articuladora dels vincles socials i situï la cura de la vida al centre de tot.

3. Línies d'acció per a l'impuls de la mediació

En aquest apartat articulem com, a partir del diagnòstic del Pla estratègic Tarragona Cultura, les sessions de treball compartit durant mesos de treball, les trobades presencials i la relació estreta amb l'equip tècnic de Cultura de l'Ajuntament de Tarragona, s'han identificat àrees estratègiques que requereixen atenció per enfortir la mediació cultural en l'àmbit institucional. Aquestes àrees s'aborden des dels processos endògens (millora de la gestió interna) i els processos exògens (connexió amb la ciutadania i les institucions). Cada una inclou recomanacions específiques per promoure una gestió cultural més inclusiva, sostenible i participativa, en coherència amb el Pla estratègic Tarragona Cultura.

3.1. Processos endògens: millora de la gestió interna

Governança participativa

En matèria de governança participativa, afirmem que és fonamental incloure diferents col·lectius en el disseny i l'avaluació de les iniciatives culturals i promoure la seva participació activa des de la concepció fins a la implementació dels projectes. La governança participativa no només fomenta la inclusió, sinó que també enriqueix el procés creatiu i de presa de decisions, ja que integra de manera diversa altres perspectives i formes de fer. Aquesta manera d'organitzar-se garanteix que les iniciatives culturals siguin més representatives i responguin millor a les necessitats i els desitjos de la comunitat. En aquest sentit, involucrar grups diversos, com ara joves, persones grans o comunitats minoritzades, promou un increment de la diversitat cultural i reforça el sentit de pertinença dels participants. A més, cal fomentar la participació dels joves en el relleu de la vida cultural.

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

A més, la participació activa en la creació de projectes culturals té el potencial de transformar la manera com la societat percep la cultura, que passa de ser un bé de consum passiu a un procés dinàmic i col·laboratiu en què tothom és un agent actiu. Aquest enfocament també permet que les iniciatives siguin més sostenibles, ja que, en implicar els col·lectius des del començament i treballar des de relacions més horitzontals, en què la confiança és clau, es genera un compromís més fort entre les parts.

En aquest sentit, s'activen les taules participatives per sectors culturals de forma anual per tractar els àmbits de lletres i biblioteques, patrimoni immaterial, arts visuals, arts escèniques i música i accions transversals i de suport a la pràctica cultural, així com les jornades de debat obert al voltant de temes transversals. Aquests espais de participació es despleguen en el Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural.

Recomanació: Formalitzar grups motors que incloguin diversos col·lectius com els dels joves, les persones grans o els grups comunitaris, oferint formació en mediació cultural per empoderar-los com a agents culturals actius. Aquests grups motors actuarien com a catalitzadors dins la comunitat, promovent la col·laboració i assegurant que les decisions es prenguin de manera col·lectiva. A més, la formació en mediació cultural hauria de centrar-se a dotar els participants d'eines per gestionar projectes culturals, facilitar el diàleg entre diferents actors i crear un espai inclusiu en què es respectin totes les veus. Així, no només es reforça la capacitat d'aquests grups per liderar iniciatives, sinó que també es fomenta una cultura de pau, respecte i cooperació dins la comunitat.

Transversalitat

Sabem que la col·laboració interdepartamental és clau per fer viables els objectius en l'àmbit cultural, atès que la cultura està profundament interconnectada amb molts aspectes de la vida pública. En aquest sentit, la cultura no pot ser entesa com un àmbit aïllat, sinó com un vector que travessa diverses àrees d'intervenció, com ara l'educació, el desenvolupament urbà (que no pas el creixement urbanístic), la salut, el benestar social i la sostenibilitat ambiental. La transversalitat en els projectes culturals permet que s'alineïn amb altres objectius estratègics de les polítiques públiques, creant sinergies que potenciïn els resultats i afavoreixin un enfocament holístic que abordi el benestar de la comunitat des de diferents perspectives.

A través d'aquesta col·laboració entre departaments, es poden integrar enfocaments col·laboratius i innovadors, alhora que s'optimitzen els recursos disponibles, generant així projectes més eficients i sostenibles a llarg termini. Aquest enfocament no només assegura un impacte més profund de les iniciatives culturals, sinó que també contribueix a crear polítiques públiques més inclusives i equitatives, capaces d'abordar problemàtiques socials complexes i diverses des de múltiples punts de vista, atenent al desenvolupament integral de les comunitats i les persones.

Així mateix, si entenem que la cultura és un element transversal, podem promoure projectes que no només siguin rellevants per a comunitats específiques, sinó que també tinguin efectes positius en el conjunt de la societat.

Recomanació: Crear una comissió tècnica interdepartamental per coordinar projectes culturals que abordin problemàtiques transversals com són la inclusió, la sostenibilitat i l'accessibilitat. Aquesta comissió hauria d'estar formada per representants de diferents

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

àrees (Cultura, Educació, Salut, Joventut, Serveis Socials, Centres Cívics, etc.), així com per persones expertes en gestió cultural i actors clau de la societat civil. La seva tasca seria promoure la integració dels projectes culturals en altres polítiques públiques, identificar sinergies entre les diferents àrees i garantir que els projectes tinguin un enfocament inclusiu i sostenible. La comissió també podria facilitar la creació de protocols i guies per a la implementació de polítiques que afavoreixin l'accessibilitat, la igualtat d'oportunitats i el respecte per la diversitat cultural, assegurant que les iniciatives culturals no només siguin innovadores, sinó també transformadores i rellevants per al conjunt de la població.

Formació interna

La formació contínua permet que els equips municipals adquireixin competències clau en mediació cultural, accessibilitat i inclusió. En l'àmbit de les polítiques culturals, és essencial que els equips de treball disposin de les habilitats necessàries per comprendre i aplicar enfocaments innovadors que responguin a les demandes i necessitats de la ciutadania. D'aquesta manera, la mediació cultural es presenta com una eina fonamental per facilitar el diàleg entre diferents col·lectius, promoure la participació activa i garantir que les iniciatives siguin culturalment pertinents i accessibles per a tothom. Així mateix, la formació en accessibilitat i inclusió assegura que els projectes tinguin el potencial de superar les barreres físiques, socials i culturals que actuen com a nodes d'exclusió per a algunes comunitats del territori.

A més, és evident que capacitar de manera constant els equips municipals no només els fa més eficients a l'hora de treballar, sinó que també fomenta un model d'organització interna més dinàmic i proactiu, amb capacitat d'adaptar-se amb més facilitat als canvis i d'implementar polítiques culturals que responguin als reptes actuals. En aquest sentit, l'actualització en temes clau com els drets culturals i la igualtat de gènere (entre d'altres) permet als treballadors municipals integrar enfocaments més inclusius i justos en la planificació i l'execució dels seus projectes, cosa que garanteix que les polítiques culturals beneficiïn tota la població, sense deixar ningú enrere.

Recomanació: Dissenyar programes de formació interna adreçats a treballadors municipals sobre drets culturals i metodologies participatives, per reforçar la seva capacitat d'implementar polítiques culturals innovadores. Aquests programes han de ser pràctics i adaptats a les necessitats específiques dels equips, amb un enfocament integral que combini teoria i pràctica. El component de drets culturals permetrà als empleats municipals comprendre els marcs legals i normatius que protegeixen i promouen l'accés a la cultura com a dret fonamental de totes les persones. Les metodologies participatives, per la seva banda, dotaran els equips de les eines necessàries per facilitar processos de cocreació i participació efectiva amb la ciutadania, fomentant un ambient de col·laboració i corresponsabilitat en la presa de decisions culturals. Finalment, els enfocaments de gènere, accessibilitat i interculturalitat hauran de ser transversals, assegurant que les polítiques culturals siguin sensibles i respectuoses amb aquestes identitats, promovent la igualtat i evitant la perpetuació d'estereotips. D'aquesta manera, la implementació d'aquests programes reforçarà la capacitat dels equips municipals per dissenyar i executar polítiques culturals inclusives, innovadores i alineades amb les necessitats de la comunitat.

Comunicació bidireccional

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

La comunicació clara i bidireccional és essencial per garantir que les comunitats comprenguin i participin activament en els projectes culturals. Una comunicació efectiva no només assegura que els missatges arribin a les persones i comunitats adequades, sinó que també facilita la creació d'un espai d'intercanvi i retroalimentació constant. Sabem que la participació activa de la ciutadania en la construcció de projectes culturals depèn del fet que puguin comprendre de manera clara els objectius, els processos i els beneficis d'aquestes iniciatives. A més, la comunicació bidireccional fomenta un diàleg obert entre els responsables de la política cultural i la comunitat, i això permet que les veus i les necessitats de la ciutadania siguin escoltades i considerades en totes les fases del projecte. És així com aquest enfocament no només millora la comprensió de les iniciatives culturals, sinó que també contribueix a generar confiança i a enfortir el sentit de pertinença i apropiació dins la comunitat.

A més, promovent una comunicació inclusiva i accessible es garanteix que totes les persones, independentment de l'edat, el nivell educatiu, les capacitats o la condició social, tinguin l'oportunitat d'informar-se i participar. D'aquesta manera, es contribueix a la construcció d'una societat més equitativa, en què tothom pugui accedir als mateixos drets culturals i contribuir, des del seu lloc, a la vida cultural del seu entorn.

Recomanació: Implementar estratègies de comunicació accessibles i participatives que alineïn els missatges culturals amb els valors del municipi, fomentant la transparència i el diàleg. Les estratègies de comunicació han d'estar adaptades a les característiques i les necessitats de la comunitat, utilitzant mitjans diversos (digitals, impresos, audiovisuals, etc.) i formats inclusius que arribin a tots els sectors de la població. És important reiterar que els missatges han de ser clars, concisos i alineats amb els valors i els objectius culturals del municipi, ja que això fomenta el sentiment de pertinença. A més, i com hem anat destacant, la comunicació ha de ser bidireccional, és a dir, no només ha d'informar sinó també permetre la participació activa de la comunitat mitjançant consultes, enquestes, tallers, plataformes digitals o qualsevol altre mitjà que es dissenyi. En qualsevol cas, aquest enfocament participatiu reforçarà el compromís de la ciutadania amb els projectes i permetrà als responsables de la gestió cultural rebre un retorn valuós per millorar l'efectivitat de les iniciatives proposades. Així mateix, la transparència en els processos de comunicació generarà confiança entre la ciutadania i les institucions, fet que afavorirà la col·laboració i un entorn de cooperació per al desenvolupament de polítiques culturals més inclusives i sostenibles.

Avaluació

L'avaluació sol ser la gran oblidada dels processos culturals, tot i ser fonamental si volem posar l'impacte social al centre de les polítiques. No obstant això, la manca d'eines estandarditzades per mesurar l'impacte cultural limita la possibilitat de fer-ne un seguiment efectiu. Cal recordar que l'avaluació és un component clau per entendre l'efectivitat de les polítiques culturals i per garantir que els projectes compleixin realment els seus objectius i contribueixin al benestar de la comunitat. Malauradament, sense eines adequades per mesurar l'impacte, és difícil obtenir dades precises sobre l'abast i els resultats de les iniciatives culturals. Això pot generar manca de transparència, dificultats en la rendició de comptes i limitacions en la millora contínua dels projectes. A més, l'absència d'un marc d'avaluació estandarditzat dificulta la comparació de diferents iniciatives culturals i la seva replicabilitat en altres contextos o territoris.

És essencial disposar d'un sistema d'avaluació que permeti no només mesurar l'abast de les accions, sinó també reflexionar sobre la qualitat de les experiències culturals i el grau de satisfacció i participació de la comunitat. L'avaluació ha de ser entesa com un procés continu, que no es du a terme només al final d'un projecte sinó al llarg del seu desenvolupament, amb la finalitat de fer-hi ajustos i millores oportunes. I per a això és fonamental preveure recursos des de l'inici o la ideació dels projectes per a aquest àmbit de treball.

Recomanació: Desenvolupar un sistema d'avaluació integral basat en indicadors quantitatius i qualitatius, incloent-hi enquestes i metodologies participatives que recullin la percepció ciutadana. Un sistema d'avaluació integral ha de ser capaç de mesurar tant els resultats numèrics —com són l'assistència a activitats, la quantitat de projectes executats o el nivell de participació— com els aspectes més subjectius —com ara la qualitat de l'experiència cultural, el grau de satisfacció o l'impacte en el sentiment de pertinença de la comunitat.

Els indicadors quantitatius, és a dir, les xifres d'assistència o el nombre d'activitats realitzades, ofereixen una visió general de l'abast dels projectes. No obstant això, els indicadors qualitatius permeten una comprensió més profunda de l'impacte, ja que capten les percepcions, emocions i transformacions que els projectes culturals generen en les persones participants. Per això, és recomanable incloure enquestes, entrevistes i grups focals que permetin recollir testimonis directes de la ciutadania.

Les metodologies participatives, per la seva banda, poden ser utilitzades per involucrar els mateixos participants en el procés d'avaluació. Això no només empoderarà la comunitat sinó que també permetrà recollir informació molt valuosa i de primera mà sobre necessitats no cobertes o aspectes que podrien millorar-se en futures edicions dels projectes. És evident que, en incloure la veu de la ciutadania en l'avaluació, s'assegura que els projectes siguin realment rellevants i adaptats a les expectatives i les realitats locals. Apostar per la combinació d'aquests enfocaments permetrà crear un sistema d'avaluació consolidat, inclusiu i flexible que, a més de mesurar els projectes en termes d'«èxit» quantitatiu i qualitatiu, promogui la millora contínua de les polítiques culturals i les faci més obertes i participades.

3.2. Processos exògens: connexió amb la ciutadania i les institucions

Mediació educació-cultura

El vincle entre l'àmbit educatiu i els projectes culturals és clau per fomentar la creativitat i la participació des de les primeres edats. Des del 2009, la Unesco ha promogut l'accessibilitat universal a la cultura, reconeixent que la cultura no ha de ser un bé exclusiu sinó un dret accessible per a tothom, començant pel sistema educatiu. Aquest enfocament busca garantir que infants i joves puguin interactuar amb l'art, la cultura i la creativitat des de ben petits, fet que els permet no només aprendre sobre el seu entorn cultural, sinó també desenvolupar habilitats clau per al seu desenvolupament integral.

L'art dins l'educació és fonamental perquè aporta un enfocament creatiu i divergent a l'aprenentatge. Si bé l'educació tradicional tendeix a privilegiar el pensament

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

logicomatemàtic, l'art fomenta la capacitat de pensar de manera flexible, innovadora i transversal. És a través de l'expressió artística com els estudiants poden explorar diferents maneres d'entendre i comunicar el món, cosa que contribueix al desenvolupament d'habilitats com la resolució de problemes, la presa de decisions i l'empatia, competències crucials per al segle XXI. Un enfocament com aquest permet a l'alumnat pensar «fora de la caixa», cercant múltiples solucions possibles a problemes quotidians i desenvolupant el seu pensament crític i creatiu.

Així mateix, podem afirmar que incorporar l'art al sistema educatiu també situa el cos i el plaer al centre del procés d'aprenentatge. A través d'activitats com la dansa, el teatre o la música, l'alumnat no només exercita la seva creativitat, sinó que també es connecta amb les seves emocions, els seus sentits i els seus cossos, enriquint de manera determinant la seva experiència educativa. En aquest sentit, és important entendre que aquestes pràctiques no només afavoreixen l'expressió personal, sinó que també permeten a l'alumnat establir una relació més profunda amb l'aprenentatge, ja que, tal com ens recorda la neuroeducació, el plaer i la motivació són elements clau en el procés educatiu. Aquesta connexió emocional i sensorial amb l'art facilita una educació més completa i transformadora.

L'art també actua com un pont entre l'escola i el seu entorn, cosa que permet que els estudiants es connectin amb la seva comunitat, el seu patrimoni cultural i les problemàtiques socials que els envolten. Aquesta connexió facilita que els projectes educatius tinguin un impacte real en la vida dels estudiants i en el seu context, promovent el sentit de pertinença i el compromís social. A més, en involucrar la comunitat en activitats artístiques i culturals, l'escola esdevé un espai més dinàmic i participatiu, en què es valoren els processos col·laboratius. A través de projectes conjunts, l'alumnat aprèn a treballar en equip, a escoltar i respectar les idees dels altres i a generar solucions col·lectives a problemes comuns.

Recomanació: Un pla amb aquestes característiques no pot deixar de banda la seva relació amb l'escola pública. Afavorir els processos de cultura a l'escola significa repensar les relacions, els vincles, els espais i els formats de trobada que s'estableixen entre els entorns educatius, les institucions culturals i les pràctiques artístiques transformadores. A l'Estat espanyol, en els darrers vint anys, s'han desenvolupat iniciatives com les residències d'artistes en escoles o la formació per a docents en l'ús de l'art com a estratègia per impartir qualsevol assignatura, i moviments pedagògics com l'ABPA (aprenentatge basat en projectes artístics).

Eines que van des de les tradicionals visites taller —en què el centre escolar es desplaça i participa en una visita programada, que pot ser performativa o més dialogada— fins a espais més porosos en què les institucions culturals acullen activitats diverses provinents de les experimentacions de les escoles, passant per la generació de materials específics que es fan arribar als centres educatius perquè el professorat treballi de forma autònoma o complementària amb visites a la institució cultural, són algunes de les propostes que es poden posar en marxa per enfortir el vincle cultura-educació.

També existeixen altres formats, com el del «centre educatiu amic», en què una institució cultural treballa amb un centre educatiu concret (proper geogràficament) durant un període prolongat per promoure innovacions pedagògiques, o els grups motors, formats per

agents culturals i educatius del territori, que es reuneixen per compartir desitjos i coneixements de manera propositiva.

Quan una institució cultural treballa amb l'escola, hauria de plantejar-se modificar alguns paràmetres fonamentals:

- **Temporalitat.** La durada dels projectes és un factor clau per poder establir programes transformadors i significatius. Els programes amb una temporalitat àmplia permeten passar del fet efímer al vincle, entenent les lògiques del curs escolar i generant les sinergies i els afectes necessaris perquè tots els agents comparteixin objectius comuns. La temporalitat està relacionada amb el compromís.
- **Espai.** Aquest factor es vincula amb la necessitat d'entendre la institució com un node social, un espai obert a la comunitat educativa i implicat en les seves problemàtiques i reptes. Per aconseguir-ho, cal que la institució projecti una imatge de permeabilitat cap a l'entorn educatiu que l'envolta, que es percebi com un espai d'acollida. També és fonamental que els programes adreçats a l'escola transcendeixin els murs institucionals i es despleguin en altres llocs que responguin millor a les necessitats del sistema educatiu. L'espai està relacionat amb el desplaçament institucional.
- **Aliances.** Les institucions culturals, com ara museus o biblioteques, juguen un paper clau en la connexió dels centres educatius amb altres organismes locals. Poden facilitar xarxes de col·laboració, gestionar i coordinar projectes conjunts i ajudar en la cerca de recursos. Aquest model de col·laboració posiciona les institucions culturals com a ponts entre el sector educatiu i les entitats de la comunitat. Crear plataformes col·laboratives per identificar necessitats compartides i oportunitats de treball conjunt no només enriqueix el procés educatiu, sinó que també reforça el teixit social i fomenta la participació de la comunitat en la vida cultural i educativa del territori. Les aliances estan relacionades amb el compromís social.

Equipaments i programacions culturals

Els espais culturals han de funcionar com a punts de trobada i reflexió, amb la responsabilitat, a més, de descentralitzar les accions culturals cap a diferents zones del territori. En aquest paradigma, els equipaments culturals tenen un paper clau en la construcció d'una societat més cohesionada i inclusiva, ja que no són només llocs per gaudir de l'art i la cultura, sinó també entorns que fomenten el diàleg, la participació i la reflexió col·lectiva. Com a serveis públics, tenen la responsabilitat de garantir l'accés universal a la cultura i permetre que totes les persones, independentment de l'origen, la condició social o la ubicació geogràfica, puguin exercir els seus drets culturals. Això implica no només oferir activitats culturals, sinó també crear espais que promoguin la igualtat d'oportunitats i la diversitat cultural.

A més, els equipaments culturals són agents de transformació social, amb la capacitat de generar canvis significatius a la comunitat. Aquests espais, quan són gestionats adequadament, poden esdevenir catalitzadors de processos socials, econòmics i educatius. En aquest context, la mediació cultural hi juga un paper fonamental com a marc que facilita l'exercici dels drets culturals. Gràcies a ella, es generen oportunitats per a la cocreació, la participació activa, l'escolta i la reflexió col·lectiva, cosa que permet que les comunitats no

siguin només receptores, sinó també coproductores de cultura. Aquest abordatge participatiu fomenta un sentiment de pertinença i empoderament en la ciutadania i contribueix a enfortir el teixit social.

Per tant, els equipaments culturals han de ser vistos no com a espais de consum cultural, sinó com a espais vius i dinàmics de creació col·lectiva, intercanvi i aprenentatge. Gràcies a la seva distribució territorial, és possible descentralitzar les activitats cap a zones menys centrals, especialment a comunitats locals i barris perifèrics, garantint així que tota la ciutadania, visqui on visqui, tingui accés a la cultura i pugui participar-hi activament. Aquest fet contribueix activament a reduir les desigualtats socials i a promoure la inclusió i l'equitat en l'accés als recursos culturals.

En aquest sentit de policentralització cultural, també cal obrir espais i programacions per explorar models de cogestió de les propostes culturals, especialment de les sorgides en espais participatius generats des de la ciutadania, afegint-hi el suport i l'acompanyament necessaris per al desenvolupament d'aquestes accions o programacions ciutadanes.

Recomanació: Replantejar els equipaments culturals com a espais de proximitat, els quals cal apropar a les persones no només en termes geogràfics, sinó també en termes de rellevància i accessibilitat. Aquesta descentralització s'ha d'entendre com una estratègia per garantir que els recursos culturals arribin a tots els racons de la ciutat i no es concentrin únicament als centres urbans més privilegiats. A més, les activitats culturals han d'estar dissenyades per respondre a les necessitats i les característiques particulars de cada comunitat, tenint en compte la seva diversitat cultural i social.

La mediació cultural ha de ser una eina central en aquesta proposta, ja que facilita la creació d'espais de cocreació i participació en què els membres de la comunitat puguin generar cultura. Els processos de mediació han de ser inclusius i promoure l'escolta activa i la reflexió col·lectiva sobre temes rellevants com són la identitat, la memòria local, els drets humans i la sostenibilitat. Aquestes accions poden adoptar diverses formes: tallers, debats, projectes intergeneracionals o comunitaris, etc.

Els equipaments culturals també tenen la responsabilitat de garantir l'accessibilitat, tant física com cultural, perquè totes les persones, independentment de les seves capacitats o condicions, puguin participar-hi. La programació ha de ser inclusiva i reflectir la diversitat de la població, oferint espai a diferents expressions artístiques, tradicions i llengües, de manera que tota la ciutadania s'hi senti representada i identificada.

Finalment, és essencial que aquests espais promoguin una cultura crítica i reflexiva, en què els processos artístics no només proporcionin una experiència agradable, sinó que també qüestionin, transformin i generin diàleg sobre els problemes socials, polítics i econòmics que afecten les comunitats. Aquest enfocament garanteix que els equipaments culturals siguin veritables motors de canvi social, capaços de contribuir a la creació d'una societat més justa, democràtica i participativa.

Dinamització sociocultural i suport al teixit sociocultural

Quan parlem de teixit sociocultural, ens referim a aquella part de la ciutadania que ja està organitzada al voltant d'un repte, una problemàtica o una causa comuna. Ens referim a col·lectius que han establert vincles sòlids entre els seus membres i s'han unit entorn d'una

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

causa compartida, ja sigui social, cultural o política. Aquest sentit de comunitat o de pertinença és fonamental, ja que proporciona una base sòlida sobre la qual es poden construir accions col·lectives i projectes amb impacte social. Hi ha mediacions culturals en les mateixes comunitats, grups i col·lectius de persones que viuen la vida cultural.

Cal destacar que aquests grups són essencials per entendre l'ecosistema cultural, ja que, a més de contribuir a crear noves formes d'expressió i activitat cultural, reflecteixen les necessitats i preocupacions dels seus contextos i són una font d'informació i un termòmetre social clau.

La dinamització sociocultural ha de reconèixer i potenciar aquests agents clau, ja que són ells qui, sovint, tenen un coneixement més proper i directe de les realitats locals. Aquests col·lectius són portadors d'una cultura viva i dinàmica, nascuda de l'encontre entre individus amb interessos comuns i que es nodreix constantment de la interacció i l'intercanvi. No obstant això, sovint manquen dels recursos necessaris per reforçar la seva presència i impacte, fet que fa encara més rellevant la creació de plataformes de suport.

El paper de la mediació cultural inclou l'acció cultural comunitària com una de les estratègies per desplegar els processos i la incorporació del teixit cultural. La dinamització comunitària és una eina o metodologia disponible en el desenvolupament de la dimensió comunitària, amb l'objectiu de fomentar el treball conjunt i la participació en manifestacions col·lectives que reforcin el sentiment de comunitat i de pertinença. La participació comunitària requereix territorialitat. Cada barri o zona geogràfica té les seves pròpies característiques demogràfiques, socioculturals i d'equipaments i serveis. Aquest context fa que cada comunitat sigui única. És des d'aquesta consciència de comunitat que cal treballar i potenciar la creació de mecanismes de participació i mediació cultural, amb l'objectiu de desenvolupar factors de protecció davant l'exclusió social. Tots els seus membres integren la comunitat, tot i que no tots estan en la mateixa disposició de donar i rebre.

Recomanació: Crear plataformes de suport per a col·lectius culturals emergents, proporcionant recursos i espais per fomentar la participació activa i la detecció de necessitats comunitàries. Aquestes plataformes han de brindar finançament, formació i espais de creació, però també esdevenir punts de trobada i col·laboració en què els diferents agents culturals puguin compartir experiències, coneixements i reptes. Calen formacions i acompanyament en l'aplicació de la mediació cultural i en àmbits transversals com l'equitat, la interculturalitat, la perspectiva de gènere..., amb l'objectiu de potenciar les condicions adequades i el context necessari per a la pràctica cultural des de la mirada de la mediació.

L'objectiu és fomentar la participació activa de les comunitats en la vida cultural, afavorint que els col·lectius desenvolupin els seus projectes i s'expressin lliurement dins de l'ecosistema cultural. Aquestes plataformes han de ser dissenyades de manera inclusiva, escoltant els grups més vulnerables —joves, gent gran, persones migrades, etc.— i responent a les seves necessitats. Així es construeix un teixit sociocultural sòlid basat en la col·laboració, el respecte mutu i la diversitat.

A través d'aquestes iniciatives, es facilita la construcció d'un teixit sociocultural sòlid, basat en la col·laboració, el respecte mutu i la diversitat. A més, també es potencia la identificació de les necessitats comunitàries, i això permet que les polítiques culturals siguin més rellevants i adaptades a la realitat local.

Mediació intercultural i enfocament transcultural

La incorporació d'una mirada intercultural és essencial per abordar des de l'equitat les pràctiques i l'accessibilitat cultural. En aquest sentit, la mediació intercultural no s'ha de concebre només com un recurs complementari o una eina transversal, sinó com una pràctica activa i estratègica dins dels processos d'intervenció cultural. El seu objectiu és reconèixer i reivindicar la diversitat cultural existent al territori, i generar espais de diàleg, trobada i cooperació entre els diferents col·lectius que integren la comunitat.

És fonamental abordar la mediació cultural des d'una perspectiva transcultural, la qual implica superar una visió merament integradora o de reconeixement de la diversitat per donar pas a una lògica d'interacció i transformació mútua, en què totes les cultures implicades influeixen i es veuen influïdes en un procés de construcció compartida. La perspectiva transcultural reconeix que les identitats són múltiples, híbrides i en constant evolució, i que la cultura és un espai de trobada, no de separació.

Aquest enfocament transcultural és necessari en un context com el de Tarragona, en què la diversitat cultural és ja una realitat quotidiana. En aquest marc d'acció, la mediació intercultural esdevé una pràctica imprescindible per visibilitzar desigualtats, combatre l'exclusió i generar condicions reals d'equitat en l'accés i la participació cultural.

Recomanació: Per enfortir el paper de la mediació intercultural dins l'ecosistema cultural del municipi, cal impulsar estratègies que permetin la seva consolidació com a eix central de la vida cultural i que fomentin pràctiques culturals accessibles, participatives i transformadores, capaces de generar un impacte positiu i sostenible en les comunitats.

Així mateix, es recomana adoptar un enfocament transcultural en el disseny de les polítiques culturals locals, no només reconeixent la diversitat existent sinó també generant espais reals de creació col·lectiva i innovació cultural a partir de l'intercanvi entre diferents cultures.

Per aconseguir-ho, és imprescindible abordar les mancances estructurals que actualment limiten el potencial transformador de la mediació cultural i intercultural. Entre aquestes, destaca la manca de reconeixement formal del perfil professional, l'absència de recursos específics i la poca formació especialitzada. La mediació cultural encara no disposa d'itineraris formatius adequats que integrin competències en enfocament transcultural, accessibilitat, gestió de la diversitat i disseny participatiu de polítiques culturals.

Aquesta manca de professionalització no només afecta les persones que exerceixen la mediació, sinó també les comunitats, que es veuen privades de marcs culturals adaptats a les seves necessitats, llenguatges i contextos. Per això, es fa urgent:

- Crear programes de formació i acompanyament específics per a mediadors culturals i interculturals.
- Assignar recursos tècnics, metodològics i econòmics per garantir la seva presència activa i estratègica al territori.
- Establir espais de col·laboració entre agents culturals i mediadors, com ara xarxes o laboratoris culturals, en què es puguin intercanviar eines, coneixements i experiències des d'una mirada intercultural i transcultural.

Espais de pensament i reflexió

Sabem que els laboratoris culturals ciutadans i les sessions obertes són eines valuoses per generar coneixement compartit i explorar nous models d'acció conjunta. Sens dubte, aquests espais permeten als participants col·laborar, intercanviar idees i crear solucions innovadores davant dels reptes culturals (i no culturals) contemporanis. A més a més, els espais de pensament poden ser espais compartits amb la comunitat educativa per enriquir les aportacions en els dos sentits.

Els laboratoris culturals tenen la particularitat de funcionar com a entorns experimentals en què les idees poden ser provades i debatudes de manera oberta, cosa que facilita la creació de noves perspectives i reflexions sobre temes clau en l'actualitat com són la inclusió, l'accessibilitat i la sostenibilitat cultural. A més, aquests espais tenen el potencial de fomentar el pensament col·lectiu i la participació activa, i acostumar la ciutadania a expressar-se amb la seguretat de ser escoltada.

D'altra banda, les sessions obertes es configuren com a oportunitats perquè la ciutadania en general s'involucri directament en el procés cultural, creant un pont entre els professionals de l'art i la comunitat. Si facilitem l'accés a aquests espais, promourem un model de cultura accessible i inclusiva, en què tota la ciutadania se senti convidada a participar en el debat i a aportar la seva mirada.

Aquests dos formats són especialment efectius per obrir un diàleg concret entre diversos actors de l'ecosistema cultural: artistes, gestors culturals, acadèmics i la ciutadania en general. El paper d'aquests espais de reflexió és clau en un context en què la cultura s'enfronta a canvis socials, polítics i tecnològics accelerats, ja que ens permeten acostar-nos, de manera àgil, oberta i crítica, a realitats canviants i articular respostes sincronitzades mitjançant una metodologia de creació en temps real.

Recomanació: Promoure més espais de debat i reflexió cultural —organitzant xerrades, laboratoris i trobades ciutadanes que abordin temes com la inclusió, l'accessibilitat i la sostenibilitat cultural— és essencial per a la construcció d'una cultura més equitativa i sostenible. Cal crear i fomentar aquests espais dins l'esfera pública, en què ciutadans, artistes, gestors i altres agents puguin compartir coneixements, debatre idees i explorar noves formes de fer cultura.

Aquestes trobades s'han de dissenyar de manera participativa, per tal que la ciutadania s'hi impliqui activament i hi aportï les seves experiències. En l'aspecte metodològic, és essencial que aquestes converses no es quedin en la reflexió teòrica, sinó que busquin solucions pràctiques i aplicables al context local. També han de ser espais inclusius per garantir la participació de tots els col·lectius, especialment els tradicionalment exclusos dels processos culturals, com ara grups migrants o persones amb capacitats diverses.

A més, gràcies al seu marc de treball, els laboratoris culturals tenen la capacitat de convertir-se en espais d'innovació on s'experimentin nous models de gestió cultural, formes d'interacció amb les comunitats i propostes artístiques que després es puguin estendre a altres àmbits. Aquests laboratoris han de ser interdisciplinaris i oberts i han de convidar professionals de diversos àmbits, com l'art, la sociologia, l'educació o la tecnologia, a col·laborar en projectes culturals rellevants, inclusius i sostenibles.

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

Per al bon funcionament i desenvolupament d'aquests marcs, és fonamental que les propostes i solucions que sorgeixin d'aquests fòrums de debat siguin recollides, analitzades i tingudes en compte per a la presa de decisions a escala local. Cal garantir que les idees, les inquietuds i les recomanacions sorgides de la participació ciutadana s'integrin de manera efectiva en les polítiques culturals i els projectes futurs per evitar frustracions i desconexió amb els agents institucionals.

Una possible estratègia en aquest sentit és la creació d'un canal de retorn que permeti als participants seguir l'impacte de les seves aportacions i que asseguri que les seves veus han estat escoltades i considerades. Es poden dissenyar i implementar eines de seguiment d'indicadors i fites que s'actualitzin de manera contínua i que siguin consultables públicament. Algunes d'aquestes eines de seguiment podrien adaptar-se per ser implementades en el context de Tarragona.

4. Reptes comuns identificats

En aquest apartat recollim els reptes comuns identificats arran de la diagnosi del Pla estratègic Tarragona Cultura elaborada per la Universitat Rovira i Virgili, així com de les sessions de treball mantingudes per Pedagogías Invisibles amb l'equip tècnic de l'Àrea de Cultura a inicis de l'any 2025. A continuació s'estableix la relació dels principals reptes de manera comuna, així com una sèrie de recomanacions per afrontar-los. Aquests desafiaments, que van des de la manca de coordinació interdepartamental fins a la necessitat d'assegurar una participació ciutadana activa i equitativa, reflecteixen les dificultats amb què es troba la gestió cultural i tècnica. Les propostes que aquí presentem no només busquen oferir solucions concretes, sinó també fomentar, un cop més, una perspectiva inclusiva, transversal i equilibrada territorialment que el Pla vol articular. Les detallem a continuació.

Manca de transversalitat i coordinació interdepartamental

La manca de coordinació entre diferents departaments dificulta la implementació efectiva de polítiques culturals amb impacte en diversos àmbits de la vida pública. Aquest repte pot generar esforços descoordinats i duplicats que limitin l'eficàcia de les iniciatives culturals.

Recomanació: Crear una comissió tècnica transversal que coordini estratègies culturals amb objectius compartits entre diferents àrees municipals. Aquesta comissió ha d'incloure representants de diversos departaments, com ara Cultura, Educació, Serveis Socials, Joventut, Centres Cívics..., per assegurar que les polítiques culturals siguin inclusives i estiguin interconnectades amb altres sectors clau, fomentant un enfocament holístic que beneficiï tota la comunitat.

Descentralització cultural i cohesió territorial

Sovint la cultura es concentra als centres urbans, cosa que dificulta l'accés equitatiu a activitats culturals en zones perifèriques. Aquesta concentració limita les oportunitats de participació cultural i debilita la cohesió social.

Recomanació: Dissenyar una agenda cultural policentralitzada que acosti les activitats culturals a les zones menys ateses, fomentant així la cohesió social i l'accés equitatiu. Això es pot aconseguir mitjançant esdeveniments culturals itinerants, la instal·lació

d'equipaments culturals en barris perifèrics i la promoció de la col·laboració entre artistes locals i comunitats.

Inclusió i diversitat cultural

La diversitat cultural és un actiu de gran valor que sovint no es reflecteix en les polítiques culturals, amb el risc de marginalitzar certes expressions culturals. La manca d'integració de la diversitat cultural limita la riquesa i la representativitat de les propostes.

Recomanació: Desenvolupar projectes que integrin metodologies participatives i reflecteixin les tradicions i expressions culturals dels diversos grups del territori. Cal involucrar els col·lectius en la creació de continguts culturals, des de la planificació fins a l'execució, per assegurar activitats representatives de les diferents identitats i experiències de la comunitat.

Necessitat de formació interna i mediació cultural

La manca de formació continuada dels equips municipals en àrees clau com la mediació cultural, els drets culturals o la inclusió social pot limitar la capacitat per implementar polítiques culturals eficaces i equitatives.

Recomanació: Implementar un programa de formació continuada per als equips tècnics municipals en drets culturals, inclusió social i mediació cultural. Aquesta formació ha de proveir eines pràctiques i teòriques que permetin una gestió cultural més inclusiva i participativa per enfortir la connexió amb diverses comunitats.

Participació activa de la ciutadania

La manca de mecanismes adequats per implicar la ciutadania en la presa de decisions culturals pot generar desconexió i desinterès. La participació activa és fonamental perquè les polítiques culturals responguin a les necessitats reals de la comunitat.

Recomanació: Formalitzar mecanismes participatius com ara enquestes, taules de debat i laboratoris culturals per garantir que les polítiques culturals responguin a les necessitats locals. Aquests espais han de ser accessibles, inclusivament i oberts a tota la ciutadania, perquè les persones esdevinguin agents actius de la seva vida cultural.

Sostenibilitat i avaluació d'impacte

La manca d'una metodologia clara i estandarditzada per avaluar l'impacte dels projectes culturals impedeix un seguiment efectiu, cosa que dificulta la millora contínua i la sostenibilitat a llarg termini.

Recomanació: Dissenyar una metodologia d'avaluació cultural basada en indicadors socials, educatius i de participació comunitària, amb un enfocament de sostenibilitat a llarg termini. Aquesta metodologia ha d'incloure indicadors tant quantitatius com qualitatius, recollint dades sobre participació, impacte social i percepció de la comunitat per assegurar que els projectes siguin sostenibles i transformadors.

Connexió educació-cultura

Sovint hi ha una desconexió entre el sistema educatiu i les activitats culturals, cosa que limita les oportunitats perquè els alumnes s'involucrin en l'art i la cultura des de petits.

Recomanació: Ampliar el nombre de centres educatius implicats en projectes culturals, adaptant continguts a les necessitats curriculars i promovent la diversitat cultural i artística. Els projectes han d'integrar-se transversalment en els plans d'estudis per afavorir el desenvolupament d'habilitats creatives, crítiques i col·laboratives.

Gestió de l'espai públic i convivència veïnal

La gestió de l'espai públic en projectes culturals pot generar conflictes de convivència entre organitzadors, veïns i joves. La manca de mediació pot intensificar tensions i dificultar l'execució d'activitats.

Recomanació: Crear estratègies de mediació cultural que promoguin el diàleg entre organitzadors, veïns i joves, establint acords que beneficiïn totes les parts. Aquestes estratègies han d'involucrar la comunitat en la planificació i assegurar un ús inclusiu i respectuós de l'espai públic.

Accessibilitat i participació equitativa

L'accessibilitat cultural continua sent un repte per a molts col·lectius, especialment per a persones amb discapacitat, persones grans o comunitats rurals.

Recomanació: Garantir l'accessibilitat econòmica, geogràfica i cultural en tots els projectes, prioritzant accions per a col·lectius vulnerables. Això implica proporcionar transport, adaptar espais i continguts, assegurar preus assequibles i promoure marcs en què aquests col·lectius siguin també agents actius de la programació cultural.

Manca de continuïtat en les accions culturals

La manca de continuïtat pot disminuir l'efectivitat dels projectes culturals i generar desconexió amb la comunitat a llarg termini. La sostenibilitat és clau per a l'èxit dels projectes.

Recomanació: Dissenyar plans a llarg termini amb estratègies de seguiment, fidelització i acompanyament per garantir la sostenibilitat i l'impacte dels projectes. És fonamental disposar d'un marc per avaluar periòdicament els projectes, adaptar-los a les necessitats canviants i garantir-ne la rellevància i l'accessibilitat en el temps.

5. Eina d'autodiagnosi per emprendre la mediació cultural

Proposem aplicar una eina d'autodiagnosi per analitzar el lloc de rellevància que ocupen els processos de mediació cultural a la nostra institució i en la seva relació amb els diferents participants i comunitats.

Per a això, hem establert una sèrie de categories clau (temporalitat, espai, relacions, procés creatiu, rol de la mediació i avaluació) per posar-hi el nostre focus d'atenció. Per a cadascuna d'aquestes hem dissenyat una sèrie d'escenaris que ens ajudaran a reflexionar sobre l'estat actual de la mediació cultural a la nostra institució.

Idealment, el primer escenari que presentem es troba més allunyat d'un model de mediació autònoma, crítica i transversal, mentre que l'últim representa un enfocament més integrat

i participatiu. No obstant això, és fonamental entendre que aquests escenaris no constitueixen una escala de valors de menys a més, sinó una eina flexible d'anàlisi.

Cada sector o professional que efectui aquesta autodiagnosi podrà identificar en quin punt es troba i cap a on li agradaria avançar, tenint en compte les possibilitats, els interessos i la coherència amb la seva missió i context.

5.1. Temporalitat

La durada dels projectes és un factor clau en la programació cultural. Perquè les iniciatives siguin transformadores i generin un impacte real en la comunitat, és fonamental dissenyar processos que vagin més enllà de l'acció puntual i permetin consolidar vincles amb les persones participants i les comunitats.

Com a tècnic, gestor o programador cultural, el teu paper és clau per definir la temporalitat de les accions que impulses. Els projectes amb una durada més extensa no només faciliten la creació de sinergies entre agents i participants, sinó que també reforcen el compromís amb els objectius estratègics de la institució.

Reflexiona sobre la teva pràctica i detecta en quin punt et trobes actualment i cap a on t'agradaria avançar:

A) Programo activitats puntuals en què el públic participa de manera aïllada (assistència a una exposició, funció, concert, conferència, etc.).

B) A més de l'activitat principal, incloc una acció complementària (com ara un taller, materials de suport, una conversa amb l'equip artístic o un espai per al diàleg i la reflexió conjunta sobre l'experiència artística o cultural).

C) L'activitat compta amb una fase de preparació o continuïtat (com ara sessions prèvies de contextualització, material de treball per a les persones participants o un espai de reflexió posterior).

D) Dissenyo programes amb almenys quatre accions interconnectades que es desenvolupen en el temps, creant una relació estable amb les persones participants i generant una experiència més profunda i significativa.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ GUIADA

Imagina que et proposes ampliar els temps de treball amb la teva comunitat, convençut que una relació més prolongada generarà més compromís i participació.

Com a programador o tècnic cultural, pots començar explorant estratègies per enfortir el vincle amb les persones participants:

- Si programes espectacles o exposicions, valora la possibilitat d'incloure-hi activitats que les acompanyin en el temps, com ara trobades amb els creadors, materials pedagògics o espais de cocreació.
- Si gestiones equipaments o festivals, planteja itineraris o recorreguts que permetin a les persones interactuar amb la programació de manera sostinguda.

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

- Si treballes en mediació cultural, dissenya propostes que facilitin la continuïtat de l'experiència en diferents moments i formats, assegurant que les iniciatives tinguin impacte més enllà de l'esdeveniment puntual.
- Si gestionas activitats patrimonials o de conservació, pensa com pots estendre el treball al llarg de diverses setmanes; per exemple, organitzant tallers de restauració o visites temàtiques contínues en centres educatius o espais públics.
- Si treballes en festivitats o celebracions tradicionals, considera com es podria allargar la programació abans i després de l'esdeveniment principal amb tallers, conferències o activitats preparatòries en diferents espais comunitaris.
- Si gestionas activitats educatives o formatives, imagina un programa de mediació que s'estengui durant diversos mesos, amb visites continuades, tallers i dinàmiques en diferents entorns educatius o comunitaris.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ ESCALADA

- **De A a B.** Introduir accions complementàries que permetin aprofundir en l'experiència (tallers, mediacions, visites dialogades, etc.).
- **De B a C.** Generar recursos que la ciutadania pugui utilitzar de manera autònoma per prolongar l'impacte de l'activitat.
- **De C a D.** Construir programes que integrin múltiples accions abans, durant i després de l'activitat principal, fomentant processos a mitjà i llarg termini.

5.2. Espai

Al llarg del Pla de mediació s'ha reflexionat sobre la importància d'entendre els equipaments culturals com a nodes socials: espais oberts a la comunitat, permeables al seu entorn i compromesos amb els reptes del context en què s'ubiquen. Per això, és fonamental que les institucions projectin una imatge d'acollida i accessibilitat, de manera que no només siguin llocs on passen esdeveniments sinó també espais on les persones se sentin interpel·lades a participar. Això també implica que la programació pugui expandir-se, transcendent els murs de la institució per connectar amb altres espais de la ciutat.

Com a tècnic, gestor o programador cultural, el disseny de l'espai és clau per repensar la relació entre participants, programació i territori.

Reflexiona sobre la teva pràctica i detecta en quin punt et trobes actualment i cap a on t'agradaria avançar:

- A) Totes les activitats succeeixen dins de l'espai cultural (sala d'exposicions, teatre, centre cultural, biblioteca, etc.).
- B) Les activitats comencen a expandir-se, incorporant almenys un espai addicional dins o fora de la institució (com ara el vestíbul, una plaça o un centre educatiu).
- C) La programació integra almenys dos espais més, estenent l'experiència a altres entorns del barri, la comunitat o l'espai públic.
- D) Hi ha un desbordament total en el disseny de les activitats. La programació es desenvolupa tant dins de l'equipament com en altres espais significatius del territori (escoles, associacions, biblioteques, mercats, residències de gent gran, etc.), enfortint la relació amb diferents col·lectius.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ GUIADA

Imagina que vols que el teu equipament i els seus programes tinguin presència en altres espais, ja que això en reforçarà l'impacte i la connexió amb la comunitat.

Com a tècnic o programador, pots explorar diferents estratègies perquè les activitats transcendeixin l'espai institucional i es connectin amb altres àmbits significatius:

- Si treballes en programació escènica, pots proposar a les companyies dissenyar una activitat prèvia o posterior a l'espectacle en centres educatius, espais públics o equipaments comunitaris.
- Si gestiones un espai expositiu, pensa en com traslladar part del contingut a altres llocs del barri, com biblioteques, mercats o centres cívics, facilitant l'accés a ciutadanes diverses.
- Si organitzes tallers o mediacions, valora la possibilitat de fer-los en espais no convencionals que enriqueixin l'experiència, com poden ser associacions veïnals, centres de dia o llocs vinculats a la temàtica del projecte.
- Si gestiones activitats patrimonials o de conservació, considera com es podria activar el patrimoni en altres llocs de la ciutat o de l'entorn, com ara amb col·laboracions amb associacions veïnals, visites a l'espai públic o exposicions itinerants en places i centres educatius.
- Si treballes en festivitats o celebracions tradicionals, planifica com es podrien integrar aquestes pràctiques culturals en altres punts de la ciutat o en espais no convencionals (com ara mercats, carrers, places o centres cívics).
- Si gestiones activitats educatives o formatives, explora la possibilitat de portar aquestes activitats a diferents entorns: centres de formació, espais de trobada comunitària, biblioteques o llocs històrics relacionats amb la temàtica del teu programa.

Per exemple:

- Si l'activitat tracta sobre la memòria històrica, podries dur a terme part del procés en un arxiu municipal o en col·laboració amb associacions de recuperació de la memòria.
- Si una obra de teatre aborda la vellesa, podries organitzar trobades en una residència de gent gran, generant un diàleg intergeneracional.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ ESCALADA

- **De A a B.** Introduir una activitat en un espai alternatiu, ja sigui dins del mateix equipament (com el vestíbul o una sala de tallers) o fora d'aquest (com una plaça o un centre educatiu).
- **De B a C.** Ampliar el nombre d'espais implicats, assegurant que cadascun aporti valor al projecte i connecti amb diferents participants.
- **De C a D.** Dissenyar una programació que flueixi entre múltiples espais, generant recorreguts, activacions o col·laboracions que reforcin l'impacte cultural en el territori.

5.3. Relacions

La manera com s'estableixen les relacions dins de la programació cultural és clau per generar vincles sòlids amb la comunitat. No es tracta només d'oferir activitats, sinó de construir espais de diàleg, col·laboració i participació real entre els diferents agents implicats.

Com a tècnic, gestor o programador cultural, és fonamental reflexionar sobre quin tipus de relacions estableixes amb el teu entorn i de quina manera podries obrir noves formes d'interacció. Dissenyar programes des d'una perspectiva de mediació cultural implica qüestionar les jerarquies establertes, fomentar l'escolta activa i generar xarxes basades en la cooperació i l'afecte.

Reflexiona sobre la teva pràctica i detecta en quin punt et trobes actualment i cap a on t'agradaria avançar:

- A) Disseny i executo activitats en què la relació amb la participació és majoritàriament unilateral (els participants assisteixen i consumeixen l'activitat sense intervenir en el seu disseny o desenvolupament).
- B) Estableixo relacions bilaterals en què hi ha algun tipus d'interacció entre la meua institució i els participants o la comunitat, generant espais de diàleg o participació limitada.
- C) Desenvolupo processos de relació trilateral en què no només interactua la institució amb els participants, sinó que també s'hi incorporen altres agents clau que enriqueixen la proposta.
- D) Disseny programes col·laboratius en què diferents agents (participants, creadors, institucions, col·lectius comunitaris) participen activament en el disseny i el desenvolupament del projecte, generant un ecosistema de treball basat en la cooperació i la cocreació.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ GUIADA

Imagina que fa temps que organitzes activitats culturals amb una participació i una assistència consolidada però t'adones que algunes comunitats o col·lectius no hi participen. Voldries ampliar l'abast i generar una programació més inclusiva, però no saps ben bé com fer-ho.

Pensa en les estratègies que podries activar per millorar la relació amb aquests col·lectius:

- Si treballes en programació escènica, a més de proposar a les companyies dissenyar activitats prèvies o posteriors als espectacles en espais comunitaris, podries establir col·laboracions amb col·lectius locals per cocrear parts de la programació, assegurant que s'hi reflecteixin diverses veus i experiències.
- Si gestiones un espai expositiu, a més de traslladar part del contingut a altres llocs del barri, com són biblioteques o centres cívics, podries involucrar-hi comunitats que sovint no se senten legitimades, en els espais culturals, en el disseny de les exposicions, incloent-hi narratives i perspectives que tradicionalment han estat excloses dels museus i les galeries.
- Si organitzes tallers o mediacions, a més de fer activitats en espais no convencionals, com ara associacions veïnals o centres de dia, podries establir un diàleg amb les

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

persones participants per adaptar específicament, als seus interessos i les seves necessitats, les temàtiques i les metodologies.

- Si gestioness activitats patrimonials o de conservació, podries desenvolupar estratègies d'interpretació patrimonial inclusives, involucrant les comunitats locals en la narració i reivindicació del seu propi llegat, portant les activitats a espais accessibles i d'interès per a aquests grups.
- Si treballes en festivitats o celebracions tradicionals, a més d'integrar aquestes pràctiques en nous espais, com mercats o places, podries obrir processos participatius en què diferents col·lectius puguin proposar i liderar activitats, assegurant una programació representativa de la diversitat cultural.
- Si dissenyes projectes educatius o patrimonials, a més de fomentar noves formes d'interacció en què els participants siguin cocreadors del contingut, podries treballar amb escoles i organitzacions comunitàries per integrar els seus sabers i experiències en el disseny dels programes.
- Si gestioness un festival o esdeveniment, a més d'obrir convocatòries específiques per a col·lectius menys representats, podries establir un programa de mentoria per acompanyar nous agents culturals en el procés de disseny i implementació de les seves propostes.
- Si treballes en una institució cultural, a més d'establir un sistema d'escolta activa, podries implementar mecanismes de consulta periòdica amb diferents col·lectius per avaluar l'impacte de les accions i ajustar la programació de manera contínua.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ ESCALADA

- **De A a B.** Implementar un sistema d'escolta activa per conèixer millor les necessitats dels participants potencials (enquestes, entrevistes, espais de consulta, etc.).
- **De B a C.** Obrir un espai de diàleg en què els agents implicats puguin participar activament en la definició de les propostes culturals.
- **De C a D:** Dissenyar projectes col·laboratius en què les comunitats i els agents culturals treballin conjuntament en la creació i el desenvolupament dels programes, promovent la cocreació i la corresponsabilitat en la programació cultural.

5.4. Procés creatiu

Perquè la relació entre les institucions culturals i les seves comunitats sigui significativa, s'ha de basar en la reciprocitat. És a dir, la programació i les accions culturals s'han de concebre com a espais de col·laboració en què diferents agents participen en la creació de coneixement i experiències compartides. Això implica entendre el procés creatiu no només com una fase de producció artística, sinó com una metodologia que fomenta el pensament crític, l'experimentació i la participació activa.

El procés creatiu no és només una activitat dels creadors, sinó una oportunitat per obrir espais d'interacció i cocreació amb diversos actors de la comunitat. La clau és superar la idea de les arts com a simples continguts i reconèixer-les com una eina metodològica amb capacitat de transformar la manera com ens relacionem amb el coneixement i l'entorn.

Reflexiona sobre la teva pràctica i detecta en quin punt et trobes actualment i cap a on t'agradaria avançar:

A) Només els creadors o l'equip artístic intervenen en el procés de creació.

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

- B) Els creadors + un agent extern participen en el procés (per exemple, artistes + comunitat o artistes + públic participant en una acció específica).
- C) Els creadors + dos agents externs intervenen en el procés (per exemple, artistes + comunitat + mediadors o institucions educatives).
- D) Es dissenyen processos de cocreació en què diferents agents (participants, creadors, institucions, col·lectius comunitaris) participen activament en totes les fases del projecte, fomentant un ecosistema de producció cultural compartida.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ GUIADA

Imagina que cada vegada ets més conscient del compromís que tens, com a gestor o programador cultural, de generar espais de participació activa dins dels processos creatius. T'adones que és fonamental que les comunitats o els participants compreguin què implica la creació artística, i la millor manera d'aconseguir-ho és involucrant-los directament en el mateix procés.

Pots començar per identificar de quina manera la teva institució podria obrir aquests espais:

- Si dissenyes programes expositius, planteja't com podries crear espais perquè els visitants o les comunitats participin en la curadoria o en la producció d'obres; per exemple, mitjançant exposicions col·laboratives o residències artístiques obertes.
- Si programes espectacles escènics, busca formes d'integrar experiències de cocreació amb els espectadors o col·lectius específics, com ara tallers previs en què els participants contribueixin a la posada en escena o dramatúrgies construïdes amb històries locals.
- Si gestionas projectes de memòria i patrimoni, obre espais en què els relats i les històries de la comunitat formin part del procés de recerca i difusió, promovent la recopilació de testimonis, la cocreació d'arxius digitals o l'activació d'espais patrimonials amb intervencions comunitàries.
- Si treballes en formació cultural, dissenya metodologies en què la pràctica creativa sigui l'eix central de l'aprenentatge, integrant laboratoris d'experimentació artística, espais de producció col·lectiva o enfocaments pedagògics basats en la creació interdisciplinària.
- Si organitzes festivals o esdeveniments culturals, explora com generar dinàmiques participatives que permetin als assistents no només ser espectadors, sinó també actors dins del procés de creació, com ara convocatòries obertes de participació, intervencions col·lectives en espais públics o formats híbrids que incloguin processos de creació col·laborativa.
- Si desenvolupes programes d'art a l'espai públic, considera l'aplicació d'estratègies perquè la comunitat s'apropriï del procés artístic, com ara murals participatius, performances interactives o accions d'art efímer en què els veïns puguin intervenir i transformar el seu entorn.
- Si treballes en mediació cultural, dissenya propostes en què els assistents no només rebin informació sobre les obres o exposicions, sinó que també aportin la seva visió i creativitat en formats de diàleg, experimentació i coproducció de continguts.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ ESCALADA

- **De A a B.** Introduir un component de participació en el procés creatiu; per exemple, involucrant els assistents en la definició o la creació d'una part de l'obra o l'activitat.
- **De B a C.** Ampliar la col·laboració amb mediadors, col·lectius comunitaris o institucions que enriqueixin el procés creatiu.
- **De C a D.** Dissenyar programes de cocreació en què els diferents agents participin en totes les etapes del procés, des de la concepció fins a la presentació final, assegurant una experiència de creació compartida i sostenible.

5.5. Paper de la mediació cultural

La responsabilitat d'activar processos de mediació cultural recau tant en les institucions com en els agents culturals. Tot i això, és la figura de la medidora cultural qui impulsa, codissenya i coimplementa aquests processos, assegurant que esdevinguin espais de diàleg, participació i transformació.

En qualsevol àmbit de la cultura, la mediació cultural exerceix un paper clau com a pont entre la institució, les comunitats i el territori, facilitant l'apropiació i l'impacte de les propostes culturals. A través de la seva tasca, es generen connexions que amplifiquen els sabers, les experiències i les transformacions que poden sorgir al voltant d'una obra, una exposició, una festivitat o un programa patrimonial.

La mediació cultural està vinculada a la capacitat d'activar processos de transformació social a partir d'un fet artístic o un fenomen cultural o social.

Detecta quin és el teu escenari actual i quin seria l'escenari ideal que vols assolir:

A) La mediació cultural s'entén com un servei dins de la institució. El seu paper es limita a la difusió de continguts i a la facilitació d'experiències relacionades amb les activitats programades.

B) A més del punt A, la mediació cultural actua com un enllaç actiu amb el territori (escoles, associacions, col·lectius), establint relacions bidireccionals.

C) Un cop inclosos els punts A i B, la mediació cultural és també creadora de continguts i estratègies per potenciar l'impacte de les propostes culturals.

D) Un cop inclosos els punts A, B i C, la mediació cultural treballa amb consciència institucional. Comprèn les línies estratègiques de la institució i articula programes educatius i participatius integrats en la visió global del projecte cultural. En aquest escenari, la mediació esdevé una eina clau per a la planificació transversal de les activitats i el seu impacte a la comunitat.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ GUIADA

Imagina que vols que la teva institució tingui una relació més sòlida i estable amb el seu context, i saps que la mediació cultural és clau per aconseguir-ho. Fins ara, la mediació ha funcionat principalment com a eina de difusió d'activitats, però intueixes que la seva tasca té un potencial molt més gran.

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

T'atures a analitzar les línies de treball de la institució i detectes, per exemple, que hi ha una forta programació al voltant de la memòria històrica i la identitat cultural. Decideixes treballar conjuntament amb la mediació cultural per articular un pla educatiu transversal sobre aquests eixos. Gràcies a aquesta tasca, pots connectar amb la ciutadania assistent i agents clau per dissenyar espais de treball i cocreació que amplifiquin l'impacte de la programació.

- Si gestionas exposicions o espais museístics, pots dissenyar estratègies perquè la comunitat participi en la curadoria o producció de continguts, organitzant tallers de recollida de memòria oral, arxius comunitaris o mostres itinerants en espais del barri.
- Si treballes en programació escènica, pots integrar processos de mediació en què les companyies interactuïn amb ciutadania diversa abans o després de l'espectacle, organitzant trobades intergeneracionals, tallers de creació o experiències d'immersió al voltant de l'obra.
- Si desenvolupes activitats patrimonials, pots treure el patrimoni fora dels espais convencionals, col·laborant amb associacions veïnals per generar rutes patrimonials, intervencions a l'espai públic o processos de narració col·lectiva de la història local.
- Si organitzes festivals o esdeveniments culturals, pots dissenyar formats en què col·lectius menys representats participin en la programació, ja sigui a través de convocatòries obertes, laboratoris de creació o intervencions comunitàries.
- Si treballes en mediació educativa, pots impulsar metodologies d'aprenentatge en què la comunitat sigui protagonista, dissenyant activitats en què escoles, centres de gent gran i col·lectius ciutadans cocreïn propostes vinculades a la programació cultural.
- Si gestionas programes d'art i cultura a l'espai públic, pots activar la mediació per involucrar el veïnat en la producció d'intervencions artístiques, resignificant l'entorn urbà a través de l'art participatiu.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ ESCALADA

- **De A a B.** La mediació cultural estableix vincles amb col·lectius del territori, com ara centres educatius o associacions, per generar activitats compartides entorn de les propostes culturals.
- **De B a C.** La mediació dissenya activitats pròpies, en diàleg amb les comunitats i els agents culturals, per aprofundir en les temàtiques abordades des de la programació.
- **De C a D.** La mediació cultural estructura un programa transversal dins la institució, integrant diferents participants i agents en processos de participació contínua, i assegurant que les activitats formin part d'un ecosistema cultural més ampli i sostenible.

5.6. Avaluació

L'avaluació dels processos de mediació i programació cultural és clau per generar un relat de valor al voltant de les pràctiques culturals i el seu impacte en la comunitat. Més enllà de la recopilació de dades quantitatives, és fonamental concebre l'avaluació com un procés d'investigació que permeti sistematitzar aprenentatges, millorar metodologies i enfortir la responsabilitat institucional en relació amb la seva assistència.

El procés d'avaluació ha de preveure espais de reflexió conjunta i assegurar que les pràctiques culturals siguin inclusives, significatives i transformadores.

Avaluar no només permet mesurar l'impacte de les accions, sinó també repensar estratègies i consolidar processos més sostenibles i alineats amb les necessitats del context.

Reflexiona sobre la teva pràctica i detecta en quin punt et trobes actualment i cap a on t'agradaria avançar:

- A) No hi ha processos d'avaluació sistemàtics en els projectes culturals.
- B) L'avaluació es fa majoritàriament amb indicadors quantitatius (nombre d'assistents, enquestes de satisfacció bàsiques, etc.).
- C) S'hi inclouen espais de reflexió qualitativa amb els assistents i els agents implicats en l'activitat.
- D) L'avaluació està estructurada i dissenyada específicament, combinant mètodes qualitius i quantitatius per obtenir una anàlisi profunda de l'impacte.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ GUIADA

Imagina que has desenvolupat un programa cultural amb una gran implicació de la comunitat. Saps que aquests processos requereixen temps llargs i metodologies que transcendeixin la simple mesura numèrica de l'assistència. Per generar un relat sòlid sobre l'impacte de les teves accions, decideixes dissenyar un model d'avaluació que reculli testimonis, experiències i aprenentatges, en col·laboració amb la mediació cultural i altres actors clau.

- Si treballes en programació escènica, podries organitzar trobades postfunció en què els espectadors comparteixin les seves reflexions sobre l'obra, documentant impressions a través de registres escrits, audiovisuals o gràfics.
- Si gestiones exposicions o projectes museístics, podries dissenyar quaderns de memòria col·lectiva on els visitants anotin pensaments i emocions, generant una narrativa compartida sobre l'experiència expositiva.
- Si organitzes activitats patrimonials o de memòria històrica, podries impulsar la creació d'arxius comunitaris amb entrevistes a participants, recollida de fotografies i relats que permetin valorar l'impacte del projecte en la identitat local.
- Si gestiones festivals o esdeveniments culturals, podries implementar eines d'avaluació participativa, com ara mapes col·laboratius, en què els assistents marquin quines experiències han estat més significatives, o dinàmiques d'intercanvi d'idees entre assistents i organitzadors.
- Si desenvolupes projectes educatius o de formació, podries emprar metodologies com ara dietaris d'aprenentatge, on docents i estudiants reflexionin sobre els coneixements adquirits, o sessions de retorn en què els participants avaluin col·lectivament l'experiència.
- Si treballes en mediació cultural, podries dissenyar espais d'escolta activa, com ara grups de discussió amb comunitats vinculades al programa, per recollir narratives en primera persona sobre els processos viscuts i els seus impactes.
- Si gestiones projectes d'art a l'espai públic, podries documentar els canvis en la percepció de l'entorn a través d'enquestes visuals, registres fotogràfics de l'«abans

i després», o relats ciutadans sobre com la intervenció ha transformat la seva relació amb l'espai.

EXERCICI D'IMAGINACIÓ ESCALADA

- **De A a B.** Implementar enquestes bàsiques amb escales de valoració numèrica per mesurar l'interès i la satisfacció dels assistents.
- **De B a C.** Organitzar grups de discussió amb participants, programadors i mediadors per analitzar qualitativament l'impacte de les activitats.
- **De C a D.** Incorporar un agent extern que dissenyi una estratègia d'investigació prèvia i elabori un informe detallat sobre els punts forts i les àrees de millora del programa cultural.

6. Seguiment i avaluació

El seguiment i l'avaluació inclosos en aquest Pla d'acció de mediació cultural s'orienten en dos sentits. En primer lloc, es presenten categories d'autodiagnosi i avaluació aplicables als projectes que aborden la mediació cultural, amb un enfocament progressiu. En segon lloc, es planteja el seguiment i l'avaluació del mateix Pla d'acció, cosa que permetrà obtenir informació sobre el grau de compliment dels objectius establerts. A continuació, passem a articular els dos punts.

6.1. Eina d'autodiagnosi per a la mediació cultural

L'objectiu general d'aquest punt és avaluar de manera autònoma l'estat de la mediació cultural. Per a això, considerarem qüestions com la proximitat dels processos, la diversitat de participants, l'impacte social, els processos participatius i la sostenibilitat. L'eina que presentem a continuació busca promoure reflexions i identificar fortaleces i àrees de millora, així com fomentar bones pràctiques en la gestió cultural.

CATEGORIES PRINCIPALS I PREGUNTES CLAU

1. Proximitat i context

Avalua el grau de connexió i relació del projecte amb el territori i les comunitats locals.

Preguntes:

- El projecte té en compte el context cultural, social i econòmic del territori?
- He treballat o estic treballant amb comunitats properes al projecte?
- Els agents participants s'han sentit representats i escoltats?
- El projecte ha generat noves preguntes, reflexions o canvis en l'imaginari cultural del territori?
- S'han activat noves vies d'accés per ampliar l'accessibilitat al projecte?

Indicadors:

- Nombre de comunitats locals implicades en el projecte.
- Quantitat de nous agents culturals identificats durant el procés.
- Percentatge d'activitats realitzades en espais comunitaris (centres veïnals, places, etc.).

- Grau de representativitat de les comunitats locals en les decisions del projecte (mesurat mitjançant enquestes o fòrums).
- Nombre d'accions que han generat noves preguntes o reflexions sobre el territori.

2. Diversitat de participants

Avalua si el projecte arriba a diversos segments de la ciutadania i els representa.

Preguntes:

- Les persones participants reflecteixen la diversitat del context sociocultural?
- He treballat amb participants nous o comunitats que abans no participaven?
- He identificat els possibles assistents habituals, esporàdics i potencials i el no públic?
- Quines estratègies he implementat per acostar-me a participants no habituals?
- El projecte és accessible en termes econòmics, físics, lingüístics o digitals?

Indicadors:

- Percentatge de participants no habituals en comparació amb projectes anteriors.
- Nombre de barreres identificades i eliminades (econòmiques, físiques, lingüístiques, digitals).
- Percentatge de participació de grups subrepresentats (per edat, gènere, origen, etc.).
- Variació en la composició de l'assistència habitual, esporàdica i potencial i el no públic.
- Grau de satisfacció i percepció d'inclusió de les persones participants (mesurat a través d'enquestes).

3. Impacte i transformació social

Avalua si el projecte ha generat canvis significatius en el seu entorn.

Preguntes:

- El projecte respon a una demanda sociocultural real del territori?
- Quin ha estat el grau de transformació generat?
- Quins indicadors d'impacte puc identificar (social, cultural, econòmic, ambiental)?
- La mediació cultural ha contribuït a una transformació social sostenible?

Indicadors:

- Percentatge de participants que perceben canvis positius en el seu context arran del projecte.
- Nombre de demandes socioculturals abordades pel projecte.
- Quantitat de projectes derivats o inspirats en l'actual.
- Increment de la participació cultural activa a la comunitat després del projecte.
- Nombre de testimonis o evidències que reflecteixen transformació social (qualitatiu i quantitatiu).

4. Participació i governança

Analitza com s'han construït el projecte, les aliances i els models de gestió.

Preguntes:

- Amb qui he construït el projecte?
- He fet una recerca prèvia que contextualitzi el projecte?
- Són coherents les meves aliances amb els objectius i els valors del projecte?
- He fomentat espais d'escolta activa al llarg del procés?
- El projecte fomenta models de governança oberts i participatius?
- Ha estat flexible i capaç d'adaptar-se a les necessitats dels participants?

Indicadors:

- Nombre d'aliances estratègiques establertes per desenvolupar el projecte.
- Percentatge de decisions preses col·lectivament amb agents externs o la comunitat.
- Quantitat de sessions d'escolta activa realitzades durant el procés.
- Nivell de coherència entre les aliances i els objectius del projecte (avaluació qualitativa).
- Diversitat de perfils dels agents participants (per sector, especialització, etc.).

5. Processos i temps

Avalua com s'han gestionat els temps del projecte i la flexibilitat dels processos.

Preguntes:

- He gestionat els temps per adaptar-me a les necessitats del projecte i els seus participants?
- Hem estat capaços de compondre en temps real i ajustar les nostres formes de treball?
- Hem buscat un equilibri entre el que s'ha planificat i la improvisació necessària?
- S'han generat processos continus en lloc de projectes amb final tancat?
- Com s'ha integrat la sostenibilitat en els processos a llarg termini?

Indicadors:

- Nombre d'ajustos fets al cronograma inicial per adaptar-se a les necessitats del projecte.
- Percentatge d'activitats planificades vs. emergents durant el procés.
- Durada mitjana de les fases del projecte i la seva adequació al context.
- Freqüència d'espais d'avaluació intermèdia per valorar l'evolució del projecte.
- Grau de satisfacció dels participants respecte a la flexibilitat del procés.

6. Sostenibilitat i traçabilitat

Avalua el rastre que deixa el projecte i la seva capacitat per mantenir-se en el temps.

Preguntes:

- El projecte compta amb mecanismes que assegurin la seva continuïtat un cop acabi la meva intervenció?
- He dissenyat estratègies per documentar i compartir aprenentatges i experiències?
- El projecte és sostenible des d'una perspectiva econòmica, social i cultural?
- He utilitzat eines per rastrejar l'impacte i l'evolució del projecte al llarg del temps?

Indicadors:

- Percentatge de recursos utilitzats provinents del territori (materials, humans, financers).
- Quantitat de documents generats que assegurin la traçabilitat del projecte (informes, registres, actes, etc.).
- Nombre de mecanismes establerts per garantir la continuïtat del projecte després de la intervenció.
- Variació en la percepció de sostenibilitat del projecte entre els agents implicats.
- Existència d'un pla de seguiment per mesurar l'impacte a llarg termini.

7. Comunicació i narrativa

Avalua com s'ha comunicat el projecte i si s'ha fet accessible i comprensible per a la ciutadania.

Preguntes:

- Tinc un pla de comunicació clar que faci visible el projecte i el seu impacte?
- He construït una narrativa de valor que connecti amb les comunitats?
- Com he retornat la cultura a la vida quotidiana a través del projecte?
- El projecte és fàcil d'entendre per a persones alienes a l'àmbit cultural?
- He generat materials accessibles i atractius per a diferents participants?

Indicadors:

- Percentatge de la població objectiu que coneix el projecte (mesurat a través d'enquestes o mètriques digitals).
- Quantitat de canals de comunicació emprats per difondre el projecte.
- Freqüència d'actualitzacions informatives durant el desenvolupament del projecte.
- Nombre de materials accessibles produïts (traduccions, versions simplificades, etc.).
- Grau de comprensió del projecte segons els participants (mesurat mitjançant qüestionaris o entrevistes).

6.2. Seguiment i avaluació del Pla de mediació cultural

Amb l'objectiu de valorar el grau de compliment dels objectius establerts en el Pla d'acció de mediació cultural, es durà a terme una avaluació tant quantitativa com qualitativa.

Pel que fa a l'avaluació quantitativa, es proposen una sèrie d'accions i indicadors específics que permetran mesurar de manera objectiva els avenços i els resultats obtinguts. El personal tècnic de l'Àrea de Cultura fa l'avaluació qualitativa de manera continuada i recull la informació en una memòria anual, de la qual dona compte a la Comissió Informativa de Cultura i a la Secretaria municipal.

Difondre i formar al voltant de l'imaginari i el relat comú en la mediació cultural.	Nombre de formacions realitzades en l'àmbit de la mediació cultural. Assistents a les formacions de mediació cultural.

Annex 3. Pla d'acció de mediació cultural 2033

Promoció i seguiment del desenvolupament de les accions previstes al Pla de mediació cultural.	S'han desenvolupat accions de mediació cultural en tots els àmbits del Pla de mediació cultural?
Foment dels espais comuns de reflexió al voltant de les pràctiques de mediació cultural.	Nombre de reunions de coordinació o espais de reflexió sobre la mediació cultural.

Annex 4 Pla d'acció de cultura i educació 2029

Índex

1. Introducció	103
2. Objectius	104
3. Principis rectors	104
4. Marc d'acció	105
4.1. Serveis i projectes de l'IMET	107
4.2. Programes pedagògics i de mediació de les arts escèniques	109
4.3. Programa de mediació i educació de les arts visuals i Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies	111
4.4. Programa de mediació de l'àmbit del foment de les lletres	112
4.5. Programes educatius del patrimoni immaterial i la cultura d'arrel tradicional	114
4.6. Programes de mediació des de suport a la creació i la pràctica cultural	115
4.7. Programes educatius i de mediació des de les polítiques socioculturals	116
4.8. Programes educatius de divulgació del patrimoni i la història	119
5. Avaluació i seguiment	123
6. Annex. Equipaments	125

1. Introducció

La cultura i l'educació són dos elements que, de manera transversal, garanteixen la igualtat d'oportunitats, el pensament crític, la creativitat i els drets humans i culturals, posant les persones i la comunitat al centre de l'acció i del seu desenvolupament. Cal treballar perquè l'educació en les arts sigui un dret ciutadà, sense exclusions socials ni territorials, promovent sistemes d'accés als contextos educatius i culturals que, des de l'equitat, arribin a tots els infants, joves i famílies.

La Unesco defineix la cultura i l'educació com a part d'una visió renovada de l'educació basada en el respecte a la diversitat cultural i els drets humans, i fa incís en l'educació cultural i artística i, també, en l'aprenentatge del patrimoni material i immaterial i de la memòria, com a mitjà per ampliar les perspectives i aprofundir en el coneixement de la història i la societat.

Per la seva banda, el CoNCA vetlla pels ensenyaments artístics i per la presència de les arts en l'educació. Centra la seva tasca en aquest àmbit a aportar eines d'anàlisi i propostes que propiciïn el debat per a la millora de l'articulació del sistema d'ensenyaments artístics a Catalunya, i des del Fòrum de les Arts a l'Educació impulsa la presència de les arts, com a llenguatge i com a competència transversal, en l'educació obligatòria.

En l'àmbit tarragoní, el Projecte educatiu de ciutat, transversal i integral de tota la ciutat, és la base per a la construcció participativa de la ciutat educadora, en què l'educació es converteix en la peça clau per assolir un progrés sostenible i la garantia dels drets bàsics, la convivència, l'actiu de la participació i el resultat últim del benestar de tots els ciutadans. És necessari fomentar l'educació cultural i artística i el coneixement de la cultura, les arts i el patrimoni cultural per facilitar l'accés universal i la participació cultural, en el marc de garantir els drets culturals.

Conscients de la importància de la dotació de la dimensió cultural en l'àmbit educatiu, com a disciplines transformadores, integradores i cohesionadores de la societat i del pensament crític de l'individu, cal treballar l'impuls i el foment d'aquesta activitat tant dins com fora del sistema educatiu. Cal trobar espais de diàleg i establir aliances en la intersecció entre cultura, educació i comunitat. Vincular els àmbits de la cultura i l'educació per promoure la formació artística i humanística de l'alumnat propicia una educació més creativa i inclusiva.

L'àmbit de confluència de les polítiques de cultura i educació es relacionen de manera continuada amb les de mediació cultural, que s'estableixen al Pla estratègic de forma transversal. L'educació és una eina de mediació bàsica pel que fa al foment de la creativitat, la reflexió crítica, la participació, les relacions, els espais i les pràctiques artístiques transformadores.

En el marc municipal de la cultura i l'educació, des de Institut Municipal d'Educació, l'Àrea de Cultura i Patrimoni, el Servei de Joventut i la Xarxa de Centres Cívics es duen a terme diferents projectes i activitats que encreuen contextos per treballar la cultura en un ecosistema educatiu. Alhora, també cal valorar les iniciatives d'altres institucions, organismes o entitats que plantegen horitzons d'aplicació de les arts i la cultura en l'àmbit

educatiu, en col·laboració amb accions municipals o bé de manera autònoma, i que per aquest motiu no són inclosos en aquest Pla d'acció cultural municipal.

2. Objectius

L'objectiu general del Pla d'acció de cultura i educació, d'acord amb els objectius del Pla estratègic, és enfortir el binomi cultura-educació establint un diàleg continu per treballar la cultura i les arts en l'educació, en relació amb les premisses del present Pla d'acció i del Pla estratègic Tarragona Cultura.

Pel que fa als objectius específics, són:

- Definir una estratègia municipal comuna en l'acció educativa i cultural per ampliar drets d'accés, la participació i pràctica artística basada en el coneixement i el reconeixement dels projectes i les accions municipals d'educació i cultura.
- Incrementar les oportunitats educatives, culturals i artístiques de l'alumnat i les seves famílies.
- Promoure projectes d'educació no reglada en l'àmbit de la cultura com a eina per al desenvolupament personal i col·lectiu.
- Impulsar i acompanyar projectes de mediació en l'àmbit educatiu (reglat o no).

3. Principis rectors

Els principis rectors regiran el funcionament i l'execució del Pla d'acció de ciutat i acompanyaran en tot moment la metodologia. Les quatre línies estratègiques per a la transformació social que persegueix el binomi cultura-educació són aplicats de manera transversal:

- Accessibilitat, equitat. L'educació universal en les arts ha de ser una eina per garantir l'equitat en l'accés i la participació cultural en el sentit més ampli, sense exclusions ni discriminacions per qüestions com l'edat, el gènere, el lloc de procedència, la diversitat funcional o els recursos. Les arts són imprescindibles en l'educació integral de les persones i, per tant, la pràctica en l'educació primària i secundària obligatòries per a tota la població permet garantir l'equitat en el seu accés.
- Participació. Educar en la cultura i les arts, promoure i divulgar el coneixement i la sensibilitat envers els llenguatges artístics i el patrimoni cultural en els processos d'aprenentatge de forma participada, activa i pràctica en el vessant artístic permet assolir reptes educatius. La pràctica cultural i la participació s'aprèn practicant i participant, i el context educatiu és l'espai ideal per generar canals relacionals i d'interacció més creatius, oberts, crítics i permeables.
- Diversitat. Cal donar resposta a una diversitat social i cultural rica, i atendre, preservar i visibilitzar el conjunt de manifestacions culturals, artístiques i lingüístiques que formen l'entramat social i educatiu de la ciutat. Igual que s'avança en les escoles per a tothom perquè l'alumnat rebi una resposta ajustada a les seves necessitats singulars, també cal implicar la comunitat educativa en els valors inclusivius de l'art i la seva pràctica.
- Educació en valors. Seguint el llegat de Paulo Freire, és important tenir present que l'educació consisteix a intervenir en el món amb l'objectiu de canviar-lo. Per aquest

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

motiu, cal iniciar el camí cap a una educació emancipadora que permeti crear subjectes capaços de pensar per si mateixos, amb habilitats en resolucions de conflictes, amb pensament crític, permeable i obert. Les arts són, d'altra banda, un element central en l'educació integral de la persona, en el desenvolupament de les seves capacitats cognitives, emocionals i relacionals, amb efectes remarcables sobre l'autoestima, el reconeixement de l'altre, la inclusió de la diversitat, el treball en equip i la gestió de les emocions.

4. Marc d'acció

Aquest Pla d'acció pretén consolidar un marc de treball comú per als projectes i les accions educatives i culturals que es generen des de l'Ajuntament de Tarragona.

Així doncs, la visió estratègica del Pla és la consolidació de l'estructura de treball per articular les accions municipals donant valor als projectes existents i reconeixent les estratègies educatives i culturals sorgides des d'iniciatives i àmbits diferents.

L'espai d'articulació del Pla que ens ocupa és el grup motor de cultura i educació, un grup de treball entre les direccions de gestió de Cultura i l'IMET, com a òrgan intern de trobada i espai tècnic de participació, i que es complementa en l'àmbit genèric en la Comissió Tècnica Transversal Tarragona Cultura.

Els projectes principals que treballen el binomi cultura-educació de manera global a la ciutat de Tarragona són el Pla estratègic Tarragona Cultura i el Projecte educatiu de ciutat. Ara bé, també hi podrem trobar els marcs d'acció de la Xarxa de Centres Cívics i Tarragona Jove. Vegem-los:

Pla estratègic Tarragona Cultura. És una eina bàsica de treball o guia que marca les línies de la gestió de la cultura a la ciutat de Tarragona. S'ha basat en la recerca del consens més gran possible, mitjançant la participació activa tant dels agents culturals com de la ciutadania en general. Recull la metodologia i les orientacions a seguir en la presa de decisions i les accions a desenvolupar en aquest àmbit.

Projecte educatiu de ciutat. És una eina de planificació que aporta el marc conceptual, el projecte pedagògic i el procés metodològic necessaris perquè la ciutat de Tarragona desenvolupi les seves potencialitats i possibilitats educatives. Amb una metodologia participativa, promou projectes que integren diferents agents educatius, evidenciant que l'educació va més enllà de l'escola i és present al llarg de la vida, en tots els temps i espais del nostre dia a dia. Amb aquesta perspectiva de continuïtat, es fa indispensable mantenir una visió de corresponsabilitat educativa entre els diferents departaments municipals, entenent que tota acció desenvolupada des de l'àmbit local té un potencial impacte educatiu que cal emmarcar dins d'un projecte compartit.

Pla local de la infància i l'adolescència de Tarragona. És una eina de planificació estratègica i un compromís municipal per construir la Tarragona del futur en el marc de les directrius de la Ciutat Amiga de la Infància d'Unicef, la Convenció dels Drets de l'Infant i els objectius de desenvolupament sostenibles de l'Agenda 2030. Des d'aquest Pla es van desenvolupar un ventall d'accions adreçades a reforçar el protagonisme de la infància i l'adolescència a la ciutat, incidint en àmbits tan diversos com la família, l'escola, la salut, la

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

participació, el joc, la cultura i el lleure. Però, sobretot, posant l'èmfasi en l'atenció dels infants i adolescents que poden patir situacions de més vulnerabilitat i risc d'exclusió social.

Pla educatiu d'entorn. Proposta de cooperació educativa entre el Departament d'Educació i Formació Professional i els ajuntaments, amb el suport i la col·laboració d'altres departaments de la Generalitat, que té com a objectiu aconseguir l'èxit educatiu de tot l'alumnat i contribuir a la cohesió social mitjançant l'equitat, l'educació intercultural, el foment de la convivència i l'ús de la llengua catalana.

Amb la finalitat de millorar les oportunitats en tots els temps i espais educatius dels infants i els joves, el PEE es consolida com un instrument capaç de connectar els aprenentatges formals i no formals i afavorir l'accés de tot l'alumnat, especialment el més vulnerable, a l'educació no formal com un element estratègic d'equitat i d'igualtat d'oportunitats.

Xarxa d'Educació 360 del Camp de Tarragona. L'Ajuntament de Tarragona, a través de l'Institut Municipal d'Educació, està adherit a l'Aliança Educació 360, de data 9/7/2019, i forma part del grup motor de la Xarxa de Lleure del Camp de Tarragona des del 2021, eines que vetllen per connectar els aprenentatges que es produeixen en tots els temps i espais de la vida de les persones, amb l'objectiu de generar més i millors oportunitats educatives al llarg de totes les etapes vitals (0-99 anys).

Són objectius estratègics impulsar projectes al territori per disminuir la bretxa envers les desigualtats educatives, culturals i socials i connectar agents, organitzacions (ajuntaments, entitats i centres educatius) i ciutadania, especialment en l'àmbit de les experiències pròpies de l'educació no formal, el lleure i les iniciatives fora de l'escola. En definitiva, les iniciatives municipals han de vetllar per connectar la comunitat, els espais i els aprenentatges des d'una perspectiva d'equitat, inclusió i accessibilitat.

Programa marc Xarxa de Centres Cívics. És un programa de treball que identifica les funcions i les reconeix en els seus contextos social, cultural, formatiu i de lleure, i que aporta una nova definició de model institucional que exigeix reforçar accions per fomentar la implicació social i política de la ciutadania, que posa els centres cívics al centre de l'acció cultural comunitària.

Pla local Tarragona Jove 2028. És el document en què es detallen les línies de treball de les polítiques municipals de joventut en els quatre anys de la seva vigència. Aquest Pla s'emmarca en les polítiques estratègiques de l'Ajuntament de Tarragona i en el Pla Nacional de Joventut de Catalunya (PNJCAT). En aquest Pla es posen a l'abast dels joves diversos recursos i serveis, amb la finalitat de desenvolupar-se individualment i en societat en el marc de programes educatius, culturals i de promoció de l'autonomia. Mitjançant la informació i l'orientació, l'acompanyament i l'empoderament dels joves, s'intervindrà en els eixos de l'educació, la cultura, la salut i el treball, i en el marc dels espais i dels serveis adreçats a la població juvenil.

A escala global municipal, hi ha altres projectes i programes que, amb la implicació de diferents àrees municipals i altres institucions, promouen i impulsen projectes i activitats en les diferents disciplines artístiques.

4.1. Serveis i projectes de l'IMET

4.1.1. Servei d'Arts i Educació de l'IMET

El Servei d'Arts i Educació, centralitzat a l'IMET, és una proposta educativa que es caracteritza per la incorporació de professionals de diferents disciplines artístiques en l'àmbit educatiu. El seu objectiu és posar de manifest la importància de l'educació i la pràctica artística en tots els àmbits, dins i fora de l'ensenyament formal. Treballa per crear aliances entre el món educatiu i cultural, prenent la pràctica artística com una eina imprescindible per a la formació d'una ciutadania crítica, lliure i creativa.

Aquest servei està format per un conjunt de professionals vinculats a les disciplines de la música, les arts plàstiques i el teatre.

4.1.1.1. Escola Municipal de Música (EMM)

L'EMM ofereix ensenyaments musicals de règim especial a les seves tres seus:

- Seu Armanyà. S'hi ofereixen tots els instruments de la línia clàssica i tradicional.
- Seu Sant Pere i Sant Pau. Situada a les instal·lacions de l'Escola Marcel·lí Domingo. Ofereix les línies de música clàssica i moderna a partir de tallers.
- Seu de Ponent. Situada a les instal·lacions de l'Escola Els Àngels. Ofereix els estudis de música moderna.

A banda dels ensenyaments reglats, l'EMM també ofereix projectes de formació i sensibilització musical:

- Projecte Picantarols, per a nens de 0-3 anys de les llars d'infants municipals de Tarragona.
- Projecte Mirasona, que es desenvolupa en l'àmbit de les escoles d'educació especial de la ciutat.
- Projectes de música comunitària als centres educatius.
- Grup de Música i Ciutat.

4.1.1.2. Assessorament de teatre

Actualment, el servei de Teatre a les Escoles compta amb cinc professionals que assessoren els diferents centres educatius de la ciutat en aquesta disciplina. L'equip d'especialistes fa un acompanyament individualitzat als centres en:

- Assessorament a docents.
- Acompanyament a les activitats i els projectes teatrals dels centres.
- Elaboració de materials pedagògics.
- Creació d'aliances intercentres i amb altres agents educatius.
- Col·laboració amb projectes de la ciutat: Dia de la Pau (DENIP), Dia de la Poesia, projectes del PEE, Mostra de Teatre Infantil i Juvenil del Tarragonès...

4.1.1.3. Assessorament d'arts plàstiques

Actualment, el Servei d'Arts Visuals i Plàstiques compta amb dos professionals que assessoren els diferents centres educatius de la ciutat en aquesta disciplina i que ofereixen estratègies i recursos al professorat per treballar a partir d'experiències, sensacions i emocions adreçades a desenvolupar un llenguatge visual i plàstic propi per a cada infant.

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

En cada curs escolar es dissenya un projecte creatiu basat en artistes, obres, tendències, tècniques d'expressió... Aquest projecte ve acompanyat d'una sèrie de sessions i propostes pràctiques que permeten als infants assolir els coneixements teòrics i pràctics propis del currículum d'educació primària en l'àrea d'educació artística visual i plàstica.

La intenció d'aquest assessorament és defugir els estereotips, les «receptes» de les «manualitats». Es pretén que fer coses amb les mans sempre impliqui pensar, reflexionar i expressar-se a través de l'art.

En definitiva, aquest servei ofereix als centres:

- Assessorament a docents.
- Un projecte educatiu vinculat a les arts plàstiques per desenvolupar durant tot el curs escolar.
- Aliances amb altres agents educatius (actualment es treballa amb el MAMT).

Altres projectes que es desenvolupen:

- Binomi Artista-Escola. Projecte educatiu que vincula un artista del territori amb un centre educatiu. L'artista realitza tallers sobre la seva disciplina dins dels centres educatius, sempre buscant que l'acció tingui un impacte comunitari.
- Exposem al MAMT. Espai d'interacció amb el Museu d'Art Modern de Tarragona, on s'exposa una petita mostra de les produccions que ha elaborat l'alumnat de les escoles. Amb les professionals del Servei d'Arts es crea una producció conjunta que queda exposada al MAMT; aquesta peça sempre té relació amb algun artista que prèviament hagi exposat la seva obra al museu.
- L'Arbre dels Desitjos. Activitat nadalenca que té l'objectiu de crear la decoració de l'arbre de Nadal que presideix l'entrada del Palau Municipal de l'Ajuntament de Tarragona. Cada any, des del Servei d'Arts i Educació, es fa una proposta de treball artístic als centres educatius. L'alumnat, a través de la proposta artística i educativa, crea la decoració de l'arbre i es penja en un acte públic en què participen la comunitat educativa, l'Escola Municipal de Música i representants polítics del consistori.

4.1.2. Projectes educatius fora escola

L'Institut Municipal d'Educació desenvolupa una programació d'activitats educatives fora de l'horari lectiu, adreçades a famílies i infants de fins a 12 anys i que també inclouen propostes per a petita infància (0-3).

Algunes d'aquestes activitats tenen una alta repercussió a la ciutat, i sovint estan vinculades al Pla educatiu d'entorn.

En el moment de redactar aquest Pla d'acció, els projectes fora escola que es desenvolupen i que tenen una alta relació i vinculació en l'àmbit cultural, estratègic i de ciutat són els següents:

- Passaport Edunauta. El Pla educatiu d'entorn desplega el projecte Passaport Edunauta, un projecte de creació d'oportunitats educatives i d'acreditació i reconeixement social d'aprenentatges fora de l'escola, per a infants de 3 a 12 anys, que catalitza i connecta tot el potencial educatiu de la ciutat. La seva metodologia es

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

basa en els anomenats passaports d'aprenentatge (*Learning Passport*), amb què el municipi promou i desenvolupa la participació de l'alumnat en activitats extraescolars obertes, dins i fora dels centres, adreçades a tota la infància, independentment del seu origen social, per tal de fomentar l'equitat i la cohesió social i ampliar la igualtat d'oportunitats educatives.

- Festival de jocs de taula TGN Juga. Proposta educativa, cultural i de ciutat que encaixa amb els eixos de treball del Pla educatiu d'entorn: educació inclusiva i lúdica, cohesió social i treball en xarxa, promoció de l'ús de la llengua catalana i foment del temps lliure de pantalles. És una iniciativa que es crea conjuntament amb l'Associació TGN Juga i que any rere any pren força a la ciutat. Durant l'edició del 2024 (la tercera) hi van participar més de 2.230 persones, 37 entitats del món del joc de taula, autors i creadors de prototips. L'esdeveniment acull la participació de diferents departaments municipals: Cultura (amb la Biblioteca Pepita Ferrer), Joventut, Centres Cívics, Europe Direct i Igualtat - Diversitat Funcional i Discapacitat i PMET.
- Projecte La Guingueta (espai educatiu i familiar al parc de la Ciutat). Espai de dinamització i intervenció educativa i de promoció del joc lliure i en família al parc de la Ciutat - Quinta de Sant Rafael de Tarragona, en horari no lectiu durant el cap de setmana (setembre-desembre i febrer-juny) i els dijous a la tarda (juliol). El projecte té una dimensió comunitària, inclusiva, equitativa, amb perspectiva de gènere, social, cultural i saludable, i acull propostes d'entitats i associacions de la ciutat dins la seva programació mensual.

També s'hi desenvolupen projectes i accions mitjançant convenis o acords, com és el cas del Museu de Matemàtiques de Catalunya, que du a terme activitats a la seu de l'IMET amb la finalitat de promocionar el coneixement i l'aprenentatge de les matemàtiques i donar suport a la tasca de tots els centres educatius de la ciutat.

4.2. Programes pedagògics i de mediació de les arts escèniques

Les arts escèniques i la música són eines de primer ordre a l'hora de treballar els coneixements lingüístics, la motricitat i el treball corporal, la projecció i l'entonació de la veu, la comunicació interpersonal i, en general, l'expressió. En aquest sentit, és una eina fantàstica per treballar els currículums d'una manera transversal —i alhora per a la formació continuada— i un espai de desenvolupament de les persones en el seu temps lliure. Així doncs, en aquest apartat es recullen els dos blocs d'intervenció: la vinculada al sistema educatiu (les activitats escolars) i l'educació no reglada i d'aprofundiment, que se situa com a recurs comunitari.

Les principals activitats plantejades en l'àmbit educatiu reglat relacionades amb les arts escèniques que es desenvolupen als espais escènics de Tarragona les gestiona de manera indirecta mitjançant convenis o acords de col·laboració. Així doncs, s'ofereixen les següents activitats:

- Les Escoles van al Teatre. Des d'aquest projecte es treballa habitualment amb els centres educatius per preparar una oferta d'arts escèniques i música. Aquestes activitats, a cavall del Projecte educatiu de ciutat i del programa Escena, ajuden a familiaritzar l'alumnat amb les arts escèniques, donant a conèixer la diversitat teatral i musical, i es contribueix així a crear nous públics en el món de les arts

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

escèniques i musicals i l'educació de la sensibilitat artística. S'ofereixen als centres educatius recursos de qualitat per a l'aprenentatge de les arts en el marc del currículum escolar i es donen a conèixer els espais escènics del municipi, garantint la igualtat d'oportunitats d'accés dels alumnes a l'oferta artística, sigui quina sigui la seva procedència geogràfica, i s'assegura, per tant, que no es produeixi cap desigualtat per raons de territori. Així doncs, els teatres de Tarragona ofereixen diferents espectacles d'arts escèniques (música, dansa, teatre) amb la finalitat de crear nous públics i garantir la igualtat d'oportunitats d'accés a l'oferta escènica. A més a més, es potencia la coneixença de les diferents disciplines i la identificació dels espais escènics.

S'ofereixen espectacles teatrals en anglès, adaptats pedagògicament, per motivar l'aprenentatge de la llengua i la comprensió oral mitjançant una activitat cultural.

Algunes de les funcions que formen part de la temporada d'arts escèniques i que parlen de temàtiques d'interès per als centres educatius (gènere, problemàtiques d'abusos sexuals, sostenibilitat, ús de les noves tecnologies, accessibilitat, inclusió...) s'ofereixen als centres educatius a través de l'IMET.

- Teatre i literatura. Adaptacions en format teatral de lectures de literatura catalana i castellana a batxillerat, amb col·loqui o debat entre els professionals de les arts escèniques, professorat i alumnes al voltant de l'escena teatral.
- Coneixement del Teatre Tarragona i el Teatre Metropol. Sessions de coneixement del Teatre Tarragona i el Teatre Metropol mitjançant una visita guiada per comprendre i acostar les arts escèniques i sensibilitzar l'alumnat sobre les professions que s'hi vinculen, tant en l'àmbit artístic com en el tècnic. Aquesta activitat s'adreça especialment als alumnes del CFGS d'Imatge i So i s'enfoca en la producció tècnica d'espectacles.
- Actualment s'està treballant en les prospeccions prèvies per al desenvolupament del Mapadeball, un recull de recursos per apropar el llenguatge del moviment i la dansa contemporània al públic jove.
- Col·laboració amb ensenyaments reglats en matèria d'arts escèniques, com és el cas del CFGS de Tècniques d'Actuació Teatral.
- Suport a la producció del projecte taller de final de curs per oferir el teatre per a residència tècnica i programant el taller dins la programació professional.

Des de la formació no reglada, anomenada formació i experimentació, es pretén impulsar recursos de desenvolupament i transformació social a través de la formació en arts escèniques. Es desenvolupen propostes per donar a conèixer el funcionament de les diferents pràctiques artístiques de les arts escèniques, explorant-ne pràctiques concretes. Es realitzen tallers i formacions introductòries, com ara d'especialització i aprofundiment. També s'impulsen laboratoris creatius en què, partint d'un procés d'ensenyament-aprenentatge, els participants exploren les possibilitats de la creació escènica o musical. S'hi poden trobar tallers, classes magistrals adreçades a alumnes d'escoles i professorat, laboratoris creatius per a joves o bé jornades de formació en arts escèniques.

Seguint la línia educativa anterior, vinculada als cicles i les temporades de programació, es treballen espais de formació o pràctica experimental en què es donen a conèixer nous llenguatges creatius. I s'aposta per oferir suports per ampliar la repercussió a la ciutat dels actes i els espectacles vinculats a la temporada.

Comunicació. Pel que fa a projectes concrets que es gestionen actualment, són les mateixes entitats les encarregades de comunicar la programació, així com les accions puntuals. Des de la mateixa Àrea de Cultura es reforça la comunicació amb informació al web, en xarxes socials i mitjançant butlletins electrònics, entre altres mitjans.

Xarxes i espais de relació. Existeix una xarxa natural de centres educatius per gestionar els espais de trobada entre les escoles i les arts escèniques mitjançant, actualment, convenis o acords de col·laboració. Així mateix, la xarxa i l'espai de relació s'amplia amb les companyies que ofereixen programacions per a edats escolars.

4.3. Programa de mediació i educació de les arts visuals i Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies

Des d'aquest Centre es programen exposicions i activitats, i alhora s'engeguen projectes educatius i de mediació, programes de creació en residència i programes de dinamització. Són processos clau que, com a acció educativa, fomenten la capacitat i la creativitat de les persones, vinculant l'art, l'educació i la població amb processos de mediació. Els programes educatius i culturals que posen al centre les persones, l'educació i les arts i creen relacions entre elles per afavorir noves construccions de coneixement crític, creatiu i connectat amb els reptes contemporanis són els següents:

- «Viu l'art viu». Una proposta educativa gratuïta per a escoles que ofereix la possibilitat de conèixer l'espai i descobrir l'art contemporani, amb una explicació i una immersió en les seves disciplines.
- Visites guiades amb artistes. En cada exposició del Mèdol s'organitza una visita guiada amb l'artista de l'exposició per conèixer millor el seu procés de treball i l'obra exposada.
- Premis i residències. En col·laboració amb l'Aula de Cinema de la URV, Mèdol atorga Parlant Posthumanament, un premi de videocreació entorn de la intel·ligència artificial. El Centre d'Art també ofereix una residència amb convocatòria pública a les seves xarxes de TikTok, entenent l'espai digital com un espai més de la programació de Mèdol.
- Tallers i xerrades. El Centre d'Art ofereix periòdicament xerrades i tallers vinculats al seu programa per oferir un espai de reflexió i d'aprenentatge per a adults sobre diferents aspectes de l'art contemporani.
- Context Obert. Projecte de mediació i participació oberta dirigit inicialment al sector professional de l'art, amb la idea de generar un espai més permeable per al debat i el diàleg amb el context local creatiu. Context Obert consisteix en un seguit de converses recollides a través d'un material de relatoria gràfica, posteriorment compartit gratuïtament com a eina de treball per generar xarxa i processos de col·laboració a llarg termini. Context Obert és un laboratori de pensament amb un enfocament cap a la mediació i la recerca de maneres en xarxa per obrir el sector artístic a la comunitat.
- MED Institut, màster de masterclass. Es tracta d'una iniciativa per donar eines a artistes i creatius del territori del Camp de Tarragona, aportant l'experiència dels ponents en el camp de les pràctiques artístiques i la gestió d'aquestes en format de jornades formatives i de debat. El projecte s'adreça a artistes professionals o en vies de professionalització, creatius, gestors culturals (des de la creació o des de la

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

- crítica) de qualsevol edat i productors culturals. Es du a terme de gener a juny, dividit en dos semestres (gener-març i abril-juny), i és gratuït amb inscripció prèvia.
- El Binomi Artista-Escola, conjuntament amb el Servei d'Arts i Educació de l'IMET esmentat anteriorment, també s'amplia amb el Premi d'Investigació Radar Mèdol, dirigit als estudiants de batxillerat, que té l'objectiu de premiar l'esforç en l'aprenentatge, establir vincles amb els centres d'ensenyament secundari i promoure la recerca i la creació artística en tots els àmbits d'actuació. Alhora, el projecte Binomi Artista-Escola es complementa amb xerrades, accions i tallers en què l'artista relaciona els alumnes amb el motiu de la seva exposició o obra.

Comunicació. Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies aposta perquè l'art sigui una manera de comunicar. Cal visibilitzar els espais, les obres, les creacions i els projectes, i comunicar-los especialment de forma visual. S'utilitza el web com a seu oficial de la programació i el servei i s'aposta per les xarxes socials com a espai de difusió contant, comunicant de forma prèvia, *in situ* i també com a conclusió o retiment de comptes de les accions.

Xarxes i espais de relació. El treball en xarxa forma part de la metodologia del dia a dia de Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies. D'aquesta manera, el Centre ha generat una font de recursos, creacions, suports i lligams prou àmplia, que es retroalimenta. Mèdol es projecta més enllà del seu espai i contribueix a crear territori establint espais de relació amb altres centres i institucions i amb altres àrees municipals, entitats, col·lectius i artistes d'aquí i d'arreu del món.

4.4. Programa de mediació de l'àmbit del foment de les lletres

Paral·lelament al Pla estratègic Tarragona Cultura i a aquest Pla d'acció, es desenvolupa el Pla de foment de la lectura de Tarragona 2026-2029, que promou la lectura com una experiència positiva, de fàcil accés i plaent; que expandeix la creativitat i la capacitat de pensar i trobar solucions imaginatives a diverses situacions; que estimuli la capacitat crítica, essencial per formar individus més lliures i competents, i que alhora promogui una societat més democràtica i oberta al diàleg.

Aquest Pla de foment de la lectura prioritza les accions adreçades a les persones de menys edat (entre els 6 i els 30 anys), des d'un concepte de lectura relacionat amb altres llenguatges artístics. Els centres educatius seran pilars essencials del Pla, i els educadors, agents clau. Són un col·lectiu motivat i implicat, amb molta responsabilitat i amb necessitats específiques, al qual cal oferir acompanyament i suport. La formació en mediació lectora pot ser cabdal per a tots els agents implicats en el Pla. I les biblioteques escolars són un recurs essencial per oferir el servei a la població escolar i les seves famílies.

De ben segur que els programes i projectes que es desenvolupen en l'àmbit de les lletres i l'educació en el moment de redactar aquest Pla d'acció són molt diferents dels que realment es consolidin d'aquí a uns anys, degut a l'aplicació d'aquest Pla de foment de la lectura 2026-2029. De moment es recullen les accions de mediació actuals (2025), que se centren bàsicament en dos aspectes: la mediació en la lectura, per tal d'acostar les obres literàries a la població, i la mediació cultural, que té per finalitat fomentar la connexió de les biblioteques i la Casa de les Lletres amb altres agents, entitats, col·lectius i institucions, per tal de fer una xarxa coordinada d'acció cultural i alhora cercar la inclusió de col·lectius vulnerables o allunyats de l'ús dels serveis culturals. El paper de la mediació és especialment

clau en les biblioteques, ja que treballen per promoure l'accés al coneixement, i també l'accés a la participació ciutadana.

El Servei Municipal de Biblioteques, en tant que servei cultural bàsic, ha de treballar conjuntament amb les escoles, el Pla educatiu d'entorn, el Centre de Recursos Pedagògics, els serveis d'educació (IMET) i Tarragona Jove, associacions i col·lectius locals per crear sinergies i projectes conjunts posant les persones en el centre de les accions i tenint en compte el context real.

El Servei Municipal de Biblioteques neix amb la Biblioteca Pepita Ferrer de Torreforta, al voltant de la qual es desenvoluparà la futura xarxa de biblioteques de proximitat. La biblioteca esdevé un punt d'accés a la cultura, facilita instruments per satisfer les necessitats d'informació, formació i lleure a tota la ciutadania, crea i fomenta l'hàbit lector i el plaer de la lectura, dona oportunitats per al creixement personal i creatiu, reivindica les arts i els descobriments científics i fomenta la innovació. En aquest sentit, des del Servei Municipal de Biblioteques s'organitzen un ventall divers d'activitats i s'ofereixen eines i recursos per fomentar el creixement i l'autonomia personal, com són:

- Clubs de lectura com a espai de relació virtual o presencial on expressar opinions i reflexions sobre una lectura, especialment pensat per a persones amb pensament crític i ganes de llegir i de compartir opinions sobre lectures interessants. Els clubs són dirigits per una persona que modera i dinamitza les sessions. Actualment es compta amb quatre clubs de lectura: Somnis de Paper de 6 a 9 anys; Somnis de Paper de 10 a 12 anys; Lectura en Moviment, de 12 a 16 anys, i el Club de Lectura d'Adults.
- Norai, històries a la fresca. Per gaudir de l'oralitat, aquesta capacitat humana que ens ajuda a relacionar-nos i a mantenir viva la nostra memòria i la nostra història, la de tothom, des de sempre. És un circuit de relats vius que es desenvolupa en diferents espais de la ciutat, i que convida a seure plegats i parlar l'orella.
- Bibliocasal, on els nens i nenes fan activitats relacionades amb la pintura, l'escultura, l'arquitectura i el cinema. L'activitat és oberta a infants de 6 a 12 anys i es desenvolupa durant dos matins setmanals dels mesos de juliol i agost.
- Tallers familiars: per emportar-se, per a persones curioses... Activitats pensades per gaudir i aprendre, i així promoure la participació en la cultura d'infants, adults i famílies.
- Portes enfora. Projectes comunitaris que, més enllà de les parets de la biblioteca, acosten els llibres i la cultura a la ciutadania i la reivindiquen com un servei de proximitat: Bibliocarrer, Bibliomercat, Sant Jordi a Ponent i participació en festivals culturals de la ciutat.
- Activitats culturals que acull la biblioteca adreçades a tota classe de públic, com ara xerrades, presentacions, exposicions i esdeveniments diversos.
- Activitats i projectes de col·laboració amb el Pla educatiu d'entorn i la comunitat educativa, destinats a infants i joves, per enfortir els vincles dels centres i la biblioteca: «Lliga el conte i passa'l», visites escolars, visites formatives, Edunauta, Certamen Olga Xirinacs, «Música i entorn», «Lectura i entorn», «Storytelling», «Maletes viatgeres», «SOS llegim» i col·laboracions amb la URV.
- Raconet Lector. Un espai de contes per als més menuts que s'ofereix setmanalment al Centre Cultural Antic Ajuntament per treballar reflexions al voltant de la inclusió, el gènere, la diversitat o la sostenibilitat.

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

La Casa de les Lletres és un servei públic que té com a missió l'impuls, la coordinació i l'acolliment de les activitats i iniciatives que giren al voltant de la creació literària i la lectura a la ciutat de Tarragona. S'hi fomenta la tasca de mediació i prescripció lectora mitjançant activitats de suport a la creació i la difusió literàries, com són premis literaris, cicles de conferències, recitals de poesia, lectures dramatitzades, presentacions de llibres, programes de ràdio i altres iniciatives que donen visibilitat al sector de la creació literària. A més a més, amb activitats com els clubs de lectura, els programes de recomanació de llibres i altres espais de trobada entre autors i lectors, des de la Casa de les Lletres es connecta i s'acosta la lectura i l'escriptura a un gran diversitat de persones i agents i en fomenta la participació tant individualment com col·lectivament.

Comunicació. La comunicació de les activitats relacionades amb les lletres i les biblioteques es canalitza des de l'Àrea de Comunicació municipal mitjançant el lloc web, l'agenda cultural i les xarxes socials, i també amb cartellera específica i reforços comunicatius en xarxes i espais de relació. Partint de la premissa que les biblioteques són un punt de trobada entre la comunitat lectora, els centres educatius, el Centre de Recursos Pedagògics, col·lectius i associacions, possibles futurs lectors i lectores, institucions i organismes, la xarxa de relacions que es genera és molt extensa i enriqueix la gestió del dia a dia. I igualment entre les entitats, que creen aliances per tirar endavant projectes concrets i que treballen en unes xarxes naturals de complicitats i treball col·laboratiu amb una finalitat comuna: entitats, llibreries, editorials, escriptors, altres departaments municipals i institucions públiques.

4.1.1. Oficat TGN

L'Oficina de Promoció del Català (Oficat TGN) té les funcions d'oferir cursos de català de nivell inicial per a persones nouvingudes i persones que no el parlen, per contribuir a atendre la gran demanda que hi ha actualment i reforçar el sistema d'acollida de la nostra ciutat. És important dedicar esforços en aquest sentit també per millorar el dret d'accés a la cultura mitjançant l'aprenentatge, precisament, de la llengua catalana, que cal reforçar com a eina vehicular i d'expressió de cultura, identitat i cohesió social.

A banda, l'Oficat també té el mandat d'impulsar i realitzar accions de promoció de l'ús social del català; oferir assessorament sobre drets lingüístics i contribuir a fer complir la normativa lingüística; oferir informació sobre recursos i serveis de què disposa la nostra ciutat a l'entorn de les necessitats lingüístiques de la ciutadania; coordinar i dinamitzar la promoció i l'ús del català en tota l'activitat municipal, i divulgar informació d'interès sobre la llengua.

Treballa en coordinació amb els serveis presents a la ciutat de la Conselleria de Política Lingüística de la Generalitat i del Consorci per a la Normalització Lingüística (Centre de Normalització Lingüística de Tarragona).

4.5. Programes educatius del patrimoni immaterial i la cultura d'arrel tradicional

El programa educatiu de Festes té la voluntat d'apropar l'alumnat d'educació infantil, primària i secundària a la cultura d'arrel tradicional de la ciutat i divulgar la cultura tradicional tarragonina. Mitjançant diferents activitats, l'alumnat descobreix i aprèn les expressions i el sentit del patrimoni immaterial i també del festiu. Els aprenentatges participatius promouen el coneixement, així com les actituds de respecte, interès i valors

socials, i enforceixen la relació de l'alumnat amb l'entorn més proper. Els projectes dedicats a aquesta divulgació participada són:

- Visites guiades a la Casa de la Festa com a espai de coneixement, conservació i divulgació de la cultura popular i tradicional de les festes de Santa Tecla, les quals actualment gestionen entitats externes.
- Santa Tecla a les Escoles, que es presenta com una eina de divulgació de les festes de Santa Tecla als centres educatius de la ciutat, els quals són visitats per les diferents entitats del Seguici per exposar les seves característiques, orígens i sentit dins les festes.
- Edició de les carpetes pedagògiques de les festes de Carnaval i de Santa Tecla, que, adreçades als centres escolars, compten amb material didàctic per donar a conèixer les seves característiques i peculiaritats perquè l'alumnat, acompanyat i guiat pel professorat, el pugui treballar a l'aula.
- Versots als instituts, un taller que culmina amb un concurs i que ajuda a contextualitzar la festa entre els més joves. L'objectiu del taller és que els estudiants aprenguin a fer versots, una finalitat que inclou el procés més tècnic del funcionament del vers (mètrica i rima, sobretot, però també lèxic i recursos estilístics) en la representació del ball parlat (entonació, dicció, projecció de la veu...). Escriure versots i dir-los al carrer i a la plaça; això sí, sense cap mena de censura. S'adreça a alumnes de 4t d'ESO i 1r de batxillerat i hi participen els instituts Martí i Franquès, Pons d'Icart, Torreforta, Tarragona, Sant Pere i Sant Pau i Campclar.

Comunicació. La comunicació generada en aquests projectes és interna i directa entre les persones que gestionen les festes i els projectes educatius i les escoles del municipi. Les visites a les escoles queden recollides, com un acte més, al programa de les festes, igual que les visites guiades que es fan en dies assenyalats del cicle festiu.

Xarxes i espais de relació. Pel que fa a espais de relació, aquests programes treballen en diverses dimensions: l'Àrea de Cultura i entitats externes, de manera indirecta mitjançant convenis, contractes o acords de col·laboració, i a més a més els centres educatius; en el cas de Santa Tecla a les Escoles, també les entitats i associacions del Seguici festiu que executen el programa; i en el cas dels tallers de versots, són organitzats per l'Associació de Professionals i Estudiosos en Llengua i Literatura Catalanes (APELLC) i el Departament de Llengua i Literatura de l'Institut Antoni de Martí i Franquès i hi col·laboren els departaments de Llengua i Literatura Catalanes dels instituts participants i el Departament de Filologia Catalana de la URV.

4.6. Programes de mediació des de suport a la creació i la pràctica cultural

S'ofereix formació en llenguatge adaptada al perfil dels destinataris, amb la voluntat de fomentar la participació de tothom i garantir l'accés universal a la cultura, siguin professionals o en via de professionalització, artistes amateurs o persones que es volen iniciar en la pràctica cultural. Entre els serveis oferts hi podem trobar:

- El Gimnàs Escènic, com a espai d'entrenament del cos, la veu i la ment en el qual, mitjançant càpsules formatives de les arts escèniques, es poden treballar físicament

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

i de manera integral diverses disciplines per al desenvolupament i la millora del benestar. A més a més, de cada Gimnàs Escènic se'n fa un extracte en forma de píndola audiovisual que forma part de la Farmaciola Cultural i que es pot recuperar en qualsevol moment.

- Accions formatives i recursos d'autoaprenentatge amb informació d'utilitat i interès per a associacions i col·lectius que incideixen en l'àmbit cultural, com és la documentació necessària per constituir una associació o mantenir-la al dia, elaboracions de projectes culturals o també projectes de creació artística comunitària.
- Projectes d'incidència sociocultural com a eina de transformació de l'entorn i que acull projectes de recerca, creació i projecció de creacions que incideixen en el teixit comunitari. És el cas del projecte de mediació i acció comunitària La Moixonera, enfocat a joves d'entre 16 i 30 anys amb inquietuds per la creació artística i la formació en treball corporal, teatre físic, veu, interpretació o altres disciplines escèniques. Té per objectiu explorar el poder del cos com a protagonista de la narració escènica i oferir als participants un espai on puguin experimentar, crear i compartir noves formes d'expressió artística.

Comunicació. La comunicació de les activitats del Gimnàs Escènic i de La Moixonera es du a terme des de les xarxes municipals, així com mitjançant la programació del Centre Cultural Antic Ajuntament i la cartellera específica en aquest espai, que fins ara ha estat la seu dels projectes. La Moixonera compta amb la participació d'una relatora, que documenta gràficament les accions que s'hi realitzen.

Xarxes i espais de relació. El Gimnàs Escènic és un projecte iniciat entre Cultura i la Xarxa de Centres Cívics com a grup promotor. A partir d'aquí es creen relacions amb altres institucions, entitats i col·lectius de l'àmbit educatiu i de la salut, especialment, pel que fa a la difusió i les propostes de les temàtiques a tractar. Pel que fa a La Moixonera, el grup motor és més ampli i compta amb la Xarxa de Centres Cívics, Joventut, IMET, Escèniques i suport a la creació i la pràctica cultural. A més a més, el programa compta amb prescriptors que estableixen sinergies amb altres persones, possibles formadors, persones interessades en el projecte, etc. Es tracta d'un programa d'especial interès degut al caràcter comunitari i de mediació, que avança amb treball col·laboratiu i en què totes les persones que formen part del procés se senten representades.

4.7. Programes educatius i de mediació des de les polítiques socioculturals

— *Des de l'àmbit de joventut.* Un dels reptes del Pla local de joventut de l'Ajuntament de Tarragona se centra a universalitzar la cultura entre la població juvenil: treballar perquè l'oferta cultural i educativa respongui als objectius educatius i socialment cohesionadors. Així doncs, l'educació cultural, com a dimensió estratègica de suport als joves, apareix en la majoria dels projectes i accions proposats en aquest sector poblacional. S'hi poden trobar:

- Programació d'activitats, cursos i tallers
- Laboratoris de creació experimental i d'aprenentatge significatiu
- Formació als participants en la Mostra de Teatre Jove
- Formació en art urbà i actuacions a l'espai públic
- Jornades de reflexió en relació amb l'educació i la cultura

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

- Aules temàtiques: teatre, cuina, idiomes, cinema, creació d'espectacles, manualitats...
- Aules de suport a l'estudi i el treball en grup que, conjuntament amb Educació, Centres Cívics i Cultura, es posen a disposició en diferents espais
- Zona Cultura Kesse: actes i espectacles fets per i per a joves
- Aules d'arts escèniques: espais de creació i suport a la producció
- Assessorament i acompanyament a iniciatives juvenils
- Activitats puntuals durant tot l'any en cicles trimestrals
- Casals de Nadal i de Setmana Santa
- Orientació acadèmica i professional: es porta a terme a l'Espai Jove Kesse i ofereix tutories individualitzades per detectar necessitats específiques i oferir assessorament personalitzat. També s'hi duen a terme tallers grupals sobre tècniques d'estudi i aprenentatge, gestió del temps, estratègies per preparar exàmens, etc. La persona de suport també proporciona informació sobre opcions acadèmiques i professionals, incloent-hi assessoria sobre itineraris educatius, beques, etc., i recursos educatius (llibres, guies d'estudi, eines digitals, etc.). Així mateix, també s'ofereix suport en la realització dels deures i treballs.

Comunicació. Partim d'una aplicació de la intervenció amb joves des dels trets i condicionants propis de l'etapa juvenil. Les polítiques afirmatives fixen el fonament del marc d'actuació estratègica postulant per a l'educació i la cultura els dos eixos bàsics i principals per treballar amb joves.

El desenvolupament educatiu i cultural, en tant que projecten aprenentatges significatius i vivències transformadores, incorpora en si mateix la transferència i la compartició de les diferents propostes i recursos entre la mateixa població jove. És, per tant, la comunicació social entre iguals, una de les principals estratègies comunicatives per les quals s'aposta amb escreix.

Com a principals eines i mecanismes de comunicació i difusió dels projectes i les accions proposats, cal citar els següents: el web tarragonajove.org, els butlletins electrònics, les xarxes socials (Instagram, TikTok, YouTube), l'enregistrament i l'emissió en directe dels actes Cultura Kesse, els programes trimestrals de temporada i els programes i cartells extraordinaris per als diferents cicles d'exhibició i producció cultural.

Xarxes i espais de relació. Des del desenvolupament comunitari es promou el rol actiu de la gent jove com a promotora i protagonista de propostes d'acció, execució i avaluació, així com també es generen relacions mitjançant els espais de trobada, intercanvi i relació en les formacions i produccions culturals i amb els instruments d'exposició i recollida d'opinió dels programes educatius i culturals.

— *Des de l'àmbit sociocomunitari.* La Xarxa de Centres Cívics de Tarragona, dotada d'equipaments públics, treballa amb un model caracteritzat per l'atenció a les persones i que situa la cultura i l'acció comunitària al centre de la intervenció. Així doncs, amb la visió educadora, socialitzadora, d'intercanvi, de participació i de construcció col·lectiva, i mitjançant la proposta d'activitats culturals de forma directa o bé mitjançant la cessió dels usos dels equipaments, s'intensifica la relació entre cultura i educació. Des dels centres cívics es treballa a partir de diferents modalitats d'acció: la programació, els projectes i els serveis, tots ells emmarcats dins de quatre programes estratègics que es complementen

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

entre si i que permeten fer operatius i portar a la pràctica els objectius estratègics de la Xarxa de Centres Cívics. Dins dels programes destaca el Programa d'animació sociocultural, on es desenvolupen els projectes següents:

- Programació de cursos i monogràfics: programació temporal d'activitats estacionals i cursos per fomentar la relació i l'aprenentatge.
- Programa d'oci i lleure educatiu. El programa de lleure infantil i familiar esdevé una proposta de caràcter educatiu, en un espai no formal, orientada al desenvolupament infantil i familiar a través del joc, la joguina i la narrativa infantil. Dins d'aquest programa s'inclouen les cinc ludoteques municipals i una jugoteca municipal.

A més a més, els centres cívics esdevenen espais de relació i intercanvi entre persones, serveis i associacions i acaben facilitant espais de cooperació i treball compartit des del territori. La confluència de diverses iniciatives en un mateix espai per compartir, pensar i desenvolupar projectes conjuntament els atorga un gran potencial relacional i col·laboratiu.

— *Des de l'àmbit de la cooperació.* Un dels objectius del Pla local de cooperació és impulsar l'educació per a la ciutadania global, entesa com a procés d'aprenentatge que ajuda a comprendre de forma crítica el món on vivim i ajuda a tenir el compromís amb la defensa de la pau, els drets humans, la sostenibilitat i la reducció de les desigualtats. Per tant, mitjançant documentals, teatre, exposicions, xerrades, música, cinema, jornades temàtiques, taules rodones i formacions es fomenta aquest aprenentatge basat en el lligam d'educació i cultura com a eines de transformació. Concretament, es duen a terme:

- Xerrades i espais de reflexió
- Exposicions
- Caixes pedagògiques en centres educatius
- Contes CooperActius
- Projectió de documentals i pel·lícules
- Programació d'espectacles
- Tallers experimentals
- Subvencions d'educació per a la ciutadania global

Comunicació. Es treballa per peces comunicatives associades a les intervencions de cooperació i les activitats de sensibilització. Les notícies, en format escrit i audiovisual, serveixen tant per alimentar el web i les xarxes socials de l'Ajuntament com per als mitjans de comunicació locals. El Departament de Cooperació compta amb un usuari de xarxes socials propi per emetre i compartir qualsevol notícia, article o acció, també amb la finalitat de modular discursos que fomentin la transformació social, la justícia global, la solidaritat i la cultura de la pau. També es comprèn com un valor metodològic tota acció de rèplica en els espais de comunicació social i acompanyar les publicacions i els activismes locals que es fomenten des dels moviments, les plataformes i l'associacionisme local en l'àmbit de la cooperació i l'educació per a la justícia global. Puntualment, s'activen campanyes de sensibilització mitjançant càpsules de creació audiovisual i articles a les xarxes socials pròpies del Departament de Cooperació.

Xarxes i espais de relació. La xarxa principal per la qual s'estableixen espais de relació i intercanvi en matèria d'educació i cooperació és el mateix Consell Municipal de Cooperació. Aquest òrgan de participació i consulta ofereix oportunitats per compartir estratègies i agendes de treball. Mitjançant els plans anuals d'actuació, es posen sobre un mateix

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

calendari les accions i els tallers que es promouen des de cadascuna de les entitats que formen part del Consell. A la vegada, l'Ajuntament de Tarragona forma part de xarxes municipals per a la defensa dels drets humans. Mitjançant el cicle Ciutats Defensores de Drets Humans, s'ofereixen marcs de protecció a les persones defensores i se les acull a Tarragona en jornades intenses de reflexió i diàleg amb centres educatius i entitats interessades en la seva causa o lluita.

— *Des de la Conselleria de Comerç.* La Conselleria de Comerç organitza el Parc de Nadal, que es porta a terme al Recinte Firal de Tarragona. Aquest Parc busca acostar el Nadal a tots els infants i les famílies, creant un espai ideal per gaudir en conjunt, compartir, fomentar la creativitat i aprendre en família. La vistositat, la decoració i el contingut acompanyen les propostes d'activitats, tallers i atraccions, que es plantegen en un entorn tranquil en horari de matí —inclou una zona de calma— que a la tarda s'amplia a més activitats de moviment i il·luminació. Adreçat a nens i nenes de 0 a 12 anys, compta amb espectacles familiars, col·laboracions d'entitats socials tarragonines i altres tallers i propostes culturals i educatives.

4.8. Programes educatius de divulgació del patrimoni i la història

Museu d'Història de Tarragona

El Museu d'Història de Tarragona és l'encarregat principal de la divulgació del patrimoni i la història i organitza diverses activitats amb aquesta finalitat i amb la voluntat d'englobar diferents tipus de públics, agrupant-les en tres grans blocs: activitats per a les famílies, activitats educatives i activitats per a tots els públics.

Aquestes activitats es desglossen en el Pla d'acció de divulgació del patrimoni i la història de forma àmplia. En aquest Pla només es fa una breu referència a les activitats familiars i de tots els públics, i es despleguen les activitats educatives i del Tàrraco Viva. Com a activitats familiars, es duen a terme activitats com «L'estrany sepulcre egipci», que pretén explicar la història de Tarragona d'una manera didàctica i enfocada a infants de 6 a 12 anys, destacant el patrimoni de la ciutat i fomentant l'aprenentatge de la història a través del joc i el coneixement dels monuments del Museu d'Història.

Pel que fa a les activitats per a tots els públics, hi destaquen propostes com «Tarragona amb ulls de...» la comtessa Agnès o el canonge Foguet, que aborden la història amb un enfocament divulgatiu, fent visibles aspectes menys coneguts i reivindicant el paper dels seus protagonistes, especialment el de les dones; o bé l'acció «Quan els objectes parlen», mitjançant la qual s'exposen peces de la col·lecció del Museu d'Història a la vitrina de la Casa Castellarnau, visible des del carrer Cavallers. En aquest sector de públic destinatari també es recullen un seguit de rutes per Tarragona, com són «Tarragona llegendària», la «Ruta del Pont del Diable» o «Un passeig modernista», i accions més puntuals com ara «Tal dia com avui: la mort d'August» o «Io, Saturnalia!».

Pel que fa a les activitats educatives, es destaquen les següents:

«*L'escola visita Tàrraco*». Les activitats educatives són, en si mateixes, una eina fonamental per a la difusió de la història. «L'escola visita Tàrraco» és una activitat —dissenyada conjuntament amb l'IMET— per descobrir com era passar un dia a l'antiga ciutat de Tàrraco

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

a través de diverses dinàmiques i la visita als monuments gestionats pel MHT. És una activitat dinamitzada per entendre la civilització i la cultura romanes, i el recorregut es fa pels monuments de l'antiga ciutat de Tàrraco: Mapping Tàrraco, Passeig Arqueològic - Murallles romanes, Circ romà i Amfiteatre.

Amb aquesta acció, que pretén anar més enllà d'una visita guiada tradicional, es busca la projecció de l'activitat, de forma amena, per augmentar la motivació i millorar l'experiència d'aprenentatge. A través del Mapping Tàrraco l'alumnat, guiat per l'esclava Melpòmene, pot transportar-se en el temps per conèixer la vida quotidiana dels romans.

Els seus objectius són:

- Conèixer i valorar el patrimoni romà de la nostra ciutat.
- Veure la ciutat com un agent educatiu d'alt valor per potenciar el sentiment d'arrelament i pertinença.
- Valorar la importància de les fonts històriques i arqueològiques com a base per a l'estudi de la història.
- Remarcar la importància de protegir el patrimoni històric i arqueològic.

En el moment de redactar aquest Pla d'acció, el Museu d'Història i l'IMET es troben en un procés de recuperació de l'activitat «Adopta un monument», amb què les llars d'infants, els col·legis i els instituts es vinculen a un monument de la ciutat i els alumnes es converteixen en els seus ambaixadors.

En relació amb el festival Tarraco Viva, es desenvolupen un seguit de projectes socials i de col·laboració que es projecten en l'àmbit del binomi cultura-educació que són d'especial interès en aquest Pla d'acció i que es detallen a continuació.

Un dels objectius del festival Tarraco Viva és facilitar un espai de participació dels ciutadans de Tarragona en la gestió del patrimoni històric com a impulsors i realitzadors de propostes actives, i també perquè els ciutadans sense vinculació professional amb el patrimoni històric puguin fer sentir la seva veu i la seva voluntat de participació en la gestió del patrimoni. Alhora, també pretén potenciar i estimular l'interès per la història en els col·lectius escolars, perquè, en el futur, els alumnes siguin ciutadans amb la idea del valor cultural —i, per tant, humà— del patrimoni històric. Així, el festival Tarraco Viva té com a valor fonamental la divulgació històrica i prioritza el valor didàctic de les propostes d'activitats per sobre del seu valor escènic. Per tant, el programa, dissenyat per connectar la població amb els equipaments i els espais patrimonials i de recreació, aporta plans, activitats, recursos educatius i formacions en l'àmbit de la divulgació del patrimoni cultural.

Algunes de les activitats que es desenvolupen fins al moment de redactar aquest Pla d'acció són les següents:

- «Juguem com jugaven les nenes i nens romans de Tàrraco». Els alumnes de 5è d'EP de les escoles del Tarragonès practiquen els jocs que jugaven els infants de Tàrraco.
- «Un dia a Tàrraco». Una jornada educativa per gaudir del món clàssic, amb gimcana epigràfica, lliurament dels Premis Odissea, recreació de gladiadors, monòleg històric, etc., adreçada als alumnes de segon cicle d'ESO i batxillerat.
- «Ludi Constantinenses». Un circuit de jocs romans diversos per gaudir del conjunt monumental de Centcelles i compartir la passió pel món clàssic, adreçat a alumnes de Llatí de 4t d'ESO dels instituts.

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

- «Recrea la història». Projecte pedagògic d'aprenentatge, servei i metodologia participativa per fomentar l'interès del jovent pel llegat històric de la cultura romana de Tarragona, utilitzant l'estratègia de la recreació històrica com a eina de divulgació històrica: fer interessar els joves en la història i saber-la explicar. Els alumnes han d'acabar fent una recreació històrica d'un tema del món clàssic, treballant les diferents fases del procés que comporta: recerca d'informació, classes i tallers a càrrec d'especialistes, visites a llocs d'interès, elaboració d'un guió històric, assajos i representació final. Aquesta recreació històrica com a eina d'aprenentatge està coorganitzada amb el CFGS d'Animació Sociocultural i Turística.

El festival coorganitza diverses iniciatives de l'àmbit social, o hi col·labora:

- «Matins en família a Tarraco Viva!». És una activitat coorganitzada pel Pla educatiu d'entorn de Tarragona, la Xarxa de Centres Cívics de Tarragona i el festival Tarraco Viva, i s'adreça a famílies amb infants a partir de 6 anys, a qui ofereix l'oportunitat de conèixer el patrimoni mentre gaudeixen d'activitats, tallers i recreacions històriques.
- Club de lectura taller «Llegim clàssics». Està coorganitzat per la Biblioteca Pública de Tarragona, La Casa dels Clàssics, Biblioteques de Barcelona, Museu Nacional Arqueològic de Tarragona i el festival Tarraco Viva. La dinamització diària del grup, a través de la plataforma Tellfy, la porta a terme l'equip de La Casa dels Clàssics.
- Biblioteca Pepita Ferrer de Torreforta. Taller de jocs o enigmes per a famílies amb infants de 6 a 12 anys.
- Tarragona Jove. Els «Enigmes nocturns» són una proposta d'oci nocturn alternatiu per a joves que, a partir d'un format competitiu en petits grups, intenten resoldre un misteri o enigma a partir de la investigació, la deducció, la recerca... Els enigmes els apropen la ciutat d'una manera diferent, interactuant amb el patrimoni. En diferents èpoques de l'any, i des del 2008, des de Joventut de l'Ajuntament de Tarragona es programen aquestes propostes, i també dins del Festival Tarraco Viva; en aquest cas, consisteix en un seguit de preguntes específiques d'aquesta temàtica a l'app del joc Tgn Jove.

Així mateix, s'organitzen i programen —fonamentalment, en cap de setmana— tot un seguit d'activitats per a un públic familiar, infantil i juvenil: tallers, jocs en família, itineraris, enigmes, etc. Informació: <<https://www.tarracoviva.com>>.

Comunicació. Els projectes educatius de Tarraco Viva es comuniquen amb la programació del mateix festival, que compta amb web propi, així com per xarxes socials i nombrosa publicitat en forma de bàner, butlletí d'informació, tòtems publicitaris, opis, expositors enrotllables (*roll-ups*), programes, catàlegs... A més a més, aquestes activitats es comuniquen directament als centres escolars, amb els quals es treballa l'assistència i la participació directa en alguna d'aquestes activitats. Els recursos i materials divulgatius del festival són especialment els catàlegs, els vídeos i els enllaços d'interès.

Xarxes i espais de relació. A més de la relació entre l'Àrea de Patrimoni i els centres escolars, el festival aposta per les produccions pròpies i les dinàmiques que es produeixen al seu voltant, i d'aquesta manera, també des de la perspectiva de l'educació, es generen relacions entre aquests centres escolars i professionals de la història, l'arqueologia i alguna empresa professional de divulgació del patrimoni.

Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona

Les eines de divulgació de l'Arxiu són tots aquells esdeveniments, activitats i propostes que es duen a terme per donar a conèixer el patrimoni documental i fotogràfic dipositat a l'Arxiu i que fan referència a la ciutat de Tarragona, amb l'objectiu d'estendre i ampliar el coneixement de la història de la ciutat i la valoració d'un patrimoni que cal conservar, difondre i transmetre a les noves generacions en les millors condicions.

L'objectiu d'aquestes activitats és difondre la riquesa documental i gràfica de l'Arxiu i apropar a la ciutadania el patrimoni documental de la ciutat. També es donen recursos pedagògics per poder fer els treballs de final de cicle o per aprofundir en un tema en concret.

L'Arxiu treballa amb informació procedent del fons municipal i de fons externs cedits. Les accions que es duen a terme són les següents:

- Exposicions. S'organitzen exposicions de producció pròpia, però l'Arxiu també col·labora amb altres entitats i institucions cedint-los documentació o imatges. Les exposicions de producció pròpia generalment versen sobre una efemèride o commemoració per a la ciutat o bé perquè s'ha cedit un fons documental a l'Arxiu. Les exposicions es realitzen segons aquestes efemèrides o commemoracions, els llegats que s'hi han dipositat, etc., i generalment es produeixen entre una o dues exposicions anuals. Després aquestes exposicions poden mostrar-se en diferents espais municipals de la ciutat, com per exemple els centres cívics, l'espai expositiu de l'Antiga Audiència o el vestíbul del Teatre Tarragona, entre d'altres.
- Publicacions. Les publicacions serveixen per donar a conèixer el patrimoni documental i fotogràfic de l'Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona i del Centre d'Imatges de Tarragona, amb la publicació de documents que il·lustren un període o una efemèride històrica de la ciutat. Poden ser editades pel mateix Arxiu o bé en coedició, i se n'intenta publicar una anualment. Fins al moment de redacció d'aquest Pla s'han publicat deu números de la col·lecció «Quaderns d'Arxiu» i tres en col·laboració amb l'editorial Abans.
- #LaFinestradaArxiu. És una secció setmanal, publicada els dilluns o dimarts, i que utilitza plataformes com Facebook i Instagram per compartir continguts històrics i promoure la participació ciutadana. Mitjançant la divulgació del patrimoni documental, es pretén donar a conèixer documents o imatges relacionats amb els fons que es conserven a l'Arxiu, o bé les activitats que s'hi desenvolupen.
- Xerrades i conferències. S'ofereixen conferències i activitats que promouen la memòria i la investigació. Es programen entre tres i cinc xerrades anuals.
- Rutes pedagògiques o visites guiades a les dependències de l'Arxiu. Durant les visites guiades per les instal·lacions de l'Arxiu s'explica el funcionament del centre i es donen a conèixer els tipus de documents que s'hi conserven. Aquestes visites no només ajuden a donar a conèixer el patrimoni documental i gràfic, sinó que també serveixen per explicar el funcionament de l'Arxiu des d'un vessant administratiu. Estan adreçades especialment a alumnes universitaris, instituts, escoles i centres de formació no reglada o d'ocupació, així com a entitats interessades. El servei s'ofereix al llarg de l'any.

Comunicació. L'Arxiu fa la difusió i comunicació de les accions mitjançant el web municipal, l'agenda, xarxes socials i també via correu electrònic als usuaris de l'Arxiu. Per treballar el

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

disseny, la comunicació i la difusió sempre compta amb altres serveis municipals, especialment amb Disseny Gràfic, per produir les exposicions, i amb Comunicació Corporativa, per redactar les notes de premsa o recórrer al servei de correcció. A més, compta amb Protocol i Relacions Ciutadanes.

Participació. L'Arxiu afavoreix el contacte amb diferents ens per poder custodiar els diferents fons documentals i d'imatges d'empreses, associacions i personalitats rellevants de la ciutat o per a la ciutat.

Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

Des de la Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona (BHMT) es realitzen diverses «Passejades amb història» per descobrir diferents indrets de la ciutat, així com accions del Cicle Patrimoni de Tarragona que donen a conèixer el món dels llibres i les biblioteques, a través de personatges de la història de la ciutat, mitjançant conferències, visites, exposicions, concerts i recitals. També es compta amb el cicle «Dones a la història de Tarragona», que reivindica el paper de les dones tarragonines que han destacat en diferents àmbits al llarg de la història i fins a l'actualitat, o altres rutes per la ciutat com «Caminant sobre la Mina de l'Arquebisbe». Aquestes accions i projectes es desenvolupen de manera àmplia en el Pla d'acció de divulgació del patrimoni i la història.

Programa de memòria democràtica

L'objectiu principal del Programa de memòria democràtica és la recuperació, salvaguarda i divulgació de la memòria democràtica, especialment des de la Segona República fins a la Transició democràtica (1931-1982).

Així doncs, en aquest àmbit de memòria històrica i democràtica de Tarragona s'engloben les commemoracions, les publicacions i els materials de consulta, els audiovisuals, les exposicions virtuals, les visites guiades i les activitats pedagògiques que s'han anat desenvolupant. Aquestes accions i projectes es recullen àmpliament en el Pla d'acció de divulgació del patrimoni i la història.

5. Avaluació i seguiment

Per poder avaluar els programes i projectes que treballen l'educació i la cultura, cal un procés de reflexió per part de totes les persones que treballen aquest binomi. Aquesta avaluació és una oportunitat per millorar les línies d'acció, els programes, els projectes i les activitats que s'hi desenvolupen, i generar un aprenentatge col·lectiu. A més a més, l'avaluació serveix com a retiment de comptes i de transparència.

Cada sector que desenvolupa programes, projectes i accions en relació amb el binomi cultura-educació es regeix pels seus objectius específics i els indicadors de seguiment i avaluació concrets que ha de complir.

Des d'aquest Pla d'acció de cultura i educació es recullen les dades de les memòries que incideixen en aquest Pla, i se'n farà el seguiment en funció dels objectius específics. Per fer aquest seguiment, es duen a terme reunions periòdiques del grup transversal Tarragona Cultura com a eina de treball col·laboratiu i de corresponsabilitat en aquest àmbit. Per altra banda, es convocarà el grup motor de cultura i educació per fer un treball conjunt per consensuar objectius i estratègies.

Annex 4. Pla d'acció de cultura i educació 2029

El Pla d'acció de cultura i educació té una durada de quatre anys, al final dels quals serà revisat i es proposaran millores i línies estratègiques adients a la situació de consolidació i reconeixement de les accions i els projectes municipals educatius i culturals.

Accions i indicadors d'avaluació del Pla d'acció de cultura i educació

Afavorir la comunicació i el treball conjunt estable educació-cultura i connectar el sector artístic i cultural amb l'educació reglada.	Nombre de reunions del grup motor de cultura i educació Nombre de projectes i activitats que es treballen en el binomi cultura - educació reglada Nombre de centres participants en projectes i activitats de cultura i educació reglada Nombre d'alumnes participants en projectes i activitats de cultura i educació reglada
Donar suport als centres educatius per acollir projectes per promoure les arts i la cultura a les aules, més enllà de l'ensenyament obligatori, per incrementar les oportunitats educatives, culturals i artístiques de l'alumnat i les seves famílies.	Nombre de projectes de promoció de les arts i la cultura a les aules, més enllà de l'ensenyament obligatori Nombre de centres participants en els projectes de promoció de les arts i la cultura a les aules, més enllà de l'ensenyament obligatori Nombre d'alumnes participants en projectes de promoció de les arts i la cultura a les aules, més enllà de l'ensenyament obligatori
Impulsar projectes destinats a connectar la cultura popular i els centres educatius, per tal de fomentar l'aprenentatge de les tradicions i els elements del cicle festiu de la ciutat.	Nombre de projectes de promoció de la cultura popular, les tradicions i els elements festius Nombre de centres participants en els projectes de promoció de la cultura popular, les tradicions i els elements festius Nombre d'alumnes participants en projectes de promoció de la cultura popular, les tradicions i els elements festius

Promocionar projectes d'educació i de formació culturals i d'oci educatiu en l'àmbit no reglat.	Nombre de projectes d'educació i de formació culturals i d'oci educatiu en l'àmbit no reglat Nombre de participants en projectes educatius i formatius i d'oci educatiu en l'àmbit no reglat i cultural (desagregat per gènere)
Impulsar projectes de mediació de cultura i educació.	Nombre de projectes de mediació cultural Nombre de participants en projectes de mediació cultural (desagregat per gènere)

6. Annex. Equipaments

L'activitat educativa es desenvolupa principalment als centres educatius, però els programes i els projectes que treballen l'educació i la cultura amplien aquests espais per acollir iniciatives i necessitats no només educatives, sinó també socials i culturals. Per aquest motiu, es poden trobar projectes i activitats a l'IMET mateix, als centres cívics, en espais juvenils com Kesse i La Palmera, a Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies, als teatres de Tarragona, al Centre Cultural Antic Ajuntament, a la Casa de la Festa i, especialment, en places i carrers.

Xarxa de Centres Cívics

[<https://www.tarragona.cat/centrescivics>](https://www.tarragona.cat/centrescivics)

Institut Municipal d'Educació de Tarragona

[<https://www.tarragona.cat/educacio>](https://www.tarragona.cat/educacio)

Tarragona Jove

[<https://tarragonajove.org/>](https://tarragonajove.org/>)

Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies

[<https://medol.cat/projectes-educatius/>](https://medol.cat/projectes-educatius/>)

La Casa de la Festa

[<https://www.tarragona.cat/cultura/festes-i-cultura-popular/santa-tecla/fans-tecla>](https://www.tarragona.cat/cultura/festes-i-cultura-popular/santa-tecla/fans-tecla)

Centre Cultural Antic Ajuntament

[<https://www.tarragona.cat/cultura/suport-cultural/espais/ccaa/centres-culturals-antic-ajuntament-antiga-audiencia>](https://www.tarragona.cat/cultura/suport-cultural/espais/ccaa/centres-culturals-antic-ajuntament-antiga-audiencia)

Teatres de Tarragona

[<https://www.tarragona.cat/cultura>](https://www.tarragona.cat/cultura)

Annex 5 Pla d'acció sociocultural 2029

Índex

1 Introducció.....	129
2. Objectius	129
3. Principis rectors.....	129
4. Marcs d'acció	130
4.1. Programes impulsats pel Servei Municipal de Joventut.....	130
4.1.1. Cogestió, mediació cultural i acompanyament	131
4.1.2. Mostra d'iniciatives culturals.....	131
4.1.3. Teatre Jove	132
4.1.4. Joves, foment de la llengua, la lectura i la creació literària.....	133
4.1.5. Cessió d'espais i recursos de suport cultural	134
4.1.6. Difusió d'iniciatives culturals	135
4.1.7. Exposicions.....	135
4.1.8. Tallers i laboratoris de creativitat.....	136
4.1.9. Joves i patrimoni	137
4.2. Programes impulsats per Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+	137
4.2.1. Teta Fest.....	138
4.2.2. 8M	138
4.2.3. Pride	138
4.2.4. 25N	138
4.3 Programes impulsats per la Xarxa de Centres Cívics.....	139
4.3.1. Sortides. Rutes històriques i naturals de la ciutat	139
4.3.2. Escenari Viu.....	140
4.3.3. Crispetes	140
4.3.4. Exposicions.....	140
4.3.5. Activitats i monogràfics	140
4.4. Programes impulsats pel Servei Municipal de Cooperació.....	140
4.4.1. Festival Itinerant de Cinemes Africans de Catalunya	141
4.4.2. Cicle de programacions de cooperació	141

4.4.3. Cultura o Extinció	142
4.5. Programes impulsats per l'Àrea de Comerç	142
4.6. Programes impulsats per Capacitats Diverses	142
4.6.1. Festa per a Tothom. Geganta Frida	143
4.7. Programes impulsats per l'Institut Municipal de Serveis Socials	143
4.7.1. Sant Jordi	143
4.7.2. Projecte Veïna't Ponent	143
4.7.3. Gent Gran	143
4.8. Programes impulsats per Mercats de Tarragona	144
4.8.1. Feria de Abril	144
5. Avaluació i seguiment	144
6. Annex. Equipaments	146

1 Introducció

El terme *sociocultural* fa referència a la interrelació entre l'aspecte social i el cultural i la manera com aquests incideixen en les persones i la societat. Les accions col·lectives que es projecten des d'aquesta perspectiva reforcen la identitat cultural del col·lectiu i la comunitat. Tot es posa en relació i interactua en el context on es desenvolupa i es va perfilant la manera com s'organitza la comunitat, el seu estil de vida, els aspectes polítics i culturals, és a dir, el seu desenvolupament com a tal.

Els programes i les accions desenvolupats en l'àmbit sociocultural reflecteixen la diversitat cultural, la identitat, les creences i les conductes de la societat en la qual s'interactua, i alhora construeixen la definició col·lectiva, la cultura.

Per la seva amplitud, obertura i diversitat, la intervenció socioeducativa municipal es desenvolupa des de diferents àrees i serveis, amb la finalitat de posar en relació les persones i la societat i contribuir al seu desenvolupament, al canvi i a la transformació social. Cadascú, des de les seves competències, aporta els instruments necessaris per contribuir-hi, mitjançant programes i accions que fomenten especialment la participació de les persones i els col·lectius en formacions, pràctiques culturals, creació i cocreació artística i en els espais de trobada, debat i reflexió.

Des de les pràctiques socioculturals es projecta la millora de la qualitat de vida i el benestar de les persones, així com els valors democràtics, de participació, de pluralisme i d'inclusió. És per aquest motiu que, des del Pla estratègic Tarragona Cultura, cal definir les línies estratègiques que protegeixin aquestes finalitats i tinguin en compte les persones i les comunitats.

2. Objectius

- Afavorir i impulsar un marc comú entre els equips que promoguin projectes socioculturals en l'àmbit municipal.
- Engagar projectes de mediació entre l'àmbit cultural i els contextos comunitaris.
- Fomentar la pràctica artística i cultural, així com programes culturals generats des de perspectives socials específiques, com són la territorialitat, les diversitats cognitives i funcionals, les accions per a joves i gent gran i la diversitat cultural i de gènere.

3. Principis rectors

L'accessibilitat a la cultura és un dret universal que cal garantir mitjançant polítiques públiques que promoguin una cultura inclusiva, sense distincions de gènere, ètnia, capacitats o situació socioeconòmica.

Des del Pla d'acció sociocultural s'estableixen els principis rectors que obliguen les accions transversals municipals a generar espais de trobada i participació cultural en igualtat d'oportunitats.

Cal garantir l'accessibilitat cultural i utilitzar-la com a agent d'inclusió social. Just des del Pla d'acció sociocultural cal impulsar espais pensats per a totes les persones, incorporant l'accessibilitat en la seva estratègia i des de l'inici de les accions.

Per altra banda, la diversitat, la varietat d'orígens, de necessitats, de maneres de ser i de fer de la comunitat, fa que les persones s'hi sentin integrades i que en formen part. És necessari entendre, comprendre i fomentar que les persones participin de manera paritària i lliure i alhora reconèixer les singularitats i diferències de cada persona i col·lectiu. Des d'aquesta mirada també es visibilitzen aquells col·lectius que han estat discriminats històricament i que requereixen un coneixement i reconeixement per a l'exercici dels seus drets socials i humans.

4. Marcs d'acció

El Pla estratègic Tarragona Cultura té la voluntat d'establir un marc de treball comú i línies de treball de les polítiques culturals a la ciutat de manera integral, és a dir, amb un treball municipal conjunt i transversal. Per aquest motiu, el Pla no només es planteja des de l'Àrea de Cultura, sinó que es recullen les propostes de l'àmbit cultural d'altres conselleries, amb la finalitat de treballar conjuntament i coordinadament en benefici de la ciutadania. Així doncs, el Pla d'acció sociocultural recull les propostes culturals dels serveis municipals de l'àmbit comunitari, social i cultural, com són els de Joventut, Xarxa de Centres Cívics, Cooperació, Institut Municipal de Serveis Socials, Capacitats Diverses, i Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+, entre d'altres. Cada àrea s'aproxima a l'objecte de treball des de lògiques tècniques diferents, però les actuacions d'una àrea poden complementar-se amb les virtuts de la resta i perfeccionar les accions que incideixen en la vida de les persones per contribuir al seu benestar.

4.1. Programes impulsats pel Servei Municipal de Joventut

La missió de Tarragona Jove és millorar la qualitat de vida dels joves i oferir-los uns serveis de proximitat que els acompanyin al llarg del seu procés de transició personal i que els donin suport en el seu desenvolupament amb la implementació de recursos i d'accions educatives i culturals que n'afavoreixin el protagonisme i la implicació i puguin formar-se, informar-se i expressar-se. Es compta amb un Pla local de joventut específic que determina les línies de treball de les polítiques municipals de joventut, emmarcat també en el Pla nacional de joventut de Catalunya, i també amb un catàleg de serveis que recull les activitats, els espais i els recursos destinats a aquesta població.

L'objectiu general dels programes culturals és fomentar accions i recursos per l'experimentació i la manifestació cultural, mentre que els objectius específics són promoure la formació, la creativitat i la pràctica experimental, impulsar cicles i programacions culturals per a l'exhibició, l'intercanvi i la difusió de les produccions i les iniciatives de creació jove, i informar, assessorar o acompanyar projectes i iniciatives culturals juvenils.

La comunicació de l'Àrea de Joventut es fa mitjançant el web <<https://tarragonajove.org>>, cartelleria i llibrets amb la programació trimestral, programació d'altres departaments de l'Ajuntament (TGN Cultura) i la Xarxa de Centres Cívics, cartellera específica d'activitats, notes de premsa sobre accions destacades, vinils a la Rambla i als espais joves, anuncis de

pagament en xarxes socials i entrevistes en mitjans de comunicació municipals (Tarragona Ràdio i TAC12) i altres mitjans, com ara Ràdio Ciutat de Tarragona o la revista *Enderrock*, per exemple.

En clau comunicativa i de participació digital, també es publiquen materials enregistrats des dels canals i les xarxes de Tarragona Jove, amb la complicitat i cogestió de les entitats, els col·lectius i els participants de les formacions o laboratoris experimentals.

4.1.1. Cogestió, mediació cultural i acompanyament

Aquest projecte, que es desenvolupa al llarg de l'any, tracta d'acompanyar els joves i els col·lectius juvenils que treballen per desenvolupar propostes culturals i artístiques i que en volen fer difusió. És a dir, se'ls proporciona assessorament pel que fa a l'elaboració de les propostes, la difusió de les iniciatives o la recerca d'espais o altres indrets i suports on instal·lar, transmetre o mostrar aquestes propostes.

També es considera en aquesta previsió el seguiment d'iniciatives i de propostes juntament amb altres òrgans coordinadors, mediadors, formadors o generadors de propostes artístiques dirigides o impulsades per joves o agents culturals, així com la participació en taules de reflexió amb altres agents culturals i socioculturals del territori.

Com a espai d'intermediació i d'impuls de la creació artística dels joves, s'estudia la introducció de recursos d'entorn digital per promoure la participació en la producció i la creació artístiques. Com a valor afegit, i per reforçar els suports de promoció i difusió de les accions culturals, en alguns dels casos s'enregistren les peces amb ambdues finalitats: oferir material de promoció i emetre els directes com a diferents des dels canals @tarragonajove.

La implicació juvenil en la gestió cultural es fomenta mitjançant espais de participació activa, formació en mediació cultural i suport a projectes autogestionats. Es creen estructures de diàleg perquè els joves proposin i desenvolupin iniciatives culturals, per promoure l'autonomia, la cooperació i la corresponsabilitat en la dinamització dels espais culturals juvenils.

Es treballa col·laborativament amb altres àrees de l'Ajuntament com són Cultura, la Xarxa de Centres Cívics, Educació, Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+, Patrimoni, Comerç i Esports, Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies i el Grup de Treball Transversal Tarragona Cultura, i també amb col·lectius juvenils, artístics i culturals.

4.1.2. Mostra d'iniciatives culturals

Tot procés creatiu necessita espais i formats de promoció, producció i exhibició de les obres o treballs que se'n derivin. En aquesta línia, s'inclouen en altres espais de Tarragona Jove (espais públics i de carrer) cicles de realització cultural en què s'ofereixen suports de coprogramació i producció de les propostes artístiques de joves creadors:

- «Cultura de carrer». Amb més de quinze anys de recorregut, recull un cicle de propostes artístiques en el camp de la dansa, el circ, el teatre, la màgia i la música de petit format que es poden ubicar en diferents places i carrers de la ciutat.
- «Art urbà». S'entén com un recurs d'accés i gestió de l'espai públic a disposició dels col·lectius i els creadors que vulguin mostrar els seus treballs.

- «Murs que parlen». Proposa una línia de suport a la producció, la promoció de rutes d'art urbà i la presentació de les instal·lacions artístiques que es portin a terme. Si s'escau, es plantegen iniciatives en format cicle en què es parteix d'una convocatòria d'artistes i de suports murals concrets per realitzar intervencions plàstiques.

El Festival Sota La Palmera, inclòs en el projecte Cultura de Carrer, proporciona oportunitats d'exhibició i promoció als joves creadors de la ciutat i del Camp de Tarragona, al mateix temps que s'ofereix una programació variada d'espectacles en què s'aporten propostes artístiques de trajectòria contrastada arreu del país i del panorama internacional. Des de la perspectiva de gènere, es procura establir per norma una presència d'un mínim fix del 60 % de creadores en el si de les propostes programades.

Zona Cultura Kesse i Kol·labs ofereixen oportunitats d'exhibició i promoció per a creadors locals. La programació inclou concerts, teatre, dansa i circ, arts plàstiques, etc., a diferents espais de la ciutat, sobretot a l'Espai Jove Kesse, però també a l'Espai La Palmera i altres equipaments o espais públics.

Aquests cicles culturals reivindiquen la necessitat d'aplicar les consideracions i recomanacions descrites en els manuals de gènere i interculturalitat. I, a la vegada, es té present, en el marc d'aquesta mirada inclusiva, que les accions, els actes i les activitats siguin accessibles i tinguin en compte col·lectius i joves amb capacitats diverses.

Les propostes arriben majoritàriament a través dels canals virtuals del web Tarragona Jove (tarragonajove.org/presentacio-activitat/) o presencialment als espais joves.

Cultura de Carrer i el Festival Sota La Palmera tenen lloc entre els mesos de juny i setembre, i la Zona Cultura Kesse, «Art urbà» i «Murs que parlen» tenen lloc durant tot l'any.

Es treballa en col·laboració amb altres àrees municipals, com ara Cultura i Festes, Seguretat Ciutadana, Mobilitat, Xarxa de Centres Cívics, Educació, el GTA (Grup de Treball Transversal Tarragona Cultura), i també amb entitats, associacions i col·lectius culturals, com són col·lectius de dansa i teatre, La Imperfecta Dansa, Second Home Tarragona, Associació d'Il·lustradores de Tarragona, Cia. Dos de Tres, Komando Sound, Coopula, Versembrand, Reggus Festival, FICAC o la Kultural. I també es treballa amb joves a títol individual i amb col·lectius de joves.

4.1.3. Teatre Jove

El teatre, com a eina clau per a la dinamització i l'expressió socioeducativa, permet treballar un seguit de capacitats de relació, interpretació i introspecció dels joves.

Tarragona concentra un nombre exponencial de companyies i grups de teatre molt actius i d'una incidència remarcable en l'àmbit cultural, fet que ha propiciat un cicle estable de teatre jove a la ciutat des de fa tres dècades.

La Mostra de Teatre Jove pretén ser una plataforma mitjançant la qual els grups de teatre tarragonins puguin donar a conèixer el seu treball, establint una dinàmica habitual de suport al teatre juvenil tarragoní. I alhora pretén ser una eina que serveixi com a punt de trobada, col·laboració i intercanvi entre els diferents grups de teatre d'arreu.

Durant el període de planificació, les companyies que participen en la Mostra col·laboren en la gestió i en la programació mitjançant el Grup de Treball Teatre Jove, en què els col·lectius opinen i s'involucren en el seu correcte desenvolupament.

Les seves principals finalitats són promocionar el teatre com un dels àmbits de relació dels joves de la ciutat; divulgar el teatre fet per les persones joves, dirigit a tot el públic en general; oferir a les companyies i els grups de teatre l'oportunitat d'executar una representació teatral i satisfer les expectatives dels joves pel que fa al visionament de teatre, i afavorir el desenvolupament de col·lectius joves de teatre oferint la utilització d'unes instal·lacions com les del Teatre Metropol o les del Teatre Tarragona. I, així mateix, promoure l'accessibilitat a altres equipaments i recursos municipals dirigits a la joventut; fomentar la creació de teixit social en l'àmbit del jovent i la participació en col·lectius, entitats i associacions joves a través de l'organització de la Mostra de Teatre Jove; donar a conèixer a la ciutadania els grups de teatre amateur que hi ha a la ciutat i difondre la seva feina, i augmentar la iniciativa dels col·lectius amateurs perquè tinguin continuïtat.

Paral·lelament a les representacions als teatres de Tarragona, es pot gaudir d'accions de videoteatre en línia i emissions en estríming de les obres.

El projecte Teatre Jove, que es du a terme en col·laboració amb Cultura i els grups de teatre jove, es desenvolupa durant tot l'any, tot i que el moment més remarcable és la Mostra de Teatre Jove, a la primavera.

4.1.4. Joves, foment de la llengua, la lectura i la creació literària

«La ciutat a cau d'orella» és una programació d'activitats que combina l'oci, el caràcter educatiu i el treball comunitari dels col·lectius juvenils, amb un eix temàtic que gira sempre al voltant dels rumors i les llegendes urbanes amb lligams històrics. L'impuls del projecte correspon al Servei de Joventut de l'Ajuntament i a la Biblioteca Pública de Tarragona, però està també estretament lligat a l'Escola de Lletres de Tarragona i a la Universitat Rovira i Virgili a causa del component literari de les activitats i del seu potencial educatiu. La meitat del contingut de la programació, a més, correspon a entitats i col·lectius juvenils de la ciutat, que participen tant en el disseny com en l'execució, de forma directa.

Es tracta d'activitats gratuïtes que esdevenen una alternativa a l'oci juvenil de la ciutat, de manera que es lliga el caràcter lúdic de la programació amb els continguts culturals i d'expressió artística. Es duen a terme sempre durant el darrer trimestre de l'any, però el procés participatiu i de disseny de la programació es desenvolupa pràcticament durant tot l'any.

El cicle proposa accions diverses: tallers, presentacions teatralitzades, enigmes, contacontes, xerrades i escenaris oberts. Les activitats tenen lloc en espais públics de referència, com l'Espai Jove Kesse i la Biblioteca Pública, però també en espais de carrer, en places i en entorns patrimonials. S'intenta, a més, que es facin en diverses zones de la ciutat per facilitar l'accés de tota mena de joves. La implicació de diferents àrees municipals i la participació d'institucions facilita que en el transcurs dels actes hi hagi nombrosos professionals del treball en proximitat, aprofitant les dinàmiques de participació juvenil, amb l'objectiu de treballar la integració i la cohesió social.

Aquest projecte es desenvolupa al llarg del quart trimestre (tardor) en col·laboració amb altres àrees municipals (Cultura, Patrimoni i Domini Públic), el Departament d'Educació

(comunitat ILEC), la Biblioteca Pública de Tarragona, l'Arxiu de Folklore (URV), l'Escola de Lletres (Associació Tarragona Literària) i l'Associació de Professionals i Estudiosos en Llengua i Literatura Catalanes (APELLC).

Per altra banda, «Norai (Narratives Oralitat Recursos Activació Intercultural)» és un cicle que té per objectiu gaudir de l'oralitat, la lectura i, en general, del món literari des de diferents àmbits, així com acostar a tota la ciutadania aquestes activitats fonamentades en la transmissió oral de valors, coneixements i tradicions, tan antiga com la paraula, tan antiga com el conte.

Compta amb la implicació de diferents departaments municipals (Cultura, Joventut, Cooperació i Centres Cívics) i amb el suport del Departament de Filologia Catalana de la URV a través de l'Arxiu de Folklore.

4.1.5. Cessió d'espais i recursos de suport cultural

En els usos i les demandes comptabilitzats en el registre dels espais joves, es fa palesa la necessitat de reserva de sales i aules de suport per desenvolupar sessions, dinàmiques i laboratoris experimentals des de les diferents arts. Cal preveure, dins de la planificació, tant la consolidació i el manteniment d'aquests recursos com la seva renovació, vetllant per l'equipament idoni dels espais.

Des dels espais joves municipals (Espai Jove Kesse, Oficina Jove del Tarragonès i Espai Jove La Palmera) es posen a l'abast un seguit de recursos en reserva i cessió (sales i materials descrits en forma, capacitat i condicions d'ús en el Reglament d'espais joves). Un compendi de sales i aules equipades tècnicament amb les necessitats bàsiques de producció per acompanyar el procés creatiu i el treball formatiu i experimental. Aquestes aules poden ser espais d'exposició, aules de fotografia i imatge, sales d'assaig per a arts escèniques (dansa i teatre), etc. Pel que fa als recursos, alguns dels espais i sales disposen d'equip tècnic de llum, so i videoprojecció.

Poden fer ús de la cessió d'espais i recursos de suport cultural les entitats, els col·lectius i els joves de 12 a 35 anys que tinguin en vigor el carnet Tarragona Jove, necessari per sol·licitar espai.

L'espai públic de carrer és també propici per a la realització de formacions i experimentacions, per la qual cosa s'han de tenir presents parets, murs, places, parcs i espais públics, sempre que les propostes ho requereixin. En el cas del projecte «Murs que parlen», la intermediació i la cessió de murs i parets per a la realització de tallers i experimentació de tècniques d'aplicació en el camp de l'art urbà i del grafiti es pren en consideració dintre de les opcions de recursos de suport.

El projecte té lloc al llarg de tot l'any de manera continuada (implementació contínua) i interactua amb altres àrees municipals, com ara Cultura, Xarxa de Centres cívics, Igualtat, Promoció de la Salut, Educació, Patrimoni i Diversitat Funcional i Discapacitats. I també amb entitats, associacions i col·lectius culturals, com són La Imperfecta Dansa, Associació de Músics de Tarragona, Second Home Tarragona, Expressa't Teatre, Estudi de Música de Tarragona, Cia. Dos de Tres, Associació Tarracadabra, Escuela Los Mito's, Versembrand, Escola de Lletres, Genovesa Narratives Teatrals, SANSALab - Associació Cultural Ariadna, Associació Tarragona Literària, Auriga Serveis Culturals o Ràdio Ciutat de Tarragona. I, així mateix, amb festivals i altres programacions: SCAN - Festival de Fotografia, REC - Festival

Internacional de Cinema de Tarragona, Festival Teatre Màgic, FITT - Festival Internacional de Teatre de Tarragona i Festival Dixieland Tarragona.

4.1.6. Difusió d'iniciatives culturals

Paral·lelament a les mostres i a l'impuls d'accions culturals, s'estimula la divulgació d'iniciatives de joves creadors, tant de les mostres citades anteriorment com d'altres propostes joves d'interès general que es realitzin a la ciutat.

Des dels serveis d'informació juvenil es recull i difon la informació cultural juvenil. I des de la gestió dels programes culturals es plantegen estratègies de comunicació i d'acció digital, tant amb materials de difusió i mitjançant xarxes socials com amb estratègies de dinamització de la comunicació. Així mateix, es promouen accions i dinàmiques significatives, des d'un vessant proper a l'activisme cultural i al foment d'espais de relació, d'implicació i de treball corporatiu.

El projecte té lloc al llarg de tot l'any de manera continuada (implementació contínua) i interactua amb l'Àrea de Cultura i Festes, Comunicació i Premsa i entitats que ofereixen activitats per a joves.

4.1.7. Exposicions

En l'etapa experimental durant la qual el jove explora la seva creativitat, es projecten peces d'expressió artística no sempre pensades per veure'n un acabat expositiu. El fet de facilitar suports per al disseny, el contingut i la presentació de les obres fa que els joves creadors es plantegin mostrar els seus treballs.

Aquesta necessitat es manifesta tant en el conjunt dels alumnes dels graus artístics com en joves a títol individual, que pretenen cercar espais i suports d'exposició.

Així, s'ofereixen espais de suport habilitats per acollir exposicions i instal·lacions temporals i donar cabuda a una diversitat de propostes creatives. La previsió de programació va des d'un mínim de quinze dies d'exposició fins a un màxim de tres setmanes o un mes.

L'Espai Jove Kesse i l'Oficina Jove del Tarragonès proposen zones concretes per fer-hi exposicions. Pel que fa al Casal de Joves, la sala d'actes conté un espai de parets amb raíl, il·luminació i projecció per fixar les peces i les obres artístiques. La sala d'exposicions pot donar cabuda a altres plantejaments de producció. Quant a l'Oficina Jove del Tarragonès, ofereix instal·lacions amb reixes al vestíbul de la seva seu a la plaça Imperial Tàrraco.

Puntualment, l'Espai Jove La Palmera pot acollir cicles d'exposició en el context del Festival Sota La Palmera o en altres moments de la programació. I si s'escau, es pot treballar amb galeries d'art.

Aquest projecte va adreçat a joves de 16 a 35 anys, però també hi pot tenir accés gent d'altres edats si per contingut o acció s'adequa.

Té lloc al llarg de tot l'any de manera continuada (implementació contínua) i interactua amb àrees municipals com són Cultura, Cooperació, Centres Cívics i Salut, i també amb l'Escola d'Art i Disseny de la Diputació de Tarragona, l'Associació d'Il·lustradores de Tarragona, entitats educatives i culturals que disposen de material expositiu (projectes artístics, de sensibilització, etc.) i artistes locals i del territori.

4.1.8. Tallers i laboratoris de creativitat

Un dels àmbits educatius habitualment sol·licitat pels joves és la formació en diversos aspectes i en l'expressió des de possibles manifestacions culturals. Les jornades formatives o d'intercanvi de punts de vista ajuden i són necessàries per reflexionar sobre necessitats formatives i per plantejar opcions de cara al futur.

D'una banda, es demana la iniciació en les manifestacions culturals i artístiques, i de l'altra, l'orientació sobre com seguir els camins del desenvolupament cultural i, a vegades, professional.

Es plantegen formacions de tast puntual, per presentar disciplines artístiques, i d'altres de trimestrals, per aprofundir en àmbits concrets. Aquestes formacions també poden incidir en els formats de laboratori per posar èmfasi en el procés experimental i d'aprenentatge compartit.

El format de laboratori cocreatiu impartit per les persones o els col·lectius titulars que promouen la proposta cultural permet treballar fases del procés experimental en grup. Es tracta d'una metodologia transformadora que recull tant el resultat com la implicació dels joves participants, protagonistes directes en l'exhibició o la mostra/acció.

La promoció de l'autonomia, la creativitat i el desenvolupament personal ajuda els joves a viure més plenament aquesta etapa vital i poder canalitzar les seves inquietuds i motivacions. Per aquest motiu, es planteja, d'una banda, facilitar espais d'assaig perquè les persones o col·lectius juvenils hi puguin desenvolupar les pràctiques culturals i, de l'altra, crear espais de trobada, d'experimentació i de reflexió per motivar i fusionar pràctiques artístiques i culturals.

Aquest projecte vol establir un suport obert perquè els participants puguin desenvolupar el seu temps lliure: aprendre a gestionar-lo i a dotar-lo d'usos d'interès i descobrir noves motivacions mitjançant dinàmiques creatives, donat que la creativitat és un aprenentatge i un recurs alhora, i que ambdós aspectes impulsen la motivació; desenvolupar habilitats amb tallers pràctics i diversos processos d'aprenentatge, i les seves inquietuds i iniciatives per promoure, així, la participació activa. En el grau que sigui possible, i segons els interessos, se cerca que aquests espais de laboratori artístic i cultural apropin diferents disciplines i mirades creatives per impulsar la interconnexió i la fusió entre plantejaments i manifestacions culturals.

Les sessions, els grups de treball experimental o els laboratoris de creativitat s'incentiven també des del valor d'acollir residències artístiques puntuals en els espais joves municipals, cosa que permetrà aproximar la tècnica o metodologia emprada i proposar línies formatives durant el procés de disseny i producció de l'acció cultural. S'ajusten continguts formatius i metodologies de treball des de les possibilitats, les opcions i els recursos que permeten el camp virtual i les eines digitals.

Aquesta programació destacar la necessitat d'aplicar les consideracions i recomanacions descrites en els manuals de gènere, interculturalitat i inclusió. I a la vegada, es té present, en el marc d'aquesta mirada inclusiva, que les accions, els actes i les activitats siguin accessibles i tinguin en compte col·lectius i joves amb capacitats diverses. Les accions que es porten a terme són: Laboratori del Planeta, Laboratori de Dansa i Lliure Moviment, Laboratori d'Art Urbà, etc.

Aquest projecte va adreçat principalment a joves de 16 a 35 anys, tant si tenen experiència prèvia en l'àmbit de treball com si no, i també a totes aquelles entitats i col·lectius artístics i culturals que duen a terme accions culturals i promouen espais de formació.

El projecte té lloc al llarg de tot l'any de manera continuada (implementació contínua) i interactua amb àrees municipals com ara Cultura, Cooperació, Xarxa de Centres Cívics, Igualtat, Promoció de la Salut, Educació i Diversitat Funcional i Discapacitats, així com amb nombroses entitats, associacions i col·lectius culturals diversos.

4.1.9. Joves i patrimoni

El Pla d'acció pretén facilitar l'accés dels joves al patrimoni local com a font de coneixement i experiència, integrant aquesta proposta dins de programacions com les de Tarraco Viva i en col·laboració amb la Conselleria de Patrimoni. Mitjançant activitats immersives, tallers, recreacions històriques i accions participatives, es fomenta la connexió activa amb el passat, promovent el patrimoni com un espai viu d'aprenentatge, expressió i identitat juvenil.

Aquest projecte va adreçat a joves de 12 a 35 anys i es du a terme de manera col·laborativa amb altres departaments de l'Ajuntament, com ara Patrimoni, Cultura o Domini Públic, entre d'altres, i també amb entitats i serveis que ofereixen activitats per a joves.

4.2. Programes impulsats per Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+

L'Ajuntament de Tarragona compta amb el seu propi Pla de feminismes i interseccionalitat (2022-2026) com a continuació de l'estratègia local orientada a la consecució d'una igualtat real i efectiva i d'impuls a les polítiques interseccionals. Així, des de la Conselleria d'Igualtat, Serveis a la Ciutadania i Serveis Socials, i concretament des de la Secció de Polítiques d'Igualtat, es desenvolupen diferents programes i projectes, però en aquest document es recullen només els que mantenen un caràcter cultural més destacat.

La filosofia i metodologia de treball de feminismes i interseccionalitat és justament aquesta segona categoria, que implica transversalitat en l'atenció integral a les persones i el servei públic. Per aquest motiu, els programes i les accions es generen a partir de les sinergies sorgides amb altres àrees del mateix Ajuntament, com són Cultura, Joventut, Cooperació o Serveis Socials, i amb associacions, entitats i col·lectius que tenen per finalitat la lluita per la defensa dels drets de les persones. Així, els principis rectors de la transversalitat i la interseccionalitat estableixen el full de ruta de les polítiques d'igualtat a la ciutat.

L'Àrea d'Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+ es comunica pels canals de difusió municipals, com és el lloc web, les notes i rodes de premsa dels actes i les activitats més destacats, cartellera a la via pública i en espais repartits per la ciutat, xarxes socials municipals i altres eines que puguin col·laborar a visibilitzar les accions i els col·lectius que hi treballen.

El principal objectiu de les accions culturals que s'hi desenvolupen és garantir la transversalitat en les polítiques públiques municipals, i concretament:

- Aprofundir la mirada interseccional en els dispositius de detecció, prevenció i abordatge de les violències masclistes.
- Promoure una agenda cultural que fomenti la igualtat de gènere.

- La sensibilització mitjançant l'impuls de xerrades sobre les violències masclistes als diferents col·lectius de dones i altres entitats de la ciutat on es donin altres eixos d'opressió.

4.2.1. Teta Fest

El festival feminista Teta Fest es fa a finals del mes de maig al Camp de Mart. Nascut l'any 2022, la cita mostra diferents tendències i expressions artístiques actuals, lligades a la tasca d'una xarxa d'entitats feministes i socials del territori que donen visibilitat a les seves lluites, propostes i activitats.

Hi participen diferents col·lectius i associacions feministes i entitats socials que amplien el programa musical amb activitats diverses per prendre consciència de la causa.

En el marc del Teta Fest es duen a terme actes previs —anomenats Pre Teta—, com ara conferències, jornades i sessions programades al voltant de les dates del festival.

4.2.2. 8M

El Dia Internacional de les Dones, o Dia de la Dona Treballadora, que se celebra el 8 de març, denuncia el sexisme i la desigualtat de drets i oportunitats entre homes i dones. Per commemorar aquesta efemèride, s'organitza un programa d'activitats pensades per a tothom que inclou debats, tallers, teatre, monòlegs, etc., al voltant d'aquesta data, de forma gratuïta i oberta, amb la finalitat de transformar i comprometre's amb els drets de les dones i les persones LGTBI+.

El programa es treballa de manera transversal amb altres àrees del mateix Ajuntament que s'hi vulguin sumar, així com amb entitats i col·lectius que treballen amb una mirada feminista i interseccional.

4.2.3. Pride

El festival Pride Tarragona, que neix l'any 2024, se celebra al voltant del 28 de juny, data en què es reivindica el Dia Internacional de l'Orgull LGTBI+. Aquest festival dona veu i espai a nombroses persones i entitats del territori i ofereix una àmplia programació d'activitats gratuïtes per a tots els públics. Hi destaquen les actuacions musicals, una fira d'entitats amb el Punt Lila i Arc Iris de prevenció i atenció vers les conductes sexistes, tallers i activitats per a tots els públics, *drags shows*, la marxa reivindicativa festiva i la lectura del manifest i el pregó comunitari. I acaba amb una gala i concert Pride Tarragona, amb diverses actuacions musicals.

Aquests actes es realitzen gràcies a l'aliança de moltes entitats i institucions del territori que, en clau local, treballen per visibilitzar el col·lectiu i conscienciar la ciutadania sobre la defensa dels drets i les llibertats del col·lectiu LGTBI+. Alguns d'aquests actes es duen a terme les setmanes prèvies a la celebració del festival Pride i s'engloben en el que s'anomena Pre Pride, que inclou conferències, jornades i sessions durant tota la primera quinzena de juny.

4.2.4. 25N

El dia 25 de novembre es commemora la mort de les tres germanes conegudes com a Las Mariposas. Aquestes tres dones van ser brutalment assassinades el 25 de novembre del

1960 pel dictador Rafael Leónidas Trujillo a la República Dominicana. A partir d'aquí, i amb el notable augment de dones agredides i assassinades any rere any, seguim reivindicant-lo com el Dia Internacional per a l'Eliminació de la Violència vers les Dones.

Al voltant d'aquesta data s'impulsa una programació diversa, oberta i gratuïta per conscienciar tota la ciutadania, integrada per tallers, conferències, presentacions de llibres o cinema, entre altres accions. L'acte central és la lectura del manifest institucional.

El programa compta amb la participació d'altres àrees de l'Ajuntament, i també amb la d'entitats i col·lectius diversos que reivindiquen una societat més justa i lliure de violències masclistes.

4.3 Programes impulsats per la Xarxa de Centres Cívics

La Xarxa de Centres Cívics municipals són equipaments socioculturals que tenen com a finalitat el foment, l'enfortiment i la dinamització del moviment associatiu i la participació i la vinculació de la ciutadania en els processos de decisió dels afers locals. En aquests equipaments s'hi poden dur a terme diferents activitats de caràcter sociocultural, formatiu, de lleure i cultural, organitzades per la mateixa Xarxa, altres departaments municipals o entitats i col·lectius de la ciutat. La Xarxa de Centres Cívics compta amb el seu propi Programa Marc.

Les programacions es generen en tres temporades (tardor, hivern-primavera i estiu) i engloben xerrades, exposicions, jornades formatives o de divulgació, sortides o rutes històriques, culturals o naturals, cicle de cinema, Escenari Viu, activitats i cursos monogràfics, etc., així com altres activitats i serveis adreçats a tots els públics.

La majoria de les activitats requereixen inscripció i també són d'accés gratuït, malgrat que també es compta amb preus públics per a altres activitats o formacions, als quals també s'apliquen descomptes segons les particularitats de les activitats i els usuaris.

La Xarxa de Centres Cívics treballa de manera transversal en gairebé tota la programació, ja que és la metodologia de treball d'aquests espais de proximitat sociocomunitaris. Les aliances poden establir-se amb altres àrees municipals, com ara Cultura, Serveis Socials, Cooperació, Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+, etc., i també amb el teixit associatiu del territori, entitats i col·lectius diversos, per a cada activitat en concret. Amb aquestes sinergies es posen en relació la comunitat, les entitats i els serveis, en benefici de les persones i la mateixa comunitat.

La Xarxa de Centres Cívics edita un llibret, per a cada temporada de programació, amb la informació necessària per accedir a les activitats i els serveis que s'hi ofereixen. També disposa d'un espai web actualitzat i de xarxes socials per fer-ne difusió i promoció. I els espais dels centres cívics també compten amb cartelleria informativa pròpia, i es programen butlletins informatius, notes i rodes de premsa de l'inici de la temporada i de les activitats més destacades.

4.3.1. Sortides. Rutes històriques i naturals de la ciutat

La Xarxa de Centre Cívics ofereix la possibilitat de participar en visites guiades, comentades o que inclouen una xerrada, sobre la temàtica de l'espai històric, cultural o natural i que acompanyen la sortida en grup.

Aquest programa té la voluntat de tenir una ciutat més cohesionada, capaç de reconèixer el seu valor històric, natural, artístic i cultural.

4.3.2. Escenari Viu

És una proposta de cultura de prop que té per objectiu acostar diferents obres professionals a les comunitats locals, fomentant la participació activa de la ciutadania.

Iniciat durant la tardor del 2024, a més de les obres i els espectacles de petit format distribuïts pels diferents centres cívics de la ciutat, també ofereix tallers d'arts escèniques, màgia, audiovisual i expressió cultural, entre altres formats.

El cicle Escenari Viu està coprogramat amb les conselleries de Cultura i d'Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+, i per tant està pensat des de la transversalitat. Hi participen també altres entitats i col·lectius que se sumen per oferir activitats adaptades a les diverses necessitats.

4.3.3. Crispetes

Aquest cicle de cinema familiar i popular, amb sessions gratuïtes, té per objectiu potenciar i fomentar la cultura de proximitat. S'emmarca en el projecte Edunautes, que fomenta els aprenentatges invisibles dels infants en les activitats de lleure familiar.

4.3.4. Exposicions

Els diferents centres cívics de la ciutat disposen d'un espai expositiu, accessible per a persones i col·lectius, que permet donar veu a expressions diverses. Són punts culturals per promoure, difondre i visibilitzar la creació en un espai obert al públic. Les exposicions estan incloses en les programacions que ofereix cada temporada la Xarxa de Centres Cívics.

4.3.5. Activitats i monogràfics

La programació de la Xarxa de Centres Cívics inclou una oferta formativa en format de curs o monogràfic de diverses temàtiques: arts escèniques i expressió cultural, arts plàstiques, expressió audiovisual o cuina i cultura gastronòmica, entre d'altres.

4.4. Programes impulsats pel Servei Municipal de Cooperació

El Servei Municipal de Cooperació és el principal instrument del consistori i la ciutadania per sumar-se a la comunitat internacional en el compromís per construir un món més just i solidari i treballar per garantir l'accés als drets i al desenvolupament de pobles i comunitats arreu del món. Els seus dos objectius transversals, que tenen la finalitat d'ordenar i orientar les accions que integren la planificació de la política municipal de cooperació, són enfortir les capacitats dels actors i impulsar l'educació per a la ciutadania global. Aquests són els reptes del Pla local de cooperació, que defineix els objectius i les accions concretes en la matèria, que han de permetre millorar i visibilitzar les polítiques de cooperació de la ciutat.

En aquest document es recullen les principals accions desenvolupades pel Servei Municipal de Cooperació en l'àmbit cultural.

La comunicació dels programes i accions a desenvolupar es fa pels canals de comunicació municipals, com són el lloc web de l'àrea en concret, les notes i rodes de premsa, les xarxes

socials i els espais de difusió municipal, com són la cartelleria en espais públics o la via pública, entre d'altres.

4.4.1. Festival Itinerant de Cinemes Africans de Catalunya

Amb vocació descentralitzadora i atenent a la capil·laritat territorial de les diàspores africanes a tot el territori català, l'associació CinemÀfriques i el Fons Català van decidir, l'any 2022, ampliar aquesta oferta cultural a tots els municipis catalans. Amb la idea d'utilitzar el cinema com una eina de cohesió i transformació social, es va crear el Festival Itinerant de Cinemes Africans de Catalunya (FICAC).

El FICAC proposa una programació de filmografia africana basada en quatre eixos:

- Migracions: el repte de la representació positiva de la migració
- Colonialismes: revisar el nostre passat per habitar el present
- Feminismes: feminismes negres i de la diàspora
- Emergència ambiental: cap a un altre model de consum

A més de les propostes cinematogràfiques, es programen diverses activitats paral·leles per acostar sabers i reflexions sobre la diversitat, el medi ambient, els referents diversos i el cinema com a eina de transformació, adreçades al públic infantil, jove i adult.

El festival, que té una periodicitat anual, durant el mes de juliol, pretén convertir-se en un espai d'entreteniment i divulgació que, a través del cinema, revifi la vella màxima que subratlla que la cultura serveix per modelar les consciències. Més enllà de projectar la cinematografia seleccionada, el FICAC vol connectar-se i articular-se tant amb el teixit cultural, educatiu i social com amb la diàspora africana resident a Catalunya. No busca només sensibilitzar i aportar coneixement a través de la transmissió de filmografia africana, sinó generar espais de connexió i intercanvi a la ciutat on participi la diàspora africana per tal de cohesionar la ciutadania.

El FICAC vol acostar la realitat del continent a la ciutadania per superar els relats d'una Àfrica desolada, amb una programació que aboca una gamma cromàtica en positiu del continent veí. Concretament, els seus objectius són:

- Contribuir a la construcció d'una societat catalana antiracista, intercultural i cohesionada utilitzant el cinema i la cultura com una eina de transformació social i apropant a l'audiència les cinematografies africanes per trencar prejudicis.
- Reivindicar la qualitat dels cinemes africans com un reflex de noves mirades i narratives més contemporànies programant una selecció del millor cinema realitzat a l'Àfrica i a la seva diàspora.
- Contribuir a superar l'imaginari social basat en l'exotització i la deshumanització de la població africana i afrodescendent organitzant diverses activitats de reflexió crítica al voltant de les pel·lícules projectades.

4.4.2. Cicle de programacions de cooperació

Programació de propostes teatrals per a adults i infants, exposicions o documentals sobre diferents temàtiques de l'àmbit de la cooperació. S'hi inclou la defensa dels drets humans en tots els seus vessants (medi ambient, drets de les dones, refugi...), i entenent la cultura com a eina de transformació social.

El cicle de programacions de cooperació es desenvolupa al llarg de tot l'any. Mitjançant aquestes accions es proposen espais de sensibilització sobre les causes que generen les desigualtats i es conviden diferents entitats de la ciutat expertes en la temàtica concreta.

L'objectiu és contribuir a la construcció d'una ciutadania corresponsable de les seves accions, compromesa i activa amb la justícia global, així com enfortir accions al voltant dels drets humans, el dret al refugi i l'asil, els fluxos migratoris i els desplaçaments forçats. Aquests objectius s'emmarquen en el Pla local de cooperació 2023-2024, concretament en l'objectiu de cultura de pau i la no-violència i el d'educació per a la ciutadania global.

4.4.3. Cultura o Extinció

Aquest microcicle se centra en la urgència d'afrontar l'emergència climàtica, fent de l'activitat cultural una eina de transformació social. En el marc d'aquest cicle, impulsat per l'Àrea de Cultura i coorganitzat per diferents àrees de l'Ajuntament —com Cooperació i Joventut—, a més d'altres institucions i entitats sensibilitzades en aquest aspecte, s'organitzen col·loquis sobre sostenibilitat i cultura, amb l'objectiu de sensibilitzar i fer visible la necessitat de canviar el model actual de desenvolupament. És un espai de reflexió sobre els límits d'un planeta finit, els reptes que això implica i el paper de la cultura en l'adaptació a noves realitats.

Cultura o Extinció es desenvolupa en diferents espais de la ciutat a finals del mes de maig.

4.5. Programes impulsats per l'Àrea de Comerç

La Conselleria de Comerç organitza el Parc de Nadal, ubicat al Recinte Firal de Tarragona, un espai pensat per acostar el Nadal a tots els infants i les seves famílies, creant un espai ideal per gaudir en conjunt, compartir, fomentar la creativitat i aprendre en família. La vistositat, la decoració i el contingut acompanyen les propostes d'activitats, tallers i atraccions, que es plantegen en un entorn tranquil en horari de matí (inclou una Zona de Calma) i que a la tarda s'amplien a més activitats de moviment i il·luminació. Està adreçat a nens i nenes de 0 a 12 anys i compta amb espectacles familiars, col·laboracions d'entitats socials tarragonines i altres tallers i propostes culturals i educatives.

4.6. Programes impulsats per Capacitats Diverses

El Servei Municipal per a la Discapacitat té com a principal funció oferir informació, orientació i assessorament a les persones en relació amb els recursos socials i les actuacions socials a què poden tenir accés les persones amb discapacitat. El Consell Municipal de la Discapacitat és l'òrgan permanent de participació ciutadana, de consulta i d'assessorament per a la promoció d'accions destinades a la millora de les condicions de vida de les persones amb discapacitat en l'àmbit públic. Hi participen entitats i organitzacions que tenen com a objectiu el foment del respecte i els valors inherents a la discapacitat i el treball per a la millora de la qualitat de vida de les persones discapacitades. Així, en aquest espai es proposen diferents activitats que, liderades per aquestes associacions, estan orientades a donar visibilitat a les persones amb alguna diversitat funcional, a oferir formació i afavorir la sensibilització, especialment.

En l'àmbit cultural, destaquen diferents programes i serveis que fomenten la igualtat d'oportunitats i la no-discriminació de les persones amb discapacitat.

4.6.1. Festa per a Tothom. Geganta Frida

L'objectiu de Festa per a Tothom és fomentar la inclusió de les persones amb discapacitat a la Festa Major, fent-les partícips dels actes festius i de l'ambient que respira la ciutat els dies assenyalats. Liderat per la Conselleria de Diversitat Funcional i Discapacitat de l'ajuntament, compta amb el suport de Dow Chemical des de l'any 2001 i del Port de Tarragona, entre altres institucions, així com nombroses entitats i col·lectius que tenen per objectiu l'acompanyament i la sensibilització envers les capacitats diverses. També hi juga un paper important la Colla de la Geganta Frida, que pot ser portada per persones en cadira de rodes, sordes o cegues i que, des del 2018, participa en les festes de Santa Tecla.

Festa per a Tothom vetlla perquè les persones amb qualsevol classe de discapacitat puguin gaudir de les festes de Santa Tecla. Unes tres-centes persones, entre empleats de Dow, estudiants en pràctiques, familiars i voluntaris, formen part d'aquest programa que acompanya les persones amb alguna diversitat funcional als actes de les festes, especialment a la Crida, que és interpretada en llengua de signes, el 21 de setembre, amb el Cafè, Copa i Puro, i el Pregó, i també l'assistència a la Santa Tecla Petita el dia 19, la professó del 23 i el castell de focs artificials, entre altres actes. I també s'adapta el programa de la Festa Major a l'escriptura braille.

4.7. Programes impulsats per l'Institut Municipal de Serveis Socials

L'Institut Municipal de Serveis Socials és un servei essencial d'atenció individual, familiar i comunitària. No treballa específicament l'àmbit cultural, però sí que actua com a mediador i facilitador de l'accés a la cultura, com és el cas de la prescripció cultural que es fa especialment a famílies mitjançant l'ús del programa Apropa't Cultura. A més, s'hi desenvolupen tres àmbits més:

4.7.1. Sant Jordi

L'Institut Municipal de Serveis Socials de l'Ajuntament de Tarragona organitza anualment els concursos de dibuix, relat i poesia de Sant Jordi per impulsar i visibilitzar el potencial cultural i literari dels usuaris i els tècnics de Serveis Socials, així com per acostar els serveis socials a la ciutadania des d'una altra perspectiva.

4.7.2. Projecte Veïna't Ponent

És l'eina que té l'Ajuntament de Tarragona, a través de l'Equip Tècnic d'Acció Comunitària Inclusiva (ETACI), per potenciar i enfortir la xarxa comunitària i relacional als barris de Ponent, que pot treballar l'àmbit cultural de manera puntual o concreta.

4.7.3. Gent Gran

Els serveis municipals compten amb el programa Gent Gran Activa, que conté una àmplia oferta de tallers, adreçats al col·lectiu de les persones grans, que, més enllà de la formació i el coneixement, afavoreixen la integració, la participació i la relació entre les persones grans. Són activitats preventives, en cap cas amb finalitats terapèutiques. També es programen activitats lúdiques i de lleure, com l'expressió plàstica. En l'àmbit de la formació permanent, s'incideix en la capacitació de l'ús de les noves tecnologies i de l'accés a internet.

4.8. Programes impulsats per Mercats de Tarragona

L'Empresa Municipal de Mercats de Tarragona gestiona serveis relacionats amb el comerç periòdic i sedentari, aparcaments i activitats socioculturals a la ciutat de Tarragona. En aquest últim àmbit s'engloben les fires i les accions de dinamització.

Les fires promocionals, com el Mercat de Nadal, la Fira de l'Artesania, la Fira de l'Oli o la Fira del Vi, compten amb accions dinamitzadores culturals.

A més a més, Mercats de Tarragona desplega altres accions de dinamització, com el Mercat de Contes, i al voltant de les festes populars o el cicle festiu, com l'espectacle familiar de *La Vella Quaresma*, l'accionament del carilló del Mercat Central, la col·laboració amb l'estand del marxandatge de Santa Tecla o bé la celebració de la festa de Cap d'Any (amb versió infantil i familiar en horari adaptat).

4.8.1. Feria de Abril

Mercats de Tarragona s'encarrega de dur a terme la Feria de Abril, que ofereix gastronomia, cultura i lleure als seus visitants. Des del 1999, la gestió de la Feria de Abril a Tarragona ha estat a càrrec de l'empresa municipal Mercats de Tarragona, SA, amb un model d'organització basat en la col·laboració entre institucions públiques i entitats culturals i socials de la ciutat. Aquesta estructura ha permès que la Feria de Abril hagi crescut en dimensió i rellevància s'hagi consolidat com un dels esdeveniments culturals més importants de la ciutat i un referent a Catalunya.

Un dels col·laboradors essencials al llarg d'aquests anys ha estat la Casa de Andalucía de Tarragona y Provincia, una entitat amb una llarga trajectòria dedicada a la promoció de la cultura andalusa i la seva convivència amb les tradicions catalanes. Gràcies al seu coneixement profund de les arrels culturals i la seva experiència en organització d'esdeveniments, la Casa ha aportat un gran valor afegit a la Feria. Juntament amb el Gremi de Firaires de Catalunya (GREFIC), han contribuït a mantenir-ne l'esperit genuí i l'atractiu, aconseguint una perfecta simbiosi entre tradició i innovació.

La Feria compta amb la participació de diferents entitats socials sense ànim de lucre vinculades a la difusió de la cultura, la tradició i la gastronomia andaluses. Cada nit té lloc una actuació musical, amb una presència majoritària d'artistes locals, en un escenari central. La programació es complementa amb les propostes que organitza cada entitat dins de les seves casetes. A banda d'aquestes tradicionals casetes de temàtica andalusa, l'espai disposa d'una zona destinada a atraccions de fira.

5. Avaluació i seguiment

Per avaluar els programes i els projectes de l'àmbit sociocultural, cal que la Comissió Tècnica Transversal actuï com a espai de reflexió i debat sobre l'aplicació de les línies estratègiques de l'acció cultural municipal. Des d'aquest espai es fa el seguiment necessari i es proposen les millores de les línies d'acció, els programes, els projectes i les activitats que es desenvolupen, generant un aprenentatge col·lectiu. A més a més, l'avaluació serveix com a retiment de comptes i de transparència.

Annex 5. Pla d'acció sociocultural 2029

Cada sector que desenvolupa els programes, els projectes i les accions que es recullen en aquest Pla es regeix pels seus propis plans d'acció, objectius específics i indicadors de seguiment i avaluació concrets que ha de complir.

Des d'aquest Pla d'acció sociocultural es recullen les dades de les memòries que incideixen en aquest Pla i se'n farà seguiment en funció dels objectius específics.

El Pla d'acció sociocultural té una durada de quatre anys, al final dels quals serà revisat i es proposaran millores i línies estratègiques adients a la situació de consolidació i reconeixement de les accions i els projectes municipals socioculturals.

Accions i indicadors d'avaluació del Pla d'acció sociocultural

Impulsar un marc comú entre els equips que desenvolupen projectes socioculturals en l'àmbit municipal.	Nombre de reunions de la Comissió Tècnica Transversal
Impulsar projectes de mediació entre l'àmbit cultural i els contextos comunitaris, projectes de desenvolupament cultural comunitari, construïts amb entitats i ciutadania.	Nombre de projectes de mediació desenvolupats Nombre de participants en els projectes de mediació (desagregat per gènere) Nombre d'entitats i col·lectius implicats en projectes de mediació
Fomentar la pràctica artística de les arts escèniques, la música i les arts visuals arreu del territori.	Nombre de projectes de pràctica artística fomentats arreu del territori Nombre de participants en projectes de pràctica artística arreu del territori Nombre d'entitats i col·lectius implicats en projectes de pràctica artística arreu del territori
Fomentar la pràctica artística i cultural, així com programes culturals generats des de perspectives socials específiques, com són la territorialitat, les diversitats cognitives i funcionals, les accions per a joves i gent gran i la diversitat cultural i de gènere.	Nombre de projectes de suport a la pràctica artística i cultural formatius Nombre de participants en projectes de suport a la pràctica artística i cultural formatius (desagregat per gènere) Nombre de projectes de suport a la pràctica artística i cultural d'exhibició Nombre de participants (artistes) en els projectes de suport a la pràctica artística i cultural d'exhibició (desagregat per gènere)

6. Annex. Equipaments

L'acció sociocultural és la més estesa i policentrada de les accions culturals, ja que diversos equipaments acullen iniciatives en aquest àmbit. Tot seguit es presenten els equipaments principals:

Espai Jove Kesse

[<https://tarragonajove.org/entitat/espai-jove-kesse/>](https://tarragonajove.org/entitat/espai-jove-kesse/)

Espai Jove La Palmera

[<https://tarragonajove.org/entitat/espai-jove-la-palmera/>](https://tarragonajove.org/entitat/espai-jove-la-palmera/)

Oficina Jove del Tarragonès

[<https://tarragonajove.org/entitat/oficina-jove-del-tarragones/>](https://tarragonajove.org/entitat/oficina-jove-del-tarragones/)

Centre Cívic Sant Pere i Sant Pau

[<https://www.tarragona.cat/centrescivics/centres-civics/sant-pere-i-sant-pau/centre-civic-municipal-de-sant-pere-i-sant-pau-1>](https://www.tarragona.cat/centrescivics/centres-civics/sant-pere-i-sant-pau/centre-civic-municipal-de-sant-pere-i-sant-pau-1)

Centre Cívic Bonavista

[<https://www.tarragona.cat/centrescivics/centres-civics/bonavista/centre-civic-municipal-de-bonavista-1>](https://www.tarragona.cat/centrescivics/centres-civics/bonavista/centre-civic-municipal-de-bonavista-1)

Centre Cívic Torreforta

[<https://www.tarragona.cat/centrescivics/centres-civics/torreforta/centre-civic-municipal-de-torreforta-1>](https://www.tarragona.cat/centrescivics/centres-civics/torreforta/centre-civic-municipal-de-torreforta-1)

Centre Cívic Llevant

[<https://www.tarragona.cat/centrescivics/centres-civics/llevant/llevant>](https://www.tarragona.cat/centrescivics/centres-civics/llevant/llevant)

Centre Cívic Sant Salvador

[<https://www.tarragona.cat/centrescivics/centres-civics/sant-salvador/centre-civic-municipal-de-sant-salvador>](https://www.tarragona.cat/centrescivics/centres-civics/sant-salvador/centre-civic-municipal-de-sant-salvador)

Annex 6 Pla de foment de la lectura 2029

Índex

1. Un Pla de foment de la lectura per a Tarragona	149
2. Operativa: òrgans de participació i gestió	151
3. Diagnosi de l'estat de la lectura a Tarragona	152
4. Conclusions de la diagnosi i reptes	157
5. Objectius	159
6. Eixos de treball i línies d'acció	161
7. Les persones	163
7.1. La lectura al llarg de la vida	164
7.2. Infància i lectura: 6-11 anys (educació primària).....	166
7.3. Adolescència i lectura: 12-16 anys (ESO)	169
7.4. Joves i lectura: 17-30 anys	172
8. Seguiment i mecanismes d'avaluació	174

1. Un Pla de foment de la lectura per a Tarragona

La lectura és una eina fonamental per al creixement personal i col·lectiu. La lectura és un dret que permet a tota la ciutadania accedir al coneixement en condicions d'igualtat i que enriqueix i desenvolupa la necessària capacitat crítica de les persones. La lectura aporta múltiples beneficis, tant en l'àmbit individual com col·lectiu.

- **En l'àmbit individual.** Permet a la ciutadania ampliar coneixements, millorar els resultats acadèmics, desenvolupar un pensament crític i afavorir l'autonomia personal. També és una font de gaudi, inspiració i reflexió que contribueix a l'estabilitat emocional i mental.
- **En l'àmbit col·lectiu.** Promou el diàleg, l'empatia i la comprensió mútua, enforteix els vincles socials i fomenta el treball conjunt. Una societat lectora és una societat més cohesionada, capaç de superar les barreres que limiten les oportunitats per a tothom, i una societat més creativa, més preparada i capacitada per desenvolupar-se.

El Govern de Catalunya va aprovar el juliol del 2023 el Pla nacional del llibre i la lectura de Catalunya, que té com a objectiu promoure la lectura i el llibre a Catalunya per contribuir al desenvolupament de la cultura i l'educació. Aquest Pla estableix setanta-tres mesures destinades a fomentar l'hàbit lector, vetllar per la igualtat d'accés al llibre i la lectura i donar suport a l'ecosistema del llibre. Així mateix, la Generalitat de Catalunya ha ofert ajudes als municipis catalans per elaborar i executar els seus propis plans de foment de la lectura.

A Tarragona treballem per avançar en el creixement cultural i educatiu de la nostra societat a través del foment de la lectura des d'una perspectiva global i integradora. Per aquest motiu, volem impulsar un Pla local de foment de la lectura que promogui la lectura com una experiència positiva, de fàcil accés i plaent. Que expandeixi la creativitat i la capacitat de pensar i trobar solucions imaginatives a diverses situacions. Que estimuli la capacitat crítica, essencial per formar individus més lliures i competents, i que alhora promogui una societat més democràtica i oberta al diàleg.

Volem enfocar l'actual Pla de lectura de Tarragona a promoure la lectura en un sentit ampli i inclusiu, però prioritzant les accions adreçades a les persones de menys edat (entre els 6 i els 30 anys), des d'un concepte de lectura relacionat amb altres llenguatges artístics.

Per fer-ho, volem impulsar un projecte obert, avaluat i transparent que garanteixi el dret d'accés a la cultura i en què tothom s'hi senti inclòs, situant la pràctica artística com a eix central des d'una mirada diversa i amb perspectiva de gènere.

Aquest Pla s'ha de construir col·laborativament, ja que aquesta cooperació és clau per aprofitar sinergies i construir un teixit comunitari capaç d'impulsar iniciatives amb un impacte profund i sostingut. L'objectiu final és augmentar la participació cultural (aquest és el focus).

Aquest Pla de foment de la lectura, que forma part del Pla estratègic Tarragona Cultura i en comparteix l'enfocament i la metodologia, persegueix els principis rectors següents:

- **Facilitar l'accés a la lectura, a la cultura i al coneixement a tota la ciutadania.** La cultura, la lectura i el coneixement són drets fonamentals. Cal garantir que totes les persones hi puguin accedir i ningú en quedi exclòs.
- **Afavorir la igualtat d'oportunitats.** El Pla de foment de la lectura ha d'ajudar a reduir les desigualtats socials. Tenir accés al coneixement i a tota la informació disponible pot aportar més autonomia a les persones pel fet de comprendre i expressar-se millor. El Pla ha de promoure valors d'equitat i lluitar contra la bretxa cultural i digital.
- **Fomentar l'hàbit i la competència lectora.** La comprensió lectora és una habilitat essencial per a l'aprenentatge, l'èxit acadèmic i el creixement personal i professional. És una eina imprescindible per al desenvolupament del pensament crític i per a l'enriquiment personal, i ajuda a millorar els resultats acadèmics i professionals.
- **Descobrir el plaer per la lectura.** Cal provocar situacions en què la lectura sigui un plaer més que no pas un treball o una obligació: construir ecosistemes que propiciïn les condicions i les experiències positives per facilitar un accés senzill, obert, proper, plural i ric als textos. S'hi ha d'incorporar tant l'accés tradicional a l'obra literària —lectura de textos en paper o format digital— com altres formes d'acostar-se a la lectura, com ara pòdcasts, audiollibres, plataformes digitals, oralitat, activitats relacionals al voltant de la lectura o altres narratives. Cal contribuir a eixamplar la necessitat de llegir i transmetre el plaer de llegir per gaudir.
- **Desenvolupar el sentit crític.** La lectura ens convida a descodificar, aprendre i interpretar; ens transporta a realitats diverses que ens ofereixen noves perspectives. Aquest procés contribueix a desenvolupar habilitats com són la reflexió, l'anàlisi i un esperit crític sòlid. Llegir estimula la capacitat crítica, essencial per formar individus més lliures i competents, alhora que promou societats més democràtiques i obertes al diàleg.
- **Impulsar la creativitat.** La creativitat és la capacitat de pensar de manera original, resoldre problemes de manera innovadora i trobar connexions inesperades entre diferents conceptes. La creativitat ens permet adaptar i evolucionar, expressar-nos i exposar les nostres idees i sentiments. Llegir ens permet imaginar nous escenaris i situacions que poden ser útils per trobar resultats diferents.
- **Impulsar la cadena de valor de la literatura i el llibre.** La ciutadania ha de conèixer i participar en la cadena de valor de la literatura i del llibre. La lectura sols s'activarà si la gent participa d'aquesta cadena de valor i actua com a lectora, compradora, medidora i creadora.
- **Impulsar l'ús de les tecnologies en el foment del llibre i la lectura.** Ens enfrontem a un repte tecnològic en la lectura. Es manté la lectura seqüencial del text (sobre paper o en pantalla) i agafa protagonisme l'accés a la informació a través de mitjans sonors, audiovisuals i multimèdia. Les xarxes socials i les crítiques en portals de compra de llibres esdevenen prescriptors de lectura, i l'entorn digital, un aliat en la promoció de la lectura.
- **Contribuir al benestar físic i emocional.** La lectura pot ser una font de plaer, relaxació i aprenentatge. Fomentar la lectura per oci, creant activitats plaents i enriquidores, pot contribuir a millorar el benestar emocional. La lectura capacita l'individu i el fa més autònom. Han sorgit noves necessitats personals i col·lectives vinculades a l'aïllament (combatre la solitud o la por, per exemple). Les activitats

socials relacionades amb la lectura, com poden ser els clubs de lectura, els tallers o la lectura a domicili, poden pal·liar aquestes necessitats. La biblioteca ha d'esdevenir un espai relacional, obert i que fomenti iniciatives col·lectives i d'aprenentatge compartit, de solidaritat i de suport emocional.

- **Promoure la inclusió i la cohesió social.** La lectura té el poder de crear connexions entre persones de diverses cultures, religions, edats, identitats de gènere, ideologia i valors, capacitats cognitives o condicions socioeconòmiques. El Pla de lectura pot donar resposta a altres reptes del municipi i contribuir a la transformació social per a una ciutat més inclusiva, justa i cohesionada.
- **Crear comunitat i vincles que refermin el sentiment de pertinença i la participació activa.** Un pla de foment de la lectura amb una mirada comunitària pot contribuir a crear una societat més unida, implicada i participativa, a part d'esdevenir un projecte més viu i democràtic que tingui un impacte més alt en el conjunt de la població.
- **Garantir la presència i l'ús efectiu del català en la vida cultural i pública de Tarragona.** El català és la llengua pròpia de Tarragona. Com a llengua comuna i cohesionadora, i per assegurar una participació cultural plena i equitativa, cal promoure'n l'ús en tots els àmbits de la vida pública i cultural. El Pla ha de contribuir a reforçar l'accés a la cultura en català i a la lectura en català, afavorir actituds positives envers la llengua i generar contextos d'ús reals i significatius, especialment entre els col·lectius més joves i diversos.

2. Operativa: òrgans de participació i gestió

Aquest Pla parteix del procés participatiu per a l'elaboració del Pla estratègic Tarragona Cultura, que ha de marcar les línies de la gestió de la cultura de la ciutat a curt i mitjà termini.

Dins d'aquest procés participatiu es van organitzar, els mesos de febrer i març de 2024, dues trobades de la Taula de Treball de l'àmbit sectorial de les Lletres. Aquestes trobades van tenir com a objectiu recollir aportacions i orientacions per elaborar la diagnosi de la situació de la cultura a Tarragona, i debatre i prioritzar els reptes de futur i les actuacions a emprendre a la ciutat en l'àmbit concret de la lectura.

Aquesta taula de treball també va permetre crear aliances i identificar agents que poden participar en la creació i execució del Pla de foment de la lectura.

El Pla de foment de la lectura de Tarragona operarà, principalment, a través dels següents òrgans de participació:

Grup de treball

El grup de treball és l'òrgan plenari del Pla de foment de la lectura. Ha de ser representatiu de la diversitat d'agents relacionats amb el fet lector. La participació i la permanència en aquest grup és lliure, oberta i voluntària. Es reunirà entre dos i cinc cops l'any i té les funcions de dissenyar el Pla i avaluar-ne els resultats. També és un espai per incorporar-hi noves propostes.

Grup motor

El grup motor té la funció de planificar, coordinar i executar el Pla local de foment de la lectura de Tarragona. Estarà coordinat des de l'Ajuntament a través de la Casa de les Lletres i es reunirà periòdicament, segons les necessitats plantejades en cada moment (amb una previsió inicial d'una reunió cada dos mesos). Estarà integrat per persones de perfil tècnic designades per l'Ajuntament de Tarragona i la Generalitat de Catalunya, pertanyents als seus àmbits dels serveis públics d'Educació, Cultura i Biblioteques.

Comissions

Es preveu la creació de comissions específiques per treballar alguns programes concrets del Pla i optimitzar-ne l'operativitat, integrades per membres tant del grup de treball i del grup motor com per terceres persones que per la seva expertesa puguin ajudar-hi.

L'Ajuntament de Tarragona, des de l'Àrea de Cultura, assigna la coordinació i el seguiment del Pla de foment de la lectura de Tarragona a la secció de Biblioteques i Lletres, que inclou el Servei Municipal de Biblioteques, la Casa de les Lletres i l'Oficina de Promoció del Català.

Durant el transcurs de la implantació i la revisió del Pla s'organitzaran altres accions participatives o consultives obertes a la ciutadania.

El Pla de foment de la lectura de Tarragona és un document marc, estratègic i viu, que defineix els eixos d'actuació a partir dels debats generats en el procés d'elaboració del Pla estratègic de Cultura i de l'anàlisi de l'estat de la lectura a la ciutat.

S'han definit tres eixos de treball o d'enfocament que donen resposta als principals reptes identificats. Per a cada eix, s'han acordat uns objectius específics i s'han proposat unes línies d'acció que hi donen resposta, així com una sèrie de propostes o projectes a desenvolupar.

Aquest document marc es desplegarà en dues línies de treball connectades entre si:

- Plans anuals d'acció, en què es detallarà la implantació de les propostes i dels projectes específics. Els plans anuals inclouran la dotació prevista de recursos municipals per a cada projecte.
- Projectes específics, que poden coincidir o no amb els períodes anuals, i que s'aniran desenvolupant segons les prioritats acordades i la disponibilitat de recursos.

El Pla de foment de la lectura de Tarragona té la voluntat de crear un sistema estable de planificació de l'acció lectora a la ciutat. Aquest document estableix una durada de quatre anys d'implementació, 2026-2029. Passats aquests quatre anys, el Pla es revisarà i s'adaptarà per donar resposta als reptes dels anys vinents.

3. Diagnosi de l'estat de la lectura a Tarragona

Dades rellevants

A partir dels resultats de les trobades de la Taula de Treball de l'Àmbit Sectorial de Lletres durant el 2024, de la diagnosi de l'estat de la cultura a Tarragona i d'altres estudis i fonts

consultades,¹ s'ha fet una primera diagnosi de l'estat de la lectura a Tarragona. A continuació s'indiquen les dades i la informació que s'han considerat més rellevants.

Context territorial, demogràfic i social

- 141.056 habitants.²
- La població s'agrupa en cinc districtes (Centre, Eixample, Nord, Ponent i Llevant) i onze barris.
- Territorialment i urbanísticament, presenta una organització dispersa i segregada que dificulta la construcció d'un imaginari de ciutat.
- La manca d'espais de centralitat en molts barris fragmenta la convivència i dificulta la cohesió social.
- La creació d'espais de centralitat al voltant d'equipaments com ara centres cívics i biblioteques promourien la socialització i l'activitat comercial, i millorarien la connectivitat urbanística per fomentar la cohesió entre totes les zones de la ciutat.
- Gairebé el 24 % de la població és nascuda fora de l'Estat espanyol, principalment del Marroc (6,6 %).
- El 14 % de la població de Tarragona de més de 15 anys no assoleix els estudis de secundària.
- El 31 % de la població (2023) té menys de 30 anys. El 8,7 % són nens de fins a 10 anys, l'11,6 % són adolescents (11-19 anys) i l'11,5 % és població jove (20-29 anys).
- Els barris amb un nombre més alt d'adolescents eren, el 2024, Nou Eixample Nord, Torreforta i barris adjacents i Sant Pere i Sant Pau.
- Tarragona forma part de les cinc seccions censals³ amb els índexs socioeconòmics territorials (IST) més baixos de Catalunya (32,2).⁴ La situació, però, és desigual dins de la ciutat, amb agrupacions censals tant en els nivells més alts com en els més baixos de l'índex socioeconòmic.
- A Tarragona hi trobem bosses de població en situació de precarietat socioeconòmica, que afecten especialment col·lectius vulnerables com els de les dones, el jovent o la població nouvinguda. Aquestes situacions són especialment visibles en zones concretes dels barris de Ponent (Torreforta, Bonavista i Campclar), així com a Sant Salvador i, en un grau més baix, a Sant Pere i Sant Pau.
- El teixit associatiu dels diferents barris de Tarragona és ampli.
- El nivell d'enxarxament de les entitats és força restringit.

¹ *Guia de centres educatius de Tarragona*; Pla d'acció de desenvolupament socioeconòmic de Tarragona 2023-2026; Pla de biblioteques de Tarragona 2017-2022; Pla de desenvolupament dels barris de Tarragona; Pla d'equipaments bàsics de Tarragona 2016; Pla integral de la Part Baixa; Pla local Tarragona Jove 2028; Pla de mobilitat urbana sostenible; Programa Marc de la Xarxa de Centres Cívics de Tarragona; web de l'Ajuntament de Tarragona.

² Dades del Padró municipal 2024.

³ Les seccions censals són una divisió de Catalunya en unitats territorials de 9.000 persones de mitjana.

⁴ L'índex socioeconòmic territorial (IST) és un índex sintètic per petites àrees que resumeix en un únic valor diverses característiques socioeconòmiques de la població. L'índex concentra la informació sobre situació laboral, nivell educatiu, immigració i renda de totes les persones que resideixen en cada unitat territorial, a partir de sis indicadors sectorials. El que indica aquesta dada és que, si bé la mitjana del municipi de Tarragona és de 95,2 (una mica per sota de la mitjana de Catalunya, que està representada amb el valor 100), hi ha molta diversitat entre les seccions censals del municipi (amb seccions censals en què l'índex està entre els més alts de Catalunya i amb seccions censals en què l'índex està entre els més baixos). Font: Idescat <<https://govern.cat/govern/docs/2024/06/27/10/28/ac010d5c-7170-48bf-aed4-7724f26278ff.pdf>>.

Context educatiu i cultural

- La concentració més gran de centres educatius es troba a la zona de l'Eixample i Ponent, mentre que Llevant i la Zona Nord són les zones on trobem menys equipaments educatius.
- Tarragona va ser un dels deu municipis de Catalunya amb una segregació escolar més elevada el curs 2022/2023.
- Es despleguen projectes de foment de l'hàbit lector a les escoles i instituts a través del Pla educatiu d'entorn.
- Les biblioteques escolars tenen una llarga trajectòria a la ciutat.
- Es detecten problemàtiques com l'absentisme escolar.
- Les dificultats d'inserció laboral entre la gent jove són significatives, en especial entre les persones sense estudis secundaris.
- El patrimoni històric i monumental de Tarragona és un valor inigualable.
- L'activitat cultural i de patrimoni se circumscriu principalment als barris de l'Eixample, la Part Alta i Barris Marítims.
- La ciutat està mancada d'equipaments culturals que una donin resposta suficient a la demanda.
- El creixement de la població no ha anat acompanyat del dimensionament dels equipaments.
- No existeix una xarxa de biblioteques municipals.
- Actualment, a Tarragona hi ha la Biblioteca Pública de Tarragona (de titularitat estatal i gestionada pel Departament de Cultura de la Generalitat), i només hi ha la Biblioteca Pepita Ferrer de Torreforta com a biblioteca municipal.
- L'oferta de biblioteques públiques és insuficient i molt per sota del que recomana el Mapa de Lectura Pública de Catalunya.
- El Pla local d'equipaments culturals de Tarragona 2009 recomanava sis biblioteques: la biblioteca central urbana, una biblioteca gran a Campclar i quatre biblioteques petites. Cal actualitzar aquest Pla per dimensionar les necessitats actuals.
- La Xarxa de Centres Cívics fa una tasca d'acció cultural de proximitat i de connexió entre les persones, però esdevé insuficient.
- Alguna biblioteca escolar està oberta al barri, fora de l'horari lectiu.
- Hi ha la percepció que l'activitat cultural esdevé insuficient i poc visible, molt centrada en el centre de la ciutat.
- Les entitats culturals tenen poca relació amb l'Ajuntament i els agradaria vincular-s'hi més.
- Hi ha un interès de les entitats a participar en espais d'opinió i reflexió entorn de la pràctica cultural de la ciutat.
- El 49,6 % dels ciutadans de Tarragona afirmen ser lectors freqüents (llegeixen almenys un cop per setmana), mentre que un 38,7 % de la població admet no llegir llibres mai o gairebé mai.⁵

⁵ Informe «Hàbits de lectura i compra de llibres 2022», publicat per la Generalitat de Catalunya <https://icec.gencat.cat/web/.content/organisme/transparencia/pdfs_estudis/2023-HLiCL-Catalunya-Resultats-2022.pdf>.

- Incrementar els índexs de comprensió lectora dels estudiants catalans és una prioritat per al Departament d'Educació de la Generalitat.

Recursos per a la lectura

Recursos educatius i culturals

Equipaments:

- 23 llars d'infants, 33 escoles d'educació infantil i primària, 14 instituts i una Escola Superior d'Art i Disseny, i una Escola Conservatori de Música i altres centres d'educació no obligatòria, escoles d'adults i escoles d'ensenyament especial.
- Actualment, la ciutat té dues biblioteques públiques, ambdues amb uns equipaments insuficients per oferir un servei de qualitat a la ciutat. Una biblioteca pública municipal (Biblioteca Pepita Ferrer de Torreforta, que té pendents unes obres d'ampliació per dotar-la de les instal·lacions pertinents segons el Mapa de Lectura Pública) i l'altra de titularitat estatal (Biblioteca Pública de Tarragona, que té pendent el trasllat a unes instal·lacions amb una superfície adequada).
- El Punt de Lectura de Sant Pere i Sant Pau, situat al Bloc Europa, actualment està tancat al públic, pendent d'un es d'obres d'adequació per reobrir-lo previsiblement aquest 2025.
- Diverses llibreries amb activitat cultural, totes concentrades als barris del centre.
- Una xarxa activa de centres cívics com a equipaments connectors de la ciutadania, però amb poca presència d'activitat de lletres.
- Diversos espais culturals (equipaments escènics, espais d'art, centres joves, centres culturals, etc.) que poden ser aliats per a l'organització i la programació d'activitats de foment de l'hàbit lector. Per exemple, els equipaments juvenils compten amb la presència de la secció jove de l'Escola de Lletres i amb aules de creació literària.

Projectes i serveis:

- El Pla educatiu d'entorn (PEE) de Tarragona té com a objectius reforçar l'ús de la llengua catalana i la participació en activitats de cultura catalana com a eines de cohesió social i reforç del sentiment de pertinença, i fomentar el respecte per la diversitat cultural. En una realitat plurilingüe i multicultural com és la societat catalana actual, la llengua i la cultura catalanes esdevenen eines bàsiques de cohesió social i d'igualtat d'oportunitats per a tothom. Per garantir la igualtat de drets i deures, cal promoure que tota la població de Catalunya pugui utilitzar oralment i per escrit el català. El PEE posa l'enfocament especialment en aquells infants, joves i famílies que tenen més dificultats per accedir-hi. A través dels grups de treball, formats per docents dels diferents centres educatius de la ciutat i altres agents externs, es promouen diverses actuacions i projectes per fomentar l'escriptura i el gust per la lectura.
- L'IMET ha desenvolupat l'eina Educació 360, Currículum de Ciutat, que entén la ciutat com un ecosistema educatiu.
- El Servei d'Orientació a l'Àmbit Comunitari fa acompanyament d'alumnes majors de 16 anys.
- L'Ajuntament de Tarragona té un servei específic amb l'objectiu de promoure i reconèixer la creació literària, la Casa de les Lletres, que organitza una sèrie de cicles

Annex 6. Pla de foment de la lectura 2029

i esdeveniments en què es concentra la major part d'activitat al voltant de les lletres: Primavera Literària i Tardor Literària, la diada de Sant Jordi, la convocatòria dels Premis Literaris Ciutat de Tarragona o el catàleg de novetats editorials del Camp de Tarragona.

- Les biblioteques públiques tenen un programa estable d'activitats, amb clubs de lectura, contacontes, tallers, aparadors literaris, exposicions, etc.
- Els Serveis Territorials de Cultura de la Generalitat impulsen activitats literàries en diversos equipaments públics.
- Tenim llibreries molt actives que organitzen activitats, com ara clubs de lectura, presentacions de llibres o tallers.
- L'Escola de Lletres de Tarragona és una associació que organitza tallers d'escriptura creativa i altres activitats relacionades amb les lletres i la lectura.
- La URV impulsa diversos cicles i activitats literàries.
- L'APELLC és una altra associació, vinculada al Departament de Filologia Catalana de la URV, que també impulsa cicles i activitats, com el Festival de Poesia Transvers, amb l'objectiu de fomentar la llengua i la literatura catalanes.
- Hi ha moltes altres entitats i col·lectius que durant l'any també impulsen activitats en l'àmbit de la lectura: Òmnium Cultural del Tarragonès, Tecletes, La Gent del Llamp, Col·lectiu Literari Mediona 15, Tecla Smith, etc.
- Comptem amb diverses editorials locals: Arola Editors, Cossetània Edicions, Lo Diable Gros, Piscina Un Petit Oceà, Silva Editorial, Ganzell Edicions, Insitu, Editorial Munich, Ponent Mon o La Banya Edicions.
- El 2024 es va crear un nou esdeveniment cultural al voltant del llibre infantil, el Festivalet Blau, organitzat per una editorial tarragonina i amb el suport de l'Ajuntament.
- El 55 % de les persones que van respondre l'enquesta realitzada en el marc del Pla Tarragona Cultura afirmen haver participat en alguna activitat de l'àmbit de les lletres.
- Els equipaments municipals juvenils, i en especial l'Espai Jove Kesse, promou activitats com «La ciutat a cau d'orella» i proposa trimestralment aules per al foment de la lectura i la creació literària.

ANÀLISI**Punts forts i oportunitats**

- Tenir un servei públic, la Casa de les Lletres, que impulsa la lectura i la creació literària a la ciutat de Tarragona.
- Interès i compromís municipal per la cultura.
- Disposar d'un desplegament de projectes de foment de la lectura a les escoles i els instituts (a través del Pla educatiu d'entorn), als equipaments municipals juvenils i a la Xarxa de Centres Cívics.
- Llarga trajectòria de biblioteques escolars a la ciutat.
- Currículum de Ciutat en l'àmbit educatiu.
- S'ha creat el Servei Municipal de Biblioteques de Tarragona per desplegar i gestionar la futura xarxa de biblioteques municipals.

Annex 6. Pla de foment de la lectura 2029

- Existeix una programació estable al voltant de la lectura, impulsada tant pels serveis públics municipals i de la Generalitat com per entitats i indústries culturals i creatives (llibreries i editorials, principalment).
- L'Ajuntament disposa d'una agenda única d'activitats culturals que es poden filtrar per activitat de lletres. Inclou tant activitats programades per l'Ajuntament com altres iniciatives d'altres entitats, institucions i empreses.
- Com a capital de província, té una influència en l'àmbit educatiu del territori, amb una àmplia oferta d'estudis.
- Previsió d'iniciar la construcció de la nova biblioteca de Torreforta i reobrir el Punt de Lectura de Sant Pere i Sant Pau.
- Recursos bibliotecaris digitals (eBiblio).
- La cultura, el patrimoni i la història estan molt integrats a la ciutat i són una font de promoció econòmica, turística i laboral.

Punts febles i amenaces

- Actualment, manca una xarxa de biblioteques municipals, i els equipaments bibliotecaris existents són insuficients.
- Pocs recursos culturals en barris de fora del centre. Els equipaments i l'activitat cultural se circumscriuen principalment a l'Eixample, la Part Alta i els Barris Marítics.
- Desigualtats socials.
- Algunes zones de la ciutat amb bosses de població en risc d'exclusió i amb més dificultats per accedir a la lectura.
- Alt índex d'absentisme escolar entre una part de la població.
- Les biblioteques de Tarragona han perdut usuaris en els darrers anys (els van perdre durant la pandèmia i no els han recuperat).
- Manca de coneixement dels serveis bibliotecaris per part dels ciutadans.
- Manca d'una xarxa estructurada d'equipaments culturals.
- Manca d'un teixit associatiu enxarxat.
- Un 14 % dels joves no tenen estudis mitjans.
- Només un de cada quatre joves menors de 24 anys de la província té feina.
- A Catalunya, més d'un 20 % de les visites dels joves al metge són per ansietat o depressió, i el suïcidi és la segona causa de mort a Catalunya entre els 15 i els 29 anys.

4. Conclusions de la diagnosi i reptes

Conclusions

Tot i que a la ciutat hi ha iniciatives per fomentar la lectura i millorar l'accés a les biblioteques, les dades indiquen que una part significativa de la població no té hàbits lectors consolidats. La davallada general dels índexs de comprensió lectora entre els estudiants catalans són molt preocupants, especialment en municipis com Tarragona, en què hi ha força desigualtats entre col·lectius. Les deficiències en comprensió lectora i la manca d'un hàbit lector consolidat no només afecten negativament els resultats escolars, sinó que condicionen de per vida el desenvolupament de les persones en les seves diverses facetes. A més, la deficiència d'equipaments culturals i la distribució poc homogènia d'aquests

Annex 6. Pla de foment de la lectura 2029

equipaments a la ciutat pot contribuir a desequilibris en l'accés a la lectura. L'atur, la pobresa i les desigualtats poden ser fonts de conflictes i de manca d'inclusió i de cohesió social.

La manca d'una xarxa d'equipaments bibliotecaris i la concentració dels equipaments culturals als barris del centre de la ciutat obliga a desplegar un pla de lectura per a tot el municipi, amb la participació de diferents comunitats, agents i aliances.

La col·laboració i la coordinació entre els diferents agents promotors de la lectura (equipaments culturals, centres educatius, llibreries, editorials, etc.), treballant en projectes conjunts i avançant cap a uns objectius comuns, serà clau per a l'èxit del pla lector, i una oportunitat per cohesionar i impulsar la cultura de la ciutat. Caldrà treballar des d'una xarxa coordinada d'agents promotors de la lectura.

Malgrat que el Pla ha de tenir una mirada àmplia i inclusiva, cal enfocar els esforços a fomentar l'hàbit lector en les etapes infantil i juvenil.

Els centres educatius seran pilars essencials del Pla, i els educadors, agents clau. Són un col·lectiu motivat i implicat, amb molta responsabilitat i amb necessitats específiques. Caldrà oferir-los acompanyament i suport. La formació en mediació lectora pot ser primordial per a tots els agents implicats en el Pla. I les biblioteques escolars poden ser un recurs essencial per oferir servei a la població escolar i les seves famílies.

Caldrà treballar la complicitat i la participació dels joves per conèixer els interessos i les necessitats dels diferents col·lectius (que poden ser molt diversos entre si), i establir mecanismes de confiança, d'escolta activa i de participació. Oferir un espai relacional presencial, segur i atractiu per als joves, on tinguin la possibilitat de programar la seva pròpia oferta cultural, garanteix l'èxit de les accions empreses. L'oportunitat d'autogestió d'espais i activitats és un gest de confiança i de respecte envers ells que enforteix el compromís.

L'entorn digital serà l'altre gran aliat. Si es vol facilitar al col·lectiu jove l'accés a la lectura per fer-li descobrir el plaer de llegir, cal pensar en la lectura en sentit ampli i incloure-hi el contingut digital, la narrativa digital i transmèdia. La mediació en la lectura ha de passar també, necessàriament, pels mitjans socials digitals i pels creadors de contingut digital.

Altres espais freqüentats per joves (espais esportius, centres comercials, concerts, espais públics...) s'han de veure com a possibles aliances per apropar la lectura.

Cal entendre la lectura en un concepte ampli, més enllà de la paraula escrita, i recórrer a altres llenguatges artístics per facilitar-hi l'aproximació i una experiència plaent. El foment de la creativitat (escriptura, dibuix, pòdcasts, contingut audiovisual, musical, etc.) en l'entorn digital o analògic ha de tenir un pes important en un Pla de lectura orientat als joves.

El Pla ha de treballar per estimular la capacitat crítica dels individus i promoure una societat més democràtica i oberta al diàleg.

Les biblioteques públiques, els centres cívics i altres equipaments permetran oferir un itinerari lector al llarg de la vida. La ciutat té un ventall de propostes de promoció de la lectura impulsades per diferents agents. Cal identificar-les, visibilitzar-les i situar-les sota el paraigua del Pla.

Reptes

- Cal desplegar un Pla de lectura per a tot el municipi i que els diferents agents privats i públics (educatius i culturals en un sentit ampli) treballin de manera coordinada.
- Poder enfocar els esforços a fomentar l'hàbit lector des de la infància i intentar mantenir-lo en l'adolescència i en la joventut per estimular el plaer de la lectura i l'esperit crític. En les edats 6-16 i 17-30 anys ens juguem el futur.
- S'hauria de treballar per generar participació ciutadana per millorar l'accés a la lectura treballant des de l'equitat, l'accessibilitat i la perspectiva de gènere.
- Oferir suport i acompanyament de manera individualitzada a centres educatius.
- La participació activa de tots els agents de la cadena de la lectura és essencial. Cal preveure espais de participació, dinamització i governança per a tots els implicats, i també d'específics per al col·lectiu jove. El Pla ha de ser inclusiu i representatiu de les diferents diversitats.
- Cal incentivar la programació d'activitats des d'una mirada àmplia cap a la lectura, que incorpori els diferents llenguatges artístics i amb les tecnologies com a suport i canal.

5. Objectius

Objectiu general:

Promoure l'accés equitatiu a la lectura, impulsant una xarxa col·laborativa entre agents locals implicats en el foment de la lectura i fomentant la creació literària.

Accés equitatiu a la lectura

L'accés a la lectura és un dret fonamental que contribueix al desenvolupament personal, social i cultural de la ciutadania. Garantir que tothom, independentment de la seva edat, situació econòmica, condició social o situació personal, pugui accedir de manera gratuïta a materials de lectura de qualitat i activitats al voltant de la lectura en sentit ampli redueix les desigualtats educatives i fomenta la igualtat d'oportunitats. Tarragona presenta desigualtats socioeconòmiques significatives, amb bosses de població en situació de precarietat en zones com Ponent, Sant Salvador i, en menor grau, Sant Pere i Sant Pau. A més, la ciutat es caracteritza per una segregació urbanística que dificulta la cohesió social i la creació d'un imaginari de ciutat compartit.

Per això, és fonamental garantir la presència d'espais de lectura accessibles i de proximitat. Actualment, Tarragona no disposa d'una xarxa de biblioteques municipals i l'oferta existent és insuficient, fet que limita l'accés equitatiu als recursos de lectura. La creació de nous equipaments bibliotecaris, així com la utilització de centres cívics i altres espais públics com a punts de lectura, facilitaria l'accés gratuït a material de lectura i altres recursos culturals i de coneixement a totes les persones i, en especial, als infants, als joves i a la població més vulnerable. Impulsar iniciatives d'accessibilitat com la lectura fàcil, l'adaptació de materials per a persones amb diversitat funcional i la creació d'espais inclusius no només millorarà la comprensió lectora i incrementarà l'hàbit lector de la població, sinó que també contribuirà a reforçar el paper de la lectura com a eina d'inclusió social.

Xarxa col·laborativa entre agents locals

El foment de la lectura no és responsabilitat exclusiva de les biblioteques o les escoles, sinó que requereix la implicació d'un conjunt ampli d'agents locals. A Tarragona, hi ha un teixit associatiu actiu i divers, però amb un nivell d'enxarxament limitat. El Pla de lectura ha d'aprofitar aquesta riquesa per coordinar esforços entre les institucions públiques, els equipaments culturals i educatius, les llibreries, les editorials, els creadors i altres agents locals implicats en el foment de la lectura. La creació d'una xarxa col·laborativa permet coordinar esforços, optimitzar recursos i donar més visibilitat a les iniciatives existents.

Aquesta sinergia ajudarà a enfortir el teixit cultural de Tarragona, promourà projectes innovadors i dinàmics i fomentarà una comunitat lectora activa i compromesa. A més, és fonamental establir mecanismes de participació activa de la ciutadania, especialment dels joves, perquè puguin programar i autogestionar activitats d'interès. Això contribuirà a reforçar el sentiment de pertinença i la implicació de la comunitat en la dinamització del sector cultural i literari.

Foment de la creació literària

La creació literària és un element essencial del patrimoni cultural i un reflex de la identitat local. Tarragona compta amb una comunitat creadora activa, però sovint mancada d'espais i oportunitats per donar-se a conèixer. És essencial impulsar iniciatives que fomentin la producció literària i editorial, especialment la d'autoria emergent, per garantir la renovació i la diversitat del panorama literari del territori.

La literatura no és un art aïllat, sinó que es connecta amb altres disciplines com les arts escèniques, la música, la il·lustració o l'audiovisual. Promoure projectes que integrin la literatura amb altres expressions artístiques contribuirà a enriquir l'experiència lectora i a apropar la lectura a aquelles persones que tenen més dificultats per accedir-hi. A més, l'entorn digital ha de ser un aliat en aquesta estratègia. El suport a la creació de contingut digital i la promoció de nous formats transmèdia promouen la literatura entre la població jove. Tarragona es pot posicionar com un referent en la promoció de nous talents literaris i en la dinamització del sector cultural, per fomentar una identitat creativa pròpia i arrelada al territori.

Objectius específics:

- Promoure la planificació estratègica en el foment de la lectura a la ciutat.
- Promoure accions d'accessibilitat i inclusió que acostin la lectura a aquelles persones que menys hi accedeixen.
- Coordinar i visibilitzar l'activitat al voltant de les lletres existents a la ciutat i dels seus agents.
- Participar en el treball de foment de la lectura que es fa a escoles i instituts. Coordinar-s'hi i donar suport a projectes existents.
- Impulsar i visibilitzar la creació emergent. Reforçar l'activitat de foment i de reconeixement coordinada per la Casa de les Lletres (Premis Literaris, recitals, presentacions, etc.).
- Desenvolupar activitats i projectes d'aproximació a la lectura i de foment de la creació i del talent jove a través de diferents llenguatges artístics i mitjans digitals.
- Promoure el plaer per la lectura a través de les arts, l'expressió i la creativitat a l'aula.

6. Eixos de treball i línies d'acció

Proposem tres eixos que són els àmbits de treball en els quals s'enfocarà el Pla de foment de la lectura per donar resposta als reptes identificats en la diagnosi. Per a cada eix s'han identificat unes línies d'acció que donen resposta als objectius específics.

EIX 1 - DRET D'ACCÉS A LA LECTURA. Desenvolupar un nou Pla municipal de biblioteques per concretar les previsions d'assoliment dels requisits que ens marca el Mapa de Lectura Pública de Catalunya. Desplegar projectes comunitaris arreu de la ciutat per ampliar l'abast de les accions de foment de la lectura. Incorporar diversos equipaments o recursos públics que ens hi apropin. Fomentar l'accessibilitat, des d'una mirada àmplia, així com dur a terme accions dinamitzadores que responguin a criteris d'equitat d'accés, interculturalitat i reforç de la comprensió lectora. Acostar la lectura als infants i als joves de manera atractiva i participativa per promoure el plaer per la lectura i estimular la capacitat crítica. Incrementar la participació de la ciutadania en l'ús i l'aprofitament dels recursos per al foment de la lectura.

Objectius específics:

- **Promoure la planificació estratègica en el foment de la lectura a la ciutat.** Per tal de garantir un desenvolupament coherent, equitatiu i sostingut de les polítiques de lectura a Tarragona, cal impulsar una planificació estratègica que integri els diversos agents implicats i permeti orientar les accions futures amb criteris clars. Aquesta planificació ha de facilitar una visió compartida, identificar prioritats i establir mecanismes de coordinació i avaluació estables, i contribuir així a fer del foment de la lectura una política pública estructurada i amb continuïtat.
- **Promoure accions d'accessibilitat i inclusió que acostin la lectura a aquelles persones que menys hi accedeixen.** El foment de la lectura ha de ser una eina per reduir desigualtats i afavorir la inclusió social i cultural. Cal desplegar accions que tinguin en compte les diversitats socials, econòmiques, culturals i funcionals de la ciutadania, garantint que tothom, independentment de la seva situació, pugui gaudir de les oportunitats que ofereix la lectura, posant especial èmfasi en els infants i els joves per ampliar les seves possibilitats de desenvolupament en el futur. Això implica dissenyar propostes properes, adaptades i respectuoses amb les diferents realitats del territori i acostar-les a la ciutadania.

Línies d'acció:

- Elaborar i aprovar un Pla municipal de biblioteques de Tarragona.
- Dur a terme projectes lectors comunitaris que aprofitin espais de diversos equipaments públics de proximitat.
- Impulsar projectes específics que responguin a criteris d'equitat d'accés, interculturalitat i reforç de la comprensió lectora.
- Dur a terme accions de foment de la lectura adreçades específicament a la població dels grups d'edat de 6-16 anys i de 17-30 anys.
- Desenvolupar eines de participació ciutadana en relació amb l'accés a la lectura.
- Convocar espais de participació específics adreçats al col·lectiu jove.

EIX 2 - XARXA PER PROMOURE LA LECTURA AL LLARG DE LA VIDA. Visibilitzar i coordinar l'acció lectora existent a la ciutat. Desplegar l'acció en l'àmbit educatiu a través del Pla educatiu d'entorn i altres propostes en coordinació amb els serveis bibliotecaris i la resta d'agents de promoció de la lectura.

Objectius específics:

- **Coordinar i visibilitzar l'activitat al voltant de les lletres existents a la ciutat i dels seus agents.** Tarragona ofereix una gran riquesa de propostes i agents que treballen al voltant de la lectura i les lletres. Per potenciar-ne l'impacte, cal generar una estructura de coordinació que permeti treballar en xarxa, compartir recursos i donar més visibilitat a tot aquest ecosistema. Aquest sistema afavorirà la complementarietat d'accions, farà més accessible l'oferta per a la ciutadania i reforçarà la presència de les lletres en la vida cultural i social de la ciutat.
- **Participar en el treball de foment de la lectura que es fa a escoles i instituts. Coordinar-s'hi i donar suport a projectes existents.** Els centres educatius són agents fonamentals en la promoció de la lectura. És prioritari establir vincles sòlids amb escoles i instituts, reconeixent i valorant els projectes que ja s'hi desenvolupen, i oferint-los suport i acompanyament. Aquesta col·laboració ha de permetre generar una xarxa estable entre l'àmbit educatiu i cultural, i consolidar la lectura com a pràctica significativa en el dia a dia dels infants i els joves.

Línies d'acció:

- Impulsar el Pla de lectura i posar en marxa els seus òrgans de governança, amb la participació de diversos agents promotors de la lectura.
- Implantar nous suports de difusió permanent que agrupin l'oferta d'activitat de foment de la lectura que genera la ciutat.
- Impulsar recursos de suport adreçats a centres educatius. Potenciar les biblioteques escolars.

EIX 3 - FOMENTAR I DONAR RELLEVÀNCIA A LA CREACIÓ LITERÀRIA. Caldrà continuar impulsant la tasca feta fins al moment en l'àmbit del foment de la creació literària del Camp de Tarragona. I dinamitzar el pas de la lectura cap a l'escriptura, donant suport a la creació emergent. Promoure la creativitat a través no només de la paraula sinó també d'altres llenguatges artístics (musical, plàstic, cinematogràfic, teatral, narrativa transmèdia, videojocs, etc.).

Objectius específics:

- **Impulsar i visibilitzar la creació emergent. Reforçar l'activitat de foment i de reconeixement coordinada per la Casa de les Lletres (Premis Literaris, recitals, presentacions, etc.).** És essencial reforçar el suport a la creació literària local, especialment la d'autoria emergent, i generar espais per al seu reconeixement i projecció. La Casa de les Lletres ha de continuar sent el motor d'aquesta promoció, coordinant activitats com ara recitals, premis, presentacions o cicles literaris que connectin la ciutadania amb les veus creatives del territori, enfortint així la identitat cultural i literària del Camp de Tarragona.
- **Desenvolupar activitats i projectes d'aproximació a la lectura incorporant-hi el talent jove a través de diferents llenguatges artístics i mitjans digitals.**

Annex 6. Pla de foment de la lectura 2029

Aquest objectiu vol facilitar espais on els joves puguin entrar en contacte directe amb joves creadors —escriptors, il·lustradors, músics, creadors digitals, etc.— que puguin esdevenir referents propers i inspiradors. I també fomentar la relació entre joves al voltant de la lectura. A través d'aquests vincles, es vol fer atractiva la lectura com a pràctica social, cultural i creativa, i convertir-la en una experiència significativa, vinculada a interessos i formes d'expressió pròpies del jovent. Les activitats proposades es desenvoluparan en formats diversos i mitjans digitals, amb la incorporació de llenguatges artístics contemporanis per estimular la curiositat, el gaudi i la identificació personal amb el fet lector i amb la creació.

- **Promoure el plaer per la lectura a través de les arts, l'expressió i la creativitat a l'aula.** La lectura ha de viure's com una experiència viva, sensible i enriquidora. Les arts i la creativitat poden esdevenir una manera transversal de connectar la lectura amb l'aula per afavorir propostes que estimulin l'expressió, l'emoció i l'autonomia de l'alumnat. Aquest enfocament permet desenvolupar una relació personal i positiva amb la lectura, que vagi més enllà de l'obligació i connecti amb el desig de llegir per gaudir i descobrir. En aquest marc, esdevé rellevant connectar l'alumnat amb els professionals del món del llibre, en especial els del Camp de Tarragona, tant per fomentar el vincle amb la literatura de proximitat com per oferir referents inspiradors i propers que puguin despertar vocacions literàries i creatives.

Línies d'acció:

- Desenvolupar programes per connectar escriptores i escriptors del Camp de Tarragona amb la població de 14-16 anys.
- Crear esdeveniments atractius que fomentin les relacions entre joves al voltant de la lectura i la creació literària: festivals o festes de lectura.
- Promoure la prescripció lectora amb persones influents properes al públic objectiu.
- Crear un equip de joves interessats en la promoció de la creació (literària en un sentit ampli) que de manera autogestionada puguin proposar i desenvolupar projectes a la ciutat que responguin als objectius i les estratègies del Pla.
- Desenvolupar accions específiques relacionades amb l'oralitat, la lectura en veu alta i la dramatització.
- Programar jornades literàries als centres educatius amb autors i autores de proximitat, preferentment.
- Dur a terme una programació d'activitats, incorporant-hi els llenguatges artístics i les tecnologies.

Aquest Pla caldrà desplegar-lo en projectes i accions concretes. Cada projecte o acció comptarà amb un document de treball específic on s'indicarà en què consisteix, quin objectiu persegueix, a qui va dirigit, qui n'és el responsable i qui hi col·labora, el calendari d'implementació, el pressupost i els indicadors de seguiment.

7. Les persones

A continuació, a la secció «La lectura al llarg de la vida» s'indica per a cada franja d'edat la situació davant la lectura: les dificultats i oportunitats com a audiència d'un pla de foment de la lectura, possibles accions, espais i aliances de foment de la lectura per a cada segment d'edat.

Tot seguit, a les seccions «Infància i lectura», «Adolescència i lectura» i «Joves i lectura» es fa una aproximació més detallada a les característiques i als interessos dels infants i dels col·lectius adolescent i jove, que són els segments de població en què el Pla de foment de la lectura de Tarragona es vol focalitzar durant les seves primeres anualitats.

7.1. La lectura al llarg de la vida

Tot seguit es descriu la situació davant la lectura per a cada franja d'edat i com el Pla de lectura s'hi pot aproximar. També possibles accions a realitzar amb cada franja i on es poden dur a terme (on trobem aquests lectors).

Lectors per edat

0-5 anys:

- **Com s'hi pot aproximar el Pla de foment de la lectura?**
 - Dificultats. Infants prelectors. No hi ha una escolaritat obligatòria. Depenen de la motivació lectora i de la implicació de les persones que els cuiden (mares i pares, avis, persones cuidadores).
 - Oportunitats. Identificació de nous nadons als centres de salut. Acompanyament a les mares i grups de criança.
- **Possibles accions**. Aproximar la lectura als nadons a través de cançons, ballmanetes, contes explicats, principalment de la veu de la mare o de les persones cuidadores. Quan són més grans, àlbums il·lustrats, contes explicats, titelles, contes amb objectes.
- **On es poden dur a terme? On els trobem?** A casa, als centres de salut, als grups de criança, a les escoles bressol, als cicles d'infantil de les escoles, als parcs.

6-11 anys:

- **Com s'hi pot aproximar el Pla de foment de la lectura?**
 - Dificultats. El repte de la comprensió lectora.
 - Oportunitats. Interès per la lectura i la descoberta. Promoció de la lectura des de la família (i a través de les AFA). L'escola, la biblioteca pública, la biblioteca escolar i activitats extraescolars. Gran oferta de recursos literaris i de promoció de la lectura.
- **Possibles accions**. Contacontes amb il·lustradors. Clubs de lectura infantil. Lectura en veu alta. Apadrinament lector. Tallers de creació per a nens. Activitats i xerrades en reunions de les associacions de pares i mares. Tallers per llegir en família. Activitats amb recursos de lectura fàcil.
- **On es poden dur a terme? On els trobem?** Escoles, biblioteques, a casa, als parcs, a extraescolars.

12-16 anys:

- **Com s'hi pot aproximar el Pla de foment de la lectura?**
 - Dificultats. Preadolescència i adolescència. Pas a l'institut i trencament amb la infància. Rebuig a l'adult i amb el que s'estableix. Pèrdua d'interès per les biblioteques i la lectura (tot i que en els darrers anys s'ha incrementat la lectura entre adolescents). Dispositius mòbils. Ús quasi exclusiu de xarxes

Annex 6. Pla de foment de la lectura 2029

socials i de plataformes digitals per a la informació, l'oci i la comunicació. Baixa comprensió lectora i sentit crític.

- **Oportunitats.** Impuls per proposar i fer de manera diferent, d'acord amb els seus interessos. Moment de força creativa. Necessitat de resposta i de suport al moment vital en el qual es troben. Segueixen els seus influenciadors. Trien les lectures. Necessiten referents professionals en el sector del llibre i la lectura. Es troben en una etapa educativa en què han de fer treballs de recerca i utilitzar diferents recursos i fonts d'informació formals i informals. Interès per còmics, sèries, cinema...; interès per la ficció. Necessitat d'espais relacionals segurs per a l'oci.
- **Possibles accions.** Activitats teatrals i escriptura teatral, creació literària, activitats organitzades pels joves, activitats de relació (clubs de lectura, clubs de còmic). Activitats de participació (recomanacions de llibres a les xarxes —booktubers—, tallers, concurs de rimes i glosses, tallers de lletres de cançó). Activitats i tallers digitals de creació (creació de pòdcasts, videojocs i còmics). Activitats multicanal al voltant de les narratives digitals i relacionar lectura i joc digital, trobades per jugar. Activitats que relacionin literatura i cinema o sèries (cineclub de sèries, cosplay de personatges de còmic). Activitats organitzades i programades pels mateixos joves. Festes al voltant de la lectura i activitats nocturnes. Activitats que relacionin lectura i esport (lectures a l'estadi, club de lectura de novel·la de gènere esportiu).
- **On es poden dur a terme? On els trobem?** Instituts, biblioteques, centres juvenils, parcs, activitats extraescolars, a casa, a internet (a través de mediadors de lectura).

17-30 anys:

- **Com s'hi pot aproximar el Pla de foment de la lectura?**
 - **Dificultats.** Continuen estudiant i la seva lectura està molt relacionada amb els estudis, o deixen d'estudiar i comencen a treballar. Incorporen altres interessos d'oci.
 - **Oportunitats.** Activitats en grup, interès per la música, l'aspecte físic, l'esport, sèries, jocs, còmics; interessos socials, comunitaris i ideals (medi ambient, moviments socials, etc.). Disposen dels seus propis diners i s'han d'administrar. Ús intensiu de xarxes socials i de plataformes digitals per a l'oci i la comunicació. Interès per la creació de continguts digitals.
- **Possibles accions.** Activitats digitals, avantatges comercials amb el carnet.
- **On es poden dur a terme? On els trobem?** Universitats i biblioteques universitàries, internet, bars, sales de concert, discoteques, estadis esportius, gimnasos, centres comercials, espais joves i centres cívics.

31-64 anys:

- **Com s'hi pot aproximar el Pla de foment de la lectura?**
 - **Dificultats.** Els primers quinze o vint anys estan molt centrats en la família i en la feina. Tenen altres ofertes d'oci (restaurants, amics, cinema i sèries, internet).
 - **Oportunitats.** Durant els primers anys, necessitat d'activitats familiars; ús d'internet i d'activitats que es facin a casa. Són bons prescriptors (sobretot amb amics i coneguts). Necessitats d'activitat a l'exterior i a l'entorn natural.

Annex 6. Pla de foment de la lectura 2029

A partir dels 45-50 anys, moment introspectiu, ideal per a la lectura i les activitats socials com ara clubs de lectura, lectures dramatitzades, etc., per a la cura personal i per a l'autoconeixement.

- **Possibles accions.** Durant els primers anys, lectura per a la primera infància (0-3 anys), biblioteca de pares, activitats familiars amb la lectura com a fil conductor. Activitats literàries per fer amb amics o família, ruta de vins i lletres, clubs de lectura i gastronomia. Activitats al voltant de la lectura en l'entorn laboral. Campanyes en centres comercials, restaurants, internet. A partir dels 45-50 anys, clubs de lectura, lectures dramatitzades, etc.
- **On es poden dur a terme? On els trobem?** Primers anys: centres d'atenció primària, jardins d'infància, biblioteques, places i parcs infantils, a casa. Després: a casa, internet, bars i restaurants, cellers, biblioteques, fent rutes culturals, espais naturals, grans superfícies comercials. Els darrers anys, a la feina, en centres comercials, biblioteques, centres cívics, gimnasos, xarxes socials, domicili particular, etc.

65-74 anys:

- **Com s'hi pot aproximar el Pla de foment de la lectura?**
 - Dificultats. Si no s'han acostat a la lectura amb anterioritat, poden pensar que la lectura no és per a ells.
 - Oportunitats. Jubilació, vellesa activa, necessitat de relació, acompanyar i entretenir els nets.
- **Possibles accions de promoció lectora.** Clubs de lectura, parelles lectores, cinefòrums, teatre, cant (des de cant coral a karaoke), activitats intergeneracionals.
- **On es poden dur a terme? On els trobem?** Biblioteques, centres cívics, casals i aules de gent gran, mercats, cafeteries, places, domicili particular.

75 anys o més:

- **Com s'hi pot aproximar el Pla de foment de la lectura?**
 - Dificultats. Dificultat per llegir, problemes de visió, problemes de mobilitat, sensació de perill a l'hora de socialitzar-se (contagis, desconfiança), dificultat per entendre certs continguts, llenguatge o idioma, dificultat davant les tecnologies.
 - Oportunitats. Soledat no desitjada, necessitat de contacte i d'escolta, coneixement acumulat.
- **Possibles accions de promoció lectora.** Audiollibres, lectura per telèfon, lliurament a domicili, lectura fàcil, parelles lectores, mentories intergeneracionals.
- **On es poden dur a terme? On els trobem?** Residències, centres de dia, casals de gent gran, domicili particular, hospitals, associacions.

7.2. Infància i lectura: 6-11 anys (educació primària)

Aquest apartat amplia la informació presentada a l'apartat «Lectura al llarg de la vida», per a la franja de 6-11 anys.

Entre els 6 i els 11 anys els infants cursen l'etapa escolar d'educació primària. Les nenes i els nens d'aquesta edat es troben en una etapa de gran evolució física, cognitiva, emocional

i escolar. És en aquests anys quan desenvolupen habilitats fonamentals per a la comunicació escrita i lectora, que seran la base del seu aprenentatge futur.

Característiques generals:

- **Millora de les habilitats motrius.** Les habilitats motrius fines estan més desenvolupades, cosa que els permet començar a escriure amb més facilitat.
- **Pensament lògic i concret.** Són capaços d'efectuar operacions mentals lògiques aplicades a situacions concretes, ja que millora la seva capacitat de raonament i de resolució de problemes.
- **Curiositat i ganes d'aprendre.** Mostren un interès creixent per comprendre el món que els envolta, fent preguntes i buscant explicacions per als fenòmens que observen.
- **Ampliació del cercle social.** Les relacions amb els iguals esdevenen més importants. Comencen a formar grups d'amistat més estables i desenvolupen habilitats de cooperació i de treball en equip.
- **Comprensió de normes i valors.** Adquireixen més consciència de les normes socials i morals, i són capaços de comprendre conceptes com la justícia i l'equitat.
- **Interès pel joc i l'esport.** Participen activament en jocs de grup i esports, que els ajuden a desenvolupar habilitats físiques i socials, així com a comprendre la importància de les regles i el treball en equip.
- **Lectura i escriptura.** Aquesta etapa és clau per consolidar les habilitats lectores i escriptores. Els infants comencen a gaudir de la lectura per plaer i a expressar-se amb més fluïdesa a través de l'escriptura.
- **Activitats creatives.** Mostren interès per activitats com el dibuix, la música, la dansa i les manualitats, que fomenten la seva creativitat i expressió personal.
- **Recerca d'autonomia.** Desitgen assumir responsabilitats i prendre decisions per si mateixos, tot i que encara necessiten el suport i la guia dels adults.
- **Sensibilitat a l'opinió dels altres.** Comencen a preocupar-se per com són percebuts pels seus iguals i adults, desenvolupen la consciència de si mateixos i de la seva imatge pública.
- **Gestió de les emocions.** Aprenen a reconèixer i expressar les emocions d'una manera més adequada, tot i que poden necessitar ajuda per gestionar situacions de frustració o conflicte.

Relació amb la lectura i l'escriptura:

En aquests anys els infants adquireixen les habilitats de llegir, escriure i comprendre allò que estan llegint. L'aprenentatge de la lectura i l'escriptura, així com la relació amb els llibres, es construeix principalment a l'escola, tot i que els hàbits lectors de la família hi tenen una influència profunda.

6-7 anys (1r i 2n curs d'educació primària):

- **Aprenent a llegir.** Els infants estan aprenent a llegir. Passen de reconèixer lletres i paraules a llegir frases i petits textos. Aprenen a identificar el significat d'un text senzill i a començar a deduir-ne informació implícita, però en general encara necessiten suport per comprendre textos. La il·lustració (relacionar imatge i paraula) és clau per comprendre els continguts.

- **Escriptura incipient.** Comencen a escriure frases curtes i textos narratius simples.
- **La importància de la imatge i de la veu.** Tenen interès per la narració (la paraula escoltada), que els facilita l'aproximació a la literatura, i per la il·lustració, que els ajuda a comprendre allò que estan llegint. Tenen preferència pels àlbums il·lustrats i els contes curts amb il·lustracions.

8-9 anys (3r i 4t curs d'educació primària):

- **Autonomia i interès per la lectura.** Comencen a llegir textos més llargs i estructurats, amb capacitat per comprendre idees principals i secundàries. Poden llegir amb més fluïdesa i comencen a comprendre idees abstractes. Milloren la capacitat de reflexió i connexió entre conceptes. Si l'entorn ho afavoreix, molts nens comencen a gaudir de la lectura com a entreteniment.
- **Producció escrita més elaborada.** Escriuen textos amb més coherència i seguint una estructura.
- **La lectura com a plaer.** Gaudeixen de la lectura i comencen a triar les seves lectures. Tenen preferència pels còmics i els llibres amb text senzill i il·lustracions atractives. És un molt bon moment per dinamitzar la comprensió lectora a través de clubs de lectura.

10-11 anys (5è i 6è curs d'educació primària):

- **Fluïdesa i lectura crítica.** Els infants poden llegir de manera fluida, analitzar i reflexionar sobre el contingut d'un text, comparar informacions i argumentar les seves opinions. Comencen a utilitzar llibres, articles i recursos digitals per obtenir informació. La lectura ha esdevingut una eina d'aprenentatge.
- **Escriptura organitzada.** Escriuen textos narratius, descriptius i expositius amb més coherència, usen recursos literaris senzills, com metàfores i comparacions. Poden expressar opinions i reflexions per escrit.
- **Lectura en veu alta i expressió.** És la millor edat per a la lectura en veu alta: els ajuda a desenvolupar habilitats orals i d'expressió, millora la comprensió lectora, estimula la creativitat, reforça l'empatia i enforteix els vincles emocionals; es fomenta així l'hàbit lector i la confiança en si mateixos. Les quedades socialitzadores d'intercanvi de llibres o de lectures en veu alta poden ser bones propostes dinamitzadores.

Exemples de propostes de promoció lectora i projectes de referència:

- **Conte amb il·lustració en directe a l'aula** (6-7 anys). En col·laboració amb les editorials.
- **Treballar la selecció de lectures a través de la prescripció** (8-9 anys). En col·laboració amb les llibreries.
- **Treballar el llenguatge radiofònic i el pensament crític** (10-11 anys). En col·laboració amb les emissores de ràdio.

Possibles aliances per treballar amb aquest col·lectiu:

- *Àmbit educació:* escoles de primària, escoles d'educació especial
- *Àmbit cultura:* biblioteques, centres cívics, teatres, auditoris, museus, sales d'art, espais de dansa, cinema

- *Sector del llibre*: editorials, llibreries, escriptors, il·lustradors
- *Formació i oci extraescolar*: clubs esportius, esplais i caus, escoles de música, escoles d'art, escoles de teatre, escoles d'idiomes
- *Mitjans de comunicació*: ràdio, televisió
- *Àmbit social i de salut*: pediatria, assistents socials, associacions per a la infància, associacions que treballen la diversitat funcional
- *Espai públic*: parcs i jardins

7.3. Adolescència i lectura: 12-16 anys (ESO)

Aquest apartat amplia la informació presentada a l'apartat «Lectura al llarg de la vida» per a la franja 12-16 anys.

Els infants que tenen entre 12 i 16 anys el 2025 són els darrers del que s'anomena generació Z i els primers de la generació alfa (els que han nascut a partir de 2010). Es tracta de la primera generació completament nativa digital, que ha crescut en un món plenament immers en la tecnologia i l'accés constant a internet. Aquesta generació està profundament influenciada per l'entorn digital, la personalització i els continguts immediats. Entre els 12 i els 16 anys, els adolescents es troben cursant els estudis superiors obligatoris i l'institut és l'espai de relació amb la lectura (no sempre per plaer). El pas a l'institut suposa un trencament amb la infància.

Característiques generals:

- **Relació amb els altres (i amb un mateix).** Moment de rebuig a l'adult i a allò que significa. Prenen molta importància els amics i el fet de pertànyer a un grup. Situació d'efervescència emocional i d'alts i baixos; la relació amb un mateix sovint no és d'acceptació, i la inseguretat pot marcar la relació amb els altres.
- **Nadius digitals.** Han crescut utilitzant dispositius com ara tauletes, telèfons intel·ligents i assistents de veu des de ben petits. Dominen la tecnologia i les plataformes socials, però també són cada cop més conscients dels seus efectes negatius.
- **Consum immediat i visual.** Prefereixen continguts multimèdia que textos llargs. Prefereixen vídeos curts, atractius i gràfics, i interactius per sobre de formats llargs. Això afecta la seva manera de consumir literatura i informació.
- **Personalització.** Estan acostumats a experiències adaptades als seus gustos, gràcies a algorismes de plataformes com YouTube o TikTok.
- **Videojocs com a espai social.** Les plataformes de joc esdevenen espais per socialitzar amb amics i conèixer gent nova.
- **Educació gamificada i experiencial.** Les eines educatives experiencials i digitals han fet que aprendre sigui sovint una experiència lúdica.
- **Experimentació creativa.** Escriuen, editen vídeos, creen música o dibuixen com a forma d'expressió personal i creativa. La moda i la imatge d'un mateix també prenen una gran importància en aquesta etapa.

Interessos culturals i literatura:

12-13 anys (1r i 2n d'ESO):

- **Temes.** Els seus interessos temàtics són molt variats: la fantasia i la ciència-ficció, amb històries que ofereixen mons imaginaris, màgia i aventures èpiques; la novel·la negra, que ofereix suspens i enigmes i estimulen el pensament crític, i les històries reals o les biografies de superació o de persones que han tingut un paper en la història. Històries sobre l'amistat, les relacions o l'amor adolescent. Gaudeixen amb l'humor excèntric i absurd, la sàtira i la crítica a l'adult. Interès pel còmic i el manga.
- **Mediadors de lectura.** Encara es deixen recomanar pels adults (mestres, pares, bibliotecaris i llibreters), tot i que els amics són els seus principals prescriptors.
- **Tecnologia.** Comencen a utilitzar xarxes socials com YouTube i TikTok, on coneixen noves tendències i modes, també, en literatura.

14-16 anys (3r i 4t d'ESO):

- **Temes.** S'interessen per temes contemporanis i problemàtiques socials que els permeten reflexionar sobre la realitat que els envolta. Necessiten resposta i suport al moment vital en què es troben; les trames sobre problemes familiars o malalties mentals o històries al voltant de les relacions afectives i romàntiques (sovint poc convencionals o tòxiques) els atreuen. Històries amb mons màgics i sistemes de poder complexos o ciència-ficció amb distopies que fan reflexionar sobre el futur i la societat. Hi ha una predilecció per les sèries de llibres, amb una estructura seqüencial que fomenta la fidelitat.
- **Mediadors de lectura.** Trien les lectures i es deixen recomanar per altres joves, siguin amics o influenciadors, que segueixen principalment per les xarxes socials. YouTube, TikTok i Twitch són les seves principals vies per explorar interessos, entreteniment i cultura. Són també espais per a la descoberta de llibres gràcies als *booktokers* i *booktubers*. En general, valoren marques, creadors de contingut i històries autèntiques que ressonin amb els seus valors personals. Necessiten referents professionals en el sector del llibre i la lectura.
- **Contingut digital.** Aquesta generació està oberta a consumir contingut audiovisual, principalment audiovisual i multimèdia. Es troben en una etapa educativa en què han de fer treballs de recerca i utilitzar diferents recursos i fonts d'informació formals i informals. Les seves fonts de referència per documentar-se i crear continguts són ChatGPT i altres eines d'IA.

Relació amb les biblioteques

Hi ha la falsa creença entre la població que la biblioteca, i els serveis públics en general, no interessen els joves, però el cas és que són un dels col·lectius que més presència hi tenen, sobretot per donar resposta a la seva necessitat d'estudi.

La relació d'aquest col·lectiu amb la biblioteca evoluciona amb el temps. Tot i que durant la infància s'hi trobaven a gust, a partir dels 14-16 anys senten que la biblioteca no creix amb ells; els serveis i els espais es queden estancats mentre ells continuen evolucionant. Es produeix una desconexió amb la biblioteca, un refredament de la relació quan s'adonen que la biblioteca no els acompanya en el seu creixement.

Un dels problemes que hi ha a les biblioteques públiques actualment és que no saben on «ubicar» els adolescents. Són massa grans per romandre a la secció infantil, però la secció d'adults tampoc sembla adequada per a ells atenent a les seves necessitats. Per una banda,

busquen tranquil·litat per concentrar-se en els estudis, però per l'altra senten aversió a les restriccions quant al silenci. I la problemàtica s'agreuja quan han de fer treballs en grup: no troben lloc suficient a la sala d'estudi ni tampoc poden treballar en condicions quan necessiten comunicar-se entre ells.

Exemples de propostes de promoció lectora i projectes de referència:

12-13 anys (1r i 2n d'ESO):

- **Treballar el llenguatge teatral.** Creació teatral: text, interpretació, coreografia i escenografia. En col·laboració amb els teatres i els grups de teatre.
- **Treballar la tecnologia en favor de la lectura.** Programació d'aplicacions amb IA i eines digitals innovadores per a la lectura.
- **Treballar el còmic.** Dibuix de còmic amb eines digitals.
- **Treballar l'animació audiovisual.** Creació d'un curtmetratge a través de tècniques d'animació com l'stop-motion.

14-16 anys (3r i 4t d'ESO):

- **Treballar el llenguatge audiovisual i cinematogràfic.** Creació audiovisual. Club de lectura de cinema i sessions de cineclub des de l'institut, en col·laboració amb la biblioteca, el cinema i les associacions cinematogràfiques.
- **Taller de poesia per a la creació de lletres de cançons.** En col·laboració amb les escoles de música, els joves poden compondre cançons i gravar-les. La biblioteca organitza un concurs i un festival als quals es convida compositors i cantants, referents professionals en el món cultural, per parlar de les seves inquietuds. Es presentaran les creacions i es votaran els millors temes.
- **Tallers i debats per tractar la sexualitat i l'afectivitat dels joves.** Se'ls acompanya a través de lectures, amb escolta activa i diàleg perquè visquin els seus cossos i les seves relacions de manera positiva, respectuosa i plaent.

Possibles aliances per treballar amb aquest col·lectiu:

- *Àmbit joventut:* espais joves (La Palmera, Kesse, Oficina Jove) i associacions de joves o amb gran participació de joves (caus i esplais, castellers).
- *Àmbit educació:* instituts de secundària, biblioteques escolars, el SOAC (servei d'acompanyament a l'alumnat amb risc d'abandonament escolar), escoles de música, escoles d'educació especial
- *Àmbit cultura:* biblioteques, centres cívics, teatres, cineclubs, sales de concert, museus, sales d'art, espais de dansa, sales d'assaig
- *Sector del llibre:* editorials, llibreries, escriptors, il·lustradors
- *Formació i oci extraescolar:* escoles d'idiomes, escoles de música, escoles de teatre, escoles de dansa, escoles d'art
- *Àmbit esport:* gimnasos, poliesportius, associacions i centres esportius, piscines, escoles esportives
- *Entitats i associacions:* grups de teatre, grups de música, associacions i col·lectius d'artistes, associacions de joves, associacions de cultura popular
- *Mitjans de comunicació:* ràdio, premsa escrita, butlletins electrònics
- *Mobilitat:* autobusos i autocars escolars

- *Àmbit comercial i d'oci*: cinemes, botigues de còmics, centres comercials
- *Àmbit social i de salut*: centres de salut, associacions d'àmbit social orientades a joves
- *Espai públic*: agents cívics, parcs i jardins
- *Espai digital*: plataformes digitals, plataformes d'estríming, creadors de contingut, influenciadors, mitjans digitals, xarxes socials, desenvolupadors de jocs

7.4. Joves i lectura: 17-30 anys

Aquest apartat amplia la informació presentada a l'apartat «Lectura al llarg de la vida» per a la franja 17-30 anys.

Els joves d'entre 17 i 30 anys formen part del que podem anomenar la generació Z (nascuts entre 1995 i 2010). És la generació més informada i implicada. La gran majoria d'integrants són també nadius digitals i han viscut la gran transformació digital. Són activistes i defensors de la justícia social. Són multiculturals i la seva sexualitat i el seu gènere són fluids. Tenen molta consciència de l'individu i no es volen categoritzar. Rebutgen les etiquetes. Són molt actius a les xarxes socials, estan influenciats per les tendències globals i tenen una forta consciència social. Aquesta és una etapa de transició i entrada a l'edat adulta, marcada per la recerca d'autonomia, la formació acadèmica i la inserció laboral. Aquesta franja d'edat inclou joves que acaben l'educació secundària, cursen estudis superiors o s'incorporen al mercat laboral.

Característiques generals:

- **Tecnologia quotidiana.** Els joves d'entre 17 i 30 anys tenen una relació estreta amb la tecnologia i les xarxes socials, les integren plenament en la vida quotidiana. Les seves plataformes preferides són WhatsApp, Instagram i YouTube.
- **Emancipació retardada i preocupació per la situació econòmica.** Factors econòmics i laborals dificulten l'accés a l'habitatge propi i retarden l'edat d'emancipació. La inflació i els preus alts són considerats riscos per a la seva qualitat de vida. Han viscut tota la vida entre crisis.
- **Participació i democràcia.** Tenen una certa desafecció cap a les institucions democràtiques tradicionals. Hi ha un allunyament dels partits polítics, que consideren que no aborden les preocupacions dels joves. Malgrat la desafecció envers les formes tradicionals de participació, molts joves s'impliquen en entitats juvenils que promouen valors democràtics i d'implicació social. També s'organitzen en altres moviments participatius i de reivindicació a través d'internet.
- **Videojocs com a espai social.** Els videojocs i les plataformes de joc són escollits per als moments d'oci en solitari o en grup.
- **Creació de continguts a la xarxa.** Comparteixen continguts i creacions a la xarxa com a forma d'expressió personal i creativa.

Interessos culturals i literatura:

- **Temes.** Connecten amb històries que reflecteixin diversitat (gènere, origen, sexualitat), inclusió i temàtiques actuals, com són la sostenibilitat, el canvi climàtic o la salut mental. També les històries al voltant de les relacions afectives i romàntiques (sovint poc convencionals o tòxiques).

- **Narrativa transmèdia.** Interès pels llibres que es complementen amb contingut digital (apps, videojocs, vídeos); d'aquesta manera tenen una experiència interactiva multicanal.
- **Estríming i cultura audiovisual.** Són grans consumidors de sèries i pel·lícules a través de plataformes d'estríming. Sovint consumeixen continguts acompanyats d'amics en línia (sense necessitat d'estar junts presencialment).
- **Cultura del *fandom*.** Els interessa aprofundir en les seves sagues o universos favorits. Participen en clubs de lectura, fòrums i creen *fanart* o *fanfictions*.
- **Literatura i cultura visual.** Tenen interès pels còmics, els mangues i les novel·les gràfiques.
- **Contingut digital.** Aquesta generació està oberta a consumir històries a través de plataformes digitals, com ara pòdcasts, audiollibres, llibres electrònics i aplicacions interactives que els permeten personalitzar les experiències. I també a consumir literatura i a crear-ne a través de plataformes com Wattpad.
- **Mediadors de lectura.** Es deixen recomanar per influenciadors o per continguts a la xarxa com els *booktrailers*.

Exemples de propostes de promoció lectora i projectes de referència:

- **Coprogramació i codisseny d'espais per a joves.** Projectes de participació i cocreació d'activitats de promoció lectora i codisseny dels espais joves de la biblioteca.
- **Tallers i cursos d'escriptura creativa per a joves.** Són impartits per escriptors professionals. Les creacions es publiquen i es presenten en concursos literaris per a joves.
- **Cicle de conferències sobre els principals reptes que afecten els joves en el seu futur.** Els joves escullen els temes i poden suggerir els ponents; i si volen, participar-hi organitzant i presentant les sessions.
- **Escape rooms i altres activitats excitanents.** Per fer en grup, de temàtica literària.
- **Centre d'interès i expositor de llibres de temàtica LGBTIQ+ per a joves a la biblioteca.**

Possibles aliances per treballar amb aquest col·lectiu:

- *Àmbit educació:* universitat, cicles formatius de grau superior
- *Àmbit cultura:* biblioteques, centres cívics, teatres, sales de concert, museus, sales d'art, espais de dansa, sales d'assaig
- *Sector del llibre:* editorials, llibreries, escriptors, il·lustradors
- *Formació no reglada:* escoles d'escriptura, escoles de dibuix, escoles de teatre
- *Àmbit joventut:* equipaments i espais juvenils
- *Àmbit esport:* clubs esportius, gimnasos, poliesportius, piscines
- *Entitats i associacions:* entitats juvenils, associacions LGBTIQ+, grups de teatre, grups de música, associacions i col·lectius d'artistes
- *Àmbit comercial i d'oci:* cinemes, botigues de còmics, bars, locals nocturns, centres comercials, cadenes de menjar
- *Àmbit social i de salut:* mediadors, líders comunitaris
- *Espai públic:* agents cívics, parcs i jardins, parcs de patinatge

- *Espai digital*: plataformes digitals, plataformes d'estríming, creadors de continguts, influenciadors, mitjans digitals, xarxes socials, desenvolupadors de jocs

8. Seguiment i mecanismes d'avaluació

Espais de seguiment de la implantació del pla:

- Sessió participativa anual de seguiment del Pla estratègic de Cultura específica de l'àmbit de les lletres i la lectura
- Grup de treball del Pla de foment de la lectura de Tarragona
- Grup Motor del Pla de foment de la lectura de Tarragona
- Comissions específiques

L'avaluació parteix de l'anàlisi de la situació lectora realitzada en la fase de disseny del projecte. Cada any i de manera continuada s'avaluarà la implantació del projecte, d'acord amb el Pla anual d'acció i els indicadors associats, per seguir l'evolució del seu resultat, i, finalment, s'avaluarà l'impacte del Pla al cap dels primers quatre anys.

Es preveu que el Pla de foment de la lectura de Tarragona es vagi modificant, i que evolucioni i millori al llarg dels anys per consolidar-se com un sistema de treball estable de foment de l'hàbit lector.

Els objectius específics del Pla d'acció es mesuraran amb els següents indicadors:

EIX 1 - DRET D'ACCÉS A LA LECTURA

Objectius específics:

— Promoure la planificació estratègica en el foment de la lectura a la ciutat.

Indicadors:

- El Pla de foment de la lectura arriba a les grans zones de la ciutat (Ponent, Nord, Centre i Llevant)?
- Tenim fet i aprovat un Pla municipal de biblioteques de Tarragona?
- S'elabora, s'aprova, s'executa i s'avalua cada pla d'acció anual?
- Equilibri entre pressupost anual reservat i pressupost executat.
- Manteniment o fluctuació del pressupost any rere any.

— Promoure accions d'accessibilitat i inclusió que acostin la lectura a aquelles persones que menys hi accedeixen.

Indicadors:

- Col·laborem amb institucions i centres que treballin la diversitat i amb persones en situació de risc?
- Nombre d'activitats anuals inclusives que promoguin l'accés a la lectura a persones que tenen més dificultats.
- Tenim un entorn de participació per a joves viu i dinàmic?

EIX 2 - XARXA PER PROMOURE LA LECTURA AL LLARG DE LA VIDA*Objectius específics:*

— Coordinar i visibilitzar l'activitat al voltant de les lletres existents a la ciutat i dels seus agents.

Indicadors:

- S'utilitzen eines de coordinació de l'activitat lectora de tota la ciutat?
- S'ha implantat un sistema de difusió que agrupi les ofertes d'activitats de foment de la lectura que genera la ciutat?
- Nombre d'agents que participen en els òrgans de governança del Pla.

— Participar en el treball de foment de la lectura que es fa a escoles i instituts. Coordinar-s'hi i donar suport a projectes existents.

Indicadors:

- S'han impulsat accions de suport i de coordinació amb els centres educatius?
- S'han impulsat accions de suport i impuls de biblioteques escolars?
- Nombre de centres educatius amb els quals es treballa des del pla.

EIX 3 - FOMENTAR I DONAR RELLEVÀNCIA A LA CREACIÓ LITERÀRIA*Objectius específics:*

— Impulsar i visibilitzar la creació emergent. Reforçar l'activitat de foment i de reconeixement coordinada per la Casa de les Lletres (Premis Literaris, recitals, presentacions, etc.).

Indicadors:

- S'han impulsat o desenvolupat projectes per visibilitzar els creadors emergents del territori?
- Nombre d'activitats de foment i de reconeixement de la creació literària coordinades per la Casa de les Lletres.

— Desenvolupar activitats i projectes d'aproximació a la lectura incorporant-hi el talent jove a través de diferents llenguatges artístics i mitjans digitals.

Indicadors:

- S'han impulsat o desenvolupat projectes per aproximar la lectura als joves?
- S'ha dut a terme una programació d'activitats incorporant-hi els llenguatges artístics?
- S'ha dut a terme una programació d'activitats incorporant-hi les tecnologies?

— Promoure el plaer per la lectura a través de les arts, l'expressió i la creativitat a l'aula.

Indicadors:

- Projectes adreçats a centres educatius que promoguin el plaer per la lectura a través de les arts, l'expressió i la creativitat.
- Nombre de centres educatius vinculats als projectes.

Annex 7 Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

Índex

1. Introducció al cicle festiu a Tarragona	178
2. Objectius i reptes.....	179
3. Òrgans de participació ciutadana	180
4. Marc d'acció	181
4.1. Cicle festiu	181
4.1.1. Carnaval	181
4.1.2. Setmana Santa	183
4.1.3. Sant Jordi.....	183
4.1.4. Corpus i Sant Joan	184
4.1.5. Sant Magí.....	185
4.1.6. Santa Tecla	186
4.1.7. Cicle de Nadal	191
4.2. Altres manifestacions rellevants a la ciutat	192
4.2.1. Concurs Internacional de Focs Artificials Ciutat de Tarragona.....	192
4.2.2. Castells.....	192
4.2.3. Els Tres Tombs	194
4.2.4. Sardanes.....	195
5. Cicle festiu i educació.....	195
6. Gastronomia, cuina i alimentació	196
7. Equipaments i espais de referència	198
7.1. La Casa de la Festa.....	198
7.2. Els espais escènics de la ciutat	199
7.3. Els espais expositius	199
7.4. L'espai públic com a espai festiu	200
8. La comunicació als programes del cicle festiu	200
8.1. Màrqueting publicitari	200
8.2. Premsa	201
8.3. Xarxes socials.....	202
9. Avaluació i seguiment	202

1. Introducció al cicle festiu a Tarragona

Tarragona és una ciutat viva i amb un cicle festiu clar en el calendari de la ciutat. La cultura popular és present en bona part de la vida associativa i l'activisme cultural de la ciutat, i és una de les característiques més significatives de l'activitat ciutadana del municipi. Les festes i les manifestacions de la cultura popular i tradicional de la ciutat són part del patrimoni immaterial. Tarragona té una riquesa festiva extraordinària, que l'ha convertida no sols en un territori amb un llegat especial pel que fa al seu patrimoni festiu, sinó també en un referent en la promoció de la cultura popular catalana a partir de la consolidació de les pràctiques i els models existents. Des de fa dècades, la cultura popular s'ha establert com un element impulsor de la vida cultural, fomentant la cohesió i la creació de vincles socials i la transmissió de sabers i valors.

Les celebracions festives s'han consolidat i són presents al llarg del curs de l'any, i, d'aquesta mateixa manera, les associacions i les entitats de la ciutat han anat promovent i desenvolupant l'activisme, la formació i el foment d'aquestes pràctiques amb continuïtat. Aquestes accions formen part de les activitats quotidianes del municipi i afavoreixen la cultura comunitària i la col·laboració entre entitats, com també amb els seus veïnats.

Des de l'Ajuntament s'impulsa el cicle festiu amb la vocació de donar valor a aquests espais de convivència i de participació diversa (d'edats, de gènere, culturals, funcionals), i de promoure i potenciar les manifestacions culturals que tenen lloc al llarg de l'any.

Des del punt de vista de la cultura com a dret, el cicle festiu i l'impuls de la cultura popular actuen com a vèrtex iniciàtic de la participació activa impulsada pels ciutadans de Tarragona, que és una mostra de la riquesa i de la diversitat que caracteritzen la ciutat, alhora que en són referents i s'identifiquen amb les seves identitats. Les celebracions festives són alhora espais de manifestació i pràctica cultural i d'accés al gaudi cultural i de l'espai públic com a escenari viu i compartit de la vida quotidiana. També cal esmentar que des de diversos àmbits municipals, com ara Relacions Ciutadanes o Comerç, es dona suport a celebracions festives com són les festes de diversos barris de la ciutat o la Feria de Abril, que es du a terme al barri de Bonavista.

En el desenvolupament del cicle festiu, la mediació cultural és el marc de pràctiques des d'on es desenvolupen les celebracions festives i les manifestacions de la cultura popular de la ciutat. Les festes s'elaboren amb el treball quotidià entre les institucions, les entitats i els ciutadans, i, en aquest sentit, el gruix de les iniciatives s'impulsen des d'aquesta confluència d'inquietuds, i especialment de les iniciatives sorgides de la ciutadania. El cicle festiu genera espais de fusió, de reconceptualitzacions, de trobada, de cooperació i de transformació, que duen els tarragonins a organitzar-se per celebrar el fet de ser veïns.

El marc temporal sobre el qual es treballa és la confluència de passat, present i futur, històric i humà, de la ciutat per tal de bastir referències i realitats integradores, clarament identificables, adreçades a la participació ciutadana de la manera més transversal possible.

Les polítiques culturals, a través de l'impuls de les accions del cicle festiu i de la cultura popular a Tarragona, donen valor a una cultura de la participació arrelada a la ciutat. Les

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

manifestacions festives —amb la suma d'etapes i aportacions locals i d'altres procedents d'arreu, algunes de més recents i d'altres ja convertides en rituals— fan visible, en tots els casos, l'existència d'una ciutadania cultural activa.

Pel que fa a la incorporació de la perspectiva de gènere, des del consistori s'impulsa el Pla de feminismes, en què s'emmarca aquest Pla. Ara bé, també es prenen mesures concretes per incidir en la programació i les activitats que es desenvolupen, com ara vetllar per la incorporació de la paritat de gènere en les propostes d'activitats programades a iniciativa municipal o la introducció d'accions de prevenció de la violència de gènere en les principals activitats festives, com ara preveure la presència de punts lila i arc iris als escenaris més rellevants.

Pel que fa a l'accessibilitat, s'han creat espais de reflexió i treball intern per integrar aquest aspecte en les celebracions festives. Fruit d'aquest treball, s'han incorporat accions com la Festa per a Tothom o el Carrer del Silenci per facilitar l'accessibilitat als principals espais festius de les persones amb mobilitat reduïda, hipersensibilitat auditiva o dificultats per gestionar les aglomeracions.

2. Objectius i reptes

L'objectiu general d'aquest Pla d'acció és fomentar el cicle festiu, les manifestacions de cultura popular i tradicional i les iniciatives participatives associatives que es generin en aquest àmbit. L'acompanyen els objectius específics següents:

- Fomentar la participació cultural, reconeixent i valorant les iniciatives culturals populars existents a la ciutat.
- Desenvolupar el potencial de la celebració festiva popular com a factor de cohesió, participació i transformació social.
- Impulsar espais de col·laboració i veïnatge i fomentar una participació diversa i de creació compartida.
- Afavorir la cerca de noves centralitats festives per tal de generar nous espais i projectes ciutadans compartits, adreçats a la consolidació de la participació ciutadana real.

Els reptes sorgits arran dels objectius esmentats són:

- Desenvolupar i difondre el calendari festiu de cultura popular, reflex de les manifestacions i de la vida cultural de la ciutat.
- Dissenyar programes educatius per difondre el paper cohesionador i de foment de la participació de les celebracions i els elements que integren el cicle festiu, a través d'accions de mediació cultural, en cooperació amb els centres educatius, les entitats, associacions i col·lectius i els agents que impulsen programes educatius a la ciutat, complementant les accions que ja han estat iniciades (com ara Santa Tecla a les Escoles o Carnaval).
- Impulsar el paper de la Casa de la Festa perquè sigui un aparador del Seguici Popular i alhora un espai de trobada i de difusió de diferents manifestacions festives de la ciutat i del territori.

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

- Dissenyar accions específiques en l'àmbit de la cultura popular, amb l'objectiu de fomentar l'accessibilitat, la inclusió i les diversitats: culturals, d'origen, de gènere, d'edat o funcionals, entre d'altres.
- Potenciar mecanismes per a la participació consultiva, la interlocució i l'acompanyament, amb l'objectiu d'atendre les demandes dels diferents col·lectius i entitats de la ciutat, facilitant processos de reflexió per seguir creant propostes i actualitzant accions a incloure en el cicle festiu (conjuntament i complementàriament amb el que s'està treballant en les comissions assessores).
- Projectar accions que puguin contribuir a eixamplar els espais físics de participació ciutadana, a fi i efecte de generar noves centralitats festives.

3. Òrgans de participació ciutadana

Específics del cicle festiu

Òrgans de participació estables. Actualment, l'Àrea de Cultura compta amb diferents òrgans municipals consultius i de participació estables, amb la finalitat d'establir un diàleg i promoure i implicar el teixit associatiu i la població en les polítiques públiques i les seves estratègies mitjançant la consulta, la informació, la participació i les reflexions en les decisions preses de manera col·laborativa. Aquests òrgans disposen del corresponent règim jurídic de constitució, convocatòria i desenvolupament, i són els següents:

- **Comissió Assessora del Seguici Popular.** Està formada per consellers i tècnics municipals, cinc representants dels diferents àmbits del Seguici Popular (balls i danses, balls parlats i representacions al·legòriques, música, imatgeria i grups de foc) i set persones coneixedores de la ciutat i la festa. És l'encarregada de vetllar pel compliment del protocol que estableix el funcionament del Seguici Popular a la ciutat i d'actualitzar-lo per adaptar-lo a les noves circumstàncies que es puguin presentar. També s'encarrega de vehicular i valorar les propostes ciutadanes en el marc de la seqüència ritual del calendari festiu tarragoní.
- **Comissió Consultiva del Carnaval.** Òrgan participatiu que té com a finalitat l'assessorament en l'organització del Carnaval de Tarragona, així com en la promoció i la difusió de la seva història, recuperació i manteniment dels actes que li són característics. També vetlla per l'evolució i la innovació del Carnaval adaptant-lo a les noves necessitats. Està integrada per consellers i tècnics municipals, quatre assessors amb experiència en el Carnaval, representants de les comparses que hagin guanyat el primer o el segon premi i quatre comparses elegides democràticament, un representant dels grups de foc i un representant de l'entitat responsable de la seqüència ritual de la festa.
- **Consell Municipal de la Cavalcada de Reis i l'Home dels Nassos.** Formada per consellers i tècnics municipals, representants del Port de Tarragona i cinc assessors externs en l'àmbit de la cultura popular i l'associacionisme ciutadà local. Té com a finalitat l'assessorament en l'organització de la Cavalcada de Reis i l'Home dels Nassos de la ciutat, així com en la promoció i difusió de la seva història i la recuperació i el manteniment dels elements que li són característics.

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

- **Consell Municipal de Castells de Tarragona.** Té per objectiu la promoció i la protecció del fet casteller, el foment i la divulgació, el debat i la informació dels assumptes que l'Ajuntament sotmeti a la seva consideració, i molt especialment tots els aspectes relacionats amb el calendari casteller de la ciutat. Està format per consellers i tècnics municipals, un representant de cadascuna de les colles castelleres de la ciutat i una persona independent vinculada al món casteller i que no pertanyi a cap de les colles castelleres locals.
- **Comissió Assessora del Concurs de Castells de Tarragona.** Té per finalitat l'elaboració dels paràmetres castellers que regiran el desenvolupament del Concurs, com ara la taula de puntuacions i el protocol de plaça. Està formada per un representant de cadascuna de les colles classificades en les sis primeres posicions en el Concurs anterior, un de cadascuna de les colles de la ciutat de Tarragona i dels Nois de la Torre, un representant de la Coordinadora de Colles Castelleres, cinc especialistes castellers escollits per l'organització del Concurs i per la presidència del Jurat i la direcció castellera municipal.
- **Comissió Tècnica del Concurs Internacional Focs Artificials Ciutat de Tarragona.** Integrada per persones qualificades en l'àmbit de la pirotècnia, que s'encarreguen de seleccionar quatre propostes d'espectacles d'entre les presentades en la convocatòria pública del certamen pirotècnic que té lloc a la ciutat la primera setmana del mes de juliol, així com de valorar-ne la validesa tècnica pel que fa a l'aplicació de les bases de participació.

4. Marc d'acció

4.1. Cicle festiu

En el cicle festiu s'hi incorporen aquelles celebracions reconegudes i participades per la comunitat tarragonina.

4.1.1. Carnaval

El Carnaval de Tarragona és una de les celebracions més emblemàtiques i vibrants de la ciutat, una festa plena de color, tradició i creativitat que atreu cada any milers de persones. 30 comparses i més de 3.000 comparsers i comparseres treballen durant tot l'any per crear un esdeveniment únic, el Carnaval tarragoní, una festa inclusiva que destaca per la seva espectacularitat i la gran participació ciutadana.

Entre els actes més emblemàtics d'aquesta festa, destaca la *Gala de la Disfressa d'Or*, que marca l'inici oficial de la celebració, el diumenge anterior al Carnaval. Les comparses competeixen per mostrar les seves creacions més espectaculars, un espectacle que captiva tots els assistents.

El Rei Carnestoltes i la Concubina presideixen tots els actes durant la setmana de Carnaval, que s'inicia amb la presentació de la Bota, que amb la seva presència al bell mig de la plaça principal de la ciutat esperarà fins al dimarts següent ser cremada, envoltada dels grups de foc de la ciutat. La segueix l'Entrada del Rei i la Reina, el dimecres; el Dijous Gras es fa la presentació de les comparses a la plaça de la Disbauxa (plaça del Mercat) com a epicentre;

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

divendres és el torn del Carnaval dels Petits i el Tombet del Rei i la Concubina per tots els centres educatius de la ciutat. Però la jornada més important a la ciutat de Tarragona és la de dissabte de Carnaval, amb dos dels actes més esperats: la *Baixada del Pajaritu*, una animada cursa d'andròmines que al matí reuneix un gran nombre de seguidors, i la *Rua d'Artesania*, al vespre, una desfilada de Carnaval en què les comparses exhibeixen dissenys originals i plens de color, amb coreografies de qualitat. Diumenge és el moment de la *Rua de Lluïment*, una desfilada exclusiva en què les quinze comparses guanyadores de l'any anterior mostren el millor de la seva creació amb un toc d'elegància i creativitat.

La festivitat continua el dilluns amb el *Judici del Carnestoltes*, una tradició en què la Colla La Bóta condemna el Rei i la Concubina a la foguera. La festa acaba el Dimarts de Dol. Durant el matí, la *Mascarada del Dol* recorre els carrers de la ciutat com a tribut a la figura de Carnestoltes. I a la nit el foc pren el protagonisme amb el Ball de Diables i les bèsties de foc locals, que protagonitzen un impressionant espectacle que tanca la festa amb la Crema de la Bota i els Ninots de Carnaval.

El Carnaval de Tarragona també és una festa per al paladar, amb plats tradicionals com la *coca de llardons* del Dijous Gras, la *botifarra d'ou*, que es pot degustar als mercats locals, i el *xarró*, una sopa típica del Carnaval tarragoní.

Sens dubte, el Carnaval de Tarragona és una festa única, plena de passió i creativitat, i amb una gran implicació de més de trenta entitats que, procedents la majoria de l'associacionisme veïnal i artístic, la converteixen en un dels esdeveniments més importants del calendari festiu de la ciutat, molt especialment pel que fa a la participació de les comparses. Parlem d'entitats de mida variable però que s'estructuren en grups d'entre 25 i 200 persones. El projecte artístic i la confecció de vestits i carrosses, la tria de músiques i l'elaboració de coreografies i textos satírics passa per la participació directa, en tot aquest procés, de 6.000 persones, aproximadament.

A banda d'aquestes associacions, també s'impliquen en l'organització d'actes altres entitats no directament lligades al Carnaval però tradicionalment molt actives en tot el calendari festiu de la ciutat. Principalment, els grups de foc de la ciutat (Ball de Diables, Drac, Bou, Diables Voramar, Víbria i Griu), les colles castelleres Xiquets de Tarragona i Colla Jove Xiquets de Tarragona i el Casal Popular Sageta de Foc, que assumeixen una part destacada d'activitats rellevants del programa oficial del Carnaval.

Pel que fa a la definició dels actes principals de la seqüència ritual, la Comissió Consultiva de Carnaval, formada per representants municipals (polítics i tècnics), representants de les comparses i experts externs a la celebració, s'encarrega de formular els continguts que, de manera participativa, acaben definint l'estructura principal del programa.

D'altra banda, des del Departament de Cultura es coordinen totes les necessitats materials i operatives, que des de l'estructura organitzativa de l'Ajuntament es posen al servei del programa: Mercats de Tarragona, Brigada Municipal, Guàrdia Urbana, Protecció Civil, Neteja Pública, l'Empresa Municipal de Transports i l'Institut Municipal d'Educació de Tarragona aporten criteris i serveis adreçats a la millora conceptual i organitzativa de la celebració.

4.1.2. Setmana Santa

Tradició i espiritualitat conviuen a la ciutat durant la Setmana Santa, en unes celebracions que la majoria de tarragonins viuen intensament. Des d'època medieval, han estat una expressió de la religiositat popular i un referent cultural no només per al món catòlic, sinó també per a gran part del conjunt de la població i per a les comunitats implicades, que fomenten la participació social.

El Diumenge de Rams comencen a celebrar-se els diversos viacrucis que organitzen les confraries, les germandats i els gremis que formen part de l'Agrupació d'Associacions de Setmana Santa de Tarragona. Però, sense cap mena de dubte, la més important de totes les manifestacions que es porten a terme durant aquests dies és la professó del Sant Enterrament, el Divendres Sant, documentada des del 1550 i en què intervien dinou passos, la majoria portats a l'espatlla i pertanyents a les entitats integrades en l'Agrupació. Abans de la sortida, els Armats recullen església per església cadascun dels elements per acompanyar-los a la plaça del Rei, punt de sortida de la professó.

El protocol de la professó segueix un ordre marcat pel guió i la tradició: cada confraria hi té la seva posició i és responsable de dur un o més passos; són els membres de cada confraria els qui duen a pes la figura que simbolitza un episodi de la passió i mort de Jesucrist. Molts d'aquests passos van ser destruïts durant la Guerra Civil espanyola i es van haver de construir de nou; només alguns, com els de la Reial Germandat de Jesús Natzarè, es van poder resguardar.

Actualment, la Setmana Santa tarragonina és impulsada pel Patronat Municipal de Turisme i compta amb més de 4.000 persones agrupades en tretze gremis, confraries i congregacions.

El conjunt de la professó del Sant Enterrament va ser declarat Festa Tradicional d'Interès Nacional per la Generalitat de Catalunya l'any 1999, i el 2010, arran d'un canvi normatiu, va transformar la declaració en Element Patrimonial d'Interès Nacional.

4.1.3. Sant Jordi

La diada de Sant Jordi a Tarragona té com a centre neuràlgic les parades de llibres i roses a la Rambla Nova. A més, a les set de la tarda hi ha la tradicional ballada de sardanes a la plaça Verdager, i a les vuit, l'actuació castellera de les quatre colles de la ciutat al capdamunt de la Rambla Nova. La celebració de Sant Jordi no para de créixer any rere any, i cada vegada aplega més activitats al voltant de la diada, recollides en un programa divers.

En l'àmbit de les lletres, cal destacar la col·laboració entre la Casa de les Lletres i Tarragona Ràdio, que uneixen esforços per oferir una diada de Sant Jordi enfocada a homenatjar les lletres tarragonines, amb la participació activa dels seus protagonistes: escriptors i editors del Camp de Tarragona, que passen per l'estand durant tot el dia perquè tota la ciutat pugui veure i sentir les darreres novetats que presenten.

L'ambient del dia de Sant Jordi és festiu i de convivència, d'emocions compartides i d'identitat col·lectiva.

És destacable també la diversitat d'activitats relacionades amb els llibres i la lectura que acull la ciutat més enllà del mateix dia 23 d'abril, ja que durant uns quants dies abans i

després de la diada molts centres educatius, biblioteques, institucions i entitats impulsen nombroses propostes d'accés lliure que reforcen Sant Jordi com un dels moments de l'any en què és més visible la reivindicació i la defensa de la cultura catalana amb tota la seva vitalitat i pluralitat.

4.1.4. Corpus i Sant Joan

La festa del Corpus a la nostra ciutat ha quedat més com una representació de testimoniatge de les grans professons que des del segle XIV es feien a Tarragona. Actualment, la celebració es basa en tres elements que s'han mantingut fins avui. D'una banda, l'ou com balla, que s'instal·la al sortidor de la font central del claustre de la catedral de Santa Tecla, la comercialització a les fleques i pastisseries de la ciutat de les coques de cireres i, com a acte central, la professó formada per tot el ritual eclesiàstic i acompanyada de les autoritats polítiques municipals i un reduït grup d'elements del Seguici Popular de la ciutat, format pels Gegants Moros, els Gegantons Negritos, els Gegants Vells i el Magí de les Timbales

D'altra banda, la festa de Sant Joan a Tarragona és una celebració que captura l'essència del solstici d'estiu, amb una gran varietat d'actes que rememoren costums ancestrals que han arribat fins als nostres dies. Aquesta festa, que té lloc pels volts del 23 al 24 de juny, està profundament arrelada a la ciutat i esdevé un esdeveniment destacat dins del calendari festiu tarragoní.

Un dels moments més emocionants i espectaculars de la festa és la **Cercavila de Foc**, que es desenvolupa al cor de la ciutat, a la Rambla Nova. La nit del 23 de juny, les colles de foc locals —el Ball de Diables, el Drac, el Bou, el Griu, la Víbria i la Colla de Diables Voramar del Serrallo— omplen els carrers de llum i soroll. Acompanyades de diverses colles convidades, aquestes figures mitològiques i festives fan una professó de foc que culmina amb l'encesa de la foguera, un dels símbols més poderosos de la festivitat. Aquesta foguera no només és una tradició que simbolitza la purificació i la renovació, sinó que també és l'epicentre de l'ambient festiu de la nit.

Però la festa comença a prendre forma des de les primeres hores de la jornada. La **Flama del Canigó**, una tradició que s'estén arreu dels Països Catalans, arriba a Tarragona al voltant de les vuit del vespre i es reparteix per diferents punts de la ciutat, omplint els carrers de llum i simbolitzant la unitat del poble. Aquest moment és un dels més emblemàtics de la festivitat, ja que la flama que prové de la muntanya del Canigó aplega els tarragonins en un acte de solidaritat i unió que precedeix les festes de Sant Joan.

Com cada any, la **revetlla de Sant Joan** és un moment molt esperat. A la **plaça Corsini**, la nit del 23 al 24 de juny es viu una gran festa amb música, danses i, com no podia ser d'altra manera, els tradicionals focs artificials. La plaça es converteix en un punt de trobada on la ciutadania celebra l'arribada de l'estiu i la màgia del foc fins ben entrada la matinada.

Finalment, el dia 24 de juny a la tarda, la ciutat es prepara per a una de les demostracions de força més impressionants de la festa: l'**actuació castellera** a la **plaça de la Font**. Les colles castelleres locals, és a dir, els Xiquets de Tarragona, la Colla Jove Xiquets de Tarragona, els Xiquets del Serrallo i la Colla Castellera Sant Pere i Sant Pau, competeixen en una diada que atreu milers de visitants. Els castells, aquestes espectaculars torres humanes, són una tradició molt arrelada a la ciutat i representen la cohesió i el treball en equip de les colles

que, any rere any, treballen per aconseguir les grans estructures que omplen d'admiració tot el públic.

La festa de Sant Joan a Tarragona és, sens dubte, una de les celebracions més completes i vibrants de la ciutat, un moment en què el foc, els castells i la música converteixen la ciutat en un autèntic esclat de vida, compartit per tots aquells que volen gaudir d'aquesta festa tan especial. La festa marca l'inici de l'intens calendari festiu que es viu des d'aquest dia i fins al final de la Festa Major de Santa Tecla, el dia 24 de setembre.

4.1.5. Sant Magí

La festa de Sant Magí és una de les més emblemàtiques de Tarragona, i cada any reuneix tarragonins i visitants per compartir les tradicions més arrelades de la ciutat. Aquesta festa combina religiositat, cultura popular i un ambient festiu únic que transforma cada racó de Tarragona. El 19 d'agost és el dia principal (diada de Santa Magí) i el darrer dia de festes, que habitualment comencen el 12 o el 13 del mateix mes.

La llegenda diu que sant Magí va fer brollar aigua miraculosa amb la seva gaiata a les fonts de la Brufaganya. Per mantenir viva aquesta tradició, els Portants de l'Aigua, acompanyats de carros i cavalleries engalanades, porten l'aigua des del santuari de la Brufaganya fins a Tarragona. El recorregut travessa el primer dia les localitats de Santa Perpètua de Gaià, Querol, el Pont d'Armentera, Santes Creus i Vila-rodona, fent nit a Bràfim. I l'endemà els portants continuen el camí passant per Nulles, l'Argilaga i els Pallaresos, fins a arribar a la plaça de la Font. Pel camí reparteixen alfàbrega i altres herbes aromàtiques. L'arribada de l'aigua a la ciutat es converteix en un esdeveniment molt esperat, amb l'espectacular Seguici Popular, que acompanya els portants.

El dia 15 d'agost l'Esbart Santa Tecla, a tocar del Portal del Carro i en format coreografiat, ofereix *Les contalles de Sant Magí*, una representació de la llegenda maginiana que omple de contingut la celebració més tradicional.

Des del mes d'abril les entitats, les associacions i els col·lectius poden fer les seves propostes d'activitats, que habitualment generen prop del 50 % del contingut del programa. Les entitats que s'impliquen en la realització d'activitats són d'àmbits diversos: l'esport, la cultura popular o la música.

Però la festa sobretot fomenta l'educació mediambiental mitjançant diverses accions i campanyes de sensibilització. Espectacles familiars basats en el consum responsable de l'aigua, la col·locació de punts d'aigua potable per evitar l'ús de plàstics d'un sol ús o la utilització de peülles adequades per caminar sobre asfalt per part dels cavalls que participen en la cercavila de l'aigua, i que eviten una neteja addicional dels carrers, són alguns dels exemples que podem trobar durant la festivitat de Sant Magí.

La seqüència tradicional és la següent. El dia 18 d'agost és especialment festiu. A la tarda, l'**Arribada de l'Aigua** recorre els carrers de Tarragona, omplint-los de color i ritme. Aquesta desfilada és un dels moments més alegres de la festa i és ideal per gaudir amb família i amics. Al vespre, la **Revetlla Il·luminada** ofereix dues opcions: una versió familiar a la plaça del Rei, pensada per als més petits, i una versió nocturna amb música i ball, que converteix la plaça de la Font en un gran espai de celebració, amb actuacions d'orquestrades de versions.

El dia 19 d'agost arriba un dels actes més esperats de la festa: **l'actuació castellera a la plaça de les Cols**. A les dotze del migdia, aquesta plaça esdevé l'escenari ideal per veure algunes de les construccions més espectaculars i exigents de l'any. Les colles castelleres de la ciutat ofereixen una mostra de força, tècnica i treball en equip que atreu milers d'espectadors. Aquesta actuació és considerada una de les cites més importants del calendari casteller, i un moment imprescindible de Sant Magí. La festa conclou amb la solemne **Professó de Sant Magí**, un acte religiós carregat de simbolisme. Sant Magí, patró de Tarragona, recorre els carrers de la ciutat acompanyat pels pilars caminant de les quatre colles castelleres, en una imatge plena d'emoció i tradició. L'entrada del sant al Portal del Carro posa el punt final a uns dies de celebració intensa i única.

D'altra banda, des del Departament de Cultura es coordinen totes les necessitats materials i operatives, que des de l'estructura organitzativa de l'Ajuntament es posen al servei del programa: Mercats de Tarragona, Brigada Municipal, Guàrdia Urbana, Protecció Civil, Neteja Pública, l'Empresa Municipal de Transports i l'Institut Municipal d'Educació de Tarragona aporten criteris i serveis adreçats a la millora conceptual i organitzativa de la celebració.

La Comissió Assessora del Seguici Popular i el Consell Municipal de Castells s'encarreguen dels apartats i les competències que els són propis, actuant de manera col·legiada i participativa en les principals decisions que afecten les actuacions d'aquests dos àmbits i que configuren els moments més àlgids i distintius de la festa.

La festa de Sant Magí és una oportunitat per descobrir Tarragona en tota la seva essència, amb una combinació de tradició, participació, castells i festa popular que tradicionalment és l'avantsala de la festa gran de la ciutat: Santa Tecla.

4.1.6. Santa Tecla

Amb més de set-cents anys d'història i les declaracions de Festa d'Interès Turístic Nacional per part de l'Estat Espanyol el 2002 i de Festa Patrimonial d'Interès Nacional per part de la Generalitat de Catalunya el 1996, la Festa Major de Santa Tecla s'ha consolidat com un dels esdeveniments culturals més importants de Tarragona. A més d'aquestes declaracions, la festa compta amb altres reconeixements patrimonials, com són els castells, als quals dediquem un apartat específic, o bé el toc manual de campanes, que forma part de la Llista Representativa del Patrimoni Cultural Immaterial de la Humanitat de la Unesco des del 2022 i Manifestació Representativa del Patrimoni Cultural Immaterial dins l'àmbit estatal. No es tracta d'una celebració qualsevol, sinó d'un veritable vehicle d'expressió ciutadana en què la identitat local es manifesta amb tota la intensitat. Santa Tecla és una tradició arrelada que es transmet de generació en generació i que esdevé un reflex fidel de l'essència tarragonina. La seva naturalesa acollidora i participativa es manifesta en les seves activitats populars emblemàtiques, com els pilars caminant, la professó, l'Entrada del Braç de Santa Tecla, la Baixada i les actuacions del Seguici Popular.

El calendari de la festa s'inicia amb els primers actes previs la primera setmana de setembre. L'acte que dona el tret d'inici oficial de la celebració és la Crida, que habitualment té lloc entre el 12 i el 15 de setembre, en funció del calendari de cada any; i s'acaba el dia de la Mercè (24 de setembre), sempre l'endemà del dia de Santa Tecla (23 de setembre).

El paper central de les entitats en la festa

La Festa Major de Santa Tecla no es podria entendre sense les entitats que la fan possible. Les més de trenta agrupacions que hi estan implicades són l'ànima de la celebració. Acullen des de petits grups d'entre vint i trenta persones fins a grans col·lectius, com les colles castelleres, que van des dels 150 membres de la més petita fins als 600 de la més gran. En total, la participació directa en la festa de les entitats de cultura popular és de prop de 3.000 persones. Cal destacar-ne els grups dels elements del Seguici i els relacionats amb la cultura popular d'arrel tradicional, així com els nombrosos grups de sonadors que acompanyen els elements festius al llarg dels dies.

Un model de cultura popular consolidat

Tarragona viu amb gran intensitat la cultura popular i ha aconseguit consolidar un model d'èxit en aquest àmbit. Santa Tecla és molt més que una festa: és l'expressió viva d'una Tarragona que es reconeix en la seva pròpia diversitat. Un dels elements clau que dota Santa Tecla de contemporaneïtat i atractiu popular són els balls parlats, representacions teatrals en què la sàtira i la crítica al poder són protagonistes. Aquestes actuacions mantenen viva una tradició en què l'humor i la ironia serveixen per posar en qüestió l'actualitat política i social, fent de la festa un espai de llibertat. És precisament aquest esperit crític el que converteix Santa Tecla en una celebració amb un fort component de compromís amb la realitat de la ciutat.

Un ecosistema cultural lliure i creatiu

Més enllà del programa oficial, al voltant de Santa Tecla es dona cabuda a un món cultural independent, format per col·lectius que utilitzen la festa com a plataforma d'expressió lliure i irreverent. Manifestacions com els versots o els balls parlats són exemples d'aquest esperit. Una bona part de l'èxit de Santa Tecla és deguda a aquest ecosistema cultural que complementa i enriqueix la festa, i que fa de Santa Tecla un espai d'innovació, irreverència, mestissatge i discurs crític.

Les activitats al centre de la ciutat i als barris

Un altre aspecte destacat de la festa de Santa Tecla és la distribució d'activitats tant al centre de la ciutat com als diferents barris. La major part de les celebracions es concentren a la Part Alta i al centre de Tarragona, zones històriques i emblemàtiques que acullen les iniciatives festives. No obstant això, la Festa Major no es limita únicament a la zona centre. Per exemple, al barri del Serrallo es duen a terme esdeveniments com la Baixada d'*Amparitos*, la Musclada i diverses exposicions als tinglados, que posen en relleu el compromís dels residents i de les entitats del barri amb la festa. Aquest fenomen fa que la ciutat s'impregni de festa en molts dels seus racons, tot i que les activitats no arriben amb la mateixa intensitat als barris més allunyats. La col·laboració entre la ciutat i les entitats dels barris resulta fonamental per mantenir viu l'esperit festiu a tota la ciutat.

L'eix ritual de la festa: Seguici i castells

Sense dubte, un dels elements més emblemàtics i arrelats a la festa de Santa Tecla és el Seguici Popular. Aquesta seqüència ritual constitueix el punt de trobada entre els elements més tradicionals i els més innovadors del folklore festiu. El Seguici es configura com una

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

estructura en què es combinen elements materials i danses, i cada component està acompanyat per un grup de portadors i sonadors.

El Seguici no es limita a una sola manifestació, sinó que es presenta en diferents moments de la festa. Per exemple, es pot gaudir en la Cercavila o durant tot el dia de Santa Tecla, quan l'ambient festiu s'allarga.

Els elements que integren el Seguici tenen una funció fonamental en la creació d'un esperit festiu i comunitari. Els més petits han estat educats per respectar aquesta tradició, i no és infreqüent veure com les bèsties que formen part del Seguici emocionen especialment els nens, transportant-los a un món de fantasia i màgia. A més, la presència de diferents entitats dels barris —com la Víbria del Serrallo, el Griu de la Vall de l'Arrabassada, el Lleó al barri del Carme i la Cucafera del barri del Port— evidencia la seva capacitat d'evolució i adaptació a altres particularitats locals.

Santa Tecla també és reconeguda com una gran festa castellera. La tradició dels castells a Tarragona té unes arrels molt profundes, de més de dos-cents anys d'història, amb quatre colles que reuneixen persones de totes les edats. El fet casteller no sols és un motiu d'orgull per als tarragonins, sinó que també actua com a element cohesionador, ja que gairebé tothom té, d'una manera directa o indirecta, algun vincle amb alguna colla castellera. Aquest fenomen social fa que els castells esdevinguin una activitat transversal, en la qual tots els integrants, des dels més petits fins a les persones de més edat, es mobilitzen per un objectiu comú. El fet casteller representa, essencialment, una oposició a l'individualisme imperant en la societat actual. Els castells impliquen oblidar la individualitat per generar un entorn col·lectiu en què l'esforç, la cooperació, l'objectiu compartit, la gestió d'èxits i fracassos i la paciència són elements imprescindibles. Aquesta dinàmica contracultural, en què la recompensa no és immediata sinó el resultat de nou mesos de treball i dedicació, fa que la tradició dels castells sigui una clara aposta per valors com la solidaritat i el compromís col·lectiu.

Iniciatives educatives i participació infantil

La Festa Major de Santa Tecla no només és una manifestació de tradicions i cultura popular, sinó també un espai fonamental per a la transmissió de valors educatius i la participació infantil. A través de diverses iniciatives, l'Ajuntament i les entitats culturals treballen per acostar als més petits els elements i els rituals de la festa, consolidant una tradició que, alhora, fomenta la integració social i la vinculació familiar. Una de les iniciatives més reconegudes és Santa Tecla a les Escoles, una activitat organitzada per l'Ajuntament de Tarragona que porta directament als centres de primària els elements i els rituals propis de la Festa Major. Amb una trajectòria de vint-i-cinc anys i molt bons resultats, aquesta activitat ha permès que nombroses generacions d'infants coneguin la cultura popular tarragonina i s'hi identifiquin. A més, Santa Tecla a les Escoles, que es desenvolupa en centres d'ensenyament repartits per tota la ciutat, ofereix una proposta educativa que es complementa amb materials com són els quaderns de treball.

D'altra banda, el projecte Santa Tecla Petita ofereix als infants una rèplica a escala reduïda de la Santa Tecla gran. En aquest marc, el Seguici Petit s'ha consolidat com una de les principals formes de participació infantil. Els infants gaudeixen d'un conjunt d'activitats que

inclouen balls, bestiar i entremesos, imitant el Seguici Popular dels adults. Aquestes iniciatives juguen un paper clau per, des de ben aviat, conèixer la festa i integrar-s'hi.

La clau de l'èxit d'aquestes activitats rau en la coordinació directa entre les entitats culturals i les escoles. El personal que participa en Santa Tecla a les Escoles està format majoritàriament per membres de les entitats i associacions culturals locals, els quals es desplacen als centres per mostrar als alumnes els elements de la cultura popular d'una manera directa i des de la pròpia experiència. La iniciativa Santa Tecla Petita també és una proposta del programa de festes municipal, que complementa la intervenció a les escoles amb una metodologia viva i participativa.

Vinculació familiar, integració i cohesió

Quan els nens es vinculen amb les activitats educatives de Santa Tecla, sovint es produeix un efecte multiplicador en la participació de seus pares i familiars. L'assistència a Santa Tecla a les Escoles o al Seguici Petit fa que els més petits transmetin l'entusiasme per la festa al seu entorn familiar, convertint aquesta experiència en una tradició que es perpetua generacionalment. A Tarragona, és habitual que les famílies es reunixin per anar a veure el Seguici amb la canalla, cosa que reforça el teixit social i la cohesió intergeneracional.

Aquestes iniciatives esdevenen, per tant, una veritable taca d'oli per a les noves generacions, ja que aconsegueixen captar l'atenció i el compromís del públic familiar. La proximitat i la implicació des de la infància afavoreixen un coneixement profund de la festa i el seu entorn ciutadà, i contribueixen així, de manera positiva, a la integració i a la transmissió dels valors humans, socials i culturals que defineixen la identitat de Santa Tecla.

L'ocupació massiva dels carrers actua com a un impulsor natural de la pertinença col·lectiva. En aquest marc, tothom pot fer vida cultural sense que les barreres econòmiques impedeixin la participació, i això propicia que la gent es relacioni i es barregi espontàniament. Un exemple clar d'aquesta unificació és la presència d'elements simbòlics que travessen els diferents racons de la ciutat, com l'himne no oficial —el pasdoble *Amparito Roca*—, que, tot i ser d'origen valencià, ha aconseguit enfortir llaços entre els assistents, des de les escoles de barri fins als espais més emblemàtics de la ciutat. A més, la festa es presenta com un pont cultural que no sols reuneix diverses tradicions, sinó que també treballa per ser inclusiva, arribant a persones amb capacitats diverses, tal com es reflecteix en activitats com la participació de la Geganta Frida en el programa d'integració de persones amb mobilitat reduïda Festa per Tothom o la botiga de marxandatge, gestionades amb l'aportació de persones amb discapacitats, o la nova implantació del projecte del Carrer del Silenci, adreçat a les persones amb diversitat funcional i hipersensibilitats sensorials.

Diverses iniciatives complementen el rol integrador de Santa Tecla, portant un tast de la cultura popular als diferents barris de Tarragona. Els balls parlats, per exemple, actuen en places de barris com Bonavista, Sant Pere i Sant Pau o la Floresta. També es fomenta la mobilització de les entitats per intervenir en els barris: mentre que a Bonavista la tradició de desplaçar-se fins a la Baixada es dona en ocasions puntuals, en altres manifestacions festives com el Carnaval i la mateixa Santa Tecla la barreja social és molt més intensa. Un altre exemple destacat és l'activitat Santa Tecla Ponent, organitzada fa dos anys a Torreforta, que, amb la col·laboració d'entitats dels barris de Ponent, té com a objectiu que els elements de cultura popular de Santa Tecla esdevinguin també identitaris del barri i enriqueixin la

programació local. Tot això, sumat a les campanyes municipals que animen tant el públic com les associacions, reforça la visió d'una festa que vol arribar a tota la ciutat, amb especial atenció als barris i a les escoles, i que també integra activitats esportives com a complement de la cohesió social.

Santa Tecla, una festa que mira cap al futur

Tot i que Santa Tecla està impregnada de tradició, el seu Seguici Popular no és un conjunt estàtic. De fet, molts dels seus elements tenen menys de quaranta anys i la majoria són recuperats, la qual cosa demostra que la festa és capaç de reinventar-se i adaptar-se als nous temps. La incorporació de nous grups i figures ha permès enriquir la celebració i ampliar la participació ciutadana, assegurant que la festa es mantingui dinàmica i oberta. Un dels fenòmens més rellevants dels darrers anys ha estat la transformació de la baixada de l'Àliga en la Baixada. El que abans era un simple trasllat nocturn d'aquest element del Seguici s'ha convertit en un dels moments més esperats de la festa, al qual s'han incorporat al llarg dels anys altres elements festius. Aquest procés reflecteix el creixement organitzatiu i la necessitat d'establir protocols per a noves activitats festives, tot i que ara la creació d'actes requereix una planificació més estructurada —amb imatge, música i coreografia pròpies. En els darrers anys, la Festa Major ha anat creixent i adaptant-se a les noves necessitats. Davant la massificació del centre de la ciutat, s'han desenvolupat estratègies per redistribuir els esdeveniments, com ara traslladar els macroconcerts fora de la Part Alta i potenciar activitats als barris, com el programa Tecla Ponent. També s'han diversificat els espais, amb activitats al parc del Francolí o La Terrasseta del parc Saavedra. Aquest esforç per descentralitzar la festa ha permès que més ciutadans la visquin en el seu propi entorn.

Ciutadania i sentiment de pertinença

Santa Tecla és molt més que una celebració: és el moment àlgid de pertinença de la ciutat, un espai de sentiment d'identitat i d'orgull que, en un món globalitzat, ens recorda la importància de tenir senyes d'identitat. En aquestes festes, la cultura popular esdevé l'eix vertebrador que fa possible que els tarragonins, fins i tot els que viuen fora, tornin a sentir-se part d'un projecte comú i reivindiquin el seu llegat.

La festa projecta la imatge d'una societat contemporània que es construeix a partir de les tradicions locals. És un espai dels tarragonins on tothom s'enorgulleix de la ciutat i celebra la seva singularitat. El retorn dels tarragonins que viuen fora és una mostra del poder d'aquesta festa. En aquest sentit, la cultura popular és l'eina més poderosa per fer que la gent se senti part de Tarragona.

Els milers de persones que es mobilitzen al voltant de Santa Tecla reflecteixen un teixit associatiu fort i actiu, en què el treball sense compensació econòmica, la transversalitat d'edats i el sentiment de pertinença es combinen amb la voluntat de treballar en equip. A les entitats i associacions, el lluïment no és personal sinó col·lectiu, una autèntica escola de societat, de comunicació i d'aprenentatge social. Aquests valors humans i socials, que fan que una societat sigui diferent, es posen en relleu durant la festa, fent de Santa Tecla la manifestació de visibilitat màxima de tot un conjunt d'experiències i vivències pròpies de Tarragona.

4.1.7. Cicle de Nadal

El període al voltant de la festa de Nadal inclou un gran nombre de celebracions i costums que es desenvolupen especialment en l'àmbit familiar i social proper i que fomenten la cohesió social al voltant de les tradicions. Hi predominen costums de caràcter artístic i especialment tradicional com els *Pastorets*, el pessebrisme o el Cant de la Sibila, i que es compaginen amb les activitats que complementen accions comercials i que es fomenten especialment des dels mercats municipals. Des dels serveis municipals de Cultura es fomenta aquesta tasca tradicional amb el Magatzem Reial, l'Home dels Nassos i la Cavalcada de Reis, especialment.

El Magatzem Reial

A partir de la necessitat de dotar de contingut aquest cicle festiu per les exigències de la pandèmia, es va articular aquesta proposta que en menys de cinc anys ha esdevingut l'avantsala obligada de la Cavalcada de Reis.

L'activitat es desenvolupa a l'espai industrial portuari del Moll de Costa, on, en un format de visita guiada participativa, s'introdueix les famílies en els valors del reciclatge, el reaprofitament i el consum responsable. Participen en el desenvolupament creatiu de la proposta els grups de teatre jove, així com escoles i tallers amb persones amb capacitats diverses. La proposta està plenament consolidada i es planteja com un espai previ a la tradicional Cavalcada de Reis de la ciutat, on s'empren una part de les carrosses del conjunt històric que surt el carrer la tarda del 5 de gener.

L'Home dels Nassos

Aquest personatge mític i popular, creat el 1968, apareix cada 31 de desembre de manera espontània per celebrar, de forma senzilla i festiva, el tancament de l'any. L'acte també mobilitza les dues escoles de música tradicional de la ciutat, que l'acompanyen. Amb el temps, el personatge ha centrat les aparicions en espais allunyats de la centralitat urbana, amb la pretensió d'acostar aquesta manifestació, centrada en el concepte del pas del temps, a tots els racons de la ciutat.

La Cavalcada de Reis

Tradicionalment, el 5 de gener de cada any arriben Ses Majestats els Reis d'Orient a Tarragona per portar regals a tots els nens i nenes de la ciutat i, també, als grans. Arriben amb vaixell al barri marítim del Serrallo, i des d'allí s'enfilen a les seves carrosses per passejar pels carrers principals fins a arribar a l'Ajuntament, on reben les claus de la ciutat de mans de l'alcalde per poder accedir a totes les cases de Tarragona i poder deixar-hi els regals. La Cavalcada tarragonina s'estructura a partir de les disset carrosses resultants dels seus més de cent anys d'existència. Aquestes carrosses de propietat municipal, que responen a diferents moments històrics i estètics, s'acompanyen amb la participació desinteressada i de lliure accés ciutadà de més de 350 persones que cada any renoven aquest moment cíclic que supera el pas del temps a la ciutat i al país.

4.2. Altres manifestacions rellevants a la ciutat

A continuació es detallen altres manifestacions festives rellevants a la ciutat i que no s'inclouen en l'apartat anterior.

4.2.1. *Concurs Internacional de Focs Artificials Ciutat de Tarragona*

Després de trenta-tres edicions, el Concurs Internacional de Focs Artificials Ciutat de Tarragona és un dels esdeveniments que aplega una audiència més transversal dels que se celebren anualment a la ciutat. Els primers dimecres, dijous, divendres i dissabte del mes de juliol, públic intergeneracional i multicultural s'aplega per veure competir les millors pirotècnies, que exhibeixen els seus millors espectacles per guanyar el reconegut concurs tarragoní.

Els focs artificials es disparen des de la punta del Miracle, un espai considerat per les empreses pirotècniques com un dels millors del món gràcies a les seves condicions tècniques i visuals excepcionals. L'emplaçament, amb el Mediterrani com a escenari de fons, permet que més de 50.000 espectadors diaris gaudeixin de l'espectacle des de diversos punts de la ciutat. Els llocs més destacats per contemplar els focs són la platja del Miracle, el passeig Marítim, el Balcó del Mediterrani, el Port Esportiu i el passeig de Sant Antoni.

Durant quatre nits consecutives, les pirotècnies participants exhibeixen el seu talent i enginy per oferir espectacles únics de llum, color i so, amb l'objectiu de captivar tant el jurat com el públic assistent. El concurs, a més de ser una competició, és un homenatge a la pirotècnica com a art visual i sonor.

L'empresa guanyadora rep un doble premi:

1. Un premi econòmic, que reconeix la seva excel·lència en l'àmbit tècnic i creatiu.
2. L'encàrrec d'executar els espectacles pirotècnics de les festes de Santa Tecla, una de les celebracions més emblemàtiques de Tarragona. Aquest encàrrec inclou les tro-nades de la Crida i el Pregó, que tenen lloc a la plaça de la Font, el castell de focs del dia de Santa Tecla i la traca i el final aeri, que tanquen la Festa Major de la ciutat.

El Concurs s'ha convertit en una cita imprescindible tant per als professionals del sector com per al públic que estima la màgia dels focs artificials. Aquest esdeveniment, una experiència que perdura en la memòria de tothom qui hi participa o hi assisteix, situa Tarragona com un referent mundial de la pirotècnica i reforça la seva posició com una ciutat amb una rica tradició cultural i festiva. El Concurs genera una gran expectativa ciutadana que va més enllà de la ciutat. Una part important dels assistents es desplacen des de diferents punts del Camp de Tarragona per contemplar els espectacles, que són considerats el tret d'inici dels grans esdeveniments festius a la ciutat.

4.2.2. *Castells*

Castells a Tarragona: el calendari anual i el Concurs de Castells

Tarragona és una de les ciutats de referència del món casteller. Des dels inicis dels castells, les antigues colles de Valls aixecaven les seves millors construccions durant les festes de la ciutat i, fins i tot, la plaça de les Cols va ser escenari, l'any 1881, del primer quatre de nou sense folre de la història. El pes de la ciutat dins d'aquesta activitat continua avui dia més

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

vigent que mai gràcies a la presència de quatre colles castelleres, la importància de les seves actuacions i, especialment, per l'organització del Concurs de Castells. Tot plegat fa que Tarragona sigui coneguda com a capital del món casteller. Més enllà del fet estrictament casteller, les colles de la ciutat esdevenen autèntics motors de l'associacionisme tarragoní, amb una capacitat de mobilització important que els permet implicar-se de manera rellevant en l'organització d'actes oberts a la ciutat, els quals reforcen i posen en relleu els valors castellers que l'any 2010 van ser determinants per a la incorporació dels castells a la Llista Representativa del Patrimoni Cultural Immaterial de la Humanitat.

El calendari casteller de la ciutat té el punt central en les grans diades històriques a l'entorn de les festes de Sant Magí i Santa Tecla. Cal remarcar també la participació de les quatre colles tarragonines en diades d'especial relleu nacional: Sant Jordi, Sant Joan l'Onze de Setembre.

- 23 d'abril, Sant Jordi
- 24 de juny, Sant Joan
- 19 d'agost, Sant Magí
- 11 de setembre, Diada Nacional de Catalunya
- 23 de setembre, Santa Tecla
- 24 de setembre, la Mercè

Cal destacar que, des del 2005, s'ha incorporat al calendari tradicional casteller de la ciutat la diada de Santa Tecla - El Primer Diumenge, en què participen les dues millors colles de la ciutat i dues colles convidades triades a partir de criteris estrictament castellers.

Des de fa uns anys, i en col·laboració amb el Patronat Municipal de Turisme i les quatre colles castelleres de la ciutat, es desenvolupa el projecte Tarragona Ciutat de Castells, una iniciativa adreçada a difondre el fet casteller entre les persones poc o gens coneixedores del món casteller i els seus valors, les quals, de manera extraordinària, poden viure l'experiència d'assistir a una diada castellera de primer ordre en què la pedagogia, l'autenticitat i la proximitat amb les colles de la ciutat fan que castellers i espectadors comparteixin els valors i l'espectacularitat de les construccions en primera persona.

El Concurs de Castells de Tarragona, que se celebra el primer cap de setmana d'octubre cada dos anys a la Tarraco Arena (l'antiga plaça de toros de la ciutat), és una actuació castellera única i singular des de molts punts de vista.

En primer lloc, es tracta de l'única diada castellera que té un format explícitament competitiu, és a dir, que es regeix per un reglament escrit i amb una puntuació, un jurat que decideix els casos dubtosos i una classificació final. Les colles participants disposen de fins a cinc rondes per provar d'alçar les seves estructures; els tres millors castells assolits determinen la puntuació de cada colla i, per tant, el seu lloc en la classificació final.

A més, el Concurs de Castells també destaca pel volum de colles participants: un total de trenta colles actuen a la plaça entre les jornades de dissabte a la tarda (divuit colles) i diumenge al matí (les dotze millors). A aquestes cal afegir-hi la jornada que se celebra el diumenge anterior a Torredembarra, en què intervenen dotze colles més. Per tant, en total són quaranta-dues les colles que participen en el certamen, convidades d'acord amb una

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

classificació prèvia que es determina a partir del Rànquing Estrella del Concurs resultant dels castells assolits en les jornades castelleres del darrer any.

El Concurs de Castells també és una actuació extraordinària quant a l'expectació que desperta entre els aficionats (les entrades per veure'l en directe a la Tarraco Arena s'exhaureixen al cap de poc temps de posar-se a la venda) i la repercussió mediàtica, amb un interès creixent per part de mitjans de comunicació nacionals i internacionals, atrets per l'espectacularitat de l'esdeveniment.

Però, al mateix temps, el Concurs de Castells és una de les cites més tradicionals del calendari casteller. El primer Concurs de Castells a la plaça de toros de Tarragona es va celebrar el 1932, i la cita biennal en aquest espai s'ha mantingut ininterrompudament des del 1980 (tot i que durant alguns anys no va tenir un format competitiu).

Per tots aquests motius, es pot afirmar que el Concurs de Castells és l'espectacle casteller més gran del món. En aquest sentit, la voluntat de l'Ajuntament de Tarragona, organitzador del Concurs de Castells, és que esdevingui una gran festa per a tot el col·lectiu casteller i al mateix temps que sigui un aparador i un dinamitzador d'aquesta manifestació inclosa per la Unesco dins la Llista Representativa del Patrimoni Cultural Immaterial de la Humanitat.

El Concurs de Castells es diferencia de la resta d'actuacions del calendari casteller en tres aspectes fonamentals:

1. El format competitiu, ja que compta amb un reglament escrit, una puntuació per a cada castell, un jurat que valida i decideix els casos dubtosos i una classificació final.
2. La gran quantitat de colles que hi participen. Aquests dos fets, als quals cal afegir el prestigi del Concurs, fan que les colles participants hi provin les seves millors construccions i mirin de segellar les seves millors diades de l'any.
3. És l'única diada en què el públic paga una entrada per veure l'espectacle casteller, en el cas de la doble jornada de Tarragona.

Durant els dos dies, el Concurs de Castells de Tarragona és presenciat per més d'11.000 persones, sense comptar-hi els castellers. L'expectació que aixeca el certamen fa que s'hi acreditin uns 300 periodistes i professionals d'un centenar de mitjans de comunicació nacionals i internacionals.

Més enllà de la proposta estrictament competitiva, cada dos anys el Concurs de Castells anys posa en relleu els valors castellers del treball en equip, els objectius comuns, la solidaritat, la inclusió i la integració a través de diferents propostes. En aquest sentit, s'organitzen activitats i programes adreçats a visualitzar aquests valors i a aprofundir en altres realitats properes al món casteller que reforcen el seu potent valor social. Xerrades, presentacions, exposicions, fires i la Diada Internacional que es desenvolupa el matí del dissabte de Concurs a la plaça de la Font fan que el món casteller esdevingui l'acte de cultura popular amb més projecció local, nacional i internacional que té lloc actualment al país.

4.2.3. Els Tres Tombs

La festa dels Tres Tombs de Tarragona l'organitza el Gremi de Pagesos de Sant Llorenç i Sant Isidre, amb la col·laboració de l'Ajuntament de Tarragona. D'uns anys ençà s'ha convertit en la festa que relaciona la ciutat amb el seu passat lligat a la pagesia. La

transformació de la ciutat al segle XX en un territori industrial i de serveis va provocar que la relació de la ciutat amb l'activitat primària tingués pocs referents, i aquesta festa en facilita la lectura per a les noves generacions, allunyades del coneixement de les pràctiques pageses.

4.2.4. Sardanes

L'activitat sardanística a la ciutat la desenvolupen dues entitats que, en col·laboració amb l'Ajuntament de Tarragona, impulsen el coneixement i la pràctica de la sardana a través de dues activitats. El Casal Tarragoní i l'Agrupació Sardanista Tarragona Dansa porten a terme anualment programes pedagògics a les escoles de la ciutat adreçats al coneixement de la sardana i a la seva pràctica, programes que culminen amb dues ballades de sardanes amb tots els nens i nenes que hi han participat. D'altra banda, incorporen ballades obertes de sardanes en diferents programes del cicle festiu, com són Sant Jordi, Sant Magí i Santa Tecla.

Tradicionalment, també aporten la gestió i organització d'un aplec, un concurs i un concert de música de cobla.

5. Cicle festiu i educació

El cicle festiu es trasllada a les aules a través de propostes i accions pedagògiques per donar a conèixer les activitats que en formen part i les entitats que les impulsen.

El programa pedagògic vinculat a la festa vol acostar la cultura popular i d'arrel de la ciutat a l'alumnat d'educació infantil, primària i secundària, i fomentar-ne la participació. Mitjançant diferents activitats, l'alumnat descobreix i aprèn les expressions, els codis, els valors i l'actualitat ciutadana del seu patrimoni immaterial. Els aprenentatges participatius promouen el coneixement, així com les actituds de respecte, interès i valors socials, la qual cosa enforteix la relació de l'alumnat amb el seu entorn social i ciutadà. Els projectes vius i dedicats a aquesta divulgació participada són els següents:

- **Visites guiades a la Casa de la Festa**, com a espai de coneixement, conservació i divulgació de la cultura popular i el patrimoni immaterial de la ciutat, en el marc de les festes de Santa Tecla. La gestió i la difusió del projecte són compartides per l'Ajuntament de Tarragona i les entitats participants.
- **Santa Tecla a les Escoles**, que es presenta com una eina de divulgació dels continguts rituals i ciutadans de les festes de Santa Tecla als centres educatius de la ciutat, els quals són visitats per les diferents entitats del Seguici Popular, que n'exposen les característiques, els orígens i els valors associatius i de participació. La gestió i l'elaboració de continguts del projecte són assumides per l'Institut Municipal d'Educació, el Departament de Cultura, l'empresa de gestió cultural Imaginautes i les entitats del Seguici Popular que hi participen.
- **Les Carpetes i Caixes Pedagògiques** de Carnaval i de Santa Tecla, que, adreçades als centres escolars, presenten un material didàctic per donar a conèixer les característiques i peculiaritats d'aquestes festes perquè l'alumnat, acompanyat i guiat pel professorat, les pugui treballar a l'aula.
- **Versots als instituts**, un taller que acaba amb un concurs, que ajuda a contextualitzar la festa entre les persones més joves. Se'ls ensenya a escriure versots i a dir-los

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

al carrer i a la plaça; això sí, sense cap mena de censura prèvia. S'adreça a alumnes de 4t d'ESO i 1r de batxillerat. Hi participen els instituts Martí i Franquès, Pons d'Icart, Torreforta, Tarragona, Sant Pere i Sant Pau i Campclar. La gestió del projecte és compartida per l'Associació de Professionals i Estudiosos en Llengua i Literatura Catalanes (APELLC) i el Departament de Llengua i Literatura de l'Institut Antoni de Martí i Franquès, i hi col·laboren els departaments de Llengua i Literatura Catalanes dels instituts participants i el Departament de Filologia Catalana de la URV, tot plegat amb el suport de l'Ajuntament de Tarragona.

6. Gastronomia, cuina i alimentació

La dieta mediterrània forma part del programa del Patrimoni Immaterial de la Humanitat de la Unesco, pel fet de ser una expressió de la identitat cultural d'una societat o regió, de la seva història i les seves tradicions. Més concretament, l'any 2010 rebia la distinció de ser inclosa a la llista del Patrimoni Immaterial de la Humanitat. Aquest reconeixement es va centrar en les pràctiques alimentàries tradicionals dels països com Espanya, Itàlia, Grècia i el sud de França. A banda dels aliments en els quals es basa, també reconeix els rituals i celebracions culinàries. Aquesta declaració pretén preservar les tradicions i augmentar la visibilitat de pràctiques culturals úniques al món. És una manera de reconèixer i facilitar que els costums segueixin vius i siguin respectats a escala internacional.

Ahora, la Càtedra UNESCO d'Alimentació, Cultura i Desenvolupament té per objectiu promoure la investigació i l'educació en tres àrees principals: el menjar, la cultura i el desenvolupament. Aquesta Càtedra vol promoure, mitjançant la investigació i l'educació, la comprensió dels aliments com un element social i cultural.

A Tarragona es reconeixen diverses iniciatives d'estudi, coneixement, foment i divulgació de la gastronomia sorgides des de diverses entitats i associacions que s'organitzen al voltant d'una temàtica gastronòmica. Algunes d'aquestes activitats tenen el suport del Patronat de Turisme de Tarragona, el Servei Municipal de Cultura i altres institucions, o bé funcionen de manera autònoma.

Els **objectius** del foment de la gastronomia com a patrimoni immaterial són els següents:

- Preservar la cuina i els elements culinàries tradicionals tarragonins, les seves receptes i maneres de fer.
- Promoure la formació i la recerca en aquest sector i promoure'l per millorar la identitat alimentària tarragonina.
- Revalorar la gastronomia tradicional tarragonina, basada en l'ús de productes de proximitat i de temporada.

A continuació es recullen les accions més destacades dins del calendari cultural i gastronòmic.

Cuina de cicle festiu

Malgrat que els rituals familiars i tradicionals inclouen nombroses trobades o manifestacions culinàries, aquest document només recull les que tenen un reconeixement en la programació.

Carnaval. Dins del programa de Carnaval es recullen diverses accions referents a la gastronomia típica d'aquesta festivitat, centrades majoritàriament en l'ús de derivats del porc.

- Xarró tarragoní, una escudella de caràcter popular recuperada per una iniciativa associativa. En aquest cas és el Casal Popular Sageta de Foc, que la cuina i n'organitza un tast popular al carrer el dissabte anterior a Dijous Gras. És una sopa de pobres o escudella amb una recepta austera que incorpora, com a components essencials, ossos salats de pernil, fesols, patates, col, pèsols, faves, sagí, fideus, sal i aigua.
- Botifarra d'ou, menja típica de Dijous Gras, elaborada pel Gremi de Cansaladers i Xarcuters de les comarques de Tarragona, que es reparteix als mercats de Tarragona amb la col·laboració de la Fundació Estela. Compta amb el suport de Mercats de Tarragona.
- Coca de llardons, l'altre aliment típic de Dijous Gras, que en aquest cas és gestionat per la Colla La Bóta, que les ven a la Rambla Nova.
- Pa amb vi i sucre, distribuït el Dimarts de Dol per la Colla La Bóta a la sortida de la vetlla del Rei Carnestoltes, al Centre Cultural Antic Ajuntament.

Sant Magí. «A deu cèntims la tallada, atipa, refresca i renta la cara» és el lema de la Sindriada, que ha modificat el format en els últims anys. Actualment els talls de síndria es distribueixen als mercats de Tarragona, i la recaptació es destina a finalitats solidàries.

Santa Tecla. El plat típic de les festes és, sens dubte, l'espíneta amb caragolins, que se serveix en nombrosos bars i restaurants i que, igual que els esmorzars de forquilla típics de les prèvies en les diades castelleres, forma part de l'oferta privada de la restauració. Pel que fa a l'àmbit popular, el pastís del Braç de Santa Tecla és el més particular. És distribuït als mercats de Tarragona, amb la seva implicació, i és elaborat, principalment, pel Gremi d'Artesans Pastissers de Tarragona, i també per diverses pastisseries de la ciutat.

Romesco

S'ha arribat a escriure que a bord de les barques de pesca els pescadors catalans van donar origen a la quinta essència de la cuina del peix.

Tarragona té un dels ports pesquers tradicionals més importants de Catalunya, i també un dels barris pescadors amb més tradició culinària: el Serrallo. El romesco és el plat tarragoní per excel·lència, elaborat amb peix i marisc. Diuen els antics que va néixer a les barques del Serrallo —està documentat a principis del segle XX—, amb els ingredients que llavors tenien a l'abast: alls, pa sec, pebrot sec, oli, sal i vi, amb els quals feien una picada amb el morter que sofregien a la cassola, hi afegien el peix que pescaven i feien el suquet, que anomenaven romesco. Per tal de preservar aquest plat, sorgeix Romescolab, el Centre d'Estudis del Romesco de Tarragona, una empresa cultural independent que articula diverses accions dedicades a promoure el romesco com a actiu patrimonial de Tarragona, basant-se fonamentalment en el desenvolupament del seu estudi i coneixement.

A més a més, el Sindicat d'Iniciatives i Turisme de Tarragona coorganitza, juntament amb el Patronat Municipal de Turisme i el Port, el Concurs de Mestres Romescaires de Tarragona, de format biennal. Aquesta competició va néixer l'any 1951 amb la finalitat de promoure turísticament la ciutat, i actualment se celebra a finals del mes de setembre al Serrallo.

Vins de la DO Tarragona

Els romans ja sabien que les comarques de Tarragona són una zona vinícola molt important, amb uns vins que són la màxima expressió d'una terra banyada pel mar i acarada pel sol quasi tot l'any. Al voltant de la DO es desenvolupen diferents iniciatives, dedicades al seu foment, reconeixement, estudi i visibilització, i l'entitat DO Tarragona n'és la principal impulsora, a més de col·laborar amb altres iniciatives.

Santa Teca és un dels col·lectius que celebra més projeccions populars, especialment l'Embutada, la festa del vi novell de Tarragona, que té lloc a inicis del mes de novembre. Quan el vi estava fermentat, la gent s'afanyava per anar als cellers a tastar-lo i celebrar la vida. Asseguts en bancs de fusta, les colles d'amics, de pescadors, de castellers i de jornalers demanaven un embut, habitualment ple de vi. Aquest embut, a diferència dels que ara tenim a casa, tenia forma d'angle. L'embut passava de client a client, d'amic a amic, mentre es tapava l'extrem inferior del tub amb el dit. Es tractava de no ser el darrer a acabar, perquè qui es quedava sense vi pagava la ronda. Ara, amb aquesta manera de fer recuperada, es crea una programació amb tastos i activitat musical i castellera (a l'antiga). Aquestes iniciatives tenen el suport del Patronat de Turisme de Tarragona, entre altres promotors.

Tàrraco a Taula

Dins de la programació del Tàrraco Viva, que se celebra a mitjan mes de maig, l'associació de restauradors Tàrraco a Taula, creada l'any 1997, organitza aquest cicle, que té com a objectiu oferir una visió actual de la cuina de l'antiga Roma. Durant els dies del Tàrraco Viva, el festival romà de Tarragona, les cuines de bona part dels restaurants de la ciutat es transformen per reviu els sabors i les aromes propis de la cultura romana. La proximitat és la clau de tot: cuina de km 0 amb productes de temporada. Aquesta iniciativa compta amb el suport del Festival Tàrraco Viva i de Patrimoni de l'Ajuntament de Tarragona.

Comunicació de les accions. La cuina del cicle festiu, com també la de Tàrraco a Taula, es comuniquen dins del programa de cada festivitat. Disposen de programacions específiques, webs, xarxes, material de difusió imprès, etc., i es difonen majoritàriament pels canals corporatius de l'Ajuntament.

Pel que fa a la resta de manifestacions o celebracions gastronòmiques, són difoses especialment pel Patronat Municipal de Turisme, que en fa publicitat tot l'any com a reclam turístic, i a més les reforça en les dates assenyalades des dels seus canals oficials de comunicació: webs i xarxes.

7. Equipaments i espais de referència

7.1. La Casa de la Festa

La Casa de la Festa de Tarragona és un edifici on es conserven i exposen els elements patrimonials del Seguici Popular. A més, se n'explica la seqüència ritual, així com el protagonisme cabdal del fet casteller al llarg de la història.

La Casa de la Festa és hereva d'una d'anterior que existia a Tarragona des de mitjan segle xv. L'actual atrapa en l'espai i en el temps la màgia pròpia de la festa gran de Tarragona per

fer-la conèixer als visitants al llarg de tot l'any. Disposa de tres sales expositives que ens submergeixen en la celebració.

L'espai també acull algunes de les entitats que en el moment de crear-se no disposaven de local propi. Els Nanos Vells, els Nanos Nous, el Ball d'en Serrallonga i la Moixiganga són les entitats que avui dia segueixen desenvolupant les seves activitats a la Casa. Amb el temps també s'ha consolidat com a espai d'assaig per a diferents grups de grallers i timbalers, així com altres formacions de música tradicional.

7.2. Els espais escènics de la ciutat

De manera recurrent, els espais escènics de la ciutat també acullen una part important del programa d'activitats del cicle festiu, especialment pel que fa als programes de Carnaval, Sant Magí, Santa Tecla i el Concurs de Castells. El teatre, la música, la dansa, les creacions audiovisuals, els balls parlats i els castells són les activitats principals que s'hi desenvolupen. Vegem-los:

- **El Teatre Tarragona i el Teatre Metropol.** Acullen principalment dansa tradicional, balls parlats, espectacles familiars, projeccions de documentals, concerts musicals, teatre i dansa.
- **El Teatre Auditori del Camp de Mart.** S'hi fan, principalment, concerts musicals i teatre.
- **Teatre El Magatzem.** Ofereix propostes teatrals i musicals de petit format.
- **Sala d'actes de l'Antiga Audiència.** Acull presentacions, conferències i projeccions de documentals i curtmetratges, i puntualment es converteix en un espai alternatiu en cas de pluja.
- **Centre Cultural Antic Ajuntament.** S'hi fan presentacions, taules rodones i activitats de difusió.
- **Catedral de Santa Tecla.** Espai on s'ofereixen concerts i que també acull actes de la seqüència ritual de la festa, com el Retaule de Santa Tecla.
- **Claustre del Seminari.** Concerts.
- **Sala August del Palau de Congressos.** Concerts.
- **Tarraco Arena.** S'hi organitzen esdeveniments musicals de gran format, i molt especialment dos dels actes més multitudinaris que genera la ciutat, com són la Disfressa d'Or per Carnaval i el Concurs de Castells (biennal).

7.3. Els espais expositius

És habitual, en el marc dels programes de festes, la programació d'exposicions relacionades amb la cultura popular i el teixit associatiu que en forma part. La generació de continguts lligats a la festa fa que sigui un dels elements fixos en els programes festius. En aquest sentit, s'utilitzen de manera regular els espais següents:

- Pati del Rei Jaume I
- Vestíbul de l'Antiga Audiència
- Centre Cultural Antic Ajuntament
- Espai Turisme

7.4. L'espai públic com a espai festiu

La festa necessita comunitat, espais i participació. El lloc, l'espai de vida, per uns dies, per unes hores, esdevé l'àmbit festiu on s'imposen uns determinats rituals, assumits, esperats i desitjats. Cada època i context històric determina unes formes expressives concretes, però a cada lloc també es conserven i es transformen les herències, se'n creen de noves i en desapareixen. L'esperit de la festa ens transmuta interiorment i exteriorment, en la individualitat, en l'espai familiar, en les relacions d'amistat i veïnals, al carrer i als espais públics i privats, que esdevenen escenaris necessaris i imprescindibles.

La festa es materialitza sempre en el present i en uns llocs concrets, com a resultat de les herències rebudes, de la nostra mateixa memòria, de l'apropiació d'altres experiències properes —o fins i tot llunyanes— i de la capacitat creativa de cada moment. Ens reafirma que no hi ha cap camí fora de l'experiència i l'herència cultural que distingeix la nostra condició humana i ciutadana. La festa, com a fet excepcional o singular en el nostre espai-temps, afavoreix el record de vivències passades i de les persones amb qui les vam compartir.

8. La comunicació als programes del cicle festiu

Els programes del cicle festiu als quals es dona cobertura comunicativa des de l'equip de Festes són els següents:

- Carnaval
- Sant Joan
- Concurs Internacional de Focs Artificials
- Sant Magí
- Santa Tecla
- Nadal: Magatzem Reial, Home dels Nassos i Cavalcada de Reis
- Concurs de Castells (programa biennal)

La comunicació de les activitats es fa a través de tres grans àrees:

1. Màrqueting publicitari
2. Premsa
3. Xarxes socials

8.1. Màrqueting publicitari

Una tècnica del departament de Festes s'ocupa d'encarregar, supervisar i coordinar la imatge de les festes, així com de gestionar els productes necessaris per fer-ne difusió. Cada any es renova la imatge de cada festivitat i se n'encarrega el disseny a un professional, que també en fa les adaptacions corresponents. Les del Carnaval i el Concurs de Focs s'ofereixen sempre a artistes que comencen la seva carrera professional, i Sant Magí i Santa Tecla, a persones més experiència. En tots els casos es prioritza que siguin de Tarragona o hi tinguin alguna vinculació. L'experiència ens diu que aquesta vinculació artista-ciutat fa que el resultat sigui especialment satisfactori pel que fa a la cerca de la identificació ciutadana amb el programa.

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

En les últimes cinc vegades la distribució de dissenyadors i dissenyadores per a cada un dels programes ha estat la següent:

Carnaval:

- 2025: Isma Martínez
- 2024: Alba Estrem
- 2023: Jordi Beltran
- 2022: Clarisa Starling
- 2021: (no hi va haver cartell per la pandèmia de covid-19)

Concurs Internacional de Focs Artificials:

- 2025: Mireia Marchena
- 2024: Clarisa Starling
- 2023: Albert Dalmau - Olalon
- 2022: Gerard Ruiz
- 2021: (no hi va haver cartell per la pandèmia de covid-19)

Festes de Sant Magí:

- 2025: Edu Polo (il·lustració) - Itziar Solla (disseny)
- 2024: Marta Escobar
- 2023: Bea Puig
- 2022: Marc Volpini
- 2021: Edu Polo

Festes de Santa Tecla:

- 2025: Anduluplandu
- 2024: Marc Volpini
- 2023: Pepe Serra
- 2022: El Far Cooperatiu
- 2021: Itziar Solla

Concurs de Castells:

- 2024: Ricard Martínez (muntatge fotogràfic) + Miquel Àngel Cuesta (disseny gràfic)
- 2022: David Oliete (fotografies) + Noe Rossell (disseny gràfic)
- 2020: (no hi va haver Concurs per les limitacions de la pandèmia de covid-19)
- 2018: Aina Mallol (imatge) + Noe Rossell (disseny gràfic)
- 2016: Itziar Solla

Els programes de Sant Joan i del cicle de Nadal no incorporen imatge gràfica pròpia.

8.2. Premsa

Com la resta d'informacions generades des de l'Ajuntament de Tarragona, el Gabinet de Premsa Municipal s'encarrega de preparar les notes i les rodes de premsa i manté relació amb tots els mitjans de comunicació, a partir de la informació proporcionada pel departament de Festes. Pel que fa a la inserció de publicitat i campanyes per a la promoció de programes o activitats concrets, es treballa de manera coordinada amb el departament

de Comunicació Corporativa per valorar conjuntament quins són els mitjans, els millors moments i els continguts a promocionar.

8.3. Xarxes socials

Les xarxes socials per les quals es difonen les activitats festives són les següents:

1. Xarxes de Tarragona Cultura (X, Instagram i TikTok)
2. Xarxes de Santa Tecla (X, Facebook i properament Instagram)
3. Xarxes del Concurs de Castells (X, Instagram, Facebook)
4. Xarxes generalistes: Tarragona Ajuntament i Tarragona Turisme

En tots els casos, la gestió de les xarxes socials s'externalitza a diverses empreses. La coordinació de les xarxes específiques (Tarragona Cultura, Santa Tecla i Concurs de Castells) es coordina des del departament de Festes. En el cas de les xarxes generalistes, la coordinació va a càrrec del departament de Comunicació Corporativa i el Patronat de Turisme, respectivament.

Les xarxes socials de Tarragona Cultura tenen com a objectius principals:

- Donar a conèixer esdeveniments i activitats culturals.
- Crear una comunitat interessada en l'activitat cultural a la ciutat.
- Arribar al públic objectiu d'espectacles i activitats culturals.

Les mètriques específiques que s'utilitzen mensualment per analitzar el rendiment de les xarxes socials de Tarragona Cultura es distribueixen així:

Eines de cada plataforma:

- Instagram: Insights
- X: Analitics
- TikTok: Analitics
- Meta: Business Suite
- Ads: Manager Facebook

Eines de tercers:

- Metricool

9. Avaluació i seguiment

El Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial compta amb dos tipus d'avaluació: una de basada en els indicadors d'avaluació quantitatius i l'avaluació contínua, que recull els indicadors qualitatius.

Pel que fa a les accions i els indicadors d'avaluació, es presenten en el quadre següent:

<i>Accions</i>	<i>Indicadors</i>
Fomentar la participació cultural, reconeixent i valorant les iniciatives populars existents a la ciutat.	Nombre d'iniciatives culturals populars incorporades en les programacions

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

	Nombre d'accions realitzades fora dels espais festius tradicionals Nombre d'accions de suport a associacions i entitats Nombre d'accions de mediació realitzades amb les entitats, les associacions i els col·lectius
Dur a terme accions de mediació cultural en l'àmbit educatiu.	Nombre d'accions de mediació cultural realitzades en l'àmbit educatiu Nombre d'escoles implicades en accions de mediació cultural
Desenvolupar i difondre el calendari festiu de cultura popular d'arrel tradicional.	Nombre d'accions de difusió del calendari festiu Nombre d'accions adreçades a la generació de noves centralitats festives
Impulsar la Casa de la Festa com a espai de difusió i de trobada.	Nombre d'accions realitzades a la Casa de la Festa Nombre de visites guiades realitzades a la Casa de la festa Nombre de visites realitzades a la Casa de la Festa (desagregat per gènere)
Impulsar els projectes destinats a connectar la cultura popular i els centres educatius, per tal de fomentar l'aprenentatge de les tradicions i els elements del cicle festiu de la ciutat (PA cultura i educació).	Nombre de projectes de promoció de la cultura popular, les tradicions i els elements festius Nombre de centres participants en els projectes de promoció de la cultura popular, les tradicions i els elements festius Nombre d'alumnes participants en projectes de promoció de la cultura popular, tradicions i elements festius
Dissenyar accions específiques en l'àmbit de la cultura popular amb l'objectiu de fomentar l'accessibilitat, la inclusió i les diversitats: culturals, d'origen, de gènere, d'edat o funcionals, entre d'altres.	S'han promogut accions per fomentar l'accessibilitat, la inclusió i les diversitats culturals?
Fomentar els espais participatius de consulta, intercanvi i reflexió al voltant del cicle festiu.	Nombre de convocatòries dels òrgans de participació ciutadana estables Nombre de taules participatives o espais de reflexió i debat oberts a la ciutadania

Aquests indicadors es complementaran amb els que estableixi el Pla estratègic Tarragona Cultura amb abast transversal.

Annex 7. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

Pel que fa a l'avaluació qualitativa, la fa de manera continuada el personal tècnic responsable d'aquest Pla d'acció, que s'encarrega d'elaborar la memòria anual, amb els projectes i activitats concrets que permetran avaluar-ne el grau de compliment, la idoneïtat, l'efectivitat i l'eficiència. Els mateixos tècnics comuniquen les accions i els resultats a la Comissió Informativa de Cultura i a la Secretaria municipal.

El seguiment dels objectius plantejats i les accions realitzades també es fa de manera participada, tant en els òrgans de participació ciutadana estables recollits en aquest Pla com en les taules i els espais de diàleg, trobada i reflexió que es convocaran almenys un cop a l'any.

Aquest Pla té una durada de quatre anys, al final dels quals serà revisat. La suma de les avaluacions quantitativa i qualitativa permetrà facilitar el procés de presa de decisions per millorar, repensar, reconstruir i planificar les línies estratègiques i les accions a desenvolupar en un futur.

Annex 8 Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

Índex

1. Introducció	207
2. Objectius	207
3. Principis rectors	208
4. Òrgans de participació ciutadana	208
5. Marcs d'acció	209
5.1. Accions de divulgació del Museu d'Història de Tarragona	209
5.2. Tarraco Viva	212
5.3. Accions de divulgació del Servei d'Arxiu i Documentació	215
5.4. Programa de memòria democràtica	219
6. Avaluació i seguiment	220
7. Annex. Equipaments	221

1. Introducció

L'Ajuntament, a través del Museu d'Història de Tarragona, gestiona els monuments i les zones arqueològiques, els béns culturals de diferents índoles (que formen part del conjunt arqueològic que el 2000 va ser declarat Patrimoni de la Humanitat per la Unesco) i dos edificis d'època moderna.

Els monuments gestionats són l'Amfiteatre, l'Aqüeducte de les Ferreres, el Circ, el Fòrum Provincial amb el Pretori i la Volta del Pallol i el Passeig Arqueològic. Com a zona arqueològica hi ha el Fòrum de la Colònia. I els edificis d'època moderna: la Casa Castellarnau i la Casa Canals (béns culturals d'interès local).

A més de la gestió d'edificis, el Museu d'Història té uns fons que estan integrats per peces de procedència diversa, adquisicions de l'Ajuntament o donacions de particulars, però les més nombroses són les del fons Molas, que constitueix un 60 % de les col·leccions. A més del fons Molas, completen la col·lecció els fons Sánchez Camargo i Torrell-Martín, el llegat Quintana i donacions de particulars com el fons Ferrer Janini o el Nadal Malé, o d'entitats com la Cambra de Comerç, així com les adquisicions del mateix consistori que han format el fons Plana, amb més d'una setantena d'aquarel·les de l'autor tarragoní Joan Baptista Plana, entre altres exemples. Entre les adquisicions de l'Ajuntament s'ha d'incloure també un conjunt de monedes romanes.

A més del Museu d'Història, el patrimoni i la història també es gestionen des del Servei d'Arxiu i Documentació Municipal, que consta de quatre seccions: Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona (AHCT), Arxiu Administratiu i Gestió Documental (AAGD), Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona (BHMT) i Centre d'Imatges de Tarragona (CIT).

El Servei d'Arxiu i Documentació Municipal ofereix els principals serveis arxivístics: servei d'informació i referència, consulta de documentació presencial, consulta en línia de documents, imatges, biblioteca i hemeroteca, servei de reprografia i nombrosos serveis de difusió: publicacions, audiovisuals, exposicions virtuals, visites guiades a centres educatius, entre d'altres.

En el marc de la divulgació històrica, destaca el festival de reconstrucció històrica Tarraco Viva, de periodicitat anual, cada mes de maig. Així mateix, cal esmentar que des del Patronat de Turisme també s'impulsen accions de divulgació del patrimoni: tallers familiars, visites guiades i activitats de divulgació turística.

2. Objectius

Els objectius són:

- Impulsar un marc de treball comú per desenvolupar projectes culturals en l'àmbit municipal.
- Afavorir projectes de mediació cultural com a eina de divulgació del coneixement del patrimoni i la història de la ciutat.
- Divulgar el coneixement del patrimoni i la història de la ciutat de manera diacrònica.
- Sensibilitzar la societat sobre el valor històric del patrimoni i la necessitat de conservar-lo i difondre'l.

3. Principis rectors

L'accessibilitat en la cultura és un dret universal i, per tant, cal garantir una cultura inclusiva, sense distincions en gènere, ètnia, capacitats o situació socioeconòmica, i per garantir aquest dret es necessita la protecció de les polítiques públiques. Des del Pla d'acció de divulgació del patrimoni i la història s'estableixen els principis rectors que obliguen les accions municipals a facilitar el coneixement i l'accés al patrimoni en igualtat d'oportunitats.

L'aprenentatge diacrònic dels processos històrics que han configurat la idiosincràsia de la Tarragona actual és fonamental per garantir-ne el coneixement a les generacions futures.

Cal garantir l'accessibilitat cultural i utilitzar-la com a agent d'inclusió social. Des del Pla d'acció de divulgació del patrimoni i la història cal impulsar accions pensades per a totes les persones, incorporant-hi l'accessibilitat en la seva estratègia i des de l'inici de les accions.

Per altra banda, la diversitat, la varietat d'orígens, de necessitats i de maneres de ser i de fer de la comunitat fa que les persones hi trobin el seu lloc i s'hi impliquin activament. És necessari entendre, comprendre i fomentar que les persones participin de manera paritària i lliure i reconèixer les singularitats i les diferències de cada persona i col·lectiu. Des d'aquesta mirada, també es visibilitzen aquells col·lectius que han estat discriminats històricament i que requereixen un coneixement i reconeixement per a l'exercici dels seus drets socials i humans.

4. Òrgans de participació ciutadana

Òrgans de participació estables

Actualment, l'Àrea de Cultura compta amb diferents òrgans municipals consultius i de participació estables en temàtiques de patrimoni històric i història. Tenen la finalitat d'establir un diàleg i promoure i implicar el teixit associatiu i la població en les polítiques públiques i les seves estratègies mitjançant la consulta, la informació, la participació i la reflexió en les decisions preses de forma col·laborativa. Aquests òrgans compten amb el corresponent règim jurídic de constitució, convocatòria i desenvolupament i són:

- **Consell Assessor en Matèria de Patrimoni Historicoartístic de Tarragona.** Es configura com un òrgan de participació i d'assessorament del municipi sobre les estratègies en matèria de patrimoni historicoartístic. Té caràcter col·legiat i té com a finalitat assessorar en la preservació, la conservació, la protecció, la difusió, la potenciació i la vigilància del patrimoni historicoartístic de la ciutat i establir col·laboracions amb altres administracions. Els seus subjectius són:
 - Debatre i analitzar totes aquelles qüestions d'interès general per al patrimoni historicoartístic de Tarragona, a iniciativa del mateix Consell o a petició de l'Ajuntament.
 - Proposar a l'Ajuntament solucions als problemes que es plantegen en la gestió del patrimoni historicoartístic.
 - Col·laborar amb la Conselleria de Patrimoni Històric en aquelles qüestions que li sol·liciti.

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

- Vetllar pels aspectes corresponents a la declaració de Patrimoni Mundial de la Humanitat, tant en la seva revisió concreta com en la materialització de possibles accions futures.
- **Consell Assessor del Municipi sobre Estratègies en Matèria de Modernisme a Tarragona.** Aquest òrgan col·legiat té com a finalitat assessorar en la promoció i la difusió del modernisme de la ciutat i establir col·laboracions amb altres ciutats que disposin d'aquest patrimoni històric. Els objectius generals del Consell són:
 - Estimular el coneixement de tot el patrimoni modernista de la ciutat de Tarragona..
 - Difondre el Modernisme de la ciutat de Tarragona.
 - Proposar la creació d'estratègies i activitats per a la promoció i la difusió en l'àmbit del Modernisme a la ciutat de Tarragona.
 - Assessorar l'Ajuntament Tarragona sobre qüestions de patrimoni modernista a la ciutat.
 - Col·laborar amb altres ciutats en matèria de Modernisme en general.

5. Marcs d'acció

El Pla estratègic Tarragona Cultura té la voluntat d'establir les directrius i les línies de treball de les polítiques culturals a la ciutat de manera integral, és a dir, amb un treball municipal conjunt i transversal. Per aquest motiu, el Pla no només es planteja des de l'Àrea de Cultura, sinó que recull les propostes de l'àmbit cultural de les altres conselleries, amb la finalitat de treballar conjuntament i coordinadament en benefici de la ciutadania. Així doncs, el Pla d'acció de difusió del patrimoni i la història recull les propostes culturals del Museu d'Història, de l'Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona, del CIT, de la Biblioteca Hemeroteca Municipal i del festival Tàrraco Viva, així com la producció i coordinació del Programa de memòria democràtica.

5.1. Accions de divulgació del Museu d'Història de Tarragona

La divulgació del patrimoni i la història es du a terme pensant en els diferents públics, i per això s'agrupa en tres grans blocs: activitats per a famílies, activitats educatives i activitats per a tots els públics.

5.1.1. Activitats familiars

Activitat exemple: «L'estrany cas del sepulcre egipci»

El 9 de març de 1850, durant les obres d'ampliació del port de Tarragona, es va trobar un estrany sarcòfag. Què era exactament? De quina època? Què en van dir els investigadors com Hernández Sanahuja? A través d'un joc de pistes, les famílies descobreixen la història d'aquesta estranya troballa. L'activitat la dirigeix Auriga Serveis Culturals.

El públic destinatari són les famílies del Camp de Tarragona, i els objectius són explicar la història de Tarragona d'una manera didàctica i enfocada a infants de 6 a 12 anys, reivindicar el patrimoni de la ciutat, aprendre la història a través del joc i donar a conèixer els monuments del Museu d'Història.

La comunicació es fa a través de les xarxes corporatives de l'Ajuntament de Tarragona, les xarxes socials de Tarragona Cultura, les xarxes socials de Tarragona Turisme i les pròpies

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

del Museu d'Història (Facebook i Instagram), cartells als monuments del MHT i altres espais com la biblioteca o les oficines de turisme i el butlletí del Museu i les AFA.

Activitat exemple: «Io, Saturnalia!»

Per Nadal es porta a terme l'activitat «Io, Saturnalia!». Es tracta d'un taller adreçat a un públic familiar.

*5.1.2. Activitats educatives**«L'escola visita Tàrraco»*

Les activitats educatives són, en si mateixes, una eina fonamental per a la difusió de la història. «L'escola visita Tàrraco» és una activitat —dissenyada conjuntament amb l'IMET— per descobrir com era passar un dia a l'antiga ciutat de Tàrraco a través de diverses dinàmiques i la visita als monuments gestionats pel MHT. És una activitat dinamitzada per entendre la civilització i la cultura romanes, i el recorregut es fa pels monuments de l'antiga ciutat de Tàrraco: Mapping Tàrraco, Passeig Arqueològic - Murallles romanes, Circ romà i Amfiteatre.

Amb aquesta acció, que pretén anar més enllà d'una visita guiada tradicional, es busca la projecció de l'activitat, de forma amena, per augmentar la motivació i millorar l'experiència d'aprenentatge. A través del Mapping Tàrraco l'alumnat, guiat per l'esclava Melpòmene, pot transportar-se en el temps per conèixer la vida quotidiana dels romans.

Els seus objectius són:

- Conèixer i valorar el patrimoni romà de la nostra ciutat.
- Veure la ciutat com un agent educatiu d'alt valor per potenciar el sentiment d'arrelament i pertinença.
- Valorar la importància de les fonts històriques i arqueològiques com a base per a l'estudi de la història.
- Remarcar la importància de protegir el patrimoni històric i arqueològic.

En el moment de redactar aquest Pla d'acció, el Museu d'Història i l'IMET es troben en un procés de recuperació de l'activitat «Adopta un monument», amb què les llars d'infants, els col·legis i els instituts es vinculen a un monument de la ciutat i els alumnes es converteixen en els seus ambaixadors.

*5.1.3. Activitats per a tots els públics**Activitat exemple: «Tarragona amb els ulls de... la comtessa Agnès» o «el canonge Foguet» (va canviant de personatge)*

Acció teatralitzada organitzada pel Museu d'Història de Tarragona (MHT) per viatjar a la Tarragona medieval a través dels ulls de la comtessa Agnès. Una narració de poder, ambició i devoció viscuda per la comtessa i la seva família. Amb aquesta activitat es coneix una petita part de la història femenina del segle XII. A càrrec d'Auriga Serveis Culturals i de l'actriu Encarna Laínez Robert.

Els objectius són explicar la història d'una manera didàctica, reivindicar el paper de la dona en època medieval, explicar aspectes històrics menys coneguts i destacar el valor dels monuments del Museu d'Història.

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

El públic destinatari són les persones adultes, d'àmbit local o del Camp de Tarragona, amb un mínim coneixement de la Tarragona d'època medieval i es du a terme els diumenges de novembre i desembre.

Activitat exemple: «Quan els objectes parlen»

Cada mes el Museu d'Història presenta una peça diferent de la seva col·lecció, que s'exposa durant tot el mes a la vitrina de Casa Castellarnau, visible des del carrer Cavallers.

El públic destinatari són les persones adultes, d'àmbit local o del Camp de Tarragona, i s'explica la peça el primer dimecres de cada mes.

Com que el Museu d'Història no disposa d'un espai suficient per a l'exposició de les peces museístiques, aquesta activitat permet mostrar moltes de les peces que es troben al seu magatzem. També són objectius del programa explicar la història de Tarragona a través de la didàctica de l'objecte i divulgar les tasques que té un museu. Es distribueixen unes postals col·leccionables amb la peça exposada.

Activitat del tipus visita guiada. Exemples: «Tarragona llegendària», «Ruta del Pont del Diable», «Ruta "Un passeig modernista per gaudir"» o «Tal dia com avui, la mort d'August»

Durant tot l'any, des de finals de setembre fins a desembre, s'organitzen un conjunt de visites guiades. A tall d'exemple, per un costat, el cicle de «Tarragona llegendària: misteris i crims» o bé «Lluita de dones», i per l'altre, «Tarragona, ciutat medieval: lluita de poders», i també visites com «El mausoleu modernista del Rei Jaume I». Aquests tipus de visites incorporen monuments del Museu. En cada cicle es tracta una temàtica concreta, enfocada a una època diferent. Les visites són realitzades per empreses especialitzades.

Els cicles que es desenvolupen són:

- «Històries amagades de Tarragona»
 - o «Ruta pel Pont del Diable»
 - o «El mausoleu modernista del rei Jaume I»
- «Tarragona, ciutat medieval: lluita de poders»
- «Un passeig modernista per gaudir» (amb dos circuits diferents sense canviar el subtítol)
- «Tarragona llegendària: misteris i crims»
- «Tal dia com avui»
 - o «La mort d'August»
 - o «El naixement d'August»

El públic destinatari són les persones adultes que vulguin conèixer la història de Tarragona.

Els objectius són donar a conèixer la història de Tarragona a través de rutes, donar valor al patrimoni de la ciutat, explicar aspectes històrics menys coneguts i curiosos i destacar el valor dels monuments del Museu d'Història.

La comunicació de les accions de divulgació del Museu d'Història de Tarragona es fa a través de les xarxes corporatives de l'Ajuntament de Tarragona, les xarxes socials de Tarragona Cultura, les xarxes socials de Tarragona Turisme i les xarxes socials pròpies del Museu d'Història (Facebook i Instagram); i també amb cartells als monuments del MHT i altres

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

espais com la biblioteca o les oficines de turisme, premsa i el butlletí del Museu. En la ruta del Pont del diable es facilita un plànol o ruta als assistents per orientar-los i per millorar el confort intel·lectual de la visita.

Passi Tarragoní

Totes les persones empadronades a la ciutat de Tarragona poden gaudir de l'entrada lliure a tots els recintes del Museu d'Història i la resta d'institucions museístiques de la ciutat. El passi és personal i intransferible i té un cost de 5 € l'any.

Treball en xarxa. Els diferents museus i equipaments culturals de la ciutat treballen en xarxa diversos cops l'any:

- Nit de Museus: «Viatge a la constel·lació museu»
- Jornades Europees del Patrimoni: «Misteri als museus»
- Tàrraco Viva: «Itinerari del Fòrum», recorregut guiat pel Fòrum i el Teatre romà per descobrir com era la vida a l'antiga Tàrraco, en col·laboració amb el MNAT

La xarxa varia en funció de l'activitat, però hi consten el MNAT, el Museu Bíblic, el Port de Tarragona, Mèdol, el Museu d'Art Modern, CaixaForum i el Museu Diocesà, entre d'altres.

A més a més, com s'ha vist en la relació d'accions realitzades, el Museu d'Història treballa en col·laboració amb l'IMET per oferir activitats amenes i participatives amb finalitats pedagògiques, com «L'escola visita Tàrraco», «Adopta un monument» o bé les activitats del Passaport Edunauta, per promoure la igualtat d'oportunitats educatives més enllà de l'escola. També col·laboren en l'aniversari de la declaració de la Unesco, ja que coincideix amb la Ciutat Educadora. L'any passat van fer una activitat conjunta: «La città infinita».

Difusió. «Tarragona, un museu a l'aire lliure» consisteix en la senyalització d'espais urbans d'interès patrimonial. La nova senyalització presenta uns suports atractius, amb textos en quatre idiomes, pensats per ser de lectura fàcil, i imatges que expliquen per si mateixes el contingut històric a transmetre i facilitar-ne la comprensió.

Per altra banda, «Empremtes del passat» són uns fullets explicatius dels diferents recintes històrics i museístics que, editats en quatre idiomes, s'ofereixen a l'entrada de cada espai.

5.2. Tarraco Viva

Tarraco Viva és un festival cultural dedicat a divulgar el llegat de les civilitzacions mediterrànies, en especial la de l'antiga Roma. Es du a terme principalment a Tarragona —i també en poblacions veïnes— durant la segona quinzena de maig i té una durada de dues setmanes.

Les jornades Tarraco Viva comencen a organitzar-se l'any 1999 amb motiu d'una sèrie d'actes que volien donar suport ciutadà a la candidatura de Tàrraco com a Patrimoni Mundial de la Unesco (reconeguda l'any 2000). El festival Tarraco Viva divulga i fa viure el passat a partir del coneixement científic i estableix aliances estratègiques amb el món acadèmic, museus (tots el de la ciutat) i centres d'investigació (URV, ICAC, MNAT i altres institucions i docents).

L'àmplia i variada programació del festival té la clara voluntat i l'objectiu d'arribar a un públic extens —història per a tothom— a partir d'activitats atractives, amenes i amb una gran

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

diversitat de formats, com ara exposicions, recreacions històriques, conferències, debats, monòlegs històrics, propostes gastronòmiques, documentals, tallers, jocs participatius, visites guiades, etc. En el programa de divulgació patrimonial s'hi impliquen nombroses entitats, com ara grups de recreació històrica i divulgadors del patrimoni, empreses de guiatge, museus i entitats de gestió del patrimoni històric, professionals i docents. També compta amb un destacat programa educatiu i social i presta una atenció especial als aspectes lligats a la sostenibilitat. A tall d'exemple, en l'edició de l'any 2024 va presentar més de tres-centes activitats que durant quinze dies van tenir lloc en una trentena d'espais, la majoria monumentals i Patrimoni Mundial.

El festival Tarraco Viva ha esdevingut un referent nacional i internacional, tant per les propostes que formula (formats diversos de divulgació, alguns d'ells pioners) com per la qualitat de qui les ofereix. Alhora, és un magnífic estímul per visitar o revisitar el patrimoni històric de la ciutat de Tarragona, però també el d'altres localitats amb espais patrimonials que hi participen —l'anomenat *Ager Tarraconensis*—, configurat per les poblacions d'Altafulla, Cambrils, Constantí, Vila-rodona o Reus.

El festival, organitzat per l'Ajuntament de Tarragona, compta amb diversos patrocinis, amb la Diputació de Tarragona amb caràcter principal, i també els del Port de Tarragona, la Generalitat de Catalunya, l'Agrupació de Càmpings Tarragona Ciutat i la Fundació Privada Mútua Catalana, entre d'altres. També compta amb el suport i la col·laboració d'una gran quantitat d'institucions, empreses i entitats.

El festival Tarraco Viva genera moltíssima activitat de divulgació patrimonial, amb una cura i dedicació especials per les produccions pròpies. Com a exemple, en l'edició de l'any 2024, la XXV, es van programar un total aproximat de tres-centes actes (unes cent activitats), distribuïts de la manera següent:

- Produccions pròpies (60 %)
- Coproduccions (21 %)
- Produccions externes (19 %)

Si ajuntem les produccions pròpies i les coproduccions, veurem que sumen un 81 % de les activitats. Així doncs, Tarraco Viva és un festival que aposta per la creativitat i per la generació de dinàmiques de producció al mateix territori. Les produccions pròpies signifiquen la inclusió de diversos grups de recreació històrica del territori (tretze grups en la XXV edició), així com de professionals de la història, l'arqueologia i l'educació. Així mateix, s'hi incorporen empreses i professionals de la divulgació del patrimoni històric (empreses de guiatge i altres).

Entre les coproduccions de Tarraco Viva destaquen les d'entitats com ara el Museu Nacional Arqueològic de Tarragona, l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural, la Casa dels Clàssics, la Biblioteca Pública de Tarragona, l'Associació de Professors de Llengües Clàssiques (APLEC), l'Institut de Ciències de l'Educació - URV, el Camp d'Aprenentatge de Tarragona, l'Institut Català d'Arqueologia Clàssica, el Departament de Cultura de la Generalitat i els ajuntaments de Constantí, Cambrils, Altafulla i Vila-rodona. I les produccions externes provenen de col·laboracions amb els museus de les nostres comarques: Museu Nacional Arqueològic de Tarragona, Museu del Port de Tarragona, Museu Bíblic de Tarragona i Museu d'Història de Cambrils.

Comunicació. La comunicació de Tarraco Viva disposa de canals de comunicació específics i s'utilitzen nombroses eines d'informació i comunicació, com ara el mateix web, els programes i catàlegs impresos, anuncis en premsa, opis en altres ciutats, culeres d'autobús, cartelleres, tòtems de carrer, xarxes socials pròpies i butlletins d'informació, entre d'altres.

5.2.1. Tarraco Viva i mediació cultural en educació

Un dels objectius del festival és facilitar un espai de participació dels ciutadans de Tarragona en la gestió del patrimoni històric, com a impulsors i realitzadors de propostes actives, i també perquè els ciutadans sense vinculació professional amb el patrimoni històric puguin fer sentir la seva veu i la seva voluntat de participació en la gestió del patrimoni. Alhora, també pretén potenciar i estimular l'interès per la història en els col·lectius escolars, per tal que siguin, en el futur, ciutadans amb la idea del valor cultural —i per tant humà— del patrimoni històric. Així, el festival Tàrraco Viva té com a valor fonamental la divulgació històrica i prioritza el valor didàctic de les propostes d'activitats per sobre del seu valor escènic. Per tant, el programa es dissenya per a l'educació que connecta la població amb els equipaments i els espais patrimonials i de recreació, i hi aporta plans, activitats, recursos educatius i formacions en l'àmbit de la divulgació del patrimoni cultural.

Alguns dels projectes i activitats que s'han desenvolupat fins a l'edició del 2024 són els següents:

- «Juguem com jugaven les nenes i nens romans de Tàrraco». Els alumnes de 5è d'EP de les escoles del Tarragonès practiquen els jocs que jugaven els infants de Tàrraco.
- «Un dia a Tàrraco». Una jornada educativa per gaudir del món clàssic, amb gimcana epigràfica, lliurament dels Premis Odissea, recreació de gladiadors, monòleg històric, etc., adreçada als alumnes de segon cicle d'ESO i batxillerat.
- «Ludi Constantinenses». Un circuit de jocs romans diversos per gaudir del conjunt monumental de Centcelles i compartir la passió pel món clàssic, adreçat a alumnes de Llatí de 4t d'ESO dels instituts.
- «Recrea la història». Projecte pedagògic d'aprenentatge, servei i metodologia participativa per fomentar l'interès del jovent pel llegat històric de la cultura romana de Tarragona, utilitzant l'estratègia de la recreació històrica com a eina de divulgació històrica: fer interessar els joves en la història i saber-la explicar. Els alumnes han d'acabar fent una recreació històrica d'un tema del món clàssic, treballant les diferents fases del procés que comporta: recerca d'informació, classes i tallers a càrrec d'especialistes, visites a llocs d'interès, elaboració d'un guió històric, assajos i representació final. Aquesta recreació històrica com a eina d'aprenentatge està coorganitzada amb el CFGS d'Animació Sociocultural i Turística.

Projectes socials i en col·laboració. El festival coorganitza diverses iniciatives de l'àmbit social, o hi col·labora:

- «Matins en família a Tarraco Viva!». És una activitat coorganitzada pel Pla educatiu d'entorn de Tarragona, la Xarxa de Centres Cívics de Tarragona i el festival Tarraco Viva, i s'adreça a famílies amb infants a partir de 6 anys, a qui ofereix l'oportunitat de conèixer el patrimoni mentre gaudeixen d'activitats, tallers i recreacions històriques.
- Club de lectura taller «Llegim clàssics». Està coorganitzat per la Biblioteca Pública de Tarragona, La Casa dels Clàssics, Biblioteques de Barcelona, Museu Nacional

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

Arqueològic de Tarragona i el festival Tarraco Viva. La dinamització diària del grup, a través de la plataforma Tellfy, la porta a terme l'equip de La Casa dels Clàssics.

- Biblioteca Pepita Ferrer de Torreforta. Taller de jocs o enigmes per a famílies amb infants de 6 a 12 anys.
- Tarragona Jove. Els «Enigmes nocturns» són una proposta d'oci nocturn alternatiu per a joves que, a partir d'un format competitiu en petits grups, intenten resoldre un misteri o enigma a partir de la investigació, la deducció, la recerca... Els enigmes els apropen la ciutat d'una manera diferent, interactuant amb el patrimoni. En diferents èpoques de l'any, i des del 2008, des de Joventut de l'Ajuntament de Tarragona es programen aquestes propostes, i també dins del Festival Tarraco Viva; en aquest cas, consisteix en un seguit de preguntes específiques d'aquesta temàtica a l'app del joc Tgn Jove.

Així mateix, s'organitzen i programen —fonamentalment, en cap de setmana— tot un seguit d'activitats per a un públic familiar, infantil i juvenil: tallers, jocs en família, itineraris, enigmes, etc.

5.3. Accions de divulgació del Servei d'Arxiu i Documentació

5.3.1. Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona

L'Arxiu és l'equipament cultural que s'encarrega de gestionar, custodiar i difondre el patrimoni documental de la ciutat de Tarragona. Està adscrit al Servei d'Arxiu i Documentació Municipal de l'Ajuntament de Tarragona, de la Conselleria de Patrimoni Històric.

Les eines de divulgació de l'Arxiu són tots aquells esdeveniments, activitats i propostes que es duen a terme per donar a conèixer el patrimoni documental i fotogràfic dipositat a l'Arxiu i que fan referència a la ciutat de Tarragona, amb l'objectiu d'estendre i ampliar el coneixement de la història de la ciutat i la valoració d'un patrimoni que cal conservar, difondre i transmetre a les noves generacions en les millors condicions.

L'objectiu d'aquestes activitats és difondre la riquesa documental i gràfica de l'Arxiu i apropar a la ciutadania el patrimoni documental de la ciutat. També es donen recursos pedagògics per poder fer els treballs de final de cicle o per aprofundir en un tema en concret.

L'Arxiu treballa amb informació procedent del fons municipal i de fons externs cedits. Les accions que es duen a terme són les següents:

- Exposicions. S'organitzen exposicions de producció pròpia, però l'Arxiu també col·labora amb altres entitats i institucions cedint-los documentació o imatges. Les exposicions de producció pròpia generalment versen sobre una efemèride o commemoració per a la ciutat o bé perquè s'ha cedit un fons documental a l'Arxiu. Les exposicions es realitzen segons aquestes efemèrides o commemoracions, els llegats que s'hi han dipositat, etc., i generalment es produeixen entre una o dues exposicions anuals. Després aquestes exposicions poden mostrar-se en diferents espais municipals de la ciutat, com per exemple els centres cívics, l'espai expositiu de l'Antiga Audiència o el vestíbul del Teatre Tarragona, entre d'altres.
- Publicacions. Les publicacions serveixen per donar a conèixer el patrimoni documental i fotogràfic de l'Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona i del Centre

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

d'imatges de Tarragona, amb la publicació de documents que il·lustren un període o una efemèride històrica de la ciutat. Poden ser editades pel mateix Arxiu o bé en coedició, i se n'intenta publicar una anualment. Fins al moment de redacció d'aquest Pla s'han publicat deu números de la col·lecció «Quaderns d'Arxiu» i tres en col·laboració amb l'editorial Abans.

- #LaFinestradeArxiu. És una secció setmanal, publicada els dilluns o dimarts, i que utilitza plataformes com Facebook i Instagram per compartir continguts històrics i promoure la participació ciutadana. Mitjançant la divulgació del patrimoni documental, es pretén donar a conèixer documents o imatges relacionats amb els fons que es conserven a l'Arxiu, o bé les activitats que s'hi desenvolupen.
- Xerrades i conferències. S'ofereixen conferències i activitats que promouen la memòria i la investigació. Es programen entre tres i cinc xerrades anuals.
- Rutes pedagògiques o visites guiades a les dependències de l'Arxiu. Durant les visites guiades per les instal·lacions de l'Arxiu s'explica el funcionament del centre i es donen a conèixer els tipus de documents que s'hi conserven. Aquestes visites no només ajuden a donar a conèixer el patrimoni documental i gràfic, sinó que també serveixen per explicar el funcionament de l'Arxiu des d'un vessant administratiu. Estan adreçades especialment a alumnes universitaris, instituts, escoles i centres de formació no reglada o d'ocupació, així com a entitats interessades. El servei s'ofereix al llarg de l'any.

Comunicació. L'Arxiu fa la difusió i comunicació de les accions mitjançant el web municipal, l'agenda, xarxes socials i també via correu electrònic als usuaris de l'Arxiu. Per treballar el disseny, la comunicació i la difusió sempre compta amb altres serveis municipals, especialment amb Disseny Gràfic, per produir les exposicions, i amb Comunicació Corporativa, per redactar les notes de premsa o recórrer al servei de correcció. A més, compta amb Protocol i Relacions Ciutadanes.

Participació. L'Arxiu afavoreix el contacte amb diferents ens per poder custodiar els diferents fons documentals i d'imatges d'empreses, associacions i personalitats rellevants de la ciutat o per a la ciutat.

5.3.2. Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

5.3.2.1. «Passejades amb història»

Es tracta d'una iniciativa de la Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona (BHMT) iniciada l'any 2018 que pretén donar a conèixer diferents indrets de la ciutat a través d'una ruta guiada i inclosa dins del Programa de Memòria Democràtica. La passejada, amb una única edició, és comentada de manera desinteressada per l'arquitecte Ramon Aloguín Pallach, i normalment es fa coincidir amb els actes sobre memòria democràtica que tenen lloc a la primavera.

L'objectiu és donar a conèixer espais i històries de la ciutat poc coneguts, a partir dels fons dipositats a la Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona i a l'Arxiu.

Fins a la data de redacció d'aquest Pla se n'han fet les següents:

- «Les estàtues ens parlen. Un recorregut per la Rambla Nova»
- «Tarragona, de la postguerra al *desarrollismo*. Un passeig per l'eixample de ponent»
- «De vitralls i mosaics. L'obra de Santiago Padrós a Tarragona»

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

- «El Passeig Arqueològic: de fortificació militar a passeig civil»
- «Petjades republicanes. Ruta pels espais de la Segona República a Tarragona»
- «Del Modernisme al racionalisme: arquitectura a la Tarragona d'abans de la guerra»
- «Vestigis de la Guerra Civil a Tarragona»
- «Balcons del Mediterrani. Del passeig de Sant Antoni a la passarel·la 2018»
- «La muralla que no es veu»

Comunicació. S'edita un opuscle que es reparteix entre els assistents, s'envia a les entitats i institucions de la ciutat i es penja al lloc web. Es fa difusió de les passejades a través de l'agenda municipal i les xarxes socials, i també via correu electrònic als usuaris de la BHMT. Són rutes adreçades a públic adult i obertes a tota la ciutadania, per a grups de 35-50 persones cadascuna.

5.3.2.2. Cicle Patrimoni de Tarragona

Es tracta d'una iniciativa de la Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona (BHMT), iniciada l'any 2017, que té l'objectiu de donar a conèixer el món dels llibres i les biblioteques a través de personatges de la història de la ciutat, i també com era la ciutat on van viure. Cada cicle organitzat és diferent; inclou conferències, visites, exposicions, concerts, etc., i en funció de les entitats col·laboradores hi participa un tipus de públic o un altre, tot i que, preferentment, els assistents són adults.

Els cicles no tenen una temporalitat concreta —poden ser anuals o biennials—, i fins a l'any 2024 se n'han organitzat sis:

- «Antonio Agustí, 500 anys. El Renaixement a Tarragona»
- «Lluís Pons d'Icart (1518?-1578), 500 anys. La Tarragona del segle XVI»
- «Francesc Armanyà (1718-1803), 300 anys. La Il·lustració a la Tarragona del segle XVIII»
- «Ramon Foguet (1729-1794). La Il·lustració a la Tarragona del segle XVIII»
- «Antoni de Martí i Franquès (1750-1832). Tarragona i Altafulla entre els segles XVIII i XIX»
- «L'Aigua del Carme. L'elixir de Tarragona»

S'organitza de manera conjunta amb la Biblioteca Pública, la Biblioteca del Seminari, el Departament de Filologia Catalana de la URV i la Biblioteca Hemeroteca Municipal. Cada cicle incorpora altres entitats i institucions de la ciutat, segons la temàtica tractada o els actes que es duen a terme. Així, s'hi ha incorporat al Museu d'Història, l'Arxiu Històric de Tarragona, els Bibliòfils Tarragonins, la Reial Societat Arqueològica Tarraconense, el Museu Nacional Arqueològic, l'Institut Català d'Arqueologia Clàssica, l'Escola Municipal de Música i l'Empresa Municipal d'Aigües de Tarragona.

Pel que fa a la comunicació, es prepara una nota de premsa conjunta que s'envia als mitjans de comunicació. I les institucions organitzadores en fan difusió entre els seus usuaris i a través de les seves xarxes socials.

5.3.2.3. «Dones a la història de Tarragona»

Sèrie audiovisual, iniciada l'any 2021 per la Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona (BHMT), per reivindicar el paper de dones tarragonines que han destacat en diferents àmbits al llarg de la història i fins a l'actualitat.

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

L'objectiu és donar a conèixer i reivindicar dones que han tingut un paper rellevant en la història de la ciutat, des de l'antiguitat fins avui en dia. I també divulgar la història de la ciutat des d'una mirada femenina i mostrar els fons documentals i les imatges conservats sobretot a la BHMT, però també en diferents biblioteques, arxius i col·leccions particulars.

En quatre temporades s'han enregistrat quaranta-dos capítols d'una durada d'uns 5 minuts cadascun i s'han entrevistat cinquanta-sis dones i dos homes. El cicle va adreçat al públic en general, tot i que segons les temàtiques tractades és molt útil per treballar alguns temes en escoles i instituts i fins i tot per complementar treballs universitaris, ja que la documentació i la informació generada per fer l'entrevista queda dipositada a la BHMT i pot servir de consulta per a futurs treballs.

Les gravacions es fan al llarg de l'any i s'emeten cada quinze dies, fins ara, dins del programa *Som-hi!*, de TAC12, i posteriorment es penja als webs de TAC12 i de l'Ajuntament. Les quatre temporades es poden visualitzar al web de l'Ajuntament de Tarragona.

En cada capítol s'entrevista una o dues persones, i el lloc es tria en funció de la temàtica a tractar. També s'implica les entrevistades i les associacions o entitats vinculades a recollir informació i gravar imatges de recurs. Per aquest motiu, la participació de col·lectius i entitats és molt variada.

Pel que fa a la comunicació, es dona a conèixer a través d'una nota de premsa als mitjans de comunicació a l'inici de la temporada i se'n fa difusió a través de TAC12, per mitjà del programa *Som-hi!*, i de les xarxes socials de l'Ajuntament.

5.3.2.4. «La clau de la memòria»

Lectura dramatitzada dels textos escrits pel periodista Lluís de Salvador Andrés i la seva neta, Viviana de Salvador, sobre els bombardejos de la Guerra Civil.

Aquesta activitat es realitza anualment, dintre del Programa de memòria democràtica, al refugi del Museu Bíblic Tarraconense.

5.3.2.5. «Caminant sobre la Mina de l'Arquebisbe»

Ruta organitzada per la Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona, l'Empresa Municipal d'Aigües de Tarragona (Ematsa) i l'Institut Català d'Arqueologia Clàssica per donar a conèixer diversos aspectes del món de l'aigua a la ciutat.

La proposta ressegueix la mina d'aigua, les fites, els respiralls i els pous de registre. I també inclou les instal·lacions d'Ematsa i l'espai «El camí de l'aigua», situat dins d'un antic dipòsit museïtzat, així com l'interior dels dipòsits d'aigua de l'Oliva. La caminada acaba recorrent, ja dins del nucli urbà, les fonts que va fer construir l'arquebisbe Armanyà i que encara es conserven a la Part Alta: a la plaça de Sant Joan, la plaça de les Cols i la plaça de Sant Antoni.

S'organitza anualment per celebrar el Dia Mundial de l'Aigua, als voltants del 22 de març.

5.3.3. Centre d'Imatges de Tarragona

El festival SCAN Tarragona i el Centre d'Imatges de Tarragona / L'Arxiu impulsen anualment una residència per a la creació artística i la investigació: la Residència SCAN de Creació i Investigació. L'objectiu és fomentar projectes basats en el fons fotogràfic i audiovisual dipositat al Centre d'Imatges de Tarragona (CIT), així com potenciar la creació i la

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

investigació artística a partir dels fons fotogràfics i audiovisuals, difondre el patrimoni documental de la ciutat a través de nous projectes i noves tecnologies (com per exemple la IA) i fomentar la mediació cultural i la interacció amb el públic.

La iniciativa ofereix suport a artistes, curadors i investigadors per desenvolupar i presentar públicament una obra vinculada a l'arxivística i la memòria visual. La data de la convocatòria varia en funció de l'any, però es pot dividir en la presentació de propostes durant la primavera, la residència durant els mesos d'estiu i la presentació pública del projecte a la tardor.

En la convocatòria, adreçada a adults d'àmbit internacional, hi intervenen experts en art contemporani i arxivística com a membres del jurat, i els participants són artistes visuals, investigadors i curadors de l'àmbit de la fotografia i l'audiovisual.

Pel que fa a la difusió de la convocatòria, l'estada i el resultat final es fa a través dels canals oficials de l'SCAN i de l'Arxiu, principalment al lloc web. També es comunica a les xarxes socials de l'Ajuntament de Tarragona i de Tarragona Cultura.

5.4. Programa de memòria democràtica

La memòria històrica i democràtica engloba tot aquell conjunt d'actuacions dirigides a connectar el moment actual i el temps pretèrit, especialment des de la Segona República fins a la Transició democràtica (1931-1982). La recuperació del passat és útil i convenient si té com a objectiu facilitar el coneixement del que va succeir i, d'aquesta manera, poder avançar cap a una societat més lliure, més justa i més democràtica. En aquest sentit, promou la relació amb la resta d'institucions, organismes i entitats de la ciutat per crear un programa conjunt que engloba diferents activitats relacionades amb la recuperació de la memòria democràtica i del patrimoni memorial, la recerca científica i la divulgació en l'àmbit de la memòria mitjançant conferències, projeccions d'audiovisuals, exposicions, actes d'homenatge, actes institucionals, visites guiades, documentals, senyalització d'espais de la memòria, etc.

L'objectiu principal del Programa de memòria democràtica és la recuperació, salvaguarda i divulgació de la memòria democràtica. Així doncs, en aquest àmbit de la memòria històrica i democràtica de Tarragona s'hi engloben les commemoracions, les publicacions i els materials de consulta, els audiovisuals, les exposicions virtuals, les visites guiades i les activitats pedagògiques que s'han anat desenvolupant.

La Comissió de Programes de Memòria Democràtica de l'Ajuntament de Tarragona treballa per la recuperació de la memòria democràtica de la ciutat en l'espai cronològic que va des de la proclamació de la Segona República fins a la Transició.

Iniciat l'any 2014, el programa s'ha anat desenvolupant primer trimestralment i en l'actualitat de febrer a octubre, i requereix la coordinació i la participació de diverses àrees municipals, altres administracions i entitats o institucions externes i nombroses entitats i col·lectius.

Els mecanismes de participació són diversos: des de la interacció amb especialistes en memòria democràtica —en debats, taules rodones, presentacions de llibres o conferències— fins a visites guiades, projeccions, teatre o actes d'homenatge.

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

Pel que fa a la comunicació, s'ofereixen rodes de premsa, campanyes en mitjans locals i a les xarxes socials, materials de difusió, notícies al web de l'Arxiu i publitrameses.

El públic destinatari és la comunitat educativa, la comunitat acadèmica i investigadora, les associacions i entitats de memòria històrica, els infants i joves a través de les activitats adreçades a escoles i instituts, visitants, turistes i públic en general interessat en la història local i la recuperació de la memòria democràtica.

6. Avaluació i seguiment

Per tal d'avaluar els programes i els projectes que es treballen en l'àmbit de la divulgació del patrimoni i la història, pel que fa a les línies estratègiques de l'acció cultural municipal és necessari reflexionar i debatre en la Comissió Tècnica Transversal. En aquest espai es farà el seguiment necessari i es proposaran les millores de les línies d'acció, els programes, els projectes i les activitats que s'hi desenvolupin, generant així un aprenentatge col·lectiu. A més a més, l'avaluació serveix com a retiment de comptes i de transparència.

Cada sector que desenvolupa els programes, els projectes i les accions que es recullen en aquest Pla es regeix pels seus propis plans d'acció, els objectius específics i els indicadors de seguiment i avaluació concrets que ha de complir.

Des d'aquest Pla d'acció de divulgació del patrimoni i la història es recullen les dades de les memòries que incideixen en aquest Pla, i se'n farà el seguiment en funció dels objectius específics. Aquest Pla té una durada de quatre anys, al final dels quals serà revisat i es proposaran millores i línies estratègiques adients a la situació de consolidació i reconeixement de les accions i els projectes desenvolupats.

Accions i indicadors del Pla d'acció de divulgació del patrimoni i la història

Impulsar un marc de treball comú per desenvolupar projectes culturals en l'àmbit municipal al voltant del patrimoni i la història.	Nombre de reunions de la Comissió Tècnica Transversal Nombre de projectes plantejats conjuntament de manera transversal
Impulsar projectes i activitats educatives al voltant de la divulgació del patrimoni i la història.	Nombre de projectes educatius desenvolupats Nombre de participants en els projectes educatius (desagregat per gènere) Nombre de centres educatius participants en els projectes Nombre d'alumnes participants en els projectes Nombre d'entitats i col·lectius implicats en projectes de mediació
Impulsar projectes que destaquin el paper de la dona al llarg de la història.	Nombre de projectes que destaquen el paper de la dona al llarg de la història

Annex 8. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

	Nombre de participants en els projectes que destaquen el paper de la dona al llarg de la història (desagregat per gènere)
Fomentar la sensibilització i la formació sobre el valor del patrimoni i la història, així com sobre la necessitat de conservar-los i difondre'ls.	Nombre d'accions de promoció dels valors del patrimoni i la història Nombre d'espais de debat i reflexió al voltant del patrimoni i la història Nombre de participants en els espais de debat i reflexió al voltant del patrimoni i la història (desagregat per gènere)

Aquests indicadors es complementaran amb els que estableixi el Pla estratègic Tarragona Cultura amb abast transversal.

7. Annex. Equipaments

Casa Castellarnau

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia/monuments/casa-castellarnau>>

Casa Sefus

<<https://www.tarragona.cat/la-ciutat/planol/ubicacions/dependencies-municipals/casa-sefus>>

Ca l'Agapito i Volta del Pallol

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia/monuments/volta-del-pallol>>

Amfiteatre romà

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia/monuments/lamfiteatre>>

Aqüeducte de les Ferreres

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia/monuments/laqueducte-del-francoli>>

Casa Canals

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia/monuments/casa-canals>>

Circ romà

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia/monuments/el-circ-roma>>

Fòrum de la Colònia

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia/monuments/el-forum-de-la-colonia>>

Fòrum Provincial i Pretori

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia/monuments/el-forum-provincial>>

Passeig Arqueològic i Murallles

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia/monuments/les-murallles>>

Pedrera romana del Mèdol

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia/monuments/la-pedrera-romana-del-medol>>

Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/arxiu-municipal/presentacio/seccions/BHMT>>

Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/arxiu-municipal/presentacio/seccions/arxiu-historic>>

Centre d'Imatges de Tarragona

<<https://www.tarragona.cat/patrimoni/arxiu-municipal/presentacio/seccions/centre-dimatges-de-tarragona-cit>>

Annex 9 Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Índex

1. Introducció	226
2. Missió, visió i objectius	227
2.1. Definició	227
2.2. Missió.....	227
2.3. Visió	227
2.4. Objectius	227
3. Enfocament del Pla d'arts escèniques i música: principis rectors i línies estratègiques.....	228
3.1. Inclusió.....	228
3.2. Universalisme	228
3.3. Perspectiva transversal de gènere, transformació i interseccionalitat ..	228
3.4. Sostenibilitat.....	229
3.5. Integralitat, treball transversal i foment de la participació	229
4. Eixos transversals	230
4.1. Accessibilitat.....	230
4.2. Sostenibilitat.....	230
4.3. Perspectiva de gènere	230
4.4. Treball en xarxa	231
5. Àmbits d'acció.....	231
5.1. Accions i processos de mediació artística en l'àmbit de les arts escèniques	232
5.2. Programació estable i festivals específics	233
5.3. Suport a la creació i la producció d'espectacles	240
6. Governança, formació i xarxes de cooperació.....	241
6.1. Mecanismes de treball transversal	241
6.2. Mecanismes de consulta, reflexió i opinió	242
6.3. Abast i cooperació territorial.....	243
7. Comunicació	244
8. Avaluació	246

9. Índex d'annexos	253
9.1. Mesures d'impuls de l'accessibilitat escènica i cultural	253
9.2. Pla de gènere del Pla d'acció Escena TGN27	256
9.3. Propostes per incorporar la mediació cultural a les arts escèniques i la música	261
9.4. Pla de comunicació d'arts escèniques TGN Cultura 2025-2027	269

1. Introducció

La cultura és clau per a la vida quotidiana i per al futur de Tarragona. La cultura permet apostar per un model de desenvolupament de la ciutat basat en les relacions humanes, la vida en comunitat i l'expressió creativa.

Les arts escèniques, enteses com a acció, expressió i comunicació, ens col·loquen en un procés en el qual és necessari plantejar-nos la nostra posició com a participants actius en el diàleg cultural, tant en l'àmbit personal com col·lectiu. Només si som capaços de convertir aquesta participació en un hàbit arribarem a gaudir plenament de la vida cultural, de la vida de les arts escèniques, reconeixent-nos-hi, identificant-nos-hi.

La secció municipal d'Arts Escèniques i Música és la referent en l'impuls de programes d'arts en viu a l'Ajuntament de Tarragona. És un dels serveis que formen part del Servei Municipal de Cultura de l'Ajuntament de Tarragona, juntament amb els de Festes i Cultura Popular, Lletres i Biblioteques i Arts Visuals o el de Suport a la Creació i la Pràctica Cultural (aquest darrer també destaca per ser un espai de treball des d'on també s'impulsen part de les accions habituals previstes en aquest Pla).

El Servei Municipal de Cultura aglutina professionals que cooperen per vertebrar les accions que s'impulsen en l'àmbit de les arts en viu, buscant un desenvolupament compartit, sostenible i dinàmic de les arts escèniques i la música a la ciutat. El sector de les arts escèniques i la música es caracteritza per una gran diversitat de perfils vinculats a les múltiples disciplines artístiques que en formen part. Aquesta riquesa disciplinària s'acompanya també d'una pluralitat d'àmbits d'actuació que estructuren i incideixen en els programes d'arts escèniques: des de la mediació artística i la pedagogia fins a la producció, l'exhibició i la distribució d'espectacles.

Des de les arts escèniques i la música es prioritza la planificació, l'anàlisi i l'acció col·lectiva, des d'un treball rigorós, entenent les accions del pla municipal Pla Escena TGN27 com un servei públic que desplega el dret a la cultura, vetllant per l'accés a les arts escèniques i la música, orientat a millorar la qualitat de vida de les persones. Alhora, el Pla vetlla pel suport a les creacions artístiques i, especialment, al teixit cultural de la ciutat, com són els grups de teatre amateur, de música jove i emergent, de dansa o bé el teixit coral de la ciutat.

Des del Pla Escena TGN27 es vol proposar a la ciutadania la possibilitat de gaudir de programacions professionals i alhora participar i experimentar la música i les arts escèniques de la manera més plena i diversa possible. Tot això, amb una gestió oberta, transparent i sostenible, en col·laboració i coordinació amb altres agents culturals del territori, promovent la igualtat d'oportunitats i impulsant dinàmiques de governança participativa.

Des d'aquesta mirada es fomenten les accions, els festivals i les temporades estables d'arts escèniques i música.

2. Missió, visió i objectius

2.1. Definició

El Pla d'acció d'arts escèniques i música és el pla municipal que desplega un servei públic, de visió conjunta de ciutat i territori, per tal de promoure l'accés a les arts escèniques i musicals, en el marc d'una política cultural estratègica i amb un programa que incideix en els àmbits de l'exhibició, la creació, la mediació artística i cultural, la comunicació, la participació, la cohesió, la diversitat i la democratització en l'accés a la cultura.

2.2. Missió

Concebre les arts escèniques i la música com un servei estratègic de ciutat, caracteritzat pel concepte de funció pública i que garanteixi l'accés de la ciutadania de Tarragona a l'activitat i la pràctica cultural, impulsant i facilitant la creació d'espais i processos d'expressió i coneixement.

2.3. Visió

El Pla d'acció d'arts escèniques i música Escena TGN27, com a servei cultural públic, vol contribuir a l'impuls de les arts escèniques com a eina de desenvolupament i expressió d'una societat canviant, mitjançant propostes artístiques, pedagògiques, participatives i de dinamització cultural de qualitat i obertes a tothom. La cultura és un dret.

2.4. Objectius

Els objectius són:

- Impulsar l'acció cultural de l'àmbit de les arts escèniques i musicals com a servei públic estable (amb programacions continuades al llarg de l'any i festivals estables amb àmbits o temàtiques específiques).
- Difondre les arts escèniques i la música entre la ciutadania i posar-les en diàleg amb el conjunt de les expressions artístiques i culturals.
- Incloure la perspectiva de gènere en les programacions d'arts escèniques i música, en la seva projecció pública i en el seu funcionament intern.
- Impulsar la mediació cultural i artística i crear una metodologia de gestió de projectes que fomenti l'accessibilitat, la sostenibilitat, la participació i l'acció comunitària.
- Incloure en l'oferta d'activitats i en els processos de mediació activitats i espectacles que reflexionin sobre les problemàtiques i els interessos de la societat, fomentant el pensament crític i vinculant la ciutadania d'una manera més propera als continguts expressats a través de les arts escèniques i la música.
- Fomentar el suport i l'acompanyament a creacions, recerques i produccions artístiques de caràcter professional i impulsar la professionalització del sector.
- Incentivar el treball transversal i interdepartamental, així com cooperar i col·laborar amb altres institucions, organismes, entitats del territori, agents socioculturals, teixit artístic i la ciutadania, per impulsar i desenvolupar les programacions d'arts escèniques.

3. Enfocament del Pla d'arts escèniques i música: principis rectors i línies estratègiques

Les polítiques culturals han de tenir una funció transformadora per contribuir a la missió del Pla. Així doncs, caldrà que tinguin un impacte positiu en la realitat cultural i en l'entorn, incidint en les condicions de vida per millorar-les i facilitant que totes les persones puguin desenvolupar-se i relacionar-se culturalment de forma plena. Per afavorir la capacitat de transformació i l'aplicació amb una mirada interseccional, han d'impulsar-se els següents principis i valors, que també regiran la metodologia de treball.

3.1. Inclusió

Les polítiques culturals han de generar oportunitats socials per al desenvolupament cultural, personal i col·lectiu de la ciutadania, fomentant els mecanismes polítics i socials necessaris per generar noves dinàmiques d'inclusió.

3.2. Universalisme

Dissenyar accions i programes que arribin a tothom, tenint en compte la diversitat i les necessitats diferencials i específiques existents. Cal vetllar perquè aquesta diversitat no esdevingui desigualtat.

3.3. Perspectiva transversal de gènere, transformació i interseccionalitat⁶

Existeixen uns factors, com ara el sexe-gènere, l'edat, l'origen, el territori, la classe social o les discapacitats, que generen desigualtat social de manera estructural.

Les polítiques culturals han de desenvolupar accions que permetin disminuir els efectes diferencials d'aquests factors per possibilitar que totes les persones puguin formar part dels espais d'exhibició, participació cultural i creació, plenament i igualitàriament.

Cal incloure i promoure en totes les planificacions la igualtat entre dones i homes, el reconeixement de la diversitat sexual i l'empoderament des del feminisme. Alhora, s'establiran mecanismes genèrics per vetllar per la inclusió de la perspectiva de gènere, com ara recomanacions per generar productes de comunicació, entre d'altres, que puguin afavorir la incorporació de la perspectiva de gènere dins dels cicles i temporades.

Es considera necessari fer un pas endavant per integrar la perspectiva de la interseccionalitat en el marc metodològic de les polítiques culturals adreçades a la ciutadania, considerant especialment la confluència de dinàmiques d'opressió (principalment de gènere i ètnia). S'ha de definir i fer evident aquesta perspectiva per tal de generar polítiques culturals transformadores. I per tant, s'assumiran les inclusions i les exclusions dels eixos de desigualtats tenint en compte els seus dinamismes i s'establiran

⁶ *Interseccionalitat*: perspectiva que planteja que la posició social dels individus és el resultat de la interacció entre els diversos eixos de desigualtat. En l'àmbit de la política pública, això exigeix l'abandonament de la lògica monofocal i la recerca de maneres més complexes d'abordar les desigualtats. Font: *Guia per incorporar la interseccionalitat a les polítiques locals*.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

prioritats en aquests eixos, en el context de la nostra ciutat, per impulsar les eines i les sinergies necessàries per a aquest canvi i millora de l'accessibilitat.

3.4. Sostenibilitat

En el context actual d'emergència ambiental, social i econòmica, calen visions alternatives i canvis de paradigma. La sostenibilitat l'hem de plantejar des d'una mirada àmplia, des dels plantejaments del desenvolupament sostenible i, alhora, des de la mirada específica de la sostenibilitat ambiental.

En aquest Pla prenem com a referència l'estratègia de la Unesco, que fa dècades que treballa perquè la cultura sigui considerada el quart pilar del desenvolupament sostenible. Es tracta d'incloure la cultura en totes les polítiques de desenvolupament i fomentar el progrés del sector cultural i la defensa de la diversitat cultural com a instruments de cohesió social i ciutadana, els quals, al mateix temps, juguen un paper clau en la reducció de la pobresa i el disseny i gaudi de les ciutats.

Un altre marc de referència destacat és el Pla C* (Pla de sostenibilitat ambiental per a les empreses culturals) de l'ICEC.⁷ Així doncs, des de la mirada fixada en aquest Pla, s'espera acompanyar les produccions culturals incorporant-hi accions per promoure l'exhibició cultural des d'un model cada cop més sostenible. També es preveu fer valdre la capacitat de la cultura de transformar i crear noves narratives i el paper del sector cultural com a plataforma i altaveu per activar i inspirar un canvi en la societat (com s'està fent, per exemple, a través de les propostes del festival Cultura o Extinció, que tracten la sostenibilitat, el canvi climàtic i l'ecologia).

També es preveu incorporar l'estratègia ambiental dins de la gestió interna, creant aliances amb agents, institucions i administracions (com ara seguint els espais de coordinació i difusió del Theatre Green Book) i generant canvis interns, especialment en relació amb la sostenibilitat ambiental i social de les gestions realitzades.

3.5. Integralitat, treball transversal i foment de la participació

La visió global permetrà treballar amb tots els agents del municipi i incloure les diverses perspectives que es puguin aportar. És fonamental el treball coordinat, la gestió compartida dels programes i l'acció cooperativa entre les institucions i els altres departaments municipals que incideixen en les polítiques culturals a Tarragona. En les accions a desenvolupar es faran visibles el treball integral i la participació dels principals agents que col·laboren en la implementació dels programes.

S'incorpora la participació com un eix metodològic, especialment per poder dur a terme el trasllat comunitari a les programacions municipals. S'incentivarà la participació en espais de consulta i opinió, de col·laboració o de suport a les iniciatives culturals del teixit social i cultural.

La mediació artística i cultural ha de ser una metodologia nuclear en el desenvolupament de les accions d'aquest Pla, i alhora també es preveurà impulsar accions i processos específics de mediació per fomentar dinàmiques i processos concrets de participació activa i interacció amb les arts escèniques. La mediació i l'educació es conceben com a processos

⁷ <https://icec.gencat.cat/ca/sectors/pla_c>.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

compartits i no jeràrquics. Arts Escèniques vol esdevenir un escàner dels canvis que viu la societat i apostar per metodologies obertes, situades, que afavoreixin la mediació i la interrelació. Aprendre a través de les arts, aprendre col·lectivament, formar sense adoctrinar.

4. Eixos transversals

4.1. Accessibilitat

Des de les programacions culturals dels nostres espais escènics es continua treballant l'accessibilitat cultural per buscar la igualtat de condicions en la participació de totes les persones. L'accessibilitat s'entén en un sentit ampli. Es vol augmentar l'accés físic, intel·lectual, emocional i social als recursos culturals al servei de les arts escèniques i la música.

Cal destacar en aquest bloc la figura interna de referent d'accessibilitat a l'equip de gestió d'arts escèniques i música, encarregada de vetllar per la implementació de mesures que fomentin l'accessibilitat en els diferents programes i accions impulsats.

4.2. Sostenibilitat

Cal treballar la coherència de les polítiques públiques i fomentar el treball interdepartamental en relació amb la cultura i la sostenibilitat, especialment fent incidència en la sostenibilitat ambiental per la situació de crisi climàtica en la qual ens trobem. També dins de l'Agenda 2030, l'ODS 13 planteja introduir el canvi climàtic com una qüestió prioritària en les polítiques, estratègies i planificacions de qualsevol àmbit, millorant la resposta davant dels problemes que succeeixen i aniran succeint i impulsant l'educació i la sensibilització de tota la població en relació amb aquest fenomen.

En aquest aspecte de la sensibilització, és indispensable el paper de les arts escèniques. Cal fer un seguiment de les propostes i incorporar-ne amb artistes que treballin en àrees del canvi climàtic, el medi ambient i la sostenibilitat; i generar espais de debat i reflexió intersectorials, amb científics, educadors, comunicadors o altres perfils que puguin aportar propostes i espais de debat i de creativitat que aportin sostenibilitat a les arts escèniques. També s'espera participar en projectes que ajudin a reduir la petjada climàtica i que plantegin com respondre, des de la cultura, al repte ambiental del moment en què vivim.

4.3. Perspectiva de gènere

Pel que fa als projectes de gènere, d'una banda es programaran propostes d'espectacles de música i d'arts escèniques que reflexionin al voltant del gènere, les desigualtats i el feminisme, i de l'altra, es promouran projectes de participació i reflexió al voltant del gènere. Pel que fa al primer, dins de la programació estable s'incentivaran propostes que posin sobre l'escena els conflictes de gènere, que qüestionin els models de gènere establerts i els privilegis d'unes persones sobre les altres —com els derivats del patriarcat— i que, en definitiva, introdueixin en el programa les reflexions que proposen els feminismes contemporanis. Pel que fa a l'aspecte metodològic —també se'n farà referència en l'apartat d'acció comunitària—, es promouran espais de debat, reflexió i participació de la ciutadania per tal d'analitzar i debatre com afrontar la igualtat i la diversitat des de les intervencions culturals i des de la programació i la gestió de les arts escèniques.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Cal destacar en aquest bloc la figura interna de referent de gènere a l'equip de gestió d'arts escèniques i música, encarregada de vetllar per la implementació de mesures que fomentin la incorporació de la perspectiva de gènere en els diferents programes i accions impulsats.

4.4. Treball en xarxa

El treball en xarxa és indispensable per prendre el pols a la realitat de les arts escèniques, cooperar amb altres agents i institucions en el desenvolupament d'aquestes polítiques públiques, abordar qüestions estratègiques, crear noves xarxes i aliances de treball i impulsar canvis en l'àmbit de les arts escèniques. Aquestes xarxes també són necessàries per participar en processos de reflexió i d'adquisició de coneixements que permetin aprofundir en la pràctica professional. Cal formar part de les xarxes promogudes entre entitats i institucions que impulsen les arts escèniques, participant en els principals esdeveniments i convocatòries del sector, com ara fòrums i espais de trobada per als associats.

Des de les xarxes promogudes des de sectors públics de la cultura s'impulsen espais de recerca i de documentació i models de suport per al desplegament de les arts i per integrar disciplines sovint invisibilitzades. També per estimular la mobilitat de creacions arreu dels territoris i fer que els creadors i les companyies tinguin a la seva disposició plataformes de trobada i diàleg. Així mateix, en aquestes xarxes es promouen projectes d'acció comunitària, de mediació o d'inclusió social que guien l'activitat a desenvolupar des de les arts escèniques. Aquests espais de cooperació també ofereixen eines de formació i d'aprofundiment professional, necessàries per a l'exercici de les professions relacionades amb aquestes arts.

Cal mencionar en aquest bloc la necessitat de connectar les arts escèniques des de l'articulació interna d'actius municipals, com ara els agents de la ciutat i el territori. En aquest sentit, es promouran trobades i espais de cooperació local, i també s'ampliarà la participació en les xarxes específiques del sector. Cal valorar el fet de formar part del Sistema d'Equipaments Escènics i Musicals, impulsat des de la Generalitat de Catalunya (i també la participació activa en la secció d'aquesta xarxa a la Catalunya Sud, des d'on s'impulsa el cicle «Què diu que fan?»), i de la Red de Teatros estatal, on s'ofereixen espais de trobada i de formació periòdica, així com les xarxes de cooperació entre equipaments escènics d'abast territorial, com ara Cat Teatres.

5. Àmbits d'acció

Els àmbits d'acció del Pla d'acció Escena TGN27 són els següents:

- Accions i processos de mediació artística en l'àmbit de les arts escèniques
- Programació estable i festivals específics
- Suport a la creació i la producció d'espectacles

Els tres marcs d'acció s'encreuen entre si per configurar les propostes d'accions i activitats que es presentaran a la població com a temporades estables d'arts escèniques o festivals. A continuació ampliïm la contextualització d'aquests marcs.

5.1. Accions i processos de mediació artística en l'àmbit de les arts escèniques

Es plantegen dos eixos principals dins del programa municipal de mediació artística en les arts escèniques i la música, l'eix educatiu i l'eix de mediació i comunitat.

La proposta artística està embolcallada per programes de mediació, formació, interpretació i creació artística, materials pedagògics, participació activa, implicació i treball amb la comunitat educativa i les famílies i amb altres agents culturals i socials del territori.

Des dels plantejaments de mediació es vol formar un equip municipal per compartir coneixements, reflexions i metodologies de treball de la mediació cultural i artística que contribueixin a la millora en el treball amb les comunitats i els fets artístics, així com generar espais de treball compartit, per intercanviar coneixements i aprenentatges i compartir mirades per enfortir els processos de mediació.

Pel que fa a l'eix educatiu inclòs en el bloc de la mediació, cal destacar l'acció educativa per connectar les arts escèniques, el sistema educatiu i la ciutadania a les arts escèniques a través d'accions formatives. Amb la voluntat d'arribar als centres educatius per promoure-hi les arts escèniques i generar espais de reflexió entre alumnat i professorat, es desenvoluparan activitats pedagògiques i artístiques vinculades a les propostes escèniques programades durant la temporada. És necessari generar connexions amb els contextos i amb el medi en què les persones es desenvolupen: la família, l'escola, grups socials i altres espais de convivència, com poden ser els centres cívics o els espais joves. D'acord amb aquesta vocació, es desenvolupen programes educatius, sessions formatives per a escolars i col·lectius socials i activitats de formació artística, i s'ofereixen visites guiades especials per apropar a la ciutadania els equipaments culturals i els treballs que s'hi desenvolupen.

I pel que fa a l'eix de mediació i comunitat, des de la mediació cultural també es promouran accions per posar els joves al centre de la creació i la gestió de les arts escèniques (amb accions com ara Stalkers i La Moixonera). Amb la intenció de fomentar la mediació en matèria d'accessibilitat, es promouran accions d'intermediació que garanteixin l'accés i, alhora, impulsin la diversitat d'expressions culturals i artístiques (com ara «L'Alternador»). Cal treballar perquè la ciutadania pugui viure experiències significatives participant en els espais d'aprenentatge, pràctica, creació i gaudi que es generen al voltant de les arts escèniques.

Dins d'aquest bloc, es promouran accions de suport a les iniciatives culturals del territori, com ara les emmarcades a KM0 o les d'assessorament i suport a entitats del territori i nous centres d'acció. També es cooperarà en propostes diverses d'arreu de la ciutat, com ara exhibicions d'arts escèniques als centres cívics, i es fomentarà el suport a produccions artístiques que generin un retorn i les accions de mediació en diferents zones de la ciutat. El fet de promoure arts de carrer dins de la programació també partirà de la voluntat d'acostar les arts escèniques (incloent-hi la música) al conjunt de la ciutadania i posar-les en context.

És indispensable tenir cura de les relacions entre les activitats artístiques i culturals i la manera en què es transmeten a les persones que hi participen. Els programes d'arts escèniques preveuen connectar l'art i les persones per contribuir al seu benestar social, al

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

reconeixement i el desenvolupament personal i col·lectiu i a la promoció d'espais de pensament i de foment de l'esperit crític.

També s'ha d'esmentar que cal que els espais culturals on es desenvolupen les accions d'arts escèniques i música siguin espais de relació on puguin esdevenir-se les possibilitats d'intercanvi social que ofereixen els teatres i els espais escènics. En la gestió adequada d'aquests espais de relació rau una part important de la vida dels teatres i del concepte que la població n'arribi a tenir. Més enllà de l'escenari, que proporciona la identificació de la ciutadania amb la vida escènica, promoure espais de relació pot i ha de generar la complicitat dels ciutadans amb l'activitat escènica, en particular, i amb la vida cultural i social de la ciutat, en general. Cal considerar els teatres com a centres de cultura i de relació oberts a la ciutat, capaços d'allotjar activitats diàries i extraordinàries, vinculades amb l'activitat escènica i amb altres manifestacions de la vida cultural i social de la ciutat.

Aquestes accions de mediació enunciades es descriuen (i s'amplien amb d'altres) en l'annex específic del programa de mediació artística en l'àmbit de les arts escèniques, document que, un cop acabin les sessions participatives i de treball intern, prendrà forma com a Programa de mediació d'arts escèniques TGN 2030.

5.2. Programació estable i festivals específics

La gestió pública de les arts escèniques ha d'incloure tota la ciutadania com a destinatària potencial de les programacions i ha de lluitar per aconseguir connectar-hi, apropar-li les arts escèniques i oferir-les-hi com un entorn de gaudi. La programació estable cercarà oferir l'accés a propostes artístiques escèniques de qualitat, que siguin diverses, des de formats clàssics fins a d'altres de més contemporanis, passant per la diversitat de les disciplines artístiques, a fi que la ciutadania accedeixi a propostes escèniques que puguin ser del seu interès i que fomentin el pensament crític en un entorn de gaudi. Dins de la programació s'impulsaran cicles i festivals específics per facilitar l'accés cultural (també amb cicles específics per al públic familiar) i fer costat a sectors més minoritaris, com poden ser la dansa contemporània o les arts de carrer. Dins d'aquest bloc també cal mencionar la cooperació amb l'ICEC per difondre la dansa produïda a Catalunya i acostar-la a professionals del sector.

La programació, la gestió de l'exhibició d'espectacles, determina, com un àmbit al marge de la creació, la vida cultural de la ciutat. La gestió pública de les arts escèniques ha de procurar que la programació garanteixi, com a mínim, la coherència i la diversitat; que abasti un panorama ampli d'interessos socials, ètics i estètics; que incorpori aspectes transversals en la seva gestió i les temàtiques (com són el gènere, l'accessibilitat i la sostenibilitat); que afavoreixi el reconeixement del programa i la seva connexió amb altres projectes creatius i d'exhibició, i també que aposti per incloure manifestacions contemporànies i que experimentin amb la creativitat.

La programació s'elabora amb la voluntat de ser un servei públic per a la ciutadania, amb una visió de projecte integral i alhora amb una mirada transversal juntament amb altres àrees del mateix Ajuntament i altres agents culturals de la ciutat i del país. La programació ha de ser global, pel que fa a oferta cultural i disciplines escèniques, i incloure accions per compartir la construcció del projecte en clau de participació ciutadana.

5.2.1. Programació municipal d'arts escèniques i música

Temporada d'arts escèniques i música (tardor-hivern, primavera)

La programació estable es desplega durant les temporades de tardor-hivern i primavera. Es garanteix així una programació continuada des del mes d'octubre, passada la Festa Major de Santa Tecla, fins a mitjans de juny, quan, després de Sant Joan, es dona pas a les programacions d'estiu.

Des del 2022 es treballa per tornar a consolidar una programació estable, amb una oferta molt variada de disciplines escèniques, formats i temàtiques, per garantir una programació professional de qualitat per a tots els públics. La línia de programació vetlla per garantir la presència d'espectacles més accessibles per al gran públic, que busca els grans èxits de les temporades teatrals, però també reforça i impulsa la presència d'espectacles destinats a un públic que busca propostes més arriscades, innovadores i diferents.

Així mateix, s'ha procurat programar espectacles en sala a la italiana destinats a omplir el Teatre Tarragona, el Teatre Metropol i el Teatre Auditori Camp de Mart, però alhora s'han potenciat els espais específics (carrer i espais no convencionals) per treballar amb aforaments molt limitats i millorar així l'experiència del públic. Aquests espectacles són presents tant en les temporades estables com en els cicles i festivals.

Des d'un inici, el Pla Escena TGN també ha volgut millorar la presència d'arts escèniques com el circ i la dansa en les programacions estables i també en els cicles específics i els festivals. Des de la tardor del 2022 l'Ajuntament de Tarragona ha fet una aposta clara per la dansa i el circ, programant un mínim de sis peces de dansa i vuit espectacles de circ per temporada.

El Pla Escena TGN 27 vol continuar amb aquesta línia editorial, que inclou aquests aspectes:

- Mantenir una programació de qualitat, equilibrada i representativa de diferents disciplines escèniques.
- Augmentar la presència d'espectacles familiars, per a joves i de gran format.
- Aplicar criteris de sostenibilitat, accessibilitat i igualtat en la selecció dels continguts i el seu desenvolupament.
- Reforçar les coproduccions, els suports a la creació local i la relació amb agents del territori.
- Incorporar la mediació en el disseny i el desenvolupament de les programacions i fomentar la programació no finalista a través de la mediació i la participació ciutadana.

Les temporades d'arts escèniques es complementen amb cicles paral·lels que tenen l'objectiu d'incloure més circ, dansa i música emergent a les seves programacions, potenciar les experiències culturals familiars (Cultura en Família), atreure el públic més jove (Refugi Sonor), reivindicar el patrimoni històric, arquitectònic, social i natural (cicle En Dansa) i impulsar les entitats culturals de la ciutat (KM0). Vegem-los:

- **En Dansa.** Cicle dedicat a la dansa contemporània, amb accions en espais específics i reivindicació del patrimoni local. Aquest cicle, que treballa el petit format, ha tingut en totes les edicions (tres cicles estacionals per any, amb un mínim de quatre espectacles per cicle) una ocupació del 100 %. En Dansa, per una banda, busca

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

plantejar un repte a artistes participants, ja que han d'adaptar les seves peces i creacions a espais no convencionals, sense els recursos que permet una caixa escènica. I de l'altra, planteja un repte a les persones assistents, ja que sovint no han comptat amb una gran experiència prèvia en espectacles de dansa contemporània i les peces programades no són conegudes per al gran públic. L'amalgama de tot plegat és el lloc o l'espai on passa l'acció, ja que com a premissa han de ser espais singulars, poc coneguts per la ciutadania i que tinguin alguna cosa especial pel seu valor històric, arquitectònic, social, paisatgístic o humà.

- **Cultura en Família.** Cicle transversal destinat a tots els públics, amb una programació variada en estils i formats, que té lloc al Teatre Tarragona mensualment i en places i carrers de la ciutat. Amb l'objectiu de gaudir de la cultura en família, aquest cicle mira d'apostar per una oferta de caràcter lúdic però amb creacions que amaguen missatges per enfortir l'esperit crític. El teatre i la dansa hi són presents, però sovint el circ és l'art escènic que vehicula aquestes experiències. Els tallers en família també tenen lloc en aquest cicle, sovint de continguts relacionats amb l'espectacle que es veu aquell dia o organitzat per la mateixa companyia.
- **Refugi Sonor.** Cicle estable de música moderna i emergent, coprogramat amb l'Associació Cultural Anima't, que tracta d'acostar les propostes musicals del moment, amb músics emergents i amb una gran projecció, i oferir-les en un petit format. L'espai on té lloc el concert i la proximitat amb l'artista fan que cada concert sigui una experiència única, amb la intenció de fidelitzar el perfil de públic que vol descobrir propostes noves i que prefereix les experiències properes, lluny dels macrofestivals. Refugi Sonor, que ja ha programat més de vint-i-tres concerts, s'ha consolidat des de la primera edició, amb una mitjana d'ocupació del 95 %. Emilia y Pablo, Filipin Yess, Gregotechno, Maria Rodés, Tarta Relena, Oso Leone, Galgo o Verde Prato són algunes de les propostes del 2025.
- **KM0.** El KM0 és el mecanisme d'impuls i cooperació amb les entitats locals i les entitats no professionals o en via de professionalització que estan fortament arrelades al sector de les arts escèniques de la ciutat i que, per tant, són un pilar fonamental per desenvolupar la pràctica cultural comunitària. Aquesta eina, d'una banda, fa accions d'assessorament i suport en el desenvolupament de les propostes, i de l'altra, facilita l'accés a recursos culturals municipals, en funció de les possibilitats i les propostes plantejades. Sota aquesta marca es difonen les activitats incloses a cada temporada, com un cicle més.

La programació estable també es treballa i complementa en col·laboració amb altres entitats, com ara la Franz Schubert Filharmonia, Joventuts Musicals de Tarragona o Imaginautes.

La música simfònica també forma part de la programació estable. Fruit del conveni de col·laboració amb la Franz Schubert Filharmonia, els tarragonins poden gaudir cada any d'una temporada construïda amb dedicació i inspiració, amb la voluntat d'oferir un ampli ventall de paisatges sonors que fan viure la grandesa de la música simfònica. Hi actuen els millors intèrprets, convidats per l'orquestra resident: Paul Huang, Anna Fedorova, Leticia Moreno, Yulianna Avdeeva, Leonard Slatkin, Midori & Franz o Judith Jáuregui són alguns

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

dels artistes internacionals que passaran enguany per l'escenari del Teatre Tarragona. Escenari que no només dona servei a l'orquestra per exhibir els seus concerts, sinó que també és on assagen i preparen les seves gires i concerts a la resta del país, de l'Estat i arreu del món.

«Música per a tothom» és el cicle de música de cambra coorganitzat amb Joventuts Musicals de Tarragona, que combina talent emergent local amb artistes consagrats i que ofereix fins a vint concerts per temporada. De cara a la temporada 2025-2026 se n'està replantejant el format, ampliant els espais i els dies dels concerts per millorar la tasca de creació de públics i connectar l'exhibició amb la tasca educativa que fan el Conservatori i l'Escola de Música.

5.2.2. Festivals i mostres

També s'impulsen mostres i festivals sobre disciplines i temàtiques concretes.

Festival Especial Dansa Tarragona

Dins d'aquest bloc cal destacar especialment la presència de la dansa contemporània, amb l'epicentre al Festival Especial Dansa Tarragona. L'Ajuntament de Tarragona impulsa aquesta iniciativa per fomentar i fer habitual la presència de la dansa contemporània en les programacions d'arts escèniques i música. Aquesta disciplina té un llenguatge universal i transversal, però sovint, pel fet de ser desconeguda entre el públic general, cal reforçar-ne la presència als escenaris. Com a funció pública, s'aposta per acostar aquesta disciplina a la ciutadania i, alhora, fer costat al sector professional donant suport a la creació, la producció i l'exhibició.

Des de l'inici del Pla d'acció d'arts escèniques i música, l'Ajuntament de Tarragona fa una aposta clara per fomentar la dansa, amb espectacles tant de petit com de gran format durant les temporades estables de teatre. El 2024 aquesta aposta es va reforçar amb una declaració d'intencions: l'impuls del Mercat Estratègic de Dansa Contemporània Especial Dansa Tarragona, iniciat biennalment a partir del març del 2024, amb l'encàrrec i coordinació de l'ICEC. Des d'aleshores la ciutat de Tarragona esdevé de manera expressa un dels socis estratègics del sector de la dansa.

El març del 2025 va néixer el Festival Especial Dansa Tarragona, amb quatre peces de gran format de sala, dues de les quals van ser coproduccions de l'Ajuntament de Tarragona: *Outsider*, de la companyia Evohé, coproduïda amb El Convent de les Arts d'Alcover i Reus Cultura, i *Momentum*, de Wonderground Company, coproduïda amb el Mercat de les Flors. El Festival també va acollir propostes com *Monument*, d'Àngel Duran, *Los perros*, de Led Silhouette, *Jarana*, de Laia Santanach, i *Queer as folk*, de Pere Seda, i activitats obertes al públic i dirigides a professionals, com Dansa i Salut, en què es van presentar tres projectes de dansa aplicada en la salut i professionals de l'ICS van explicar el programa «Recepta cultura». I també va ser la seu de la iniciativa Mediterranean Pass, activitat coorganitzada per les associacions professionals de Catalunya, les illes Balears, el País Valencià i Andalusia. La combinació d'activitats gratuïtes al carrer amb peces de pagament en sala va ser un èxit rotund, des de la perspectiva de les ocupacions habituals en dansa contemporània, ja que la platea del Teatre Tarragona i els carrers de la ciutat es van omplir.

Aquesta cita, que tindrà lloc novament durant el mes de març del 2026, pretén complementar la Jornada Especial Dansa per atreure programadors estatals i enfortir el

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

sector professional de la dansa a través del suport a la producció i, sobretot, amb la vocació de generar nous públics de dansa contemporània a la província de Tarragona.

Festival Dixieland Tarragona

És un festival que aquest 2025 arriba a la 30a edició. Se celebra al llarg de quatre dies del mes d'abril. Està dedicat al jazz tradicional o dixieland, tot i que al llarg de la seva història ha deixat espai a altres gèneres que hi estan relacionats, com el swing, el gipsy swing, el claqué, el rhythm-and-blues, les fanfàrries balcàniques, les big bands o les brass bands. En la seva programació, els artistes de fora conviuen amb els locals, i els espectacles de pagament amb els gratuïts, especialment aquells que tenen lloc al carrer, sovint itinerants, i que doten el Dixieland d'un aire de festival popular. Hi tenen especial rellevància les formacions tarragonines de jazz tradicional de llarga història (Pixi Dixi Band, Small River Dixie, Stromboli Jazz Band, Swing Airlines o The Feos' Experience), així com bandes lligades a escoles de música (TGN Big Band, Big Band de la Banda Unió Musical de Tarragona) i acadèmies i associacions dedicades a ballar swing i claqué.

La relació del festival amb el teixit social de la ciutat també es fa palesa en la implicació de les colles castelleres, que històricament han acollit concerts del festival a les seves seus. El sector de l'hostaleria, finalment, també ha col·laborat sempre amb el festival, programant concerts sopar, concerts vermut o concerts de vespre en bars i sales que acaben de completar la programació municipal.

El Festival Dixieland Tarragona compta amb el suport de la Diputació de Tarragona.

Cultura o Extinció

Seguint la línia de descriure els festivals singulars, cal esmentar el festival Cultura o Extinció, un festival d'arts de carrer que promou, d'una banda, la difusió i reflexió i que, de l'altra, es nodreix d'espectacles de carrer de diferents disciplines artístiques, com el circ, la dansa, el teatre i la música, amb una mirada social i sostenible, però també amb un clar objectiu de celebrar l'arribada de l'estiu i de l'activitat festiva al carrer.

La recepta de Cultura o Extinció configura un espai d'expressió i relació idoni per generar espais de trobada i de descoberta de la ciutat i experimentar amb propostes innovadores i creatives. En aquest festival es fa manifest el mecanisme d'adaptació al món de les persones i la necessitat de tenir cura del nostre entorn. Els humans esdevenim capaços de generar creacions, compilar sabers i pensaments i relacionar-nos, viure en comunitat, gaudir de ser veïns i veïnes, i el cicle aborda aquesta dimensió més humana, celebrant que som part d'una comunitat que viu i gaudeix al carrer, i alhora reflexiona sobre quin és el futur que aspirem a viure.

Aquest 2025 serà la tercera edició del festival, que comptarà amb més de vint propostes, dues de les quals seran coproduccions: *Granotes al cel, aigua a la terra*, de Banda Esfèrica (coproducció amb Fira Tàrrrega) i *Floripondio*, de Cia Atzucac. Ambicions (Teatro sobre Ruedas), *Lloc* (Col·lectiu Nyam Nyam), *Lady Panda* (Clara Poch), *Carrer 024* (Sol Picó), *Soy mader*a (Elelei), *Tenet* (Eunoia Kolektiva) o *Forat* (Dudu Arnalot) són altres propostes amb què comptarà el festival.

Festival Camp de Mart

El Festival Camp de Mart és l'activitat principal d'arts escèniques i música a la ciutat de Tarragona durant la temporada d'estiu. Aquest espai singular i únic arreu del país acull des de fa més quaranta anys propostes de gran format, amb capacitat d'omplir fins a 1.780 localitats.

Des de fa tres anys, coincidint amb la creació del Servei d'Arts Escèniques i Música, s'ha apostat per consolidar la proposta sota una gestió integral municipal, redefinint el format de la programació i el públic objectiu, amb la vocació d'oferir una proposta d'espectacles de qualitat per a tots els gustos i gaudir de les caloroses nits d'estiu acompanyats de cultura. La música, la dansa, el teatre i el circ són les arts escèniques que omplen l'escenari del Camp de Mart i altres espais singulars, com el claustre del Seminari, el Refugi del Moll de Costa o el Pati del Metropol. La combinació de propostes de pagament i d'accés lliure, les de gran format i petit format, les de tots els públics, públic general i joves, fan que el Festival sigui una de les cites imperdibles tant dels ciutadans de Tarragona com de la resta de província.

Com a exemples de la programació del 2025, podem mencionar Sol Picó, La Veronal, Els Pets, Rozalén, El Petit de Cal Eril, Tarta Relena, Mamadousha, Julieta, els belgues Circumstances o els francesos Société Protectrice de Petites Idées, entre moltes altres activitats que formen part d'aquesta programació que s'estén des del 20 de juny fins al 14 d'agost.

Tarragona Sona Flamenc

Ubicat a la segona setmana d'octubre des del 2024, l'any 2025 arribarà a la 7a edició. Tot i incloure una programació d'espectacles professionals, tant de música com de dansa, el festival Tarragona Sona Flamenc està molt lligat a les escoles de dansa flamenca del territori, així com a entitats i associacions regionals andaluses. Aquestes escoles i entitats són les protagonistes d'actes com la flashmob que té lloc a la plaça Corsini o la trobada del Teatre Tarragona, en què mostren les seves coreografies. A més del carrer, el festival es desenvolupa en espais com el Teatre Tarragona, els centres cívics o el Teatre El Magatzem. I també compta amb el suport de la Diputació de Tarragona.

Tot i que es descriuen en el Pla d'acció de suport a la creació i pràctica cultural o en el Pla d'acció sociocultural, cal esmentar altres cicles i festivals d'arts escèniques que formen part de les cartelleres municipals, com són el cicle «L'Alternador», Escenari Viu als centres cívics o la Mostra de Teatre Jove, entre d'altres.

5.2.3. Foment de les arts escèniques i la música via conveni

També són exemples de col·laboració i foment cultural el conjunt d'iniciatives impulsades a través dels convenis de col·laboració. En l'àmbit de les arts escèniques i la música hi podem trobar, per exemple, la temporada estable de la Sala Trono, el FITT, Noves Dramatúrgies, la programació d'activitats de la Capsa de Música, les activitats en conveni amb la Banda Unió Musical, la temporada de concerts de la Sala Zero, la temporada simfònica de la Franz Schubert Filharmonia, el programa «Música per a tothom» de Joventuts Musicals (aquests dos darrers, citats en parlar de la programació de les temporades) o el Cor Ciutat de Tarragona.

5.2.4. Dansa contemporània, circ contemporani i espectacles d'arts de carrer, i noves dramatúrgies

Dansa

Com ja s'ha esmentat en l'apartat anterior, la dansa està present tant en les programacions i els cicles estables com en festivals o en el festival específic Especial Dansa.

La primavera del 2025 s'han programat quatre espectacles de gran format de sala, tres dels quals de companyies catalanes. El festival Cultura o Extinció compta amb un espectacle de mitjà/gran format de sala (*Soy madera*, Cia. Elelei) i un espectacle de gran format de carrer (*Carrer 024*, Cia. Sol Picó); i el Festival Camp de Mart oferirà un espectacle de gran format (*Sonoma*, La Veronal).

La temporada de tardor del 2025 arrenca amb l'estrena de la peça *Orgia*, de Miquel Barcelona, coproducció de l'Ajuntament de Tarragona i el Mercat de les Flors. La companyia ha disposat d'un suport econòmic, i a finals de setembre faran una residència tècnica per a la posterior estrena en temporada. La temporada de tardor també oferirà les peces *Tempo*, de Toni Mira, i *Natural Order of Things*, de Guy Nader i Maria Campos.

Aquests espectacles de gran format es complementen amb el cicle En Dansa, que durant el 2025 oferirà més de setze peces curtes en espais específics.

Tarragona Cultura vol esdevenir un soci estratègic del sector per donar suport a la creació i la producció, treballant amb les companyies mitjançant projectes de mediació i comunitaris per impregnar la ciutat de dansa contemporània.

Circ i espectacles d'arts de carrer

Des de l'inici del Pla d'acció ens vam proposar programar com a mínim un espectacle de circ al mes en temporada estable, i dedicar un espai de programació per a tots els públics o familiar en el Festival d'Estiu. El cicle En Família també incorpora espectacles de circ, tant en sala com al carrer. El 2023 es crea el festival Cultura o Extinció, que reclama la cultura com a eina per a la cerca d'un món més sostenible en el sentit ampli de la paraula. Aquest festival, principalment de carrer però que també incorpora espectacles de sala i en espais específics, beu principalment d'espectacles de circ. La línia de programació d'aquest tipus d'espectacles ha buscat principalment potenciar el circ contemporani en sala i els espectacles per a tots els públics en el cicle En Família i en el Festival Camp de Mart, i també s'han programat sessions escolars d'espectacles en temporada destinats a públic general.

Durant el 2022 l'ocupació d'aquest tipus d'espectacle va ser molt baixa. Malgrat això, es va seguir apostant per continuar i fins i tot ampliar-ne la presència a les programacions, i complementar la programació amb tallers familiars. Des de la creació del Cultura o Extinció, cicle de caràcter gratuït, hem pogut observar com la mitjana d'espectadors d'aquests espectacles ha pujat considerablement, fins a arribar a 586 i una mitjana de 300 durant el 2024. I a finals del 2024 es va començar a treballar amb col·lectius del Camp de Tarragona per iniciar projectes de circ social en col·laboració amb Gent Gran Activa i la Xarxa de Centres Cívics.

A partir del 2025 es pretén augmentar l'ocupació d'aquest tipus d'espectacles millorant les accions de públic i les estratègies de comunicació mitjançant Tekneaudience; consolidar el

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

festival Cultura o Extinció, amb la vocació de cooperar amb la Plataforma d'Arts de Carrer; activar el suport a la creació i el desenvolupament d'una xarxa de col·lectius i companyies de circ del sud de Catalunya; augmentar el suport a la creació i la producció tant a companyies locals com nacionals (Circo Eia, Manolo Alcántara, Somnoise, Cia. Caí, Col·lectiu El Tinglado...); aprofitar les complicitats amb aquestes companyies per desenvolupar projectes de mediació cultural i artística, així com col·laborar amb projectes educatius.

Infinít, Cow Love, Beyond, B.o.b.a.s, Gola, ÚduL o la nova creació de la jove companyia Som.noise, una coproducció amb l'Ajuntament de Tarragona que s'estrenarà a la tardor, són alguns dels espectacles de circ que es podran veure el segon semestre del 2025.

Noves dramaturgies

Tarragona gaudeix d'una bona salut pel que fa a la programació de noves dramaturgies, gràcies a la programació estable de la Sala Trono i el Festival FITT. Malgrat això, des de l'inici del Pla d'acció, i com a Servei d'Arts Escèniques i Música, no podríem entendre el projecte sense l'aposta per la presència de propostes contemporànies i més arriscades a les nostres programacions.

Per aquest motiu, tant en les actuacions i cicles que formen part de les temporades d'arts escèniques com en els festivals, apostem per acostar propostes que potser no són les més comercials ni les que ompliran les butaques del Teatre Tarragona o espais no convencionals, però que, pel seu missatge, llenguatge i qualitat, considerem imprescindibles perquè tinguin impacte a la nostra ciutat.

Lloc, de Col·lectiu Nyam Nyam, *Granotes al cel, aigua a la terra*, de Banda Esfèrica, *Arribaràs i serà de nit*, de Projecte Ingenu, *Imperi o Guardianes* són alguns dels títols que passaran pel segon trimestre del 2025. En aquesta línia se seguirà treballant perquè les noves dramaturgies tinguin incidència en les programacions municipals.

5.3. Suport a la creació i la producció d'espectacles

Des del Pla d'acció del Servei d'Arts Escèniques i Música es preveu donar suport a les companyies locals i nacionals i alhora establir accions de cooperació territorial amb altres agents i institucions per impulsar creacions d'arts escèniques.

Aquesta cooperació professional s'estableix mitjançant un complet programa de produccions i coproduccions, encàrrecs d'obra, residències artístiques, capacitació professional i foment del treball en xarxa i col·laboratiu, etc., que contribueixen al desenvolupament professional del territori i els artistes en col·laboració amb altres institucions i altres creadors.

En aquest sentit, es vol donar suport a creacions i produccions per incentivar el desenvolupament de propostes creatives vinculades al programa d'arts escèniques. Alhora, es promouran espais d'intercanvi entre professionals, artistes i ciutadania, amb accions que fomentin la relació entre perfils i disciplines diverses del món escènic, i que afavoreixin el descobriment del món de la mediació cultural i artística, amb accions per connectar aquestes produccions amb el teixit del territori.

Les coproduccions poden respondre a acords puntuals, és a dir, centrats en la creació d'un espectacle o projecte concret, o bé poden respondre a intercanvis que es duguin a terme

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

entre centres de creació. En aquest cas, cal entendre que la coproducció es formalitza mitjançant un conveni de col·laboració; la magnitud de la participació depèn, com en qualsevol altre cas, dels beneficis culturals, socials i econòmics que se'n desprenguin. Les coproduccions i els convenis de col·laboració són una manera inqüestionable d'optimitzar els recursos, i a més fan possible optar a programes d'ajut nacionals i internacionals i garanteixen la integració en xarxes i circuits culturals i, consegüentment, la presència i la difusió, més enllà de la pròpia ciutat, de l'activitat desenvolupada.

A tall d'exemple, es volen esmentar les cooperacions per a la coproducció d'espectacles que es duen a terme en el marc de la xarxa SPEEM de Tarragona, especialment amb Reus i Alcover, la coproducció d'espectacles amb Fira Tàrrrega o les coproduccions amb el Mercat de les Flors, per citar-ne alguns exemples.

Dins d'aquest bloc, també es vol esmentar la voluntat de promoure la recerca dins dels diversos àmbits de les arts escèniques, com també les connexions d'aquestes arts amb altres enfocaments (com ara les arts visuals, les lletres, els estudis de gènere, l'ecologia, etc.).

D'aquesta manera, s'enforteix el sector professional de les arts escèniques i alhora s'articula la cooperació entre institucions, que ofereixen un retorn a la ciutadania, tant amb el retorn de les propostes creatives com pel fet d'articular-les en contextos de proximitat, compartir processos i relacionar-les amb entitats, col·lectius específics o agents culturals o educatius.

A tall d'exemple, s'està treballant per cooperar i prestar ajuda a produccions de les següents companyies durant la temporada 2025-2026: Cia. Ferran Orobítg; Cia. Marta Renyer; Cia. Miquel Barcelona, Cia. Evohé, Wonderground Company, Cia. Somnoise, Cia. Circo Eia, Cia. Voel, Camerata XXI, Cia. Lapsó Cirk, Banda Esfèrica, Cia. Atzucac, Cia. Manolo Alcántara i Projecte Ingenu, entre d'altres.

Per altra banda, també s'afavoreix la professionalització del sector amb mecanismes d'acompanyament a professionals de la gestió escènica perquè puguin descobrir altres processos i metodologies de treball i ampliar capacitats i coneixement en l'àmbit de la gestió cultural. En aquest sentit, es cooperarà, dins de les possibilitats, amb els plans d'impuls per enfortir els àmbits artístics i fomentar les arts escèniques que promou la Generalitat de Catalunya.

6. Governança, formació i xarxes de cooperació

6.1. Mecanismes de treball transversal

Comissió Interdepartamental de Tarragona Cultura

Es compta amb aquest espai de coordinació i treball transversal de tots els departaments municipals que desenvolupen propostes culturals o empen la cultura com a eina de dinamització o d'activació de la ciutadania en relació amb la seva competència.

En la Comissió Interdepartamental de Tarragona Cultura es comparteixen les pròximes activitats i els projectes que les motiven, s'estudien propostes conjuntes, s'adeqüen possibles coincidències o desencaixos i es plantegen reptes comuns que cal afegir al fet cultural (es proposen grups de treball més reduïts per analitzar aspectes més concrets).

També es treballa per augmentar l'impacte de les accions comunicatives de les activitats culturals i la proximitat amb la ciutadania.

6.2. Mecanismes de consulta, reflexió i opinió

Pel que fa a la governança, es treballa per promoure una gestió oberta, amb dinàmiques que permetin consultar i incorporar la base social en espais de participació. Es promouran espais de participació i consulta amb agents socials i culturals del territori i del sector escènic.

Accions participatives

Espais de participació oberta amb una estructura i dinàmica de treball que pot incloure treball en petits grups, exposició d'idees, revisió dels marcs d'acció i proposició de línies i actuacions concretes de millora. De les sessions en sorgeixen reflexions, anàlisi d'aspectes concrets, plantejament de reptes de forma col·lectiva i recollida de punts de vista i opinions respecte a serveis que es desenvolupen des del Servei Municipal de Cultura, les programacions municipals d'escèniques o els equipaments i recursos on es desenvolupa l'activitat cultural.

Durant el procés d'elaboració d'aquest Pla s'han desenvolupat grups específics per analitzar el paper de l'Ajuntament en les arts escèniques i accions específiques per reflexionar sobre la incorporació dels joves a la cultura, sobre accessibilitat i cultura i sobre les propostes i els reptes que es poden plantejar per afavorir el públic familiar.

Les propostes, els suggeriments i les millores sorgides d'aquestes dinàmiques s'encreuaran amb la informació obtinguda dels mecanismes interns de seguiment i avaluació, dels indicadors de la plataforma PICEM i de les propostes de millora que es recullen en el marc del seguiment habitual del Departament d'Arts Escèniques i Música.

Mecanismes indirectes de valoració i recollida de propostes

Acció «Digues-hi la teva». Mitjançant un codi QR repartit en diferents suports de cartelleria al Teatre Tarragona (espais comuns i butaques de la sala), les persones assistents poden valorar l'espectacle o l'activitat a la qual han assistit, l'espai, l'atenció rebuda, la programació, i fins i tot fer aportacions personals d'activitats, espectacles o altres demandes que els semblaria d'interès que s'incloguessin en les programacions d'arts escèniques.

Per facilitar l'arribada de propostes de millora, els vestíbuls dels teatres disposen d'una bústia de suggeriments i propostes per als usuaris.

Grups de treball

Els grups de treball, creats a proposta pròpia o en el marc de la Comissió Interdepartamental Tarragona Cultura, són espais professionals reduïts per analitzar aspectes concrets. Actualment, s'han iniciat els grups de treball a l'entorn de la cultura, la sostenibilitat i el canvi climàtic, el grup de treball sobre els recursos municipals de suport a la pràctica cultural (per donar a conèixer i coordinar aquests recursos) i el grup de treball relatiu al binomi cultura-joves; a més, s'espera incorporar pròximament espais de treball sobre accessibilitat, comunicació, gènere i acció social de la cultura.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

En aquests grups de treball es compta amb els departaments municipals i també, segons l'àmbit a treballar, amb agents especialitzats de la ciutat.

Formació i recerca

Des de Tarragona Cultura es reforça la formació d'artistes, personal tècnic i ciutadania perquè puguin ampliar els seus coneixements sobre les diferents branques de l'art, la tècnica i aspectes socials relacionats amb la cultura. Per això, s'ofereixen un ventall de possibilitats que van des de formacions introductòries, incloses en les programacions, fins a l'especialització més concreta en qüestions artístiques i a les classes magistrals. Dins de les programacions trimestrals s'informarà sobre les iniciatives existents d'aquest tipus (característiques, temari i terminis d'inscripció).

També s'espera promoure processos de recerca i investigació per atendre els reptes actuals, tan variables com complexos. Caldrà impulsar formacions (tant internes com d'altres d'obertes a la ciutadania) relacionades amb la gestió de la cultura i el paper de la cultura en la societat actual, que indaguin en la construcció d'espais de pensament i d'anàlisi en relació amb el procés de formació-investigació que es genera entorn de la gestió de les pràctiques artístiques i culturals.

Amb aquestes accions també es vol donar resposta a la necessitat actual d'espais en els quals la investigació i la creació puguin entrar en contacte directe amb la ciutadania, afegint també altres camps d'acció als programes i les temporades.

Igualment, l'Àrea de Cultura vetllarà per complementar l'oferta formativa en les arts escèniques i la música i farà difusió de la formació existent, tant a iniciativa pública com privada.

6.3. Abast i cooperació territorial

De manera general, les accions impulsades des del Pla es plantegen amb un abast territorial de ciutat i del Camp de Tarragona, però també s'impulsen accions d'àmbit més ampli (com ara les adreçades a professionals que, segons el cas, poden ser d'àmbit català o estatal).

Pel que fa a la cooperació, la cultura no pot començar ni acabar en els límits del terme municipal, sinó que cal dissenyar polítiques de cooperació intermunicipal que impliquin xarxes i que es basin en la cooperació per tal de crear condicions adequades que sumin potencialitats, disminueixin costos, generin aliances i permetin establir nodes interactius de caràcter cultural entre diferents ajuntaments, amb un abast comarcal i nacional.

L'Ajuntament forma part del Consorci Transversal Xarxa d'Activitats Culturals i participa en el projecte Cat.Teatres, un àmbit de trobada on es treballa amb altres espais escènics. En aquest sentit, Tarragona té un paper actiu en aquesta xarxa: participa en les jornades professionals i en trobades amb grans equipaments, com són el Teatre Nacional o el Mercat de les Flors, i amb associacions de professionals, com ara l'APPC, i ja ha acollit dates de gires singulars i gran part de la programació de circ en col·laboració amb l'APPC.

També cal valorar el fet de seguir associats a la Red de Teatros (d'àmbit estatal), que juga un paper actiu i compta amb recursos formatius i quaderns de programació de les activitats organitzades.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

També cal destacar el treball en xarxa dins l'SPEEM (Sistema Públic d'Equipaments Escènics Municipals) i l'SPEEM de la Catalunya Sud. L'SPEEM és una xarxa integrada per teatres i auditoris de tot el territori català, creada amb l'objectiu de consolidar l'activitat cultural als municipis catalans i de distribuir-la homogeniament per tal de garantir el dret de la ciutadania a accedir en condicions d'igualtat a la cultura que estableix l'article 22 de l'Estatut d'Autonomia. Dins de l'espai de treball en xarxa de l'SPEEM de la Catalunya Sud, cal citar el cicle de programació escènica «Què diu que fan? Escenaris de la Catalunya Sud», que pretén esdevenir un referent cultural al sud del país, mostrant el potencial de les arts escèniques per descentralitzar l'oferta cultural, reforçar la identitat local i, alhora, visibilitzar i vertebrar la xarxa pública d'equipaments escènics del sud de Catalunya.

En aquesta xarxa del sud també s'esdevenen accions de cooperació i d'impuls compartit o de suport de creacions o coproduccions. Un exemple d'aquest àmbit de cooperació ha estat el cas de l'espectacle *Outsider*, de la companyia Evohé, que el 2025 ha comptat amb el suport a la producció i el desenvolupament de l'espectacle, compartit entre el Convent de les Arts d'Alcover, Reus Cultura i Tarragona Cultura.

7. Comunicació

A continuació es presenta un resum detallat de les idees principals i les propostes de comunicació que caldria portar a terme des de l'àrea d'Arts Escèniques per assolir els objectius que es plantegen de cara a la comunicació, en l'actualitat i en els anys immediats (2025-2027).

Aquestes idees i propostes sorgeixen de l'anàlisi de la comunicació actual de l'Àrea, de la qual s'ha obtingut un diagnòstic i una sèrie d'accions a portar a terme per ajustar l'estratègia de comunicació a les necessitats actuals, d'acord amb els objectius i els públics, i sempre adequant el pressupost de la manera més òptima per aconseguir així una comunicació més eficient i capaç d'assolir els objectius proposats a curt, mitjà i llarg termini.

Aquest recull d'accions estratègiques i operatives es planteja per millorar l'eficiència, la visibilitat i la gestió de la comunicació en l'àrea d'Arts Escèniques. L'objectiu és assolir una comunicació més cohesionada, amb una presència digital més forta i estratègica, capaç d'abastar tots els públics, sense deixar-ne cap de banda (comunicació inclusiva i diversa), i d'arribar a nous públics. Finalment, es vol reforçar la tasca de la secció d'Arts Escèniques, que va més enllà de la programació d'activitats i espectacles i l'organització de festivals.

Comunicar de manera estratègica i eficient

Cal aconseguir una comunicació basada en objectius clars —comunitats d'incidència i públics definits—, orientada a visibilitzar i posicionar el servei públic de les arts escèniques a la ciutat i al territori metropolità, amb una visió a mitjà i llarg termini.

S'han de comunicar els processos, els serveis i les activitats d'arts escèniques i música per compartir tant els serveis que s'ofereixen i les activitats que se'n deriven com la manera de treballar i el paper que hi tenen la ciutadania i el teixit cultural.

Cohesió en la imatge gràfica

Cal donar prioritat a la visibilitat i els plantejaments de la secció d'arts escèniques mitjançant unes línies gràfiques cohesionades i aplicades de manera coherent en tots els canals i materials de comunicació, per tal de reforçar-ne la identificació visual.

Reestructuració de la imatge gràfica

Per facilitar la identificació dels diferents projectes, activitats i programes generats des de l'àrea s'ha de reconstruir la imatge gràfica de la secció d'Arts Escèniques, alineant-la amb la imatge global de TGN Cultura.

Millorar la visibilitat de la secció d'Arts Escèniques

Cal fomentar la presència i la visibilitat de l'àrea dins de la programació cultural de la ciutat i en el conjunt de TGN Cultura, per tal d'enfortir el reconeixement de les arts escèniques entre la comunitat local i la metropolitana.

Amplificar l'abast de la comunicació

S'hauria d'arribar a un públic més ampli mitjançant diverses accions comunicatives, que inclouen una programació variada i campanyes adreçades als públics específics, enfortint la visibilitat de les activitats i els projectes generats.

Donar valor a la mediació cultural i la participació ciutadana

Cal destacar el paper de les arts escèniques en l'assoliment dels drets culturals i en el valor de la participació activa de la ciutadania i els agents culturals i socials en el desenvolupament de la vida cultural de la ciutat. També cal remarcar les accions de mediació cultural que s'impulsen des d'Arts Escèniques per promoure aquesta connexió entre les activitats municipals i la ciutadania, i també facilitar la comunicació.

Gestió i execució de la comunicació

Des de la secció d'Arts Escèniques s'ha de liderar la gestió i l'execució de la comunicació per millorar l'eficiència, els resultats i la visibilitat de les activitats, amb un enfocament estratègic més definit i amb un augment de la capacitat interna. L'objectiu és liderar i coordinar tota la comunicació de l'àrea, i ser el pont entre comunicació corporativa de l'Ajuntament, els proveïdors externs i tot l'equip d'escèniques.

Coordinació de l'estratègia de comunicació

És primordial millorar l'efectivitat de les accions comunicatives mitjançant una coordinació estreta entre tots els equips implicats en l'execució de la comunicació, internament i amb agents externs, amb una estratègia ben definida i planificada.

Contractació de recursos externs per a tasques especialitzades i la creació de contingut

Cal identificar en quins moments és necessari recórrer a serveis externs especialitzats (fotografia, vídeo, disseny gràfic, gestió de comunitats, premsa, etc.) per garantir la professionalització dels continguts i assegurar la creació de nous materials per assolir els

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

objectius comunicatius. Serà clau estructurar els suports externs i crear licitacions de llarga durada per a una millora de l'eficàcia en l'execució dels projectes comunicatius.

Fortalesa i creixement de la comunicació digital

És necessari enfortir la comunicació digital per arribar a nous públics i incrementar la interacció amb la comunitat. Caldrà adaptar-se a noves formes de comunicació i aprofitar els canals digitals per generar converses directes amb el públic, tant presencialment com virtualment.

Coordinació entre canals digitals

Reforçant la connexió entre el web, les xarxes socials i els butlletins es garantirà una experiència coherent i atractiva per a la ciutadania, ja que es millorarà la visibilitat i la diferenciació de l'àrea d'Arts Escèniques a través d'un ús estratègic de recursos visuals i textuais adaptats a cada mitjà.

Coherència visual en els canals

Cal assegurar una coherència visual clara i adaptada a cada canal de comunicació, incloent-hi l'ús de recursos visuals diferenciadors i colors específics per a cada mitjà (web, xarxes socials, butlletins) per crear una identitat visual consistent i de fàcil reconeixement.

Segmentació de població destinatària i personalització de la comunicació

Identificar i segmentar els diferents grups d'interès per captar permet fidelitzar i ampliar noves audiències, amb accions i estratègies específiques per a cadascun, i garantir la diversificació de les accions comunicatives.

Obertura de nous canals comunicatius

S'ha d'explorar l'obertura de nous canals (com ara TikTok, Telegram o WhatsApp) per arribar a públics més joves o nous segments. També es proposa actualitzar i millorar l'app i el web per potenciar l'experiència digital dels usuaris.

Enfortir i liderar les relacions amb els mitjans de comunicació

Cal ampliar la visibilitat de la programació i les activitats de l'àrea mitjançant una millor gestió de les relacions amb els mitjans de comunicació, tant locals com nacionals i especialitzats.

8. Avaluació

S'estableix un sistema de mesurament basat en indicadors de seguiment que permetin entendre el grau de compliment de cada objectiu. Aquest sistema inclou la mesura de resultats per millorar la planificació dels treballs i remarca la importància d'avaluar periòdicament el rendiment dels esforços, les inversions, els encerts i els errors a mitjà i llarg termini.

Quantitativament, els indicadors parteixen de la graella següent.

Criteris de valoració		Objectius operatius	Indicadors	Valors	Compromisos mínims	Indicacions
a) Programació estable	a1	Garantir una programació estable d'espectacles.	Nombre de funcions d'art en viu professional d'iniciativa municipal	Igual o superior a	140,00	Cal incloure les funcions de tota la programació professional, tant de la programació estable com de festivals i altres cicles. En queden excloses les funcions escolars.
	a2	Destinar els recursos suficients a caixets.	Despesa total destinada a caixets	Igual o superior a		Despesa total destinada a caixets de la programació estable i altres cicles, excepte la programació escolar. Es poden computar els ingressos previstos de taquilla que es destinaran a les contractacions a taquilla. Aquest import correspon a la suma dels conceptes de caixets parcials c1, c2, c3, c5 i c6 del pressupost. El total sumat consta a la casella C del pressupost.
	a3	Incloure en la programació espectacles per al públic jove.	Percentatge de programació destinada a públic jove / total.	% de funcions per a públic jove	0,33	
	a4	Incloure en la programació espectacles per al públic general.	Percentatge de funcions per a públic general respecte al total	% de funcions per a públic general	0,49	

	a5	Incloure en la programació espectacles per al públic familiar / tots els públics.	Percentatge de funcions per a públic familiar / tots els públics respecte al total	% de funcions de públic familiar / tots els públics	0,17	
	a6	Programar diferents gèneres (teatre, dansa, música, circ i interdisciplinari).	Percentatge mínim de funcions dels diferents gèneres respecte al total	a6.1 % teatre	0,27	La suma de tots els percentatges de tots els gèneres no ha d'arribar al 100 %.
				a6.2 % música	0,29	
				a6.3 % dansa	0,19	
				a6.4 % circ	0,14	
				a6.5 % altres gèneres	0,04	
b) Mediació i dinamització	b7	Organitzar en programes educatius específics o participar-hi.	Nombre d'activitats pedagògiques	Igual o superior a	19,00	Els programes educatius comprenen aquelles activitats que fomenten la participació a través de les arts escèniques. No s'hi inclouen les exhibicions professionals de teatre, música i dansa adreçades a escolars.

	b8	Oferir una programació específica per al públic escolar.	Nombre de funcions per al públic escolar	Igual o superior a	49,00	
	b9	Destinar els recursos suficients a programació escolar.	Despesa destinada a caixets		—	Si és a través d'un conveni o contracte, cal indicar-ho. Aquest indicador correspon al concepte c3 del pressupost.
	b10	Organitzar en activitats comunitàries amb valor social o participar-hi.	Nombre d'activitats comunitàries	Igual o superior a	24,00	Activitats i programes d'arts escèniques i música on es potencien les relacions amb la comunitat i amb sectors específics de la ciutadania (teatre inclusiu, Apropa Cultura...).
	b11	Destinar els recursos suficients a activitats comunitàries i programes educatius	Despesa destinada a activitats comunitàries i programes educatius	Igual o superior a		Despeses d'activitats educatives i programa comunitari de valor social, que potenciïn relacions amb la comunitat, sectors específics de la ciutadania, així com la participació i la col·laboració amb centres educatius.
c) Comunicació, promoció i fidelització de públics	c12	Organitzar activitats per potenciar el coneixement des de la programació i la dinamització de la ciutadania.	Nombre d'accions programades	Igual o superior a	30,00	Accions de promoció de públics i tasques de fidelització del públic existent, accions de presentació i difusió de la programació.
	c13	Destinar els recursos necessaris per a comunicació.	Despesa destinada a activitats de comunicació i públics	Igual o superior a		Suma de les despeses de comunicació i de les activitats destinades al foment i la fidelització de públics. Aquest indicador correspon als conceptes f1 i f2 del pressupost.

	c14	Fomentar l'assistència a l'espai escènic.	Nombre d'assistents	Igual o superior a		Es refereix al públic assistent a totes les funcions d'art en viu professional d'iniciativa municipal (excloses les funcions escolars).
	c15	Assolir una ocupació òptima de l'espai escènic.	Percentatge d'ocupació sobre el total d'aforament	% mitjà d'ocupació de l'espai escènic	0,52	
	c16	Assolir una ocupació òptima de sala amb entrades de pagament.	Percentatge d'entrades venudes sobre el total d'assistents	% entrades venudes	0,85	
	c17	Fomentar la venda d'entrades mitjançant serveis de venda no presencials.	Percentatge d'entrades venudes amb servei no presencial de venda d'entrades respecte al total	% entrades venudes amb servei no presencial	0,76	

d) Suport a creacions i produccions	d1	Promoure la creació, la producció escènica i la recerca a les arts escèniques.	Nombre de produccions o coproduccions impulsades anualment Nombre de residències tècniques o accions de suport anuals Nombre d'accions de recerca promogudes	Igual o superior a		
e) Cooperació territorial	e1	Dur a terme accions en benefici d'altres equipaments o públics d'altres municipis que també estiguin integrats a l'SPEEM.	Nombre de serveis prestats entre equipaments escènics i musicals de la mateixa demarcació territorial	Igual o superior a	2	
f) Accessibilitat	f1	Fomentar l'accessibilitat.	Nombre d'accions orientades a l'accessibilitat de persones amb necessitats especials	Igual o superior a	7	

g) Sostenibilitat	g1	Fomentar la sostenibilitat.	Nombre d'accions orientades a fomentar la sostenibilitat	Igual o superior a	3	
h) Gènere	h1	Fomentar polítiques d'igualtat de gènere.	Nombre d'accions que integrin polítiques de gènere	Igual o superior a	5	

La mediació, la perspectiva de gènere i l'accessibilitat compten també amb altres indicadors específics que es detallen en els annexos d'aquest Pla.

A més de l'anàlisi derivada d'aquests indicadors d'avaluació, són parts centrals del seguiment i avaluació d'aquest Pla les diferents eines de coordinació i seguiment de les arts escèniques. En aquest sentit, s'inclouen la coordinació setmanal interna de l'equip d'escèniques, el seguiment periòdic amb la Conselleria de Cultura i les coordinacions entre els diferents equips municipals de gestió cultural.

9. Índex d'annexos

9.1. Mesures d'impuls de l'accessibilitat escènica i cultural del Pla d'acció Escena TGN27

9.2. Pla de gènere del Pla d'acció Escena TGN27

9.3. Propostes per incorporar la mediació cultural a les arts escèniques i la música

9.4. Pla de comunicació del Pla d'acció Escena TGN27

9.1. Mesures d'impuls de l'accessibilitat escènica i cultural

Marc normatiu

Tal com estableix el preàmbul de la Llei 13/2014, del 30 d'octubre, d'accessibilitat, «l'Estatut d'autonomia de Catalunya i la Constitució espanyola disposen que els poders públics han de promoure les condicions perquè la llibertat i la igualtat de l'individu i dels grups en què s'integra siguin reals i efectives, i han de facilitar la participació de totes les persones en la vida política, econòmica, cultural i social». Així doncs, i seguint aquesta definició, l'Ajuntament ha de treballar per a la llibertat, entre d'altres, de les persones amb discapacitat, vulnerables o amb risc d'exclusió social.

A través del Codi d'accessibilitat de Catalunya, publicat el 30 de novembre de 2023, que desplega l'esmentada Llei, trobem diverses accions que cal aplicar de manera immediata o progressiva fins a la completa aplicació del codi.

Objectiu general

Garantir una experiència cultural plena i inclusiva als espais escènics municipals, promovent l'equitat d'accés i participació en la vida cultural per a totes les persones, amb especial atenció a les diversitats funcionals, sensorials i cognitives.

Objectius específics

1. Eliminar barreres físiques i sensorials als espais escènics municipals.
2. Garantir una comunicació cultural accessible i inclusiva abans, durant i després de les activitats culturals.
3. Fomentar la programació d'activitats adaptades, accessibles i representatives de la diversitat social i funcional.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

4. Establir mecanismes de relació i amb entitats del sector de la discapacitat i la diversitat.
5. Assegurar la sostenibilitat i la transversalitat de les mesures d'accessibilitat dins de la planificació cultural municipal.

Plantejaments generals

En les programacions culturals programades als espais escènics es continua treballant l'accessibilitat cultural per buscar la igualtat de condicions en la participació de totes les persones. L'accessibilitat s'entén en un sentit ampli. Es vol augmentar l'accés físic, intel·lectual, emocional i social als recursos culturals i als serveis d'arts escèniques i música.

Algunes de les accions per promoure l'accessibilitat són les següents:

- Facilitar l'accés als materials de comunicació cultural en formats accessibles, tant al nostre web i les nostres xarxes socials com als materials impresos.
- Facilitar l'accés i la reserva d'espais adequats per a persones amb discapacitat o mobilitat reduïda per minimitzar les barreres arquitectòniques dels espais culturals (convencionals o no).
- Oferir un servei de guiatge i acompanyament durant la compra dels espectacles.
- Proporcionar formació al personal de sala i atenció al públic sobre atenció a persones amb discapacitat.
- Programar espectacles amb llenguatges artístics performatius de fàcil comprensió visual i sense text.
- Programar funcions amb mesures d'accessibilitat: visites tàctils, audiodescripció, sobretitulació per a persones sordes, bucle magnètic individual, so de sala amplificat, interpretació en llengua de signes catalana (LSC), motxilles vibratòries... Les funcions accessibles estan identificades i s'elaboren materials específics per fer-ne difusió.

Pels que fa a preus, s'incentiva l'aplicació de diferents tipus de descomptes per a diversos col·lectius:

- Joves, gent gran, aturats, famílies nombroses o monoparentals i persones amb discapacitat.
- S'ofereixen entrades a preu zero als acompanyants de les persones amb discapacitat que tinguin reconeguda la necessitat de 3a persona.

Per recollir propostes i inquietuds, es fan reunions i s'organitzen grups de treball amb entitats i col·lectius relacionats amb la discapacitat per analitzar i treballar propostes per afavorir l'accessibilitat a les programacions culturals.

I també es treballa directament amb col·lectius minoritaris, entitats socials i culturals del territori.

Prescripció social

L'Ajuntament de Tarragona, amb la seva programació estable d'arts escèniques i dins de la seva política de responsabilitat social, participa en el programa Apropa Cultura, integrat actualment per més de 125 teatres, auditoris, festivals i museus de tot Catalunya i les illes Balears. Aquest programa s'adreça a col·lectius en situació de vulnerabilitat atesos per

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

entitats socials. Com a part d'aquest programa, els Teatres de Tarragona cedeixen almenys un 2 % de l'aforament del teatre a un preu social de 3 € o menor, i a vegades a cost zero.

Aquest plantejament s'estén també a la possibilitat de prescripció d'espectacles, per part del personal de l'Institut Municipal de Serveis Socials, a persones en situació de vulnerabilitat, amb condicions similars a les d'Apropa Cultura.

Per tot això, es destina, com a mínim, el 4 % de l'aforament a grups amb risc d'exclusió social a través dels programes Apropa Cultura i Prescriu Cultura del departament de Serveis Socials de l'Ajuntament de Tarragona, i s'inclou una clàusula als contractes amb les companyies que venen a taquilla perquè també adquireixin aquest compromís.

Difusió i suport a la implantació de mesures d'accessibilitat dins del territori

Com a espai multifuncional de l'SPEEM, oferim suport i consultoria a altres equipaments escènics i companyies artístiques del territori per promoure la cooperació cultural.

Així doncs, mantenim reunions i trobades amb altres equipaments més petits o que, fins i tot, no formen part de l'SPEEM però que igualment estan molt arrelats al territori, per acompanyar-los en el procés d'introduir i millorar l'accessibilitat als seus espais.

Referent d'accessibilitat i formació del personal

Des de l'any 2023, es disposa d'un referent d'accessibilitat que treballa tant des del vessant intern com extern.

Internament, treballa per fomentar i introduir una mirada d'accessibilitat en el dia a dia dels tècnics del departament, a més d'introduir noves mesures d'accessibilitat als equipaments i les programacions.

Externament, busca i crea vincles amb les entitats i les persones amb diverses capacitats per fomentar la cultura com una alternativa d'oci, a més de crear espais de conversa o grups pilot per millorar l'atenció i l'acollida de les persones amb discapacitat.

I també s'encarrega de la formació i la supervisió del personal de sala en qüestions d'atenció al públic, sobretot al de col·lectius vulnerables.

Altres mesures de mobilitat

Per facilitar l'accés, s'ha establert un conveni de col·laboració amb l'aparcament soterrat de davant del Teatre de Tarragona. Les persones que assisteixin als teatres amb cotxe propi poden gaudir d'un 50 % de descompte les dues primeres hores ensenyant la compra de l'entrada un cop efectuin el pagament en el moment de retirar el vehicle. Aquest aparcament disposa de vuit places per a persones amb mobilitat reduïda.

Graella de mesures previstes i indicadors mesurables per avaluar l'accessibilitat escènica

<i>Descripció de la mesura</i>	<i>Indicador</i>	<i>Unitat de mesura / forma d'avaluació</i>
Reservar localitats destinades a persones amb mobilitat reduïda.	Nombre de localitats reservades per a persones amb mobilitat reduïda de cadascun dels equipaments/activitats	% del total de l'aforament

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Descripció de la mesura	Indicador	Unitat de mesura / forma d'avaluació
Oferir activitats amb mesures d'accessibilitat.	Activitats que inclouen serveis com ara bucle magnètic, subtitulació, llengua de signes, etc.	% del total d'activitats anuals
Conèixer l'ús real de les mesures d'accessibilitat.	Persones que utilitzen els nostres serveis d'accessibilitat (les que reserven específicament + 60 % de l'aforament real en què hi hagi sobretitulació/subtitulació)	Nombre de persones que ens demanen algun servei d'accessibilitat
Tenir a disposició altres mesures d'ajudes tècniques o físiques.	Existència de recursos físics o digitals per facilitar la participació (cadires de rodes d'atenció al públic, préstec de binocles, etc.)	Sí/No i nombre total
Elaborar suports de comunicació física, accessible, de la programació.	Nombre de programacions culturals que incorporen formats accessibles (lectura fàcil, cos de lletra i contrast adequat, etc.)	% del total de materials de comunicació físics
Elaborar suports de comunicació digital i per a xarxes socials, accessible, de la programació.	Nombre de comunicacions digitals amb format accessible (documents accessibles, vídeos subtitulats, web accessible, etc.)	% del total dels materials de comunicació digital
Col·laborar amb entitats de diversitat funcional.	Projectes i activitats coorganitzades o codissenyades amb entitats del sector	Nombre d'accions anuals
Calcular el grau de satisfacció del públic amb diversitat funcional.	Enquesta específica o valoracions rebudes de persones amb discapacitat sobre barreres percebudes i experiència cultural	Quantitat de valoracions positives/negatives anuals
Destinar una partida pressupostària al foment i l'aplicació de mesures d'accessibilitat.	Quantitat econòmica prevista i executada dins del pressupost cultural destinada a mesures d'accessibilitat (inclou comunicació, producció, difusió, etc.)	% respecte del total del pressupost anual
Disposar d'un referent d'accessibilitat per a cada equipament escènic.	Existència i funció activa de figures de referència en accessibilitat cultural a cada espai	% d'equipaments amb referent actiu

9.2. Pla de gènere del Pla d'acció Escena TGN27

La igualtat de gènere ha avançat a tot el món gràcies als esforços de governs, institucions i entitats civils, sorgits a partir de la Declaració i Plataforma d'Acció de Beijing (1995), en la Quarta Conferència Mundial sobre la Dona. A partir d'aquí, i de la pressió de l'establiment dels ODS de l'Agenda 2030, els estats han elaborat normatives i plans estratègics per

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

transformar les societats mitjançant la promoció de la igualtat reivindicada. En el camí, la Llei estatal 3/2007, per a la igualtat efectiva d'homes i dones, estableix la necessitat de transversalitzar la perspectiva de gènere, sistematitzant-la en el disseny, la implementació, el seguiment i l'avaluació de les polítiques públiques. Posteriorment, es reforça amb la Llei 15/2022, integral per a la igualtat de tracte i la no-discriminació.

A Catalunya ens basem en la Llei 17/2015, d'igualtat efectiva de dones i homes, que té per objectiu establir i regular els mecanismes i els recursos per fer efectiu el dret a la igualtat i a la no-discriminació per raó de sexe en tots els àmbits, etapes i circumstàncies de la vida, i en la Llei 19/2020, d'igualtat de tracte i no discriminació. Una mica anterior a aquestes, s'aprovava la Llei 11/2014, per garantir els drets de lesbianes, gais, bisexuals, transgèneres i intersexuals i per erradicar l'homofòbia, la bifòbia i la transfòbia.

En l'àmbit local, l'Ajuntament de Tarragona disposa del Pla de gèneres i igualtat d'oportunitats (2024-2027) i del Pla de feminismes i interseccionalitat de la ciutat de Tarragona (2022-2026). Aquest últim estableix com a eix de treball la Ciutat de Drets, orientada «a la defensa de la igualtat de gènere i la diversitat en l'àmbit de l'educació, la salut, els drets sexuals i reproductius, els serveis socials, la cultura, l'esport i la vida associativa i política del territori». D'aquesta manera, la igualtat multidimensional s'aborda de manera multidisciplinària.

Incorporar la perspectiva de gènere i impulsar mirades feministes en els processos, les accions i les comunicacions culturals és fonamental per aconseguir una societat més igualitària i inclusiva. Aquesta incorporació implica revisar i transformar pràctiques, continguts i estructures de les diferents formes de cultura per tal d'assegurar la igualtat entre dones i homes i donar visibilitat a totes les identitats de gènere.

Aquest document recull una proposta d'accions que s'estan portant a terme des d'arts escèniques per incorporar la perspectiva de gènere. La proposta s'estructura en accions i els seus respectius indicadors.

9.2.1. Accions amb perspectiva de gènere

Diagnosi i anàlisi

La diagnosi i l'anàlisi inicials permeten identificar els punts forts, les mancances i els biaixos estructurals en el funcionament de les arts escèniques municipals.

Aquest eix promou l'elaboració d'estudis periòdics amb perspectiva de gènere que analitzin àmbits com la programació, la contractació, la participació del públic, la composició dels equips i els relats culturals. També inclou la recollida de dades qualitatives (entrevistes, qüestionaris, grups focals...) que aportin una mirada diversa i contextualitzada.

Acció:

Elaborar estudis periòdics per avaluar la situació de gènere en les arts escèniques a Tarragona, identificant àrees de millora.

Indicadors:

- Nombre d'estudis i diagnòstics fets en un període determinat
- Identificació d'indicadors clau de desigualtat de gènere

- Propostes d'accions correctores derivades dels estudis

Recull intern:

S'ha elaborat un qüestionari per a la diagnosi en matèria de gènere i igualtat a escèniques. És un informe eminentment pràctic, donada la seva naturalesa d'instrument de treball, que recull les dades relatives a la plantilla, desagregades en funció de la variable «gènere», i a l'edat, l'antiguitat i el nivell de formació de la plantilla; també s'hi han analitzat les tipologies de jornades i horaris, les possibilitats de promoció, el coneixement de les accions formatives, la conciliació de la vida laboral i personal i la formació específica en gènere.

Formació en gènere

La formació en perspectiva de gènere per als membres d'escèniques és una eina clau per sensibilitzar i conscienciar sobre les qüestions de gènere dins del món de les arts escèniques. Aquesta formació pot ajudar a crear un ambient més inclusiu i igualitari, tant en les dinàmiques de treball com en la creació i la producció de les obres.

Acció:

Organitzar sessions formatives sobre perspectiva de gènere dirigides a tot el personal implicat en les arts escèniques, incloent-hi programadors, tècnics i artistes.

Indicadors:

- Nombre de sessions formatives realitzades anualment.
- Percentatge de personal que ha assistit a les formacions
- Nivell de satisfacció dels participants mitjançant enquestes posteriors a les sessions.

Formació per esdevenir un espai segur: projecte NOA

El Teatre Tarragona i l'Antic Ajuntament passen a formar part del projecte de la Xarxa NOA per esdevenir un espai segur. S'ha ofert formació específica a tot el personal intern i extern per saber com intervenir davant de conductes masclistes i LGTBI-fòbiques i garantir ambients segurs. Aquests espais estan identificats mitjançant cartells i altres suports.

Jornada «La perspectiva de gènere en la cultura»

Aquesta jornada, que estava emmarcada en el procés participatiu de la fase d'anàlisi i de diagnosi per al desenvolupament i la presentació del Pla estratègic Tarragona Cultura, va abordar qüestions comunes als diferents àmbits i disciplines artístiques, associatives i professionals i s'hi van tractar nombrosos temes que de manera transversal sempre coincideixen amb la cultura.

En la primera part es va organitzar una taula rodona de les ponents, i en la segona va haver-hi un debat amb els assistents durant el qual es van recollir propostes per incorporar la perspectiva de gènere en la planificació i la gestió de la política cultural.

Figura referent de gènere

La incorporació d'una figura referent de gènere dins de l'àmbit de les arts escèniques municipals és clau per garantir la transversalitat i el seguiment efectiu de la perspectiva de gènere en la programació, les polítiques i les dinàmiques de treball.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Aquesta persona actua com a punt de referència i d'acompanyament per als equips tècnics i artístics, vetllant per l'aplicació dels criteris d'igualtat en tots els àmbits: des de la selecció de propostes fins a la comunicació, la contractació i l'anàlisi de dades. També té un paper important en la formació, la sensibilització i l'elaboració d'informes o diagnòstics.

Acció:

Designar una persona responsable de vetllar per la implementació i el seguiment de les polítiques de gènere en l'àmbit de les arts escèniques.

Indicadors:

- Designació de la figura referent
- Nombre de reunions i accions coordinades per aquesta figura
- Informe anual d'activitats i resultats relacionats amb la perspectiva de gènere

Programació paritària

La programació paritària és un dels pilars fonamentals en la construcció d'una cultura més justa, representativa i inclusiva. És imprescindible vetllar perquè les programacions d'arts escèniques reflecteixin la diversitat de veus i mirades existents a la societat.

Acció:

Assegurar una representació equilibrada de dones i homes en la programació d'espectacles, tant pel que fa a les companyies com als equips creatius.

Indicadors:

- Percentatge d'espectacles programats dirigits per dones.
- Percentatge de companyies liderades per dones en la programació anual
- Evolució anual de la paritat en la programació

Recull intern:

Les programacions estables es faran de manera paritària. Així doncs, en cada programa es vetllarà per garantir la paritat i es recollirà el recompte de quotes de dones integrants de companyies i formacions convidades.

Indicador:

- Nombre de dones integrants en les representacions artístiques de cada programa o festival respecte al nombre total de persones participants.

Afavorir la creació femenina i LGBTIQ+

La programació cultural té un paper clau en la construcció de referents i en la legitimació de veus. Per això, és essencial impulsar accions específiques que donin visibilitat i valor a les creacions liderades per dones i persones del col·lectiu LGBTIQ+.

Aquest eix proposa incloure dins de la programació activitats que promoguin aquestes veus: cicles temàtics, jornades de debat, exposicions, mostres, residències artístiques o coproduccions...

Acció:

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Programar accions que donin visibilitat a la creació femenina i LGBTIQ+.

Indicadors:

- Nombre d'activitats específiques programades

Recull intern:

Cicle «L'Alternador: connexions culturals i accions artístiques»

És un conjunt d'activitats i espectacles, pensats per a tots els públics i fomentant la transversalitat des d'una mirada interseccional. Amb aquestes activitats es vol reivindicar la cultura com a eina per generar espais de reflexió i de trobada i per destacar la diversitat, mitjançant l'impuls de sinergies amb el teixit associatiu.

Imatges i continguts paritaris

Aquest eix proposa revisar de manera crítica tot el material comunicatiu (cartells, programes, xarxes, web...) per assegurar una presència equitativa de dones, homes i persones no binàries, tant en quantitat com en qualitat dels rols. També promou mostrar la diversitat de cossos, edats, orígens i expressions de gènere.

Acció:

Garantir que el material promocional i de comunicació reflecteixi una representació equilibrada de gèneres, evitant estereotips sexistes.

Indicadors:

- Anàlisi qualitativa de les imatges utilitzades en materials promocionals
- Percentatge de materials que compleixen els estàndards de representació paritària.
- Feedback del públic sobre la percepció de la representació de gènere en la comunicació

Recull intern:

Les imatges utilitzades per comunicar les activitats culturals de la nostra programació gaudeixen d'una presència paritària.

Llenguatge i comunicació inclusius

El llenguatge que utilitzem en la comunicació institucional contribueix a visibilitzar o invisibilitzar col·lectius. Per això, és clau adoptar un llenguatge inclusiu, no sexista i respectuós amb la diversitat de gènere, que reflecteixi el compromís amb la igualtat.

Aquest eix proposa revisar tots els textos de difusió (programes, notes de premsa, xarxes socials, webs, etc.) per garantir que no es reproduïxin estereotips ni s'utilitzi un llenguatge exclouent. També inclou l'ús de fórmules que visibilitzin totes les identitats i rols, sense caure en el masculí genèric.

Acció:

Adoptar un llenguatge inclusiu en totes les comunicacions internes i externes, assegurant que no es perpetuïn biaixos de gènere.

Indicadors:

- Revisió periòdica dels materials de comunicació utilitzats
- Nombre de correccions fetes per adaptar el llenguatge a criteris inclusius.
- Formació específica en llenguatge inclusiu per al personal de comunicació

Recull intern:

Es vetlla per l'ús del llenguatge inclusiu en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.

Segregació d'informació per gènere

Aquest eix proposa sistematitzar la recollida de dades de totes les activitats relacionades amb les arts escèniques (programació, contractació, participació, públic, etc.), diferenciant-les per gènere. Això permetrà identificar tendències, visibilitzar desequilibris i establir línies d'actuació concretes.

És important recollir aquestes dades de manera respectuosa amb la diversitat i la privacitat, incorporant categories no binàries i amb criteris ètics.

Acció:

Recollir i analitzar dades desagregades per gènere sobre participació, contractació i altres aspectes rellevants en les arts escèniques.

Indicadors:

- Disponibilitat de dades desagregades per gènere en els informes anuals
- Anàlisi de les tendències i identificació de possibles desigualtats
- Implementació de mesures correctores basades en les dades analitzades

Recull intern:

Mitjançant el nostre web de *ticketing* fem la recollida de dades per gènere (dones, homes, no binari) dels usuaris que adquireixen entrades o invitacions i participen en l'activitat cultural. També utilitzem un programa que treballa les audiències per elaborar un retrat en profunditat del nostre públic.

9.3. Propostes per incorporar la mediació cultural a les arts escèniques i la música

Avantprojecte de Pla de mediació de les arts escèniques i la música 2025-2030

1. Introducció

Les arts escèniques no es poden reduir a una programació d'espectacles ni a una agenda d'activitats. Són una pràctica viva, relacional i profundament connectada amb el context social. Tot i això, la gestió escènica ha prioritzat habitualment la producció i l'ocupació d'espais per sobre de l'experiència compartida, la participació i el diàleg amb les comunitats.

En aquest sentit, la mediació cultural no és un extra ni una cosa que s'hi afegeix al final, sinó que ha de ser la part central de l'enfocament. És el que permet obrir processos, apropar-se

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

a diferents col·lectius, donar veu als que no sempre en tenen i crear vincles que van més enllà del moment en què succeeix l'obra.

El Pla de mediació de les arts escèniques i la música 2025-2030 té l'objectiu d'obrir noves maneres de pensar i de viure les arts escèniques, enteses no només com a espectacles sinó com a espais de trobada, de participació i de transformació social. D'aquesta manera és com es posa el focus en les persones, en el territori i en tot el que passa quan es creen relacions significatives entre tots dos. És així com la mediació cultural no es planteja aquí com una activitat puntual, sinó com una manera de treballar que travessa tot el Pla, ajudant a construir una política cultural més viva, propera i connectada amb el context.

El Pla de mediació de les arts escèniques i la música s'emmarca dins del Pla de mediació del Pla estratègic Tarragona Cultura. Amb aquest Pla de mediació de les arts escèniques i la música, Tarragona aposta per un model cultural més obert, inclusiu i compromès amb el seu entorn. Així s'adquireix el compromís no només que les arts escèniques arribin a més gent, sinó que també serveixin per generar comunitat, fer preguntes, compartir històries i construir juntes. És un camí que parteix del treball en comú, de la cura dels processos i de la voluntat de fer de la cultura un motor de canvi real, des dels àmbits quotidià i col·lectiu.

Reivindicar la mediació cultural en les arts escèniques i la música és apostar per un model cultural que situa les persones al centre, que entén l'art com a pràctica social i que en reconeix la capacitat transformadora. A Tarragona, cal que la mediació s'apliqui en els tres grans àmbits d'acció de les arts escèniques i la música, que són la mateixa mediació cultural com a metodologia de treball, la programació artística i el suport a la creació i la pràctica cultural.

2. Inici. Organització interna, equip i coordinació

Perquè el Pla funcioni i tingui continuïtat, és important comptar amb una organització sòlida i persones compromeses. En aquesta fase inicial cal una reorganització interna de l'equip d'Arts Escèniques i Música de l'Ajuntament de Tarragona, alineada amb el Pla estratègic Tarragona Cultura i amb el Pla de mediació cultural que incorpora. És necessari analitzar la situació actual i reflexionar sobre els horitzons que es pretenen assolir i les necessitats per orientar-s'hi. Per aquest motiu, s'ha d'avançar cap a una estructura més coherent amb els principis de participació, territorialitat, accessibilitat i treball amb les comunitats. Aquesta reorganització permet respondre a marcs participatius proposats pels plans estratègics esmentats, ajudant l'equip d'Arts Escèniques i Música a prendre decisions que posin al centre el context local i les seves necessitats reals.

L'equip d'Arts Escèniques no només participa en el canvi i l'aplicació del Pla de mediació, sinó que és el motor que impulsa cada pas. És necessari comptar amb personal encarregat específicament de la mediació cultural. A més, s'estableix un grup motor que impulsa el projecte de mediació cultural, amb professionals de l'equip d'Arts Escèniques i Música i el de Suport a la Creació i la Pràctica Cultural, encarregat de guiar i acompanyar el procés. També s'engega un sistema d'avaluació que, connectat amb la comunicació i la planificació, permet anar ajustant el Pla i assegurar-se que realment tingui impacte i pugui sostenir-se en el temps.

Punts claus de l'organització interna, l'equip i la coordinació:

- Tot l'equip d'Arts Escèniques és part activa i motora del Pla.
- Es designa una persona referent de mediació cultural, amb una part significativa de la jornada dedicada a aquesta tasca.
- Es compta amb la col·laboració d'un equip específic de Suport a la Pràctica Cultural.
- S'estableix un grup motor professional que lidera i acompanya el projecte.
- S'implanta un sistema d'avaluació constant, lligat a la comunicació i la planificació, per assegurar la sostenibilitat i l'impacte del Pla.

3. Fonaments per a una proposta escènica arrelada, participativa i sostenible

Les arts escèniques, pel fet de ser una forma de relació i de creació de llaços entre persones, necessiten estructures fermes, espais on s'escolti de debò i una finalitat comuna construïda juntament amb la ciutadania i el teixit cultural. Així doncs, es plantegen alguns elements bàsics per aplicar una política pública que posi al centre la mediació cultural, la participació i la justícia social.

3.1. Objectius a llarg termini: cultura amb horitzó

L'objectiu, al llarg dels pròxims cinc anys, és consolidar una programació cultural estable i arrelada a Tarragona. No es tracta d'acumular esdeveniments, sinó de teixir una estructura sòlida, capaç de perdurar i evolucionar en diàleg constant amb el seu context.

3.2. Relació amb el sector cultural: visibilitat i corresponsabilitat

El teixit cultural de la ciutat vol tenir un paper actiu en la programació pública. Les entitats no busquen només ser acompanyades: volen proposar, tenir veu, aportar la seva visió.

Reconèixer-les com a agents culturals vol dir obrir espais on puguin compartir la responsabilitat i on programar directament o col·laborar de forma estratègica serveixi per fer més fort l'ecosistema cultural local.

3.3. Comunicació cultural: narratives clares, accessibles i cuidades

Històricament, la comunicació ha estat un dels punts febles dels projectes culturals. És fonamental revisar i millorar els canals, els llenguatges i els formats de comunicació, fent que la programació sigui comprensible, atractiva i veritablement accessible per a totes les persones.

3.4. Governança participativa: obertura real i sostinguda

Cal crear espais de participació cultural que siguin realment oberts i que funcionin, on la ciutadania pugui fer aportacions, de manera constant, en la definició de la programació i les prioritats culturals que es marquen.

No es busca fer processos simbòlics ni puntuals, sinó establir dinàmiques estables, amb anada i tornada, que puguin transformar de debò la relació entre la institució, els agents culturals i el territori.

3.5. Formació i reflexió social: cultura que interpel·la

La transformació cultural requereix professionals conscients i formats en les realitats socials. La formació en perspectiva de gènere, interculturalitat, antiracisme i accessibilitat ha de formar part de la base del projecte, de manera transversal, específica i contínua.

3.6. Avaluació, mediació cultural i sostenibilitat: acompanyar els processos

La mediació cultural no és només una manera d'acostar les arts escèniques i la música a la gent; també és una estratègia per transformar la cultura.

Els projectes s'han de pensar incorporant-hi, ja des del principi, la forma d'avaluació. Per això, és clau incloure el seguiment, la comunicació i l'organització del que s'ha après com a part essencial del Pla.

Eixos transversals

Accessibilitat universal. Articular l'accessibilitat com a eix transversal implica garantir el dret universal a la cultura, entenent que totes les persones, sense excepció, han de poder participar plenament i activament en la vida cultural. Aquesta mirada abasta no només l'eliminació de barreres físiques, sensorials o cognitives, sinó també la creació d'entorns que siguin acollidors, inclusivament i diversos.

S'enforteix la mediació cultural com a eina fonamental per assegurar l'accés de tots els col·lectius, especialment aquells en situació de més vulnerabilitat, reconeixent la cultura com un dret humà bàsic, no pas un privilegi.

L'accessibilitat és un eix transversal, i per això es treballa per:

- Adaptar espectacles i activitats mitjançant subtitulació, interpretació en llengua de signes, materials pedagògics accessibles i recursos de suport a la comprensió.
- Adaptar preus en les entrades amb una àmplia política de descomptes que preveu les diferents realitats socials.
- Dissenyar espais accessibles, acollidors i flexibles, des d'una mirada inclusiva i respectuosa amb la diversitat funcional, sensorial, cognitiva i social.
- Fer mediació específica adreçada a col·lectius en situació d'exclusió o risc, generant processos de participació activa i vincles significatius amb els continguts culturals (com l'Apropa Cultura i la prescripció cultural).
- Reconèixer la figura referent d'accessibilitat, amb funcions clares d'acompanyament, assessoria i treball, en coordinació amb els equips tècnics i culturals (des de la figura de programació, producció, comunicació o referent de públics, entre altres).
- Promoure una accessibilitat universal, entesa no només com a condició tècnica, sinó com un valor ètic i polític indispensable per a una cultura democràtica, equitativa i oberta a tothom.

Igualtat i equitat. La igualtat, entesa com a equitat, s'articula com a eix transversal de tota la programació cultural. Per això, es dissenyen espectacles i activitats que promouen l'equitat, la representació i la participació diversa, incorporant-hi diferents perspectives de gènere i identitats de gènere, entre altres diversitats.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Es continua enfortint la mediació com a eina per garantir que totes les persones, especialment aquells col·lectius històricament discriminats o en situació de vulnerabilitat, puguin exercir el dret a la cultura de forma plena, lliure i activa.

La igualtat és un eix transversal i es treballa:

- La programació amb enfocament de gènere, interseccional i divers.
- El foment de la participació activa de dones, persones LGTBIQ+, comunitats i altres col·lectius subrepresentats.
- El disseny d'espais culturals segurs, inclusivament i lliures de discriminació.
- La mediació cultural amb perspectiva d'igualtat, adaptada a contextos i necessitats específiques.
- El reconeixement de la figura referent en perspectiva de gènere i treball coordinat amb els equips tècnics i culturals.

Diversitat i interculturalitat. La diversitat i la interculturalitat s'articula com a eix transversal de tota la programació cultural. Es promouen espais de trobada, diàleg i reconeixement de diversitats i també de cultures, valorant aquesta diversitat com a riquesa col·lectiva i combatent qualsevol forma de discriminació o vulneració de drets culturals.

S'enforteix la mediació cultural com a eina clau per afavorir la participació activa de comunitats migrants, racialitzades i d'origen divers, garantint-ne el dret a la cultura i la presència en els processos de creació, programació i representació.

La diversitat i la interculturalitat és un eix transversal per treballar:

- Una programació que reflecteixi la diversitat present a la societat.
- La inclusió de veus, coneixements i expressions artístiques de diverses comunitats.
- El disseny d'espais culturals com a llocs de convivència, intercanvi i aprenentatge mutu.
- La mediació adaptada a contextos multiculturals, que faciliti la participació real i significativa.
- El reconeixement de referents comunitaris i l'impuls de xarxes de treball intercultural amb equips tècnics i culturals.

4. Línies estratègiques

4.1. Educació i cultura: formació, cocreació i vincle escola-artista

Es promou la integració de les arts escèniques a l'entorn educatiu, amb el propòsit d'enfortir la creativitat, la sensibilitat artística i el pensament crític en les noves generacions. Cal facilitar l'aprenentatge, la pràctica, l'experimentació i el gaudi de les arts en viu, generant experiències vitals significatives, fruit del coneixement i de l'experiència comuna.

Inicialment, es genera un binomi d'acció entre Arts Escèniques i Música i l'Institut Municipal d'Educació per desenvolupar una xarxa de projectes educatius transformadors i emprendre noves línies de treball. Alhora, es fomenta la col·laboració entre professionals de l'educació i de l'art mitjançant processos de cocreació que connecten directament l'àmbit educatiu

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

amb el cultural. Aquestes aliances faciliten projectes transformadors en què les arts escèniques es converteixen en una eina pedagògica i de desenvolupament social.

En coherència amb aquesta línia de treball, s'impulsen les accions següents:

- Mostres de teatre escolars amb assessorament artístic, experiències immersives i creacions participatives.
- Visites dinamitzades al teatre per descobrir els diferents espais i les professions que fan possible una representació.
- Espais de formació i intercanvi de coneixements amb artistes, companyies i tècnics.
- Es reforça la implementació de programes que propicien les arts escèniques, com Mapadeball.
- Es generen accions de connexió amb projectes existents, com Mapadeball o La Moixonera, per compartir aprenentatges.
- Es crea una programació educativa consensuada en equip que compta amb continguts pedagògics com els treballs previs a l'aula, la presentació prèvia al teatre i les accions posteriors, amb col·loquis o espais de reflexió.

4.2. Dinamització i cogestió amb entitats

Es fomenta la participació activa de les entitats locals en la definició i la presa de decisions culturals. S'estableixen mecanismes que permeten incorporar les seves veus a la programació, des de l'elecció de continguts fins a la valoració de les propostes.

Es crea un espai de participació obert i estructurat, que serveix com a punt de trobada entre agents culturals, entitats i Administració. Aquest espai permet articular dinàmiques col·laboratives, promoure l'empoderament dels col·lectius i avançar cap a una programació més representativa, inclusiva i lligada a la realitat social del territori.

En coherència amb aquesta línia de treball, s'impulsen les accions següents:

- Fomentar el disseny conjunt d'activitats amb entitats culturals i socials.
- Crear espais estables de consulta i reflexió amb les entitats locals.
- Donar suport a processos d'acompanyament des de l'Oficina de Suport a la Creació i la Pràctica Cultural.
- Promoure l'acció cultural comunitària connectant amb temàtiques socials, diversitat i activisme.

4.3. Compromís amb el benestar de les persones i les comunitats

Les arts escèniques són una eina clau per enfortir el teixit social i fomentar una ciutadania activa i compromesa. A través de processos participatius, cocreatius i accessibles, es promou la trobada, l'expressió i la reflexió col·lectiva, generant espais on les persones no només són espectadores sinó una part activa de la vida cultural. Les arts escèniques i la música, enteses com a pràctica relacional i transformadora, permeten articular experiències significatives que reforcen el sentit de pertinença, la cohesió comunitària i l'exercici del dret a la cultura com a motor de benestar i justícia social.

En coherència amb aquesta línia de treball, s'impulsen les accions següents:

- La programació per a la transformació i la incidència comunitària, com per exemple amb el cicle «L'Alternador» o el festival Cultura o Extinció.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Les activitats educatives no reglades orientades a fomentar la pràctica cultural i el benestar, com el Gimnàs Escènic.
- Els equipaments de proximitat:
 - Els teatres de Tarragona com a espai de proximitat: activitats de petit format als vestíbuls o sales adjacents, accions orientades al veïnat, la inclusió d'altres usos (racó de lectura, wifi obert...).
 - Els espais culturals han de ser espais acollidors, accessibles, propers i flexibles, que incorporin franges horàries que facilitin l'accés als usuaris.
- El foment de la pràctica escènica fora de l'entorn escolar:
 - Les programacions estables han d'incloure, en la mesura que sigui possible, accions per promoure relacions i contextos a partir de la mediació cultural.
 - S'incentiva que la pràctica de les arts escèniques tingui més centralitat.
 - Es connecta amb el que ja es fa en altres espais escènics, com els centres culturals, els espais de joventut, els equipaments dels centres cívics, etc.
 - S'integra amb coproduccions o altres programes.
- S'incorporen els joves com a protagonistes de l'acció cultural.
 - Es fomenten els programes que posin al centre els joves, com Stalkers i La Moixonera.
- Dinamització de la ciutat:
 - Les programacions han de servir per dinamitzar la ciutat, celebrar el patrimoni humà i creatiu i vincular-se amb entitats i realitats del territori, com ara els cicles En Dansa o Refugi Sonor, com a accions escèniques en el patrimoni.
 - Es valoren tant les persones com el patrimoni històric i natural.

4.4. Policentralització de la cultura: mediació cultural territorialitzada

Es desenvolupa una programació cultural inclusiva i accessible en diversos barris i zones de Tarragona. L'objectiu és apropar les arts escèniques a tots els sectors de la població, promovent una descentralització o policentralització efectiva que garanteixi l'accés a la cultura més enllà del centre urbà.

S'impulsa la participació activa dels col·lectius locals en la programació cultural. Es prioritzen les propostes de companyies del territori per integrar de manera contínua a l'oferta cultural regular de la ciutat, i no únicament com a esdeveniments puntuals, disciplines com la dansa, el circ i altres formes escèniques.

En coherència amb aquesta línia de treball, s'impulsen les accions següents:

- Activitats en espais de proximitat.
- Espais per al veïnat, com ara racons de lectura o punts de connexió wifi.
- Programacions de format petit i ús flexible d'equipaments.
- Participació activa de col·lectius locals, prioritzant propostes de companyies del territori.

4.5. Impuls a la creació i la producció de creacions escèniques

Cal que el suport a les creacions i produccions incorpori progressivament la mediació cultural, generant dinàmiques al voltant d'aquestes en connexió amb agents, col·lectius i contextos.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Així doncs, s'impulsa la presència de la mediació cultural en el foment de la dansa dins de la programació cultural de la ciutat. Aquest impuls inclou la consolidació d'esdeveniments com el Festival de Dansa, així com col·laboracions amb entitats de referència com el Mercat de les Flors, amb l'objectiu de posicionar la dansa com una disciplina central dins del calendari cultural de Tarragona.

En coherència amb aquesta línia de treball, s'impulsen les accions següents:

- Impulsar la dansa contemporània per consolidar la seva presència contínua en la programació, cercant l'articulació amb les mesures dels plans d'impuls a la dansa.
- Fomentar processos de cocreació i coproducció amb companyies i creadors vinculats al territori.
- Promoure la comunicació i col·laboració amb les escoles de dansa.

4.6. Comunicació i mediació: visibilitzar i explicar els processos

És imprescindible comunicar la mediació cultural: allò que no s'explica no es promou ni es coneix. Cal promoure i construir pensament col·lectiu al voltant de la mediació i generar espais de recerca, reflexió, experimentació i formació.

En coherència amb aquesta línia de treball, s'impulsen les accions següents:

- Crear comunicacions específiques que recullin continguts, investigacions, interaccions i processos i els posin en valor.
- Promoure estratègies de comunicació que donin valor a la mediació cultural.
- Generar narratives sobre processos, aprenentatges i impactes dels projectes culturals.
- Desenvolupar espais de recerca, documentació i formació en mediació.

5. Avaluació

L'avaluació del Pla de mediació de les arts escèniques i la música es farà seguint les eines d'autodiagnosi aplicables als projectes que aborden la mediació cultural, amb un enfocament progressiu, que es detallen i desenvolupen en el Pla de mediació cultural del Pla estratègic Tarragona Cultura i que reflexiona sobre els aspectes següents:

- Proximitat i context
- Diversitat de participants
- Impacte i transformació social
- Participació i governança
- Processos i temps
- Sostenibilitat i traçabilitat
- Comunicació i narrativa

Aquesta avaluació quantitativa en què es proposen un seguit d'accions i indicadors específics per mesurar de manera objectiva els avenços i resultats obtinguts la fa de manera continuada el personal tècnic, que recull la informació en una memòria anual i en dona compte a la Comissió Informativa de Cultura i a la Secretaria municipal.

9.4. Pla de comunicació d'arts escèniques TGN Cultura 2025-2027

1. Introducció

L'Ajuntament de Tarragona es troba en un procés de reflexió a través del Pla estratègic Tarragona Cultura per poder disposar d'una eina per enfortir el teixit cultural de la ciutat, promovent la cultura com a pilar de cohesió social, inclusió i identitat local. La seva missió és fer accessible la cultura a tota la ciutadania, respectant i valorant la diversitat i generant oportunitats per al creixement cultural sostenible i la participació activa dels habitants.

I més específicament, també es troba en un moment de reflexió al voltant d'una àrea dintre de l'àmbit de la cultura: les arts escèniques. Particularment, es proposa facilitar i promoure l'accés a les arts escèniques a tots els ciutadans de Tarragona, enriquint les seves vides a través d'experiències culturals diverses, inclusives i de qualitat.

La seva missió està totalment centrada en les persones i es vol assolir a través de les accions següents:

- Prioritzar l'accés a les arts escèniques (eliminar barreres i fer que siguin accessibles per a tothom).
- Enriquir les vides de les persones (reconèixer l'impacte positiu de la cultura en el benestar individual i col·lectiu).
- Oferir diversitat i inclusió (assegurar que la programació reflecteixi la diversitat de la comunitat i que tothom se senti benvingut).
- Promoure la qualitat (comprometre's a oferir experiències artístiques d'alt nivell) i potenciar la participació activa de la ciutadania (també comunicant la mediació).
- La comunicació és una de les àrees de gestió de tot projecte o organització que acostuma a despertar menys interès, però que, quan es gestiona adequadament, genera més beneficis i satisfaccions. D'ella depèn l'abast de les activitats, els recursos econòmics, les audiències i els públics, la projecció pública, la legitimació de la missió, etc. Per tant, som davant d'un àmbit de gestió que ha de considerar-se prou estratègic per situar-lo en el nucli de la gestió, jugant un paper tan important per a la sostenibilitat com el que exerceixen altres àrees com podrien ser la financera o la de recursos humans.

El present informe vol ser una eina per ajudar a assolir els objectius que es proposen, sabent que l'Ajuntament de Tarragona manifesta interès per adaptar-se als canvis i que, en aquest cas concret, afecten l'àmbit de la comunicació a l'àrea de les arts escèniques.

Aquest document busca analitzar detalladament les àrees de comunicació. Es deia anteriorment que l'àmbit de la comunicació resulta estratègic per a una organització (o projecte), perquè de la seva bona planificació, ordenació i gestió de recursos, i avaluació i iteració, depèn el bon acompliment de molts altres àmbits. Una comunicació reeixida atreu públics i, consegüentment, recursos, visibilitat o reconeixement. Una comunicació plantejada de manera estratègica sap aprofitar oportunitats i mitigar amenaces, maximitza les fortaleces internes i minimitza les febleses.

Per tant, aquest informe desplega una anàlisi i un seguit de propostes i suggeriments sobre les àrees de comunicació d'arts escèniques, sempre enteses com a part de l'estratègia global

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

de cultura. La metodologia que s'ha seguit en l'elaboració d'aquest treball ha consistit en l'anàlisi detallada de les estratègies de comunicació presents en la nombrosa documentació consultada, així com dels seus suports tant físics com digitals o els seus reculls de premsa, relacions públiques, comunicació gràfica i de creació de contingut. Sobre aquestes àrees, s'ha dut a terme posteriorment una anàlisi global per dirigir l'atenció a aspectes més concrets sobre els quals fer propostes específiques.

No obstant això, totes les àrees estan relacionades i sempre han de concebre's des d'una perspectiva àmplia que sumi i les inclogui totes. Aquesta, que, de manera preliminar, és una de les primeres conclusions que es poden avançar d'aquest treball, és una perspectiva que ha de romandre constant en la lectura de les següents pàgines i en l'adopció de decisions que se'n puguin derivar posteriorment. El to utilitzat en l'informe és essencialment propositiu, i s'ha prioritzat l'enfocament pràctic sobre el teòric. Així, s'ha buscat una manera d'ordenar i delimitar tant l'anàlisi com les propostes.

D'igual manera, al llarg de l'informe s'han inclòs imatges, esquemes i exemples, l'elaboració dels quals ha estat útil per objectivar i aclarir estructures, programes, activitats, accions i eines relacionades amb la comunicació. Tots aquests plantejaments metodològics i formals haurien de millorar la claredat del tema tractat i facilitar-ne la comprensió, afavorint així el procés de presa de decisions que, finalment, correspon a l'organització.

2. Objectius i visió estratègica

2.1. Definició dels objectius generals i específics de l'àrea d'arts escèniques

Des de l'àmbit de les Arts Escèniques a TGN Cultura es marquen objectius a curt, mitjà i llarg termini per anar adaptant la programació i la seva comunicació als entorns i als públics, que avui dia són molt canviants i s'han d'anar adaptant a nous hàbits de consum del públic, noves o diferents necessitats, diversitat de les persones, etc.

Curt termini

- Sistematitzar l'estructura de les accions fixes que han de servir per difondre l'activitat de les temporades i l'estratègia de publicitat.
- Dotar d'estratègia i coherència tota la comunicació de l'àrea (a nivell visual, gràfic, relat, contingut i canals), per ser més eficients i treballar partint de l'avaluació dels resultats obtinguts amb les accions comunicatives.

Mitjà termini

- Difondre els serveis que s'impulsen des d'Arts Escèniques.
- Ampliar la comunicació als nous públics.
- Generar activitats que serveixin tant per dinamitzar com per comunicar.

Llarg termini

- Situar la comunicació com a eina transversal en el conjunt de la planificació de les arts escèniques.
- Vetllar per la coherència comunicativa interna, des de la perspectiva d'equitat i accessibilitat a la cultura.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Ser un referent en l'àmbit de la creació escènica al territori i la fidelització de públic compromès i actiu, així com establir relacions amb el públic jove i el que no fa ús del servei.

A banda d'aquests objectius més genèrics que poden afectar l'àmbit de la cultura en general, també es plantegen objectius específics de la comunicació a la secció d'Arts Escèniques:

- Articular un conjunt d'eines bàsiques per informar i difondre els serveis i l'activitat cultural municipal.
- Informar àmpliament sobre els valors i les mesures del Pla d'acció d'escèniques i donar-les a conèixer.
- Incorporar els eixos transversals de gènere, diversitat i accessibilitat en el disseny de la comunicació.
- Disposar d'orientacions comunicatives adreçades al conjunt de serveis municipals que generen accions culturals.
- Participar activament en la difusió dels diferents esdeveniments i serveis culturals promoguts des de l'Ajuntament de Tarragona.
- Generar accions de dinamització a través de la comunicació, per tal de visibilitzar, promoure i donar suport a creadors, comunitats i xarxes culturals del territori.
- Generar accions de dinamització de públics, interactuant d'una manera directa amb les necessitats dels usuaris.
- Preveure la comunicació de la mediació cultural com un element habitual en les accions i els materials de comunicació.
- Aconseguir una conversa més directa amb la ciutadania (presencialment o digitalment).
- Augmentar la comunitat digital i la interacció (web, xarxes socials, butlletins).
- Arribar a tota la població de Tarragona i tota la seva àrea metropolitana.
- Millorar la visibilitat en els canals generals de TGN Cultura (amb una identitat visual pròpia de l'àrea com a base per a la diferenciació).

2.2. Com contribueixen les arts escèniques a la visió global de TGN Cultura

Les arts escèniques —que inclouen teatre, dansa, circ i música— juguen un paper important en la construcció de la identitat cultural de Tarragona, enriquint la vida ciutadana amb propostes en viu que ofereixen una mirada diversa i inclusiva. La programació es basa a promoure la qualitat artística, sempre tractant d'eliminar barreres i garantint l'accessibilitat per a tothom.

Les arts escèniques ajuden a promoure la diversitat cultural:

- Oferint una programació rica i diversa, que pot mostrar una àmplia gamma d'estils i gèneres artístics —des del teatre clàssic fins a les noves tendències contemporànies—, que reflecteixi la diversitat cultural i atregui un públic divers.
- Fomentant la inclusió i l'accessibilitat a través de programes, tallers inclusius, assajos oberts o processos participatius, les arts escèniques poden arribar a diferents grups socials i tipologies de grups de població.
- Promovent la participació activa i l'accés a la cultura per a tothom.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Celebrant la història i el patrimoni local, les arts escèniques poden ser un vehicle per preservar i difondre les tradicions i el patrimoni cultural de Tarragona, com per exemple les representacions en espais patrimonials i emblemàtics, com ara el Teatre Auditori Camp de Mart.
- Celebrant la contemporaneïtat i la innovació, les arts escèniques poden ser un vehicle per afavorir la innovació cultural, la hibridació, l'expressió i l'experimentació.

Les arts escèniques enforteixen la cohesió social:

- Creant espais de trobada i diàleg, ofereixen espais per a la trobada i el diàleg entre persones amb mirades diverses, cosa que enforteix la cohesió social.
- Promovent la participació ciutadana, a través de tallers, projectes comunitaris, programes educatius, poden fomentar la participació de tothom en la vida cultural de la ciutat.
- Generant un sentiment de pertinença, es pot contribuir a crear un sentiment d'identitat i pertinença a la comunitat, i enfortir així el teixit social.

Les arts escèniques impulsen el desenvolupament social:

- Estimulant la creativitat i la innovació, tant en els artistes com en la comunitat, contribuint al desenvolupament d'una societat més activa i amb esperit crític.
- Generant ocupació i oportunitats laborals, ja que el sector de les arts escèniques crea llocs de treball directes i indirectes, des d'artistes i companyies fins a tècnics i personal de producció i de gestió cultural, i també impulsa l'economia local.
- Aportant activitats per al turisme cultural que visita la ciutat, les arts escèniques —en aquest cas amb propostes com el Festival d'Estiu al Camp de Mart— poden ser un atractiu turístic i moure nous tipus de públic que habitualment no tindrem a les programacions d'arts escèniques de la ciutat durant la resta de la temporada.

2.3. Principals reptes identificats

Des de l'organització es tenen identificats els principals reptes que es volen assolir amb tot aquest treball de reflexió al voltant de la gestió de la comunicació de l'àrea d'arts escèniques. Són els següents:

- Definir una identitat visual sòlida i que doti de personalitat pròpia l'activitat que es genera des de l'àrea d'Arts Escèniques. Una identitat visual i gràfica que sigui coherent i estigui cohesionada amb la marca general de TGN Cultura.
- Construir un relat atractiu i potent que ajudi a remarcar tota la tasca de l'àrea, i no només la programació d'activitats i l'agenda. Un relat que connecti amb la ciutadania i que transmeti els valors associats a les arts escèniques.
- Aconseguir que el relat es transmeti de manera coherent per tots els canals de comunicació i adaptat a cadascun d'ells.
- Assegurar que la gestió i la planificació de la comunicació sigui col·legiada entre tots els agents i d'una manera més directa.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Fer i millorar el seguiment, l'avaluació i l'anàlisi de les accions de públics i no públics per adaptar i millorar les estratègies a partir dels resultats.
- Incloure la mirada de la mediació en un espai més central en la gestió de les arts escèniques, així com en la comunicació.
- Millorar la divulgació de les accions de mediació, que hauran de ser progressivament més presents en els programes i les accions que es desenvolupin.
- Millorar l'atenció directa amb els usuaris (presencialment, telefònicament i virtualment).
- Millorar el sistema d'informació digital a través del web, així com el procés de compra d'entrades.
- Aconseguir una comunicació de carrer més estable i que abasti tot el Camp de Tarragona i no només el centre de la ciutat, amb l'objectiu d'arribar a tota la ciutadania i obrir-se a tothom.
- Disposar d'una persona a l'equip que es pugui encarregar de coordinar la comunicació i fer un treball en benefici d'una estratègia de comunicació més eficient, planificada i basada en objectius i públics. Ajudaria també a poder transmetre missatges, relat, necessitats i indicacions principals a tots els proveïdors externs que intervenen en diferents aspectes de la comunicació: agències de xarxes socials, dissenyadors gràfics/web, fotògrafs i realitzadors de vídeo.
- Eixamplar la visibilitat de la programació més enllà de la ciutat de Tarragona, abastant la resta de barris i poblacions circumdants (Camp de Tarragona).
- Arribar al públic jove i a nous públics.

2.4. Missió, visió i valors**Missió**

Facilitar i promoure l'accés a les arts escèniques a tots els ciutadans de Tarragona, enriquant les seves vides a través d'experiències culturals diverses, inclusives i de qualitat, en alineació amb la missió general de Cultura, que es concep com una eina per enfortir el teixit cultural de la ciutat, promovent la cultura com a pilar de cohesió social, inclusió i identitat local.

Missió centrada en les persones:

- Prioritzar l'accés. Enfocar-se a eliminar barreres i fer que les arts escèniques siguin accessibles per a tothom.
- Enriquir vides. Reconèixer l'impacte positiu de la cultura en el benestar individual i col·lectiu.
- Oferir diversitat i inclusió. Assegurar que la programació reflecteixi la diversitat de la comunitat i que tots se sentin benvinguts.
- Promoure la qualitat. Comprometre's a oferir experiències artístiques d'alt nivell.

Visió

Ser un referent en la gestió cultural, reconegut per l'excel·lència de la seva programació, la participació ciutadana i la creació d'una comunitat activa i interessada en les arts escèniques.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

La visió ha d'anar totalment alineada amb la que marca el Pla estratègic Tarragona Cultura: ser un referent cultural inclusiu, creatiu i innovador que preservi i reconegui el valor del patrimoni històric de Tarragona, a la vegada que impulsa noves formes d'expressió i atreu nous públics. Aspirar, en definitiva, a una ciutat on la cultura sigui una part essencial de la vida quotidiana que contribueixi al desenvolupament personal i col·lectiu, i alhora consolidi Tarragona com un centre cultural de projecció.

Visió centrada en les persones:

- Fomentar la participació ciutadana i la mediació cultural. Involucrar la comunitat en la presa de decisions i en la vida cultural de la ciutat.
- Crear comunitat. Promoure la connexió i l'intercanvi entre els ciutadans a través de les arts escèniques.
- Aspirar a l'excel·lència. Buscar oferir el millor al públic.

Valors

- Accessibilitat. Eliminar barreres econòmiques, físiques i socials perquè tots puguin gaudir de les arts escèniques.
- Inclusió. Celebrar la diversitat i garantir que la programació reflecteixi la riquesa cultural de la comunitat.
- Participació. Fomentar la implicació activa dels ciutadans en la vida cultural de la ciutat.
- Innovació. Explorar noves formes d'expressió artística i de connectar amb el públic.
- Sostenibilitat. Comprometre's amb pràctiques responsables que protegeixin el medi ambient i promoguin el desenvolupament social.
- Transparència. Actuar amb honestat i claredat en la gestió dels recursos públics. Comunicar i retre comptes de les accions, entenent-ho com un servei públic que forma part de la riquesa que tots tenim en comú.
- Col·laboració. Treballar en xarxa amb altres institucions i agents culturals per enfortir el sector.
- Vivència i inspiració. Les arts escèniques promouen una experiència personal, singular, inspiradora i transformadora en un espai públic i compartit. Ha de procurar que el públic tingui una experiència de qualitat que contribueixi a potenciar el seu pensament crític i el seu gaudi intel·lectual i estètic.
- Educació. Servei orientat a l'aprenentatge de continguts i també de procediments i de valors de totes les persones; al desenvolupament i la promoció de la creativitat col·lectiva i individual, i a la potenciació d'un esperit crític basat en la solidesa del coneixement.
- Compromís. Atents als canvis i compromesos socialment amb la cerca del benestar general per sobre del particular, i fomentar la cooperació i la solidaritat amb les necessitats col·lectives. Estretament vinculats a la ciutat i al territori, esdevenint un motor de transformació cultural i motiu d'orgull i satisfacció per als habitants de Tarragona.

2.5. Anàlisi DAFO

Debilitats

1. Pressupost poc dimensionat en funció de l'estratègia de comunicació.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

2. Poc equip intern per gestionar i coordinar la comunicació d'una manera més estratègica i cohesionada, fet que afavoreix la dependència d'empreses externes i la dispersió dels missatges.
3. Limitacions que porta la dependència de concursos públics i que obliga a canvis constants de proveïdors de comunicació.
4. Manca d'una imatge corporativa més desplegada i no adaptada a l'àrea d'Arts Escèniques. Inexistència d'un manual gràfic corporatiu que marqui la línia visual i gràfica per unificar i cohesionar.
5. Un web que no afavoreix la cerca d'informació i la compra d'entrades.
6. No poder aprofitar bé l'impacte a les xarxes socials, que són generals de Cultura, cosa que fa que les arts escèniques perdin visibilitat.
7. Falta d'una estratègia més basada en objectius i públics per poder ser més eficients i arribar als nostres públics habituals i captar-ne de nous.

Amenaces

1. Un ciutadà crític amb les propostes que venen de l'àmbit institucional.
2. Públic jove desvinculat.
3. Dispersió de la comunicació d'escèniques, donada la seva dependència dels canals oficials de Cultura.
4. L'oferta d'activitats com Santa Tecla o altres activitats més populars, que acaben ocupant molt espai als canals comunicatius (sobretot digitals), i que també poden ser competència de la programació d'arts escèniques.
5. Falta de suport per part del sector privat, amb dificultats per aconseguir patrocinis o col·laboracions amb empreses.

Fortaleses

1. Una oferta d'arts escèniques diversa i de qualitat.
2. Equip de comunicació i suports comunicatius propis (web, butlletins, publicitat, premsa).
3. Un públic receptiu a l'oferta.
4. Bons equipaments culturals i patrimonials a la ciutat.
5. Una geografia excepcional per a l'activitat cultural i ubicació estratègica per poder atreure públic de fora.
6. Disposar d'un pressupost públic que serveix de garantia i preservació de l'activitat.

Oportunitats

1. Ser més eficients amb els recursos dels quals disposa l'Ajuntament.
2. Fer arribar la cultura a un públic més ampli i divers, amb especial atenció al públic jove.
3. Esdevenir, encara més, un referent cultural per la singularitat i l'excel·lència de les propostes escèniques.
4. Ser un motor social per generar relacions i comunitats actives.
5. Valors associats a les arts escèniques en viu.
6. Aprofitament de les noves tecnologies per facilitar l'accés a la compra d'entrades, obtenir informació i interactuar amb el públic.
7. Desenvolupament de nous públics a través d'ofertes artístiques especialitzades (música, familiar, joves, etc.).

3. Públics objectius

3.1. Identificació de segments clau

L'Ajuntament de Tarragona vol promoure l'activitat escènica entre tota la població tarragonina, donada la seva responsabilitat com a organització pública i també amb projecció al Camp de Tarragona. És per això que té la missió de servei municipal en aquest àmbit i ha de fer polítiques culturals diverses, accessibles i adreçades a tota classe de públic.

Tot i saber que els programes i la comunicació s'adrecen a tota la població, es distingeixen diferents tipus de públic en funció dels seus interessos, edats, procedència, barris, etc. Actualment, sobretot a l'àrea d'Arts Escèniques, s'està treballant la segmentació que es pot extreure de la compra d'entrada, per l'especialitat artística: teatre, dansa, música, circ, familiar, òpera, música simfònica. L'altre gruix de la segmentació de què es disposa són grups, companyies, entitats, associacions, etc. A mitjà termini es preveuen crear i treballar-hi des d'una plataforma unificada (en aquest moment s'hi està treballant amb Teknecultura i l'opció de contractació de l'eina Tekneaudience).

Alguns reptes destacats en matèria de gestió i desenvolupament de públics serien aquests:

- Treballar d'una manera planificada i estratègica, i sota el paraigua d'una eina tecnològica que permeti unificar dades i segments, i així poder treballar la comunicació d'una manera més directa i a la carta, amb l'objectiu d'aconseguir un missatge més precís, eficient i amb resultats (vendes, crear interès i expectativa, interès per la cultura).
- Arribar als públics que habitualment no assisteixen als teatres i que encara no han comprat entrades (aquí serà important mesurar els esforços, donat que a vegades dona millors resultats treballar com fidelitzar el públic que ja tenim que no anar a buscar-ne de nous).

Segments clau genèrics

Públic assistent

Públic actiu/sector/col·laboradors

Persones que formen part del sector artístic (gestors, programadors, artistes, etc.). Participen en la cultura de manera activa. Organitzadors d'activitats culturals des d'entitats, associacions, etc.

Públic fidel

Assistents regulars d'arts escèniques de la ciutat, interessats en la programació i l'activitat que es genera; consulten regularment i s'informen. Proactius, amb diferents nivells de freqüència, que prenen algun tipus de compromís de regularitat de consum (abonament o similar). Segueixen perfils de les xarxes socials i el web i estan subscrit a butlletins que els interessen.

Públic ocasional

Espectadors que participen en diferents activitats de manera ocasional, amb diferents nivells de freqüència, i que prenen la decisió de consum en cada ocasió com a reacció a estímuls de l'entorn (proposta de valor que capta la seva atenció, política de preus, etc.).

Públic novell

Públics que han tingut una primera experiència o diverses, superant determinades barreres o resistències, però que encara no tenen interessos consolidats ni gustos definits.

Públic objectiu

Públic latent

Persones que tenen interès per participar en determinades activitats a causa de la interiorització dels valors o interessos de tercers, però que no hi han pogut accedir a causa de determinades barreres o resistències (informatives, econòmiques, de temps, d'oferta).

Públic en formació

Individus que es troben en etapes formatives, reglades o no reglades, que els permeten, o els permetran en un futur, descobrir i desenvolupar sensibilitats afins a la proposta de valor.

Comunitats/grups d'interès

Grups d'individus que comparteixen sentit de pertinença, gustos ètics, estètics o ideològics i que mostren especial interès en determinades temàtiques, línies programàtiques i propostes de valor.

Públic potencial

Públic captiu

Individus que tenen una capacitat de decisió nul·la, limitada o esbiaixada i assisteixen a determinades activitats a conseqüència d'una relació establerta amb l'acompanyant (parelles, progenitors, avis/àvies, cuidadors/es, etc.). No coneixen l'oferta cultural i estan bastant desvinculats de l'activitat escènica. Es tracta d'un públic ampli, i per captar-lo caldrà adaptar accions de comunicació. L'esforç per arribar-hi és elevat, i cal valorar els recursos a destinar per l'alt cost que té captar-los.

No públics

Persones que no tenen interès per la proposta oferta, probablement perquè no han tingut cap experiència significativa que hagi generat interès o perquè el cost d'oportunitat de captació d'aquest públic no és sostenible.

Segments clau: altres perfils de segmentació i públics potencials

Públic generalista (vol viure experiències)

Hi ha un ventall de persones molt ampli i divers amb interessos per les arts escèniques (grans noms d'autors, actors reconeguts, directors d'escena rellevants). Els interessa una cultura més general i comercial; no es relacionen amb la cultura de forma permanent, però gaudeixen del fet cultural. No busquen activament les propostes, però tenen detectades les activitats més importants, gaudeixen de les experiències i valoren la qualitat de les propostes. Es tracta d'un públic més adult, que se sol informar a través dels mitjans de comunicació, la publicitat de carrer i els programes de la temporada.

Públic amb interessos per la creació contemporània

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Entre quinze i cinquanta anys, actiu i interessat en les tendències, la tecnologia, la gastronomia i la cultura. Molt informat i connectat, i que té la cultura com un espai clau de la seva socialització.

Públic infantil i juvenil (àmbit educatiu)

Es troben en la seva etapa educativa, especialment infantil i juvenil, i per tant la seva connexió amb les arts escèniques vindrà per l'escola. Sector prioritari en la comunicació, perquè és el públic del present i del futur (consumidors, creadors, gestors, etc.). Tenen molt a dir i agraeixen que se'ls tingui en compte amb accions participatives. És important treballar també amb les àrees d'Educació i Joventut de l'Ajuntament.

Públic familiar

S'informa molt de l'activitat escènica d'àmbit familiar, busca plans i oferta per fer conjuntament pares, fills, avis, tiets, etc. Participen en les propostes i són prescriptors, i és important fidelitzar-lo amb comunicacions diferenciades i segmentades.

Públic jove

Tarragona és una ciutat universitària i cal treballar de la mà amb les universitats, com també amb els àmbits d'Educació i Joventut de l'Ajuntament. Són persones actives, en un moment vital en què la socialització és un espai prioritari, obertes a nous aprenentatges. Interessades per propostes híbrides, experiencials, i que promoguin valors com la sostenibilitat, la igualtat de gènere o els drets humans, entre d'altres. És important trobar el relat, el llenguatge, els continguts i els canals adequats per comunicar-s'hi. Els agrada sentir-se interpel·lades per les propostes artístiques, així com per la comunicació. És important integrar-les en processos de creació i programes participatius, així com fer-les sentir que formen part de la comunitat.

Públic gran (jubilats i tercera edat)

Disposa de temps lliure i busca propostes de qualitat, que aportin benestar i coneixement i siguin una manera de socialització. És interessant convidar-los a formar part de processos de creació (tallers oberts, assajos, etc.) per integrar-los en el teixit cultural.

Públic vulnerable

En la missió de fer la cultura accessible per a tothom, cal destinar una especial atenció a les persones amb risc d'exclusió social per motius socioeconòmics, de limitacions físiques o mentals, d'aïllament social o per la barrera de la llengua o la tecnologia. La comunicació ha de ser accessible, posant-les al centre i donant-los visibilitat.

3.2. Anàlisi de comportament del públic actual (canals que utilitza)

Actualment els canals i mitjans que es fan servir per comunicar i informar els ciutadans són diversos i no excloents, i marquen la relació actual organització-públics.

Entorn digital**Entorn fora de línia*****Digital***

- Butlletí
- Xarxes socials
- Web
- Publicitat digital

Fora de línia

- Cartelleria
- Marquesines
- Opis
- Banderoles
- Notes de premsa
- Dossiers
- Programes de mà
- Publicitat a mitjans

Entorn formatiu/informatiu**Entorn comercial*****Formatiu-informatiu***

- Informació general sobre les activitats/programacions
- Accions per grups d'interès
- Activitats addicionals: tallers, col·loquis, presentacions, trobades
- Escoles (flyer)

Comercial

- Venda d'entrades (*ticketing*)
- Sortejos i promocions
- Abonaments
- Descomptes

Entorn d'interacció unidireccional/multidireccional***Unidireccional***

- Butlletí
- Cartelleria/elements de carrer
- Notes de premsa
- Programació artística
- Publicitat en línia
- Web

Multidireccional

- Xarxes socials
- Tallers i espais de trobada
- *Ticketing*
- Rodes de premsa
- Presentacions

4. Anàlisi de la comunicació actual***4.1. Revisió del relat i el contingut***

En general, es troben a faltar continguts i relat que permetin visibilitzar tot el treball que hi ha darrere de les arts escèniques dins de TGN Cultura. Actualment, la major part del contingut publicat es limita a la promoció d'activitats, espectacles i concerts, sense explorar altres formats que puguin mostrar l'esforç creatiu, el procés artístic i les històries humanes

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

que hi ha darrere d'aquestes activitats. És essencial que es desenvolupi un contingut més emocional i enriquidor, que connecti de manera més profunda amb les persones i mostri la diversitat i les moltes capacitats de què disposen les arts escèniques. Cal fer millores perquè cal incrementar la consistència i la coherència en el relat i el contingut en tots els canals i formats de comunicació. La manca d'una estratègia unificada i clara fa que la comunicació vagi per lliure, sense una planificació que asseguri la cohesió entre els diferents formats i suports.

On es podria treballar millor el relat seria en l'àmbit digital, que dona més diversitat d'espais per treballar amb formats com el vídeo o la fotografia i crear una narrativa que pugui explicar tots els valors associats a l'àrea, a banda de promocionar també les activitats en si.

- **Absència de diversitat de continguts a les xarxes socials.** Les publicacions es limiten principalment a la promoció d'activitats mitjançant cartells i fotografies promocionals, sense explorar altres formats com ara vídeos, entrevistes, curiositats o continguts més humans (*backstage*, històries dels artistes, etc.). Això limita la capacitat de generar interès i connexió emocional amb el públic.
- **Manca d'una narrativa unificada.** No hi ha cap fil conductor o relat que connecti les publicacions i les faci reconeixibles, cosa que dificulta la identificació de l'àrea d'Arts Escèniques dins de l'oferta global de TGN Cultura.
- **Desconnexió entre les plataformes digitals.** Encara que hi ha intents puntuals d'adaptar dissenys o continguts a diferents canals (web, xarxes socials, butlletins d'informació), això no es fa de manera sistemàtica ni coherent. Cada plataforma sembla funcionar de manera independent, sense una estratègia comuna que unifiqui el missatge.
- **Falta de planificació i periodicitat.** En l'àmbit digital no es percep una organització clara ni un calendari de publicacions que tinguin en compte el contingut i el públic objectiu. Aquesta manca de planificació afecta la capacitat de transmetre un relat sòlid i coherent.
- **To de comunicació.** El to de comunicació no està unificat ni adaptat segons el canal de comunicació. Actualment, el to és massa institucional i formal, cosa que pot dificultar la connexió emocional amb el públic. Caldria treballar una estratègia editorial que asseguri que el llenguatge sigui consistent, efectiu i adaptat a les necessitats de cada canal.
- **Identitat gràfica poc coherent.** Hi ha una manca de cohesió visual entre les publicacions, cosa que dificulta que aquestes siguin reconeixibles com a part de l'àrea d'Arts Escèniques. Aquesta absència d'identitat visual redueix la seva efectivitat i diferenciació.
- **Impacte negatiu en el relat global.** La falta de coherència i diferenciació fa que el contingut específic de l'àrea quedi diluït entre la resta de publicacions. Això afecta la seva visibilitat i dificulta que el públic pugui identificar-lo i connectar-hi.

4.2. Revisió de canals de comunicació i suports utilitzats

4.2.1. Identitat gràfica i visual

Actualment, l'àrea d'Arts Escèniques no compta amb una identitat gràfica pròpia que permeti visibilitzar-la de manera clara i diferenciada dins de la marca global. El manual d'identitat gràfica de TGN Cultura inclou el logotip, la tipografia i la paleta cromàtica, però

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

té un abast limitat. Es tracta d'un manual molt logocèntric que no preveu una aplicació extensiva d'aquests elements en els diferents suports i àrees. Això afecta especialment l'àrea d'Arts Escèniques, on manca una aplicació visual específica i coherent en materials com són cartells, vinils, senyalització o xarxes socials.

L'equilibri entre la coherència visual de la marca i la personalització segons les activitats o el públic s'aconsegueix adaptant colors, enquadraments i detalls visuals per a cada cicle o temporada. Així mateix, s'ha identificat la manca d'icones o logotips específics per a espectacles familiars que en facilitin la identificació a les graelles generals i als materials impresos.

Hi ha dos manuals corporatius per separat: el de TGN Cultura i el de l'Ajuntament. El de TGN Cultura és recent i, malgrat que incorpora aplicacions bàsiques per garantir una convivència conjunta, encara està poc desenvolupat. Això permet més flexibilitat per adaptar-se a les necessitats específiques de l'àrea. En canvi, el manual de l'Ajuntament és més estricte i limita les aplicacions i variacions possibles.

El logotip TGN Cultura (Pantone 3155) i el color corporatiu del Teatre (Pantone 193 C) aporten una base coherent. Tot i això, encara es troben a faltar recursos visuals que ajudin a personalitzar cadascuna de la resta d'àrees que la integren, com la música, la dansa, l'òpera, el circ i els espectacles familiars. Això dificulta la identificació clara i diferenciada de cadascuna dins del conjunt d'arts escèniques i, per extensió, dins de la marca global de TGN Cultura.

4.2.2. Estratègia digital: xarxes socials, butlletins i web

L'estratègia digital de l'àrea té com a objectiu principal difondre el servei públic d'arts escèniques i música per augmentar el coneixement i l'abast de les activitats culturals. Aquesta estratègia està alineada amb els objectius generals de comunicació de l'Ajuntament, però amb un enfocament més orientat a la comunicació cultural directa i a l'ampliació de l'audiència d'aquest servei públic.

1. Objectius de l'estratègia digital

- Difusió del servei públic. Incrementar el coneixement de les activitats i els serveis mitjançant canals digitals.
- Ampliació de l'audiència. Arribar a segments de públic més amplis, amb especial èmfasi en aquells que desconeixen l'oferta cultural del Camp de Tarragona. També es busca una atenció especial a les propostes gratuïtes o d'accés lliure.
- Increment de la participació. A través d'una comunicació més efectiva, es pretén augmentar l'interès per les activitats i involucrar nous públics.

2. Reptes identificats en l'estratègia

Tot i que s'han definit objectius clars, hi ha reptes estructurals i comunicatius que limiten l'efectivitat de l'estratègia digital:

- Manca d'una imatge diferenciada. Els continguts digitals relacionats amb l'àrea d'Arts Escèniques es publiquen sota la imatge general de TGN Cultura, sense elements gràfics, icones o una narrativa pròpia que identifiqui específicament aquesta àrea dins del conjunt cultural de la ciutat.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Limitacions per arribar al públic jove. L'estratègia digital no acaba d'assolir un dels grans objectius de l'àrea, que és connectar millor amb el públic jove. Aquesta audiència considera els canals digitals com una referència principal d'informació i comunicació, i és imprescindible adaptar els continguts per captar-ne l'atenció, així com establir-ne una relació-víncle.
- Caràcter unidireccional dels canals digitals. Actualment, la comunicació digital té un enfocament predominantment informatiu, amb poc espai per a la participació o la interacció amb els usuaris.

3. Alineació amb els objectius generals

L'estratègia digital de l'àrea complementa els objectius generals de Cultura de l'Ajuntament, que estan més centrats en la difusió institucional i corporativa. En canvi, aquesta àrea se centra en una comunicació més directa i a ampliar l'abast i la participació en els serveis culturals.

A continuació, es presenta una anàlisi detallada dels canals digitals per identificar oportunitats i reptes que permetin enfortir l'estratègia i aconseguir un impacte més gran en la comunicació digital de l'àrea.

4. Objectius específics i canals digitals

- Objectius específics a mitjà i llarg termini:

A mitjà termini: transmetre el sentiment de pertinença o afiliació entre els participants i el públic, a través de la comunicació activa de les activitats generades i una millor connexió amb l'audiència.

A llarg termini: aconseguir el reconeixement dels serveis oferts, especialment la programació d'activitats professionals d'arts escèniques, així com altres activitats de mediació, reflexió i promoció de l'accessibilitat que, tot i ser essencials, sovint queden més invisibilitzades en la comunicació.

- Canals digitals utilitzats:
 - Xarxes socials: especialment a través de publicacions regulars per mantenir el contacte directe amb la comunitat.
 - Butlletins i màrqueting per correu electrònic: amb l'objectiu de mantenir informats els usuaris de les activitats i programacions.
 - Web: per a la publicació i informació detallada de la programació i els serveis.
 - Col·laboracions i aliances: col·laboracions amb altres entitats per ampliar l'abast i la visibilitat de l'activitat.
 - Publicitat digital: per a promocions específiques de certs esdeveniments i activitats.

Aquest enfocament integral a través de diferents canals permet garantir una comunicació digital més eficient, amb l'objectiu d'ampliar l'audiència i millorar el reconeixement i la percepció del servei públic d'arts escèniques.

5. Xarxes socials

- Objectius principals

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

L'objectiu principal de la presència de l'àrea en xarxes socials és difondre el servei públic d'arts escèniques i música, promovent el paper de les arts escèniques com a eina per generar una comunitat més creativa, reflexiva i empoderada. A més, s'hi inclou l'objectiu de fidelitzar el públic, ajudar a la venda d'entrades i crear una comunitat que se senti atreta pels valors que promouen les arts escèniques.

- Narrativa i missatge clau

Actualment, la narrativa a les xarxes socials se centra en la difusió d'activitats. Tanmateix, falta desenvolupar una narrativa més consistent que vagi més enllà de la informació d'esdeveniments i programacions. La creació d'una història més clara i coherent pot ajudar a reforçar el missatge global i millorar la percepció de l'entitat. El missatge hauria de transmetre no només el què, sinó també el perquè de les activitats, amb un enfocament més emocional i de connexió amb la comunitat, destacant l'impacte cultural, social i de creixement personal i col·lectiu de les arts escèniques.

- Comunicació i comunitat

Les xarxes socials, en general, tenen un to formal i institucional, amb poca interacció i participació per part de la comunitat. Això limita les oportunitats de generar diàleg i implicació amb els usuaris. Tot i que els sortejos d'entrades són un element per promoure la interacció, és important incentivar més la participació activa i la creació de debat per connectar més profundament amb l'audiència. El fet que les xarxes socials siguin bastant unidireccionals pot afectar el sentiment de pertinença i comunitat, que és clau per a la fidelització i el creixement dels canals.

- Publicitat i promoció

En les campanyes de pagament, es detecta un cert caràcter reactiu en la selecció d'espectacles per promocionar, enfocada als muntatges amb menys demanda. Les campanyes, tot i estar ben segmentades, es fan de manera molt propera a la data de l'espectacle, la qual cosa pot limitar l'eficàcia de la publicitat i la venda d'entrades. A més, la falta d'una planificació anual fa que no es pugui aprofitar el màxim potencial dels recursos destinats a la publicitat en xarxes socials.

INSTAGRAM @TGNCultura

1. Imatge

El perfil d'Instagram de TGN Cultura presenta algunes dificultats pel que fa a la visibilitat i la diferenciació de l'àrea d'Arts Escèniques. Aquesta àrea no compta amb una imatge pròpia clara i coherent.

- Arxiu destacat amb el nom «Arts escèniques», que utilitza com a icona una màscara típica de teatre, però amb un color aleatori. Això no té cap relació amb una identitat gràfica consolidada.
- Dins del destacat, es poden veure histories (*stories*) amb el disseny del programa físic actual, basat en el color taronja. No obstant això, aquest disseny és temporal i no es manté durant tot l'any, cosa que dificulta establir una associació clara amb l'àrea.
- Pel que fa al *feed*, els continguts d'arts escèniques no són fàcilment identificables. En algunes publicacions recents s'utilitza el format de carrusel, i a la segona imatge, que

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

queda oculta, es mostra el mateix disseny que es veu a les històries i al programa físic, adaptat al format del *feed*, però aquesta aplicació és esporàdica i no garanteix una coherència visual consistent.

- A més, com que el perfil és global i inclou una gran varietat de continguts culturals, les publicacions relacionades amb l'àrea d'Arts Escèniques sovint es dilueixen entre altres temàtiques. Això fa que l'àrea no sigui prou visible ni diferenciada dins del perfil.
- Aquesta manca de diferenciació evidencia la necessitat d'una estratègia de comunicació específica per a l'àrea, que permetria destacar més clarament els seus continguts dins de TGN Cultura.
- També hi ha publicacions que no estan adaptades al format correcte, cosa que provoca que textos o elements visuals es tallin. Això dificulta la comprensió i la presentació coherent dels continguts, la qual cosa impacta negativament en l'eficàcia de la comunicació.

2. Tipus de contingut

Instagram s'utilitza per mostrar la gran diversitat d'activitats i serveis de l'Àrea de Cultura, amb una combinació d'apunts i històries. Aquesta estratègia visual permet mantenir el públic al dia de les activitats programades i les iniciatives de la ciutat, i facilita la difusió de contingut en diferents formats (imatges, vídeos, carrusels, etc.). A més, Instagram és ideal per connectar emocionalment amb el públic, ja que és una plataforma molt visual, i el contingut sovint reflecteix la vivència de la cultura local, els moments destacats d'espectacles i altres activitats.

Tot i així, la gran quantitat de contingut que es publica pot provocar que es perdi el relat general o que es barregin publicacions de contextos i programacions molt diverses. Això pot dificultar la coherència i la connexió d'aquells seguidors que busquen informació més específica o un fil conductor clar. Per exemple, una combinació de publicacions sobre esdeveniments de diferents cicles culturals o activitats que no estiguin connectades entre si pot generar una sensació de desordre. Aquesta falta de segmentació i planificació del contingut pot diluir la identitat de la marca i confondre l'audiència sobre el missatge que s'està transmetent.

3. Freqüència de publicació

Amb uns 8.900 seguidors, aproximadament, el compte d'Instagram publica entre una i dues informacions al dia. Aquesta freqüència permet mantenir una presència constant, però el volum de publicacions pot ser limitat quan es compara amb altres perfils amb més seguidors o amb una estratègia de contingut més intensiva. Tot i que la publicació diària és adequada per mantenir l'atenció, cal ser més estratègic amb la planificació, ja que la publicació es pot diluir fàcilment entre la saturació d'informació d'altres àrees.

A pesar que la freqüència de publicació és bona, la qualitat de cada publicació i la seva coherència poden beneficiar-se d'una estratègia de contingut més enfocada. A més, les històries són una eina poderosa per mostrar el dia a dia de la cultura local, però cal evitar-ne la saturació i garantir que cada història sigui d'interès per a l'audiència.

4. Estratègia de contingut i segmentació

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

A pesar que la plataforma se centra en contingut visual, és necessari revisar l'estratègia de publicació per garantir que cada tipus de publicació, ja siguin assajos, residències o altres activitats, estigui ben contextualitzat per evitar que es perdi entre la resta de publicacions.

El calendari editorial sembla estar més orientat a respondre a la informació pública de l'agenda municipal, però pot ser interessant adoptar un enfocament més estratègic i menys reactiu.

X @TGNCultura

1. Imatge

El perfil d'X de TGN Cultura es presenta bàsicament com una agenda, amb només un text informatiu acompanyat d'imatges relacionades amb l'activitat o l'espectacle, però no hi ha un fil conductor que ajudi a associar aquests continguts amb una identitat gràfica pròpia.

- Imatges aïllades i incoherència gràfica. A pesar que en algunes publicacions aïllades s'aplica un disseny coherent amb l'estètica i els colors del programa físic i d'Instagram, aquesta pràctica no es manté de manera constant.
- Manca de continguts pensats específicament. Les publicacions no exploren formats que podrien aportar més profunditat o atractiu. No es fan servir vídeos, tràilers ni altres recursos visuals dinàmics que podrien ajudar a promocionar les activitats de manera més impactant. El contingut es limita a imatges i textos senzills, sense intentar expandir la informació ni implicar més els usuaris.
- Manca de capçalera. Actualment, el perfil d'X no compta amb una capçalera que representi adequadament TGN Cultura. Aquesta manca de disseny visual destaca com una oportunitat perduda per establir una identitat més sòlida i visible en el perfil.
- Cartells externs no adaptats al format de X. S'entén que s'han de publicar cartells externs que no estan adaptats al format del canal, però seria ideal que, en la mesura que sigui possible, s'adaptessin millor a aquest format i es publiquessin amb bona resolució per mantenir una imatge coherent i atractiva.
- Imatges de baixa resolució. En algunes publicacions, les imatges utilitzades no estan en alta resolució, cosa que afecta la qualitat de la informació i crea una imatge negativa del canal. Es recomana, en la mesura que es pugui, fer servir imatges de millor qualitat per garantir una presentació de més qualitat i més professionalitzada.

El perfil d'X té uns 17.400 seguidors, aproximadament, amb un augment constant de 30 a 40 seguidors al mes. Tot i que aquest creixement és bo, el ritme d'adquisició de seguidors és relativament baix, cosa que podria indicar una falta d'estratègies específiques per atreure més seguidors o una visibilitat més gran en altres plataformes.

2. Tipus de contingut

X és una plataforma ideal per a actualitzacions ràpides i converses en temps real. S'hi prioritzen els missatges curts, les notícies d'última hora, els anuncis d'esdeveniments i els enllaços a altres continguts. Quan és possible, es comparteixen tastos en vídeo d'espectacles i actuacions per generar més interacció.

3. Freqüència de publicació

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Es publiquen una mitjana de 400 piulades mensuals, la qual cosa implica una mitjana de 13 a 14 piulades diàries, depenent de l'activitat i la rellevància de les notícies a compartir. El nombre de piulades mensuals sembla adequat per mantenir la presència activa a la plataforma, però aquest volum pot ser també massa elevat si no es distribueixen adequadament i sense una planificació clara. Hi ha dies amb una publicació molt alta (més de 10 piulades), mentre que en d'altres hi ha poques actualitzacions, cosa que pot causar una percepció de discontinuïtat. Seria útil establir una freqüència de publicació més equilibrada i planificada per tal d'evitar saturar l'audiència i assegurar una visibilitat constant.

4. Impressions

Les impressions mensuals superen les 100.000, però fluctuen considerablement segons el mes. Això pot indicar que les piulades de TGN Cultura tenen un bon abast, però la variabilitat en les impressions pot estar relacionada amb la manca de regularitat o la rellevància dels continguts en determinats moments. Per millorar l'impacte, seria important analitzar quin tipus de contingut genera més impressions i ajustar la comunicació en funció de les preferències de l'audiència.

Tiktok

TGN Cultura va iniciar-se en TikTok amb l'objectiu de connectar amb un públic més jove i atreure'l amb un contingut més informal i improvisat. Al principi va generar una certa expectativa, però cal disposar de recursos per fer millors i mantenir activa la plataforma. Això posa en evidència una de les limitacions del Pla estratègic digital: la falta de dedicació per explorar de manera efectiva les potencialitats de les noves plataformes, com ara TikTok, la qual cosa ha impedit aprofitar completament el potencial d'aquest canal per captar l'atenció d'un públic jove i dinàmic, fet que pot limitar el seu impacte a mitjà i llarg termini.

YouTube

Es tracta d'una bona plataforma per a la difusió de vídeos més elaborats, com ara entrevistes o assajos oberts, així com per ser un bon repositori de tot el material de vídeo que es genera. Pel fet de ser un canal general de l'Àrea de Cultura, sempre s'ha de buscar com augmentar la visibilitat de l'àrea d'arts escèniques.

S'hauria de reflexionar sobre com aprofitar millor els recursos que ofereix la plataforma i valorar si es vol que tingui un paper més protagonista en el marc de tota l'estratègia de comunicació. Això també passarà per generar bons continguts audiovisuals, que generin valor i que aportin un bon complement a la resta de canals i continguts.

App**1. Imatge**

Pel que fa a la imatge visual de l'app, hi ha una desconexió entre el seu disseny i el manual bàsic d'identitat gràfica de TGN Cultura. La icona de la TGN Agenda no segueix la tipografia, els colors ni altres elements establerts al manual, fet que provoca una manca de coherència amb la marca global.

Quan s'accedeix a l'aplicació, la interfície es limita a mostrar uns slides amb les gràfiques dels diferents cicles o programacions. No hi ha cap adaptació específica per potenciar les

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

arts escèniques o per destacar la marca de manera diferenciada. Això reflecteix una manca de creixement de marca i d'aprofitament del potencial que podria oferir la plataforma.

En aquest sentit, igual que passa amb la pàgina web, l'aplicació podria beneficiar-se d'una millor personalització visual per a cada àrea d'activitat (música, dansa, òpera, circ o espectacles familiars), utilitzant elements gràfics diferenciadors que ajudin a identificar immediatament les arts escèniques dins de l'entorn global de TGN Cultura. Una millora en aquest aspecte permetria augmentar la visibilitat i l'aprofitament de l'aplicació per dinamitzar la comunicació cultural i fomentar la pertinença de l'audiència.

La TGN Agenda és una eina digital essencial per a la comunicació cultural a Tarragona, creada per l'Ajuntament per centralitzar i difondre activitats d'oci i cultura. Amb l'objectiu de promoure l'oferta local, aquesta aplicació vol acostar la ciutadania i els visitants a la gran varietat d'esdeveniments que tenen lloc a la ciutat. No obstant això, per millorar-ne l'impacte comunicatiu, és important analitzar les seves fortaleeses i els reptes que encara ha d'afrontar.

2. Fortaleeses comunicatives

Les fortaleeses reflecteixen el seu potencial per convertir-se en una plataforma clau per a la vida cultural de Tarragona:

- Centralització de la informació. Recull en un únic espai tota l'oferta d'esdeveniments, cosa que facilita la consulta per als usuaris.
- Evolució positiva en descàrregues. Els pics de descàrregues durant festes com Santa Tecla i altres esdeveniments importants demostren la seva utilitat en moments destacats.
- Imatge institucional. Com a eina vinculada a l'Ajuntament, transmet credibilitat i reforça la seva autoritat en l'àmbit cultural.

Butlletins

1. Imatge

S'envien diferents butlletins amb una capçalera comuna, on s'inclou el logotip de TGN Cultura. Tanmateix, el que varia entre els butlletins és el títol de cadascun, com ara «Descobreix la nova temporada de tardor-hivern». Aquest format, tot i ser consistent en el logotip i la capçalera, presenta una falta de coherència en el disseny gràfic de cada butlletí. A continuació es comenten perquè es puguin millorar en un futur:

- Redundància en els elements gràfics. Al butlletí de tardor-hivern es repeteix el logotip dins del bàner, la qual cosa resulta redundant, atès que ja apareix a la capçalera. També es menciona la temporada (tardor-hivern) tant en el títol com en el disseny, fet que no és necessari.
- Disseny visual inconsistent. Al butlletí de Cultura en Família s'utilitza un color específic (blau) i un símbol. Tot i que aquests símbol i color sí que es fan servir en altres canals, sorprèn que no es recorri a símbols específics per a cada àrea o cicle, la qual cosa podria millorar la identificació i la coherència visual de cada àrea dins de la comunicació global.
- Formats. Les imatges i els vídeos presenten proporcions diferents i formats que no funcionen, que varien segons el butlletí, creant una manca d'harmonia visual. En

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

algunes ocasions les imatges es mostren en diferents mides, i en d'altres els vídeos són mostrats en mida petita, cosa que genera una sensació de poca coherència.

En resum, es recomana una estratègia gràfica clara, amb una aplicació adequada de disseny i formats per a una millor percepció visual i eficiència dels butlletins. Així com també valorar un treball més profund de revisió dels continguts i així poder ser una eina més profitosa, podent segmentar també els continguts i els públics, en funció dels interessos, comportaments de compra, etc.

TGN Cultura utilitza el màrqueting per correu electrònic per promocionar els espectacles i les activitats a través de butlletins, amb els següents aspectes destacats:

- Segmentació de la base de dades. Els subscriptors es divideixen en diferents grups segons el tipus d'espectacle (circ, dansa, música, familiar, etc.) i un grup general que inclou tots els compradors. Aquesta segmentació ajuda a personalitzar les campanyes, tot i que una anàlisi més profunda podria optimitzar encara més els resultats.
- Tipus de contingut enviat. Els butlletins quinzenals inclouen informació bàsica sobre els espectacles (data, hora, lloc, imatge) i enllaços al web i al vídeo tast. Quan es tracta de butlletins específics d'un espectacle, la informació és més detallada.
- Freqüència i rendiment. Es trameten butlletins quinzenals amb la programació de la quinzena següent, amb enviaments addicionals quan es vol destacar un espectacle o una temàtica específics. El rendiment es mesura mitjançant visualitzacions, clics totals i el mapa de clics, però una millor segmentació i ajust de contingut podria millorar els resultats i augmentar la taxa d'obertura i conversió.

A pesar que els butlletins actuals són una bona eina de comunicació, hi ha marge per millorar la personalització, incloent-hi més continguts, amb l'objectiu de fomentar la interacció amb els subscriptors. El mesurament del rendiment podria optimitzar-se encara més per afinar els enviaments i augmentar-ne l'eficàcia.

Web

1. Imatge

Al web de TGN Cultura, l'accés a l'àrea d'arts escèniques és clar i directe, però es poden observar certs aspectes de millora pel que fa a la visibilitat i la coherència visual de la secció dins de la marca global. Malgrat que es fan esforços per destacar l'àrea, encara hi ha oportunitats per tenir més personalització i diferenciació visual d'arts escèniques respecte a altres seccions:

- Ús de bàners i recursos visuals específics. Un cop s'accedeix a l'àrea, es veuen elements visuals específics, com un bàner de la programació actual i un vídeo associat.
- Colors associats a la programació, però no coherents a llarg termini. Els colors utilitzats a la pàgina (associats a la programació de tardor-hivern) ajuden a distingir els diferents cicles dins d'arts escèniques, però aquests colors no semblen ser els elements identificatius permanents de l'àrea. Aquesta falta de coherència visual en l'ús del color pot generar dificultats per establir una identitat clara i diferenciada.
- Adaptació de la informació als formats. Tot i que s'utilitzen recursos visuals específics, la informació no sempre està adaptada als diferents formats de manera òptima. Això pot afectar la visibilitat i l'impacte visual dels continguts.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Integració de l'àrea d'arts escèniques dins de la marca global. L'accés a l'àrea és senzill, i la manca d'elements visuals diferenciadors, com ara símbols o icones que la distingeixin clarament de les altres àrees de cultura, pot dificultar-ne la identificació immediata dins del web.

2. Objectiu principal

El web té com a objectiu principal informar sobre tota la programació i facilitar la venda d'entrades. A més, inclou notícies relacionades amb l'Àrea de Cultura. Es tracta d'un espai essencialment informatiu, amb una estructura institucional que no permet una gran interacció. Els continguts de l'àrea es veuen limitats per aquest format, i s'identifica una necessitat de reformulació de l'estructura i l'organització dels continguts per adaptar-se millor a les necessitats i el funcionament del sector.

- Gestió i actualització de continguts. La pàgina es manté i s'actualitza des del departament de Comunicació Corporativa, amb la col·laboració de l'àrea d'Arts Escèniques, que facilita la informació necessària. Una persona actualitza l'agenda i una altra gestiona l'estructura del web.
- Contingut essencial. Hauria de disposar d'una agenda actualitzada de la programació, així com fitxes completes dels espectacles amb informació clau: sinopsi, fitxa artística, vídeo tast, informació sobre accessibilitat, abonaments i seccions destinades a col·laboracions i coproduccions.
- Captació d'interessats. Actualment no disposa d'un botó per permetre que els usuaris se subscriuguin als butlletins sense ser compradors. Presenta dificultats en la seva usabilitat, ja que resulta complicat trobar informació de contacte directe amb atenció al públic.
- Optimització per a mòbils i SEO. Està optimitzat per a dispositius mòbils i segueix les normatives d'accessibilitat, però seria convenient revisar més a fons aquests aspectes per assegurar-se que es compleixen tots els requisits, tant per a SEO com per a una millor navegació en dispositius mòbils.
- Integració amb altres plataformes digitals. Actualment no està integrat amb altres plataformes digitals (xarxes socials o butlletins informatius). Una integració més gran podria millorar la coherència de la comunicació i afavorir la captació de nous usuaris.
- Redirecció de trànsit des de xarxes socials. El web és el principal canal on es dirigeix tot el trànsit generat a través de campanyes de xarxes socials, butlletins i publicacions a plataformes digitals. Aquest trànsit es redirigeix tant a la web informativa com a la de venda d'entrades. El que interessa és tenir el trànsit cap al web principal de l'activitat i no cap al de la venda d'entrades.
- Venda d'entrades. El web no és el canal principal per a la compra d'entrades. Hi ha una plataforma dedicada específicament a la venda d'entrades, la qual es gestiona de manera separada del web institucional. Aquesta separació genera una experiència d'usuari fragmentada i la desconnexió pot complicar el procés de compra per als usuaris, ja que han de navegar entre dues plataformes diferents per obtenir informació i completar la compra, la qual cosa pot afectar la fluïdesa de l'experiència i, potencialment, reduir les conversions o dificultar l'accés a la informació.

4.2.3. Creació de contingut

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Actualment, la creació de contingut dins de l'àrea se centra principalment en formats informatius que tenen com a objectiu la difusió de la programació. A continuació s'analitzen els tipus de continguts que es generen, així com les seves característiques i la seva adaptació a diferents públics.

1. Tipus de contingut generat

- Cartells informatius
- Butlletins per correu electrònic
- Publicacions en xarxes socials
- Vídeos de presentació de temporades
- Anuncis a mitjans de comunicació
- Publicitat en elements de carrer (banderoles, opis, culeres d'autobusos, senyalística, etc.)

Aquests materials se centren, principalment, en la difusió de la programació i són essencialment informatius. En algunes temporades s'han intentat incloure continguts amb un valor afegit, com entrevistes a dones que fan cultura a Tarragona o el projecte #behindthescenes, però actualment no es generen continguts de caràcter opinatiu ni articles més profunds que aportin valor a la comunicació més enllà de la pura difusió de l'esdeveniment.

2. Continguts exclusius i esdeveniments puntuals

Per a esdeveniments puntuals, com ara espectacles o activitats específiques, s'utilitzen promocions pagades a xarxes socials com Instagram. Així mateix, s'han creat seccions especials en algunes temporades, com les dedicades a les #donesquefancultura o a l'entrevista de persones implicades en el muntatge de programacions, que aporten un valor afegit a la comunicació, allunyant-se de la simple promoció de la programació.

3. To, estil i enfocament del contingut

El to i l'estil de la comunicació no es diferencien clarament en funció dels diferents públics a qui va adreçada. Es veu una diferència en el color i el disseny utilitzat per a les aplicacions de programació orientades a un públic familiar, amb l'ús de colors més amables i visualment atractius. Es podrien establir estratègies més clares per adaptar els continguts a cada segment de públic i aconseguir que el missatge arribi de manera més efectiva a cadascun dels grups objectiu, donada la diversitat tant de les persones com de la programació.

4. Producció externa de contingut

Actualment, part de la creació de contingut es fa a través de col·laboracions amb empreses externes que es fan càrrec de la realització de fotografies i vídeos i del disseny gràfic, així com de la gestió de les xarxes socials. Per tant, aquí seria clau la figura de coordinació de l'estratègia de comunicació (interna) per vetllar perquè tots els agents externs implicats en l'execució de la comunicació treballin sota unes directrius comunes i compartides, que serveixin per aconseguir una unitat en tot el relat i la comunicació.

4.2.4. Publicitat i promoció

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

L'estratègia de publicitat de l'àrea combina accions en mitjans tradicionals i digitals i en suports físics, amb una inversió equilibrada, orientada a arribar tant als públics fidels com als nous espectadors de la ciutat i del Camp de Tarragona.

1. Campanyes en mitjans tradicionals i digitals

En els darrers anys s'han dut a terme accions de visibilitat en mitjans locals i catalans:

- Premsa escrita i digital: *Diari Més*, *Diari de Tarragona*, *La Ciutat*, *Tarragona Digital*, *Surt de Casa*, *Circ de la Cultura*, *Nació Digital*
- Televisió i ràdio: TAC12, Catalunya Ràdio, RAC105, RAC1
- Suplements especials: insercions puntuals en edicions dedicades a festivals i programacions destacades, com el Festival d'Estiu

La presència en mitjans locals i catalans és bona i contribueix a reforçar la proximitat i la visibilitat dins del territori. Seria important tenir indicadors per mesurar-ne l'eficàcia en termes d'abast, impacte o retorn, com ara públic captat o augment de la participació. Aquestes accions resulten útils per als públics habituals, però podrien ser insuficients per atreure audiències més digitals o procedents de fora de la ciutat.

A més, es compta amb la col·laboració de Ràdio Ciutat de Tarragona, des d'on cada temporada es presenta i es comenta la programació.

2. Publicitat digital

Les accions digitals han mostrat un potencial rellevant per arribar a nous públics. Els bons resultats de les campanyes a Google Ads evidencien l'eficàcia d'aquesta eina, però la manca d'eines de seguiment (com píxels de conversió o analítiques avançades) limita la possibilitat de quantificar-ne el retorn. Pel que fa a Spotify, l'experiència demostra que la segmentació del públic és clau, i s'han identificat formats més aptes (música clàssica) i menys aptes (circ o espectacles d'arts escèniques).

3. Publicitat de carrer

La publicitat física segueix tenint un pes central en l'estratègia, especialment a escala local:

- Distribució de cartelleria: repartiment en eixos comercials, barris i establiments com fleques, bars i comerços.
- Suports urbans: tanques de carretera, opis, culeres de bus, plafons puntuals i tòtems distribuïts en punts estratègics de la ciutat.
- Programes de mà: es reparteixen en funció del públic objectiu.
- Distribució a escoles de la ciutat per promocionar la programació familiar.
- Distribució a escoles de dansa amb programacions específiques d'aquesta disciplina.

Les accions de publicitat física tenen un fort impacte local i contribueixen a mantenir una presència constant en punts d'alta concurrència. No obstant això, el seu abast és principalment de proximitat i pot resultar limitat a l'hora d'ampliar audiències al Camp de Tarragona o d'impactar públics més joves.

4. Distribució pressupostària (publicitat i promoció)

L'actual inversió en publicitat i promoció es reparteix de la següent manera:

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Acció digital (gestió de xarxes i campanyes pagades): 20 %
- Impressions diverses i distribució física: 40 %
- Publicitat en altres canals i mitjans: 40 %

L'actual distribució pressupostària reflecteix un equilibri entre accions tradicionals i físiques, però es fa una aposta encara moderada per la publicitat digital i la creació de contingut. Aquesta última representa només el 20 % del pressupost, fet que indica un potencial de creixement per a estratègies més innovadores, segmentades i mesurables. La incorporació d'eines d'anàlisi avançada permetria optimitzar la rendibilitat de la inversió (ROI) i ampliar l'impacte cap a públics més joves i digitals.

4.2.5. Relació amb els mitjans de comunicació

La gestió amb la premsa es pot considerar, en general, que és prou adequada, perquè es manté un treball continuat i sostingut amb els mitjans de comunicació, sobretot en l'àmbit local, fet que posiciona la programació i l'activitat de manera favorable al territori.

S'hauria d'intentar fer un esforç per anar una mica més lluny i establir una relació més propera i continuada amb els mitjans de comunicació. No només pensar en clau d'agenda o venda d'entrades, en la relació amb la premsa, sinó més en clau estratègica en aquest àmbit. No pensar només en els mitjans de comunicació com una font per transmetre la informació (unidireccional) sinó pensar en una manera més relacional (multidireccional). Els mitjans de comunicació de proximitat (Tarragona) i especialitzats (cultura) poden ser uns bons aliats si hi sabem treballar d'una manera més continuada i no només relacionant-nos-hi puntualment o quan tenim una necessitat concreta (roda de premsa, estrena, presentació de temporada, etc.).

És important que se sàpiga diferenciar entre servei de premsa (*publicity*, aquells impactes a mitjans de comunicació que són de contingut, opinió, entrevistes, reportatges i que no paguem) i publicitat a mitjans (que entra dintre de l'àmbit de la planificació de mitjans i la publicitat).

Punts de millora en la gestió amb la premsa i els mitjans de comunicació:

- La no disposició d'un perfil professional especialitzat en la premsa dintre de l'equip d'arts escèniques (dependència del servei de Premsa de l'Ajuntament). La relació directa amb els periodistes només existeix amb els que assisteixen a presentacions presencials.
- No tenir una base de dades pròpia de contactes de periodistes i mitjans (es fa des del servei de Premsa de l'Ajuntament), necessària per poder ampliar contactes especialitzats en cultura i que vagin més enllà de l'entorn local. A banda de poder establir una relació i un vincle amb ells, que va més enllà de trucar-los quan tenim una presentació, estrena, etc.
- Treball amb poca planificació i molt de darrera hora (es convoca els periodistes només amb un o dos dies d'antelació). Una feina de premsa planificada i més anticipada podria ajudar a millorar la visibilitat de la feina, més enllà de l'àmbit local o de proximitat.
- No disposar d'un servei de recull de premsa (*clipping*) que podria ajudar a mesurar les accions de premsa i els resultats i que serviria de cara a futures accions.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- No tenir uns acords anuals de col·laboració amb mitjans de comunicació i, en els casos que n'hi ha, gestionar-los des del servei de Comunicació de l'Ajuntament i no des de l'àrea d'Arts Escèniques, que coneix millor el contingut i sap què és més destacable o noticiable.
- Poca visibilitat en mitjans catalans i premsa especialitzada (cultura, escena, música, familiar, etc.). Es podria treballar per enfortir el posicionament en aquests dos aspectes.
- No disposar d'una sala de premsa al web de l'Ajuntament ni al de Cultura, un espai clau per posar a l'abast dels periodistes materials filtrats i de qualitat en format descarregable. S'estan adjuntant en els correus electrònics quan el servei de Premsa envia una nota de premsa (fotografies, dossier, etc.), i pot fer que molts correus no entrin per motiu de sobrecàrrega de la documentació adjuntada.
- L'espai web de Comunicació i Premsa de l'Ajuntament de Tarragona no està actualitzat, i tampoc s'hi destina un espai a cultura ni a arts escèniques; i els enllaços existents (convocatòries i notícies) no estan actualitzats, inclús algun no funciona, cosa que, de cara als periodistes, no ajuda en relació amb la imatge i el servei públic que s'ofereix.
- Les notes de premsa s'envien de manera molt plana i sense cap referent gràfic o visual d'allò que s'està explicant. Per tant, se'n dificulta la lectura i es perd una bona oportunitat d'impacte. En lloc d'adjuntar materials, seria molt més operatiu un enllaç d'on poder descarregar els materials necessaris per complementar la notícia.

4.2.6. Gestió de públics

És molt positiu que dintre de l'equip d'Arts Escèniques hi hagi una persona dedicada a cuidar l'àrea de públics per poder definir estratègies, eines i necessitats i implementar-les. També té molta importància el fet de comptar amb Teknecultura i l'eina Tekneaudience per treballar la relació amb els públics d'una manera molt més directa, establir vincles i oferir una comunicació més 1:1.

Abans s'han definit els segments de públic amb els quals es treballa i es podria treballar. Caldrà tenir-los sempre en compte d'acord amb els recursos disponibles (humans i pressupostaris) per implementar i executar les accions de manera eficient, amb l'objectiu d'obtenir resultats positius: venda d'entrades, captació de nous espectadors, fidelització dels existents, reconeixement de la tasca de l'àrea i de la importància de les arts escèniques, creació de sentiment de pertinença a la comunitat, etc.

Actualment, és una tasca en què s'està treballant per implementar-hi millores que afavoreixin una gestió que millori els processos (*ticketing*, segmentació, etc.), fet que ajudarà molt positivament a optimitzar la relació entre organització i espectadors/públic i oferir informacions i comunicacions més dirigides a cadascun dels segments amb els quals ens relacionem. La gestió de públics no només afecta l'àmbit de la comunicació, i és per això que també s'haurà de prendre molta consciència des de la mateixa àrea (d'Arts Escèniques i de Cultura) que s'hauran d'activar tota una sèrie d'accions (mediació, programació, política de preus, especialització artística, etc.) que marcaran la línia per crear i mantenir vincles amb la comunitat.

4.2.7. Relacions públiques

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

La dependència de l'àrea de Protocol de l'Ajuntament i no tenir marge d'acció pròpia no ajuda en aquest aspecte. Per tant, és important que des de l'àrea es faci un seguiment i s'estableixin prioritats perquè des del departament de Protocol es puguin executar. Segurament no serà una tasca fàcil, ja que han d'organitzar activitats i accions per a totes les àrees de l'Ajuntament.

Les arts escèniques tenen un component social, de cohesió, de punt de trobada i de beneficis personals i col·lectius que cal aprofitar i destacar. Per això serà important dur a terme activitats i accions encaminades a reforçar tots els valors associats. L'objectiu final és establir vincles forts i propers amb la comunitat, cosa que caldrà tenir present a l'hora de planificar i executar accions.

Actualment, es fan poques accions de relacions públiques i són molt concretes: rodes de premsa (més encaminades a periodistes) i presentacions de temporada (en horari de matí, que no és un bon moment per a un fet més social i obert).

En aquest àmbit, des de l'àrea s'ha de vetllar per cuidar les relacions amb:

- Sector/professió
- Ciutadania
- Teixit empresarial de la ciutat
- Públic jove / escolars / estudiants / comunitat educativa
- Social/entitats/associacions
- Prescriptors

5. Proposta d'accions i mesures

5.1. Identitat gràfica i visual

Per tal d'assolir una millor visibilitat i un reconeixement clar de l'àrea dins de la marca global, cal un enfocament estratègic per enriquir la identitat gràfica. Actualment, l'àrea no disposa d'una imatge visual pròpia prou diferenciada: el manual d'identitat gràfica de TGN Cultura es limita a l'ús bàsic del logotip, la tipografia i la paleta cromàtica, però no inclou una aplicació extensiva d'aquests elements a tots els suports, cosa que afecta especialment les arts escèniques, en què l'absència d'una identitat visual coherent és evident en materials com cartells, vinils, senyalització o xarxes socials.

Amb un enfocament en el creixement de la marca, és fonamental establir una identitat visual pròpia per a les arts escèniques que contribueixi no només a la seva visibilitat immediata, sinó també a la consolidació de la marca TGN Cultura com a referent cultural de la ciutat. A mesura que l'àrea guanyi presència i reconeixement a través d'una identitat gràfica coherent, la marca cultural en conjunt també se'n veurà reforçada i s'incrementarà el seu abast i atractiu entre els ciutadans i els visitants.

Cohesió entre la imatge gràfica d'arts escèniques i la marca global

Per garantir que l'àrea estigui ben representada dins de TGN Cultura, és fonamental establir una línia gràfica pròpia que es complementi amb la identitat visual general. Això es podria aconseguir dissenyant elements específics per a cada disciplina d'arts escèniques: música, dansa, òpera, circ i espectacles familiars. Cadascuna d'aquestes categories necessitarà una

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

paleta de colors, tipografies i icones que les diferenciï i permeti al públic identificar-les fàcilment dins de la graella general d'activitats. Un logotip o icona per a cada disciplina artística, així com un sistema visual flexible, permetria que les activitats s'integressin de manera coherent amb la imatge global de TGN Cultura, i que alhora preservessin la seva singularitat.

Accions concretes per a l'estratègia gràfica:

- Disseny de submarques. Crear submarques visuals per a cada disciplina artística (música, dansa, teatre, etc.), amb elements distintius però sempre relacionats amb la imatge global de TGN Cultura. Això permetrà establir una identitat pròpia per a cada una, alhora que reforçarà el creixement global de TGN Cultura.
- Guia d'aplicació gràfica extensiva. Desenvolupar una guia d'estil que inclogui l'ús de logotips, tipografies, paleta de colors i elements gràfics específics per a cada disciplina. Aquesta guia garantirà la coherència i l'adaptació correcta a tots els canals i ajudarà a mantenir un sistema visual uniforme i flexible.
- Aposta per la flexibilitat visual. Utilitzar un sistema gràfic flexible que permeti adaptar-se a les diferents necessitats de cada activitat, mantenint la coherència global. Això ajudarà a mantenir la singularitat de cada disciplina sense perdre la connexió amb la marca global.
- Aplicació a tots els canals. Aplicar aquesta identitat gràfica als canals digitals (xarxes socials, web, butlletins) i físics (cartells, vinils, senyalització, anuncis), assegurant que l'usuari reconegui de manera fàcil l'àrea d'Arts Escèniques. Aquesta aplicació a tots els canals farà que la marca sigui reconeguda de manera instantània.

Aquestes accions permetrien no només diferenciar l'àrea, sinó també millorar la seva integració dins de l'ecosistema global de TGN Cultura, creant una imatge visual més potent i coherent.

Recomanacions per millorar la visibilitat de les arts escèniques dintre de la marca global de TGN Cultura

Per millorar la visibilitat és essencial garantir que la seva identitat gràfica es fusioni de manera cohesionada amb la imatge general de cultura. Això permetrà que les arts escèniques siguin reconegudes com una part fonamental del panorama cultural de la ciutat, mantenint alhora la seva singularitat i atractiu. Algunes recomanacions per assolir-ho inclouen:

- Dissenyar una línia gràfica diferenciada per a arts escèniques dins de TGN Cultura. Tot i que l'objectiu és mantenir una coherència amb la imatge global de TGN Cultura, és important que les arts escèniques tinguin elements gràfics que les distingeixin. Això podria incloure la creació de sublogotips per a cada disciplina artística (música, dansa, teatre, etc.) que es vincuessin visualment al logotip de TGN Cultura, però amb un enfocament específic per a cada una. Així, les arts escèniques mantindrien una identitat pròpia dins del conjunt global.
- Acció: Crear una línia gràfica pròpia per a cada disciplina artística, dins de l'àrea d'Arts Escèniques (amb variacions de colors, icones o tipografies), que s'integrin al sistema visual global de TGN Cultura.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Establir un sistema de materials gràfics compartit però flexible. Per aconseguir una cohesió visual en tots els suports, cal establir un sistema de disseny flexible que permeti una aplicació adaptada de TGN Cultura a diferents tipus d'activitats i formats. Això implicaria dissenyar plantilles per a cartells, vinils, senyalització i xarxes socials que poguessin ser utilitzades per a qualsevol activitat cultural, però que alhora permetessin que cada disciplina artística tingués la seva pròpia personalitat visual.
 - Acció: Dissenyar plantilles flexibles i modulars per a materials promocionals, amb espais reservats per a logotips de les disciplines artístiques que permetin adaptar-se fàcilment a diferents esdeveniments i activitats.
- Reforçar l'ús de la tipografia i la paleta cromàtica per donar personalitat a les arts escèniques. Una part fonamental de la identitat gràfica és la tipografia i la paleta cromàtica. Per assegurar que les arts escèniques tinguin una visibilitat més clara dins de cultura, es podrien utilitzar colors i fonts específics per a arts escèniques que reflecteixin l'energia, la creativitat i la diversitat del sector.
 - Acció: Incorporar elements de la tipografia i els colors específics per a arts escèniques en la comunicació diària, sense perdre la connexió amb TGN Cultura.
- Crear materials visuals destacats per a les arts escèniques que generin impacte. Perquè les arts escèniques cridin l'atenció dins de TGN Cultura, és essencial que els materials visuals (cartells, anuncis, xarxes socials) siguin creatius i impactants. Els dissenys han de reflectir la diversitat i el dinamisme de les arts escèniques, amb imatges que evoquin emoció i cridin l'atenció del públic.
 - Acció: Crear una línia de cartells i materials publicitaris innovadors i de gran impacte visual, utilitzant imatges potents i evocadores dels espectacles i els artistes.
- Formació i sensibilització interna sobre la importància de la visibilitat de les arts escèniques. Una bona implementació de la imatge gràfica i visual també passa per una sensibilització interna. És essencial que tots els equips que treballen a Cultura comprenguin la importància d'oferir una representació destacada de les arts escèniques a través de la identitat visual.
 - Acció: Organitzar sessions de formació i tallers interns per a tots els responsables de comunicació i disseny perquè tinguin clares les línies i els objectius en relació amb la visibilitat de les arts escèniques.

5.2. Creació i gestió de continguts

Per potenciar la connexió del públic amb l'àrea és imprescindible anar més enllà de la simple promoció d'activitats i apostar per un contingut enriquidor, diversificat i emocionalment rellevant. La creació d'històries al voltant de les propostes escèniques no només augmenta la visibilitat de l'àrea, sinó que també contribueix a generar vincles més profunds amb el públic, fomentant la fidelització i el reconeixement.

Actualment, la manca de diversitat de formats i la desconexió entre els diferents canals digitals són barreres per assolir aquest objectiu. Per això, és essencial disposar d'una estratègia coherent i planificada de creació i gestió de continguts, que permeti destacar els valors i l'esforç que hi ha al darrere, enriquir l'experiència cultural del públic i reforçar el posicionament de TGN Cultura com a referent cultural.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

A continuació, es desenvolupen dues línies d'acció centrals: enriquir el contingut relacionat amb arts escèniques i implementar estratègies de narrativa de marca (*storytelling*) que millorin la connexió emocional amb el públic.

Propostes per enriquir el contingut relacionat amb arts escèniques

Per reforçar la connexió amb el públic i ampliar l'impacte de les arts escèniques, es proposen una sèrie de línies d'acció orientades a diversificar i enriquir els continguts publicats, amb l'objectiu d'oferir una visió més humana, emocional i immersiva que destaquï tant les persones que hi participen com els processos creatius que hi ha al darrere.

- Continguts darrere de les càmeres (*behind the scenes*). Mostrar el procés creatiu i l'esforç col·lectiu que hi ha darrere d'un espectacle o producció:
 - Vídeos curts o fotografies del backstage, muntatge d'escenaris, assajos i moments quotidians de l'equip.
 - Entrevistes amb directors, actors, tècnics i altres membres clau de les produccions.
 - Testimonis dels artistes explicant què els inspira o com han creat les seves obres.
- Històries humanes i curiositats. Crear relats que mostrin l'impacte cultural i personal de les arts escèniques:
 - Relats de com un espectacle transforma l'audiència o els seus participants.
 - Anècdotes i curiositats sobre els espais escènics o les tradicions artístiques de la ciutat.
 - Històries sobre artistes locals emergents o iniciatives innovadores.
- Continguts participatius. Impulsar la participació de la comunitat i el públic amb:
 - Publicacions que animin els usuaris a compartir les seves experiències o fotografies assistint a espectacles.
 - Campanyes que involucrin el públic en processos creatius, com ara concursos o activitats col·laboratives (p. ex., «Dibuixa el teu cartell d'un espectacle» o «Explica'ns la teva experiència»).
- Clubs de lectura teatral o cinefòrums. Organitzar sessions virtuals o presencials on el públic pugui llegir i debatre sobre textos teatrals o veure fragments d'obres emblemàtiques, seguides d'un debat amb creadors, actors o experts.
- Pregunta als artistes. Obrir espais interactius, com ara històries a Instagram o publicacions en altres xarxes, on el públic pugui enviar preguntes als artistes que participen en la programació. Aquestes es poden respondre en format vídeo o text.

Estratègies de narrativa de marca (storytelling) per millorar la connexió amb el públic

La narrativa de marca és una gran eina per establir una connexió emocional amb el públic, i en el cas de les arts escèniques és una manera d'acostar el procés creatiu i l'essència dels espectacles de manera que el públic no només sigui espectador, sinó que se senti part de la història. Les estratègies de *storytelling* no només permeten explicar el que passa dalt de l'escenari, sinó també tot el que hi ha al darrere, aportant profunditat i significat a l'experiència cultural.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

A continuació es presenten algunes estratègies que es poden aplicar per millorar la connexió entre el públic i les arts escèniques:

1. Històries dels artistes i les seves influències. Les històries, influències i processos creatius dels artistes poden connectar fàcilment amb l'audiència local. Aquestes narracions poden centrar-se en com els artistes arriben a Tarragona, què els inspira de la ciutat o com pot influir la cultura local en les seves obres. També es poden explicar les seves motivacions artístiques i els temes que tracten.

Per exemple, es poden crear vídeos curts o entrevistes escrites amb els artistes en què expliquin què els va motivar a crear l'obra i què els interessa de Tarragona o de la seva història. Aquestes històries poden ser compartides a través de les xarxes socials, creant un vincle emocional amb el públic, independentment del seu lloc d'origen.

2. Relats visuals de la preparació i els moments clau de la producció. Encara que els artistes no siguin locals, els processos de creació, assaig i muntatge d'un espectacle són sempre d'interès. Aquestes fases poden generar continguts emocionals que connectin amb el públic, ja sigui a través de vídeos, fotos o fins i tot en estríming d'assajos oberts. L'objectiu és mostrar el que no es veu habitualment: l'esforç i la passió que hi ha darrere de cada producció.

Es pot mostrar a través de fotos o vídeos de bastidor, així com de l'equip tècnic i dels artistes, de com s'enfronten als reptes diaris d'una producció.

3. Experiències dels espectadors com a part de la narrativa. Incentivar la participació activa dels espectadors en la creació de contingut pot ser una eina molt eficaç. Malgrat que els artistes siguin de fora, els espectadors locals poden sentir-se part d'aquesta història i contribuir amb les seves pròpies experiències. Això permet humanitzar l'experiència cultural, fent que els espectadors també se sentin protagonistes de la història que es construeix al voltant de l'espectacle.

Es pot animar els espectadors a compartir les seves impressions en temps real a les xarxes socials durant les funcions; per exemple, publicant una foto amb l'etiqueta de l'espectacle i explicant el que els ha emocionat de l'obra. Aquestes històries personals dels espectadors poden ser compartides pels canals de TGN Cultura, i contribuir així a crear una narrativa col·lectiva.

5.3. Estratègia digital

L'estratègia digital ha de tenir com a objectiu principal maximitzar l'abast i l'impacte de tota l'activitat que es generi i es mostri als canals digitals, per així poder augmentar la visibilitat de les propostes, atreure nous públics, especialment els més joves, i fidelitzar els assistents habituals. Per aconseguir-ho, es proposen dues línies estratègiques: les campanyes de promoció digital, centrades en la difusió i la visibilitat, i l'estratègia de captació i fidelització en línia, enfocada a generar una comunitat activa i compromesa amb les propostes de la programació.

Campanyes de promoció digital

1. Campanyes de publicitat en xarxes socials. Es recomana planificar una estratègia anual de promoció, amb campanyes de publicitat pagada a xarxes socials, especialment Instagram, TikTok i YouTube, per augmentar la visibilitat de les activitats, orientades tant a espectacles amb menys demanda com a aquells amb més afluència, prioritzant sempre les

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

propostes més rellevants i d'interès per al públic objectiu. Es proposa treballar l'estratègia d'anuncis basant-se en la segmentació de públics específics per garantir l'efectivitat dels missatges i la millor resposta dels usuaris.

Per exemple, la promoció d'un espectacle amb aforament limitat a través d'un anunci a Instagram Stories, dirigit a usuaris de la demarcació del Camp de Tarragona, amb una crida a l'acció per aconseguir la venda de les últimes entrades. O la creació d'una sèrie de vídeos curts a TikTok per a un espectacle gratuït, amb moments destacats de l'espectacle anterior i una invitació a assistir-hi.

2. Segmentació i optimització de les campanyes. Dirigir les campanyes a públics específics a través d'una segmentació acurada per garantir que cada activitat arribi a les audiències més afins. I fer també un seguiment i una anàlisi continuats per optimitzar els resultats de les campanyes en temps real.

3. Creació de continguts visuals i interactius. Dissenyar continguts visuals atractius, com ara vídeos curts, cartells digitals i animacions, que ajudin a captar l'atenció del públic. A més, fomentar la interacció a través de dinàmiques participatives, com ara concursos o enquestes relacionades amb les activitats.

Per exemple, la creació d'una sèrie d'enquestes o jocs de preguntes en temps real a Instagram Stories, en què els usuaris puguin votar sobre temes relacionats amb les activitats, com ara quines obres o espectacles els agradaria veure més. Això permetria generar una interacció immediata i un sentiment de participació directa entre l'audiència.

La [Royal Shakespeare Company](#) (RSC), al Regne Unit, utilitza [qüestionaris interactius](#) després de les funcions per obtenir una retroalimentació immediata dels espectadors, així com qüestionaris personalitzats per conèixer millor les seves preferències i oferir-los una experiència més personalitzada.

Estratègia de captació i fidelització en línia

Per aconseguir una captació efectiva i fidelitzar el públic, es recomana treballar en la creació d'una comunitat activa i implicada.

- Captació de públic jove. Desenvolupar accions específiques per atreure el públic més jove a través de canals digitals com TikTok i YouTube. Crear continguts adaptats a aquests formats, amb vídeos breus, reptes i altres dinàmiques interactives que convidin a la participació.
- Màrqueting per correu electrònic i butlletins. Utilitzar el canal del butlletí digital per mantenir una comunicació regular amb l'audiència. A través d'aquest canal es poden difondre activitats, compartir novetats i promocionar esdeveniments. A més, es poden implementar estratègies de personalització per millorar la relació amb el públic i augmentar la taxa d'obertura i interacció (per ampliar informació, vegeu l'apartat 5.5, sobre màrqueting per correu electrònic i butlletins).
- Fidelització i participació activa. Fomentar la participació activa de la comunitat en xarxes socials, buscant un intercanvi constant d'opinions i recomanacions sobre les activitats programades. Introduir dinàmiques com ara enquestes, comentaris interactius i crides a l'acció per generar una comunitat més fidelitzada i activa.

5.4. Xarxes socials

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Les xarxes socials representen una eina fonamental per establir i mantenir el vincle amb els públics d'una manera àgil i directa, especialment en l'àmbit de les arts escèniques. A través de les diverses plataformes digitals, TGN Cultura té l'oportunitat de promoure la seva oferta cultural, connectar emocionalment amb la comunitat i generar converses al voltant de les activitats que es realitzen. No obstant això, per ampliar l'abast i incrementar la interacció amb l'audiència, és crucial revisar i millorar tant la narrativa com les accions estratègiques a les xarxes socials.

A continuació es presenten una sèrie de recomanacions orientades a optimitzar la presència digital i afavorir una comunicació més eficaç, creativa i inclusiva.

To de la comunicació i narrativa

Un dels elements clau per a l'èxit de la comunicació a les xarxes socials és establir un to clar, coherent i alineat amb els valors de TGN Cultura. Aquest to ha de ser proper, inclusiu i accessible, i ha de reflectir la diversitat i la riquesa de les activitats que s'ofereixen.

A través d'una narrativa atractiva, es pot crear un vincle emocional amb l'audiència, que fomenti la participació activa i la interacció amb el contingut. Cal utilitzar un llenguatge senzill però expressiu, que transmeti passió per les arts escèniques, i que al mateix temps sigui informatiu i motivador. La combinació de textos visuals i breus amb missatges directes que convidin a l'acció facilitarà l'atracció de nous seguidors i la fidelització dels existents.

A més, és primordial adaptar el to i el missatge a cada plataforma específica (Instagram, X, TikTok, etc.), tenint en compte les particularitats de cada canal i les expectatives de la seva audiència.

Barcelona Cultura és un bon exemple de com utilitzar un to proper i inclusiu a les xarxes socials. Durant la campanya del Festival Grec, fa servir un llenguatge càlid i accessible, adreçat tant als locals com als turistes, i presenta els esdeveniments d'una manera que genera un sentiment de pertinença a la ciutat i a la seva cultura.

Recomanacions per generar més interacció i abast

1. Millorar la planificació de continguts per a xarxes socials. Es proposa desenvolupar un calendari editorial mensual per a cada plataforma, basant-se en esdeveniments i activitats clau de TGN Cultura. Això permetrà una millor organització de les publicacions i mantenir una presència constant en els canals. Es recomana crear contingut relacionat amb activitats culturals locals, destacant-hi el caràcter distintiu de Tarragona i el seu patrimoni. També seria útil incorporar-hi continguts més visuals, com són fotografies de la ciutat o d'activitats, fent-les més atractives i fàcils de compartir per part dels usuaris.

El Festival de Jazz de Sant Sebastià, per exemple, utilitza un calendari editorial que inclou vídeos d'assajos, entrevistes breus amb artistes i publicacions que recorden dates clau. Això crea una narrativa constant i atractiva.

2. Crear campanyes específiques de participació. Una bona manera de generar interacció i abast és a través de campanyes de participació. Es podrien organitzar concursos creatius, com de fotografies o dibuixos relacionats amb esdeveniments culturals locals, o enquestes interactives sobre temes d'interès, com ara quina activitat cultural agrada més als ciutadans o quins artistes locals voldrien veure en futurs espectacles. Aquests concursos i enquestes poden ser senzills i incloure premis petits però simbòlics, com són entrades a

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

espectacles. A més, els sortejos d'entrades poden augmentar la visibilitat i la participació d'una manera ràpida i eficaç.

Per exemple, Dansa Metropolitana i el Festival Grec fan sortejos d'entrades a canvi de seguir comptes o etiquetar amics, mentre que el festival BAM utilitza enquestes a Instagram Stories per saber les preferències del seu públic. Aquests mètodes fomenten la participació i amplien l'abast de les campanyes.

3. Apostar per la col·laboració amb influenciadors locals. Identificar i col·laborar amb influenciadors locals de Tarragona que comparteixin valors similars pot ampliar l'abast de les campanyes a una audiència més jove i diversa. Això pot incloure tant influenciadors de temes culturals com d'altres àmbits (viatge, gastronomia, etc.), sempre que tinguin un públic que pugui interessar-se per les activitats culturals. Podrien crear continguts visibilitzant l'activitat cultural, com ara de visites a esdeveniments o descobriments de la ciutat des d'una perspectiva diferent.

Dos exemples: Alberto Gadel, que ha col·laborat amb festivals com el Barcelona Districte Cultural o el Festival 42 promocionant activitats i espectacles culturals a través de les seves xarxes socials; o Óscar Giménez, que ha treballat amb el festival BAM per difondre'n la programació musical i les activitats mitjançant publicacions en els seus canals.

4. Explorar la creació de contingut de vídeo en directe. Fer ús de la tecnologia per a retransmissions en directe de certs esdeveniments pot generar un gran impacte i interacció. Es poden retransmetre concerts, espectacles o inauguracions d'una manera senzilla mitjançant plataformes com Instagram Live o Facebook Live. Això permetrà que els seguidors que no puguin assistir-hi en persona puguin participar-hi en temps real. A més, el contingut en directe genera més participació i comentaris immediats.

Per exemple, la Casa Batlló de Barcelona ofereix retransmissions en directe dels seus concerts i activitats a través d'Instagram Live, cosa que permet que els seguidors que no poden assistir-hi en persona puguin viure l'experiència en temps real.

5. Potenciar la relació amb mitjans de comunicació locals per ampliar l'abast digital. Per incrementar l'abast digital i generar més interacció, es podrien explorar noves formes de col·laboració amb mitjans locals en canals digitals, com ara xarxes socials i plataformes en línia. Això podria incloure col·laboracions en què els mitjans donin visibilitat a les activitats a través d'apunts patrocinats o mencions a les seves xarxes socials. Una altra opció seria organitzar esdeveniments en línia, com ara xerrades o taules rodones amb experts i artistes locals, amb el suport dels mitjans locals per garantir una cobertura àmplia a les plataformes digitals. Aquesta col·laboració permetria augmentar la interacció amb l'audiència local i oferir una visibilitat més destacada de la cultura de Tarragona.

Com és el cas de Fira Tàrrrega, que ha col·laborat amb mitjans locals com la [ràdio](#), la [televisió](#) i la premsa digital per crear contingut exclusiu sobre els espectacles, incloent-hi entrevistes amb els directors i els actors, i publicar ressenyes a les xarxes socials per donar visibilitat als esdeveniments.

6. Segmentació d'audiències i personalització de continguts. Crear continguts específics per a cada xarxa social per millorar la connexió amb diferents segments d'audiència. Es pot fer un ús més eficient dels formats de cada plataforma (Instagram per a imatges i històries, X per a converses ràpides i enllaços, TikTok per a vídeos curts) per personalitzar els

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

missatges. Aquesta estratègia permetrà maximitzar l'impacte de la comunicació i reforçar la connexió amb els seguidors oferint-los una experiència que els sigui més rellevant.

El Festival Z, per exemple, adapta els continguts segons les xarxes socials i el públic: a Instagram hi publica fotografies d'alta qualitat i històries interactives per destacar els esdeveniments i els artistes, mentre que a [TikTok](#) aposta per vídeos curts dels moments més destacats dels concerts i entrevistes informals amb els artistes, connectant especialment amb el públic més jove.

7. Utilització de continguts visuals atractius. Caldria millorar l'ús d'imatges i vídeos amb gran impacte visual per destacar les activitats i els esdeveniments. Les imatges de qualitat, especialment les que mostren moments en viu dels esdeveniments o els elements distintius de la ciutat, poden transmetre l'energia de les activitats. A més, les històries i *reels* poden ser utilitzats per crear un contingut fresc i dinàmic que capti l'interès de l'audiència més jove. L'ús d'elements visuals d'alta qualitat, creatius i originals, pot ajudar a establir una identitat visual sòlida i fàcilment reconeixible.

Com és el cas de Llum BCN, que utilitza vídeos i fotografies impactants en les seves xarxes socials, com [Instagram](#), per mostrar les instal·lacions artístiques de llum, ressaltant-ne la bellesa i l'espectacularitat. Les històries, els *reels* i les publicacions amb jocs de llums i colors aconseguixen captar l'atenció dels usuaris, transmetre l'emoció de l'experiència en viu i fomentar la compartició del contingut. Això ha contribuït a reforçar la seva identitat visual i a generar interès entre el públic local i internacional.

5.5. Màrqueting per correu electrònic i butlletins

El màrqueting per correu electrònic i els butlletins representa una eina efectiva per mantenir informats els públics sobre les activitats i els espectacles. Actualment, es fa una segmentació de la base de dades per tipologies d'espectacles (circ, dansa, etc.) i un grup general per als compradors de tots els espectacles. Aquesta segmentació permet personalitzar els enviaments, tot i que hi ha oportunitats per optimitzar encara més els resultats mitjançant una segmentació més detallada i un ajust del contingut enviat.

Segmentació i personalització per a públics específics. Els butlletins actuals segmenten els subscriptors en funció dels interessos i les compres realitzades. Aquesta segmentació, tot i ser útil, es pot ampliar per millorar l'eficàcia de les campanyes. Per exemple, es podria personalitzar més en funció de les preferències individuals, incloent-hi preferències de dates, ubicacions o tipus d'artista, per oferir contingut encara més rellevant. A més, incorporar campanyes orientades a subgrups de públic (famílies, joves, amants de la cultura local, etc.) podria augmentar la taxa de resposta i la fidelització de l'audiència.

Propostes per augmentar l'eficàcia (disseny, contingut, periodicitat)

1. Disseny visual atractiu. Els butlletins actuals són efectius, però cal potenciar la seva presentació visual. Incorporar dissenys més interactius i visuals pot captar millor l'atenció. Incloure imatges grans, vídeo tasts i icones de xarxes socials per facilitar l'accés a les plataformes, i un disseny modular que sigui fàcil de llegir tant en dispositius mòbils com en ordinadors.

Per exemple, els butlletins podrien incloure una secció amb vídeo tast de cada espectacle. Un disseny interactiu que inclogui un vídeo integrat en què els usuaris puguin veure un

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

fragment de l'espectacle i ampliar informació. O l'ús d'imatges grans i en alta resolució que mostrin els moments clau de l'espectacle, amb botons destacats per comprar entrades directament des del correu.

2. Contingut ampliat i diversificat. Els butlletins actuals proporcionen una bona base d'informació, però s'hi podria incorporar contingut addicional que afegixi valor per als subscriptors. Per exemple:

- Historietes dels artistes o informació especial sobre el procés creatiu dels espectacles.
- Oferta exclusiva per a subscriptors, com ara descomptes o promocions especials per a futurs espectacles.
- Enllaços a continguts interactius: entrevistes, *making of* o pòdcasts sobre els espectacles.
- Recursos educatius per al públic familiar, com són activitats complementàries a les funcions (per exemple, jocs didàctics sobre el circ o la dansa).

A més de la informació bàsica sobre els espectacles, s'hi podria afegir una secció de «Coneix l'artista», amb un vídeo on l'artista parli del seu treball i de l'espectacle que es presenta. Això no només enriqueix el contingut, sinó que genera una connexió emocional més forta. O, per exemple, afegir seccions com «Darrere les càmeres», on es mostrin els assajos, la creació de l'escenografia o altres aspectes de la producció, fomentant així l'interès pel procés creatiu.

3. Periodicitat ajustada. Actualment, els butlletins s'envien quinzenalment, amb trameses addicionals per a esdeveniments destacats. Una proposta seria afegir-hi una periodicitat flexible, amb enviaments més regulars durant certs períodes, com per exemple:

- Enviaments setmanals per a esdeveniments més dinàmics o en períodes de més activitat.
- Butlletins temàtics per destacar un tipus d'activitat cada mes.

Per exemple, durant les setmanes en què hi hagi un esdeveniment destacat (com el Festival Camp de Mart), afegir un butlletí extrasetmanal que faci un seguiment de l'esdeveniment, amb testimonis d'artistes i públic, així com enllaços directes per a la compra d'entrades. Això augmentaria la presència i l'interès constant, i mantindria el públic compromès abans, durant i després de l'esdeveniment.

4. Interacció i crides a l'acció. Fomentar la interacció amb els subscriptors augmentant la presència de crides a l'acció clares, com ara enquestes, preguntes obertes o concursos amb premis relacionats amb els espectacles. Aquest tipus d'estratègies augmenten el compromís i la connexió emocional.

Per exemple, en cada butlletí s'hi podria incloure una secció interactiva on els subscriptors poguessin participar en concursos (com ara per guanyar entrades per a un espectacle) o en enquestes sobre què els agradaria veure a la programació. A més, oferir un enllaç directe a xarxes socials per seguir les novetats o un codi QR que condueixi a un vídeo exclusiu o a una oferta especial augmentaria la interacció.

5. Mesurament i optimització de resultats. Per optimitzar els enviaments i millorar el rendiment, es recomana aprofundir en l'anàlisi de les dades. A més de la taxa d'obertura, els

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

clics i el mapa de clics, seria interessant mesurar el comportament de l'usuari després de clicar en el correu, com les conversions a la pàgina d'espectacles o la compra d'entrades. Això ajudaria a ajustar tant la segmentació com els continguts dels futurs enviaments.

Per exemple, els resultats dels enviaments podrien ser analitzats a partir dels clics en els enllaços dels butlletins, com els de «Comprar entrades» o «Veure el tràiler de l'espectacle». Es poden segmentar els resultats per tipus d'espectacle i identificar quins tipus de contingut generen més interacció, per així adaptar els futurs butlletins amb més contingut similar i millorar la conversió.

5.6. Experiència digital: web i plataforma d'entrades

L'experiència digital dels usuaris es troba actualment fragmentada entre el web institucional i la plataforma de venda d'entrades pròpia (entrades.tarragona.cat), fet que impacta negativament en la fluïdesa del procés de compra i en l'accés a la informació. Tot i els esforços per garantir l'actualització i la unitat gràfica del web principal, s'identifiquen diverses oportunitats de millora per oferir una experiència més coherent, fàcil i atractiva. Per reforçar el web com a eina central de comunicació i compra d'entrades, es proposen mesures enfocades a millorar la usabilitat, la visibilitat dels continguts i la integració amb altres eines digitals.

Millores en el procés de compra d'entrades

- Centralització de la informació i el procés de compra. Una proposta seria unificar l'experiència d'usuari connectant de manera més directa i intuïtiva el web institucional amb la plataforma entrades.tarragona.cat. Aquesta integració permetria una transició més fluïda entre la informació dels espectacles i el procés de compra, i eliminar possibles friccions derivades del pas entre dues interfícies diferenciades.
- Optimització del recorregut de l'usuari. Reduir els passos necessaris per a la compra d'entrades, afegint botons clars de «Compra ara» o «Reserva l'entrada» directament en les fitxes dels espectacles. Això milloraria l'eficiència del procés i, potencialment, incrementaria les conversions.
- Millores en la visibilitat dels espectacles destacats. Incorporar seccions dinàmiques a la pàgina principal que mostrin espectacles destacats, promocions i esdeveniments més propers, millorant així l'accés ràpid a la informació clau.

Centralització de la informació i accés fàcil

- Redisseny de l'estructura web. Seria important reformular l'organització dels continguts del web per fer-lo més intuïtiu i funcional. Això inclou crear una secció d'agenda clara i accessible, amb un calendari actualitzat i fitxes completes dels espectacles que incloguin sinopsi, fitxa artística, vídeo tast, informació d'accessibilitat, possibilitat d'abonaments o descomptes i informació de col·laboracions i coproduccions. Aquesta estructura afavoriria la usabilitat i la navegació als usuaris i milloraria l'experiència global.
- Integració amb xarxes socials i butlletins informatius. Es recomana integrar el web amb les plataformes de xarxes socials i els butlletins per mantenir una comunicació més coherent i efectiva. Afegir-hi un botó visible per subscriure's als butlletins (sense necessitat de ser comprador previ) podria augmentar la base de dades de subscriptors interessats.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Coherència visual i personalització. Per reforçar la identitat pròpia de l'àrea, s'hauria d'adaptar a la identitat gràfica que es faci per a arts escèniques, la qual inclouria colors, tipografies i icones específiques que permetessin diferenciar visualment aquesta secció d'altres àrees del web.
- Optimització per a dispositius mòbils i accessibilitat. Tot i que actualment el web segueix les normatives d'accessibilitat i està optimitzat per a mòbils, caldria aprofundir en la revisió per assegurar el compliment dels estàndards més recents i millorar així l'experiència dels usuaris des de qualsevol dispositiu.

5.7. Relacions amb els mitjans de comunicació

Tal com s'ha reflectit en l'anàlisi, la idea seria poder treballar la relació amb els mitjans de comunicació d'una manera més directa, relacional i estratègica per aprofitar totes les oportunitats que aquest canal ens pugui brindar de cara a millorar la visibilitat de la programació i tota la labor de l'àrea d'Arts Escèniques en els mitjans de comunicació. És per això que a continuació es detallen una sèrie de recomanacions i accions a treballar i executar.

En línies generals, els principals reptes a assolir serien:

- Una relació amb els mitjans més estratègica i eficient, a través d'un treball més directe i dirigit.
- Un treball més anticipatori i executat amb més antelació, per tal de poder augmentar la visibilitat i l'abast.
- Establir vincles i relacions més continuades, durant tot l'any (i no només quan els necessitem).
- Assumir i liderar les campanyes i l'estratègia de premsa des de l'àrea d'Arts Escèniques, i consensuar-la amb el servei de Premsa i de Comunicació Corporativa de l'Ajuntament.
- Visibilitzar la labor de fons de l'àrea, i no només informant de l'activitat o la programació.

A continuació es detallen una sèrie de recomanacions i accions a treballar i executar:

1. Assumir la tasca de premsa des de l'àrea d'Arts Escèniques. Sempre amb un treball totalment coordinat amb el servei de Premsa de l'Ajuntament per crear una estratègia pròpia i executar-la. I establir un vincle o una relació més directes amb els periodistes i els mitjans, tant locals com generalistes i especialitzats.

2. Crear una base de dades pròpia de contactes de periodistes i mitjans per ampliar els contactes de premsa generalista i els especialitzats en els àmbits de cultura, públic familiar, música, circ i dansa, i que vagin més enllà de l'entorn local. En l'àmbit local es pot treballar també en dues línies: una més de relacions públiques, amb els directors, els caps de secció de cultura i els caps de màrqueting i publicitat per establir una relació més propera; i una segona línia més pràctica, amb els redactors de cultura i de les principals seccions dels mitjans generalistes on considerem que el contingut que generem pugui ser del seu interès.

Actualment, hi ha programes en línia per a la creació de bases de dades que també es poden connectar, via API, amb el sistema d'enviament massiu (Mailchimp o similar); es poden crear a la mateixa eina d'enviament (Mailchimp, Teenvio, Brevo, etc.) o, si se'n té un bon domini, amb Excel o un CRM (si es disposa de l'eina).

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

Es tractaria de crear una base de dades que tingui en compte les següents dades i segmentacions:

- Mitjà
- Secció/programa
- Nom i cognom, telèfon i correu electrònic
- Temporalitat (mensual, quinzenal, setmanal, diària)

- Especialització: teatre, dansa, música, circ, familiar, opinió, societat, tendències
- Nivell de prioritat per a l'enviament d'invitacions (1, 2, 3)
- Idioma

3. Planificar les campanyes i les accions de premsa. Una feina de premsa planificada i més anticipada contribuiria a millorar la visibilitat de la feina, més enllà de l'àmbit local o de proximitat. A l'àrea es disposa de la programació amb bastanta antelació, factor clau per poder pensar les accions amb premsa i mitjans d'una manera més anticipada i també d'acord amb els continguts (tipus d'espectacle, a quin públic va adreçat, creació contemporània, tipus de disciplina artística, etc.).

4. Contractació de recull de premsa (*clipping*). Es poden contractar empreses externes, com [Acceso](#) o [My News](#), o eines similars, que poden fer un seguiment de tots els impactes mediàtics aconseguits, aportar el valor econòmic de l'impacte, treure dossiers de resultats, etc. Totes aquestes eines són de pagament i tenen diferents opcions en funció de la tarifa; es poden contractar per paquets i fan seguiment de premsa escrita (impresa), premsa digital, televisió i ràdio. La gran majoria d'elles també solen tenir la modalitat de seguiment de l'impacte a les xarxes socials.

Si el servei de Premsa de l'Ajuntament disposa d'aquesta eina contractada, segurament es poden compartir comptes i, des de l'àrea d'Arts Escèniques, portar el control dels seguiments (funcionen per cerca amb paraules clau) i disposar dels impactes.

5. Acords anuals de col·laboració amb mitjans de comunicació. D'entrada, seria posar com a prioritat la premsa de proximitat i local (Tarragona) i tenir els principals mitjans de la ciutat i la província com a aliats per a tota la temporada, i no només de manera puntual (diari, revista, ràdio, televisió, digital). I també es podria fer el mateix treball amb mitjans d'abast català (diari, ràdio, televisió, digital) i especialitzats (cultura, teatre, dansa, música, circ, familiar).

S'ha de disposar d'una partida pressupostària per treballar aquests acords d'una manera més còmoda, donat que fer una inversió econòmica sempre pot ajudar a millorar i ampliar les contrapartides que ens poden donar. I també proposar les contraprestacions que es donen a canvi de la col·laboració (logotip en els materials de difusió, accions especials, assistència a assajos, prèvies, concursos d'entrades, etc.).

6. Disposar de sala de premsa al web de Cultura i de l'Ajuntament. Un espai al web per tenir-hi materials accessibles i descarregables per als periodistes. És una manera de poder filtrar bé els materials i les qualitats que ens interessin per a la nostra campanya/imatge.

A la sala de premsa hi podem tenir una gran diversitat de materials i formats:

- Imatge gràfica de la programació

- Cartell
- Fotografies
- Vídeos
- Músiques
- Dossier i fitxa artística
- Contacte de premsa (per si necessiten ampliar informació, gestionar una entrevista o un rodatge, etc.)

7. Elaboració de notes de premsa amb intencionalitat, clares i que destaquin el potencial de les propostes. Ser capaços de fer una previsió de notes de premsa i que siguin eficients. No caure en la comunicació constant via nota de premsa per no crear l'efecte contrari en els periodistes, i per tant serà important ser més estratègics en la tria de temes i artistes a destacar, explicar les singularitats i trets que fan diferents i especials les propostes, etc.

Seria ideal que les notes de premsa fossin molt més visuals, separessin bé la informació i els destacats, aportessin els materials associats en un enllaç extern (fotografies, vídeos, textos, etc.) i despertessin l'interès del periodista.

Es poden segmentar els enviaments tenint en compte aquests criteris:

- Especialitat del mitjà (generalista, teatre, dansa, música, circ, familiar, tendències, social, etc.)
- Temporalitat (diària, setmanal, quinzenal, mensual, etc.)
- Continguts i temàtiques de les propostes
- Presentació de temporada
- Anunci d'estrena o inauguració
- Anunci d'un espectacle o activitat concreta

8. Creació d'un espai radiofònic / programa de ràdio / secció d'arts escèniques. Es podria treballar amb Tarragona Ràdio o l'emissora de ràdio que posi més facilitats a l'hora de proposar-li la idea. Les propostes poden ser molt diverses: des d'una secció setmanal o mensual en un dels programes de l'emissora en què pugui tenir cabuda un espai destinat a parlar d'arts escèniques (convidar artistes, parlar del sector, treballar sobre temàtiques determinades, etc.), fins a proposar a l'emissora la creació d'un nou programa (si es disposa dels recursos i de temps) que, en lloc de diari o setmanal, podria ser mensual (per reduir la càrrega de feina que representa).

9. Pòdcast creat per i per a joves. També es podria crear en col·laboració amb una emissora de ràdio local. Seria un treball de cocreació i col·laboració en tot el projecte. Totes dues parts haurien d'aportar-hi recursos: l'Ajuntament, en la tria dels joves, la proposta i negociació de la idea amb l'emissora, la cessió d'espais per a la realització d'especials i la col·laboració en el contacte amb els artistes; i l'emissora, amb recursos tècnics, sala d'enregistrament i cocreació juntament amb l'equip dels joves. En funció dels recursos, econòmics i humans, es poden prendre tota una sèrie de decisions clau: periodicitat i nombre de capítols anuals, to i estil del pòdcast, equip de creació (joves), format, etc.

Podria ser una bona eina per treballar les propostes artístiques i temàtiques que funcionin més entre el públic jove: acostar-los a la creació, als artistes, a les temàtiques que els interessin, a les seves preocupacions, parlar de l'accés al sector de les arts escèniques, etc.

10. Accions de relacions públiques amb periodistes i mitjans de comunicació. Durant tota la temporada es poden pensar algunes accions més encaminades a millorar la nostra relació o vincle amb els periodistes (especialitzats i generalistes).

11. Externalització de la campanya de premsa de festivals o alguna activitat. En moments puntuals, quan considerem que la contractació d'una agència externa especialitzada en premsa podria ser d'ajut, la seva col·laboració podria resultar de gran valor, ja que podria contribuir a augmentar la visibilitat més enllà de l'àmbit local i en la premsa especialitzada, tant catalana com estatal. També podria ser de gran utilitat, a l'hora de plantejar l'estratègia i les accions, posar a l'abast del projecte els contactes de premsa de l'agència, l'eina d'enviament de notes de premsa, convocatòries i invitacions, el recull de premsa (*clipping*). Això alleugeriria de feina l'equip de l'Ajuntament i permetria fer un treball de premsa molt més al detall i pensant en la programació i els públics a qui van destinades les propostes artístiques.

12. Accions transmèdia. Una acció transmèdia és aquella que es crea perquè transcendeixi en els mitjans de comunicació i en altres aspectes de la comunicació i programació. Aquestes accions han de servir per crear uns continguts que aportin valor i siguin un material de qualitat per a la seva posterior difusió, tant a través dels nostres canals com els dels mitjans de comunicació. És una bona manera de creuar audiències.

5.8. Publicitat i promoció

La publicitat i la promoció són elements clau per assegurar la visibilitat i arribar tant als públics consolidats com a noves audiències. Una estratègia publicitària ben dissenyada ha de combinar canals tradicionals i digitals, adaptar els formats als interessos del públic objectiu i optimitzar l'ús dels recursos per maximitzar la rendibilitat de la inversió (ROI). A més, la mesura d'aquest ROI i el seguiment constant de les accions publicitàries ajudaran a ajustar les campanyes per aconseguir els millors resultats.

A continuació es proposa una estratègia integrada que reforci la presència en mitjans locals i digitals, amplii l'impacte cap a audiències joves i digitals i millori el seguiment de les accions realitzades per mesurar-ne l'eficàcia.

Estratègia d'inversió publicitària

1. Accions digitals

- **Google Ads i píxels de seguiment.** Augmentar la inversió en campanyes de Google Ads, afegint eines de seguiment com ara píxels de conversió i analítiques avançades per monitorar el retorn en temps real. Això permetria optimitzar les campanyes i millorar la segmentació.
- **Xarxes socials (Meta, TikTok i YouTube).** Ampliar l'ús de campanyes segmentades en xarxes socials, amb especial èmfasi en Instagram i TikTok, per arribar a públics joves, i YouTube, per promocionar continguts més visuals com ara tràilers d'espectacles. Es proposa també experimentar amb formats més interactius com són enquestes o continguts en directe per augmentar la participació.
- **Spotify i plataformes d'àudio.** Continuar utilitzant Spotify per a continguts musicals, refinant la segmentació d'audiències per maximitzar l'efectivitat.

2. Accions en mitjans tradicionals

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- **Prensa escrita i ràdio.** Mantenir la presència en mitjans locals i autonòmics, prioritzant insercions en programes culturals o especialitzats.
- **Col·laboracions amb mitjans.** Explorar col·laboracions amb suplementos culturals o revistes especialitzades per obtenir visibilitat en el context de programacions destacades o festivals.

3. Publicitat física i de proximitat

- **Incrementar la presència en suports estratègics** dins del Camp de Tarragona, com ara estacions de transport públic, plafons i tòtems en punts d'alta concurrència.
- Potenciar la distribució de material imprès, adaptat a cada públic objectiu (programes familiars, dansa, etc.).

4. Redistribució pressupostària suggerida

- **Acció digital.** Incrementar-la del 20 % actual al 35-40 %, apostant per formats segmentats i mesurables.
- **Publicitat física i impresa.** Reduir-la al 30 % mantenint l'impacte local.
- **Publicitat en mitjans tradicionals.** Ajustar-la al 30 %, prioritzant mitjans amb audiències culturals consolidades.

*Formats més adequats per arribar al públic d'escèniques***1. Públic general i local**

- **Suports urbans**, com ara opis, tòtems i cartelleria en llocs de pas habitual (mercats, estacions de transport...).
- Insercions en mitjans locals, com el *Diari de Tarragona*, TAC12 o *Surt de Casa*, aprofitant suplementos culturals.

2. Públic jove i digital

- **Campanyes a Instagram i TikTok** amb contingut visual impactant i formats curts, com *reels* o històries.
- **Vídeos promocionals i tràilers a YouTube** amb continguts exclusius o entrevistes amb artistes.
- **Àudios d'anuncis** segmentats en plataformes com Spotify.

3. Públics culturals especialitzats

- **Insercions en mitjans nacionals especialitzats**, com *Time Out* o l'apartat cultural de *La Vanguardia*.
- **Col·laboracions amb blogs culturals o pòdcasts temàtics** centrats en teatre, dansa o circ.

5.9. Gestió de públics

En el treball de públics és molt positiu que es disposi d'una persona a l'equip d'Arts Escèniques encarregada de gestionar públics i audiències, perquè ja hi ha feina feta i es poden proposar algunes accions que se sumin a les ja desenvolupades actualment. Treballar amb Tekneultura (i Tekneaudience) és molt positiu de cara a treballar la segmentació de les campanyes i així començar a establir estratègies més eficients en aquest aspecte.

Es tractaria de treballar la gestió dels públics plantejant de base alguns reptes i marcant objectius:

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Ampliar l'abast, és a dir, arribar més enllà de la ciutat de Tarragona (àrea metropolitana / Camp de Tarragona) mitjançant aliances estratègiques i la promoció en xarxes i mitjans de comunicació.
- Connectar amb el públic jove, promoure la captació i la fidelització a través de la innovació digital, les col·laboracions i la formació.
- Fomentar la participació, creant espais de cocreació i diàleg que facin sentir el públic part activa de la vida cultural de la ciutat.
- Fidelitzar la relació amb la comunitat més activa i que ja forma part del nostre públic.

*Accions per ampliar l'abast***1. Promoció conjunta amb altres municipis i entitats culturals**

- Crear sinergies amb festivals o cicles d'arts escèniques d'altres localitats de la província. També es podria treballar amb festivals culturals (no només d'escena).
- Crear paquets culturals i turístics (teatre + visita històrica, per exemple) en col·laboració amb oficines de turisme o la Regidoria de Turisme de l'Ajuntament.

2. Difusió en mitjans de comunicació d'abast regional i nacional

- Mantenir un contacte freqüent amb periodistes, bloguers i mitjans especialitzats en cultura, per tal d'aparèixer a les seves agendes (és una de les recomanacions que es fan a l'apartat de la relació amb els mitjans de comunicació).
- Treballar amb mitjans de comunicació d'abast regional i nacional per assegurar que la programació arribi a audiències més àmplies.

3. Plataformes de venda d'entrades i propostes en línia

- Facilitar la compra d'entrades des de qualsevol punt, impulsant un web ben optimitzat i col·laborant amb la plataforma de *ticketing* (que són recomanacions que es fan a l'apartat de l'experiència web).
- Oferir continguts complementaris en línia (tràilers d'espectacles, entrevistes amb artistes) per despertar interès també en públics de fora de la ciutat.

4. Associacions i comunitats culturals

- Establir convenis amb associacions de veïns d'altres municipis o agrupacions culturals i associacions per crear propostes compartides i visites organitzades.
- Aprofitar els altres equipaments i programes municipals de Tarragona: biblioteques, centres cívics, mercats, escoles públiques, instituts i centres de salut (CAP) per fer accions en col·laboració.
- Col·laboracions per a la temporada o per al festival amb comunitats ja existents: culturals, per a joves, LGTBI, escoles d'ensenyaments artístics (dansa, teatre, música), associacions, clubs de lectura de biblioteques, etc.

5. Accions amb prescriptors i influenciadors

- Cercar perfils propers a la programació, tant locals com de fora, amb els quals puguem fer accions col·laboratives, amplificar missatges i arribar a nous públics i a les seves comunitats.
- Els perfils poden ser diversos: un periodista local influent, una persona experta en arts escèniques, un jove apassionat per la cultura i les arts escèniques, etc.

*Accions per connectar amb el públic jove***1. Col·laboracions amb entitats educatives i d'estudiants**

- Organitzar trobades o activitats amb artistes en instituts, universitats i escoles d'ensenyaments artístics.
- Oferir abonaments o descomptes per a estudiants i joves i treballar la difusió amb associacions i entitats que hi estiguin vinculades. Per exemple, «Vine amb amics al teatre» (i fer una proposta de preu atractiva).
- Crear un projecte de creació, en col·laboració entre Cultura i Educació de l'Ajuntament, amb una entitat o escola de teatre o dansa, destinat a oferir-lo en instituts públics per promoure el coneixement del teatre o la dansa i que els alumnes puguin ser participants del fet artístic (es pot fer en diferents disciplines artístiques). Un projecte que es duria a terme durant el curs escolar i acabaria amb la creació d'un espectacle que es mostraria públicament en un teatre. Per exemple: [Tot Dansa](#), coordinat entre l'Institut de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona, el Mercat de les Flors i l'Institut del Teatre.

2. Programes de formació i tallers

- Desenvolupar tallers o programes de pràctiques en què els joves puguin adquirir experiència en producció i gestió d'espectacles.
- Crear espais de diàleg entre joves i professionals de les arts escèniques (xerrades postfunció, col·loquis, etc.).
- «Escola d'artistes», projecte educatiu, conjuntament amb les escoles, per formar els joves en el món escènic i convidar-los a proposar algun espectacle perquè formi part de la programació de la temporada.

3. Activitats interdisciplinàries

- Combinar disciplines (teatre + música urbana + dansa contemporània + art de carrer) per generar interès en diferents segments de públic jove.
- Programar experiències immersives o interactives que els atrapin i permetin la participació activa.

4. Creació de contingut digital atractiu

- Impulsar campanyes en xarxes socials com TikTok o Instagram (on els joves són més actius) que siguin atractives i participatives per generar interacció i diàleg.
- Fomentar la creació de contingut generat pel mateix públic (UGC: *user generated content*), reptes, concursos, activacions que ajudin a la difusió i la viralitat i que posin els joves al centre de la campanya. Convertir-los en creadors i ambaixadors del projecte.

Aquestes accions ens poden ajudar a fomentar la creació d'una comunitat cultural activa, que se senti part del projecte i hi participi de manera més intens; generar un vincle emocional mitjançant la cocreació de contingut, afavorint així una connexió més forta amb els espectacles i els artistes; arribar a nous segments d'audiència de manera orgànica, autèntica i creïble; i, finalment, a visibilitzar perspectives diverses a través de la mirada de cada persona, enriquint el relat i motivant els altres a participar.

Propostes/idees d'accions UGC

Concurs de recreació d'escenes o coreografies

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- **Vídeo reptes a xarxes socials.** Animar els joves a gravar-se recreant una escena o fragments coreogràfics d'un espectacle recent i penjar-ho amb una etiqueta específica per a l'acció (#TGNTeatreChallenge, per exemple).
- **Selecció de guanyadors.** Fer una selecció pública o amb jurat professional, amb premis especials: entrades, trobada amb actors/ballarins, etc.

Ressenyes exprés en vídeo o àudio

- **Microvídeos de recomanació.** Demanar al públic que, a la sortida d'un espectacle, enregistri vídeos de 20-30 segons amb la seva opinió.
- **Publicació col·lectiva.** Recopilar aquestes ressenyes (amb el seu permís) i difondre-les a les històries d'Instagram o TikTok, mostrant així les veus reals dels espectadors.

Càpsules de crítica i anàlisi de públic

- **Taller de crítica breu.** Oferir formació bàsica perquè els espectadors habituals aprenguin a estructurar una crítica curta o una anàlisi informativa de l'obra.
- **Publicació al web o el butlletí.** Oferir un espai destacat on els espectadors puguin compartir les seves reflexions (en format text o vídeo) a la pàgina web o blog.

Cessions temporals (*takeovers*) de xarxes socials

- **Cessió temporal del compte.** Convidar espectadors fidels o joves creadors a gestionar durant un dia (o durant un espectacle) el compte oficial de xarxes.
- **Narració en primera persona.** Així poden mostrar l'experiència entre bastidors (*behind the scenes*), generar històries, vídeos en directe, etc.

Mostra de materials creats pel públic al vestíbul d'un teatre o en línia

- **Exposició de fotografies, dibuixos o *fan art*.** Si el públic s'inspira i genera il·lustracions, dibuixos o fotografies relacionades amb l'espectacle, es poden exposar en un espai físic o al web o compartir en xarxes socials.
- **Secció «El teu art».** Crear una secció fixa al butlletí digital o mensualment al web que destaquí l'obra més creativa feta pel públic.

Club de relats o pòdcast participatiu

- **Relats de ficció o anècdotes.** Proposar al públic que inventi històries inspirades en una obra que hagin vist i recopilar-les per publicar-les.
- **Pòdcast amb veus d'espectadors.** Fer un enregistrament en què els espectadors parlin de la seva experiència, del que els ha emocionat o sorprès, incloent-hi fragments d'entrevistes amb artistes.

Microaccions en directe (funció + públic)

- **Moments interactius.** Abans de començar un espectacle o durant la pausa, proposar petites dinàmiques (com un qüestionari o un repte ràpid a les xarxes).
- **Projecció de contingut general.** Si el teatre disposa de pantalla, projectar en directe algunes de les fotos o comentaris publicats amb una determinada etiqueta per fer visible l'activitat del públic.

*Accions per fomentar la participació***1. Programes de cocreació**

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Invitar el públic a participar en alguns processos de creació (assajos oberts, tallers de creació col·lectiva).
- Desenvolupar projectes comunitaris en què els veïns tinguin un rol actiu en la definició o posada en escena.

2. Jornades de portes obertes i visites guiades

- Obrir espais escènics al públic fora dels horaris habituals, oferint visites als camerinos i explicant els processos tècnics i humans que hi ha darrere d'un espectacle.
- Integrar petites activitats (per exemple, minitallers o jocs relacionats amb l'obra) durant aquestes visites per fer-les més amenes i interactives.

3. Sessions de debat i col·loquis amb artistes

- Fomentar la proximitat entre creadors i ciutadania a través de debats postfunció en què els espectadors puguin plantejar preguntes.
- Organitzar espais de trobada periòdics (mensuals o trimestrals) amb artistes, programadors i públic.
- Passejades teatrals, assajos oberts i participació en processos de creació comunitària.

4. Concursos i iniciatives en xarxes socials

- Llançar reptes vinculats a espectacles (per exemple, versions de coreografies, monòlegs o escenes reinterpretades).
- Convertir el públic en ambaixador cultural: qui hi participi pot guanyar entrades, descomptes o experiències exclusives (conèixer els actors, etc.).

5. Creació d'un Consell de Joves o Consell de Públics

- Impulsar un grup de voluntaris que assessorin sobre els interessos i les preferències del públic local.
- Pot ajudar a dissenyar o validar part de la programació, la comunicació i les accions comunitàries.

6. Club de Lectura Teatral o Club de l'Espectador

- Crear un grup estable de persones que es reuneixin periòdicament per llegir i comentar obres i guions o veure enregistraments d'espectacles.
- Posteriorment, coordinar trobades amb l'equip artístic de l'obra programada per què puguin resoldre dubtes i comentar el procés creatiu.
- Obrir un canal de Telegram per al Club de l'Espectador: informació, promocions, ofertes exclusives, etc.

7. Taller de crítica teatral

- Convidar crítics i periodistes culturals a impartir tallers perquè els assistents més fidels aprenguin a analitzar l'obra des de diferents punts de vista.
- Publicar les seves crítiques o comentaris a les xarxes socials, al web o als butlletins, per donar-los visibilitat com a públic actiu.

8. Projectes de creació col·lectiva

- Proposar càpsules o petites peces artístiques en què el públic fidel col·labori amb professionals (creant escenografies, guions curts, música, etc.).
- Exhibir aquestes creacions en un esdeveniment final o com a aperitiu d'un espectacle.

9. Escola de l'Espectador

- Una manera d'ensenyar a mirar i veure teatre o dansa. Experts i professionals de les arts escèniques ajuden l'espectador a desenvolupar una mirada més crítica i preparada per entendre les propostes artístiques.
- És una bona iniciativa per crear nous públics.

Accions per fidelitzar les comunitats actives

1. Passi de temporada o carnet de soci cultural

- Crear un carnet (digital o físic) que doni accés prioritari a la compra d'entrades, millors seients, invitacions a assajos generals o avantatges en altres equipaments culturals i comerços locals.
- Ludificar la proposta: com més funcions vegin, més punts adquireixen, que poden bescanviar per descomptes o experiències exclusives.

2. Experiències VIP i «meet & greet»

- Organitzar sessions amb directors, actors o coreògrafs abans o després de l'espectacle, reservades per a socis o públic fidel.
- Proposar una trobada més distesa (per exemple, un aperitiu postfunció) en què es puguin compartir impressions amb els artistes.

3. Esdeveniments exclusius per a públic prèmium

- Sessions d'assaig obertes només per a persones que habitualment assisteixen a la programació.
- Funcions especials fora dels horaris normals (preestrenes, sessions tècniques) per premiar la seva fidelitat.

4. Abonament a cegues

- Abans de l'estiu i d'haver anunciat la programació, posar a la venda i fer una campanya de comunicació d'un abonament a cegues a millor preu per premiar als fidels.

5. Trobades amb públic fidel

- Quan ja sapiguem que anunciarem la programació, podem fer una trobada amb el públic fidel per avançar-li la informació abans de posar les entrades a la venda i oferir-li dos dies de prevenda exclusiva, abans d'obrir la venda general a tothom.
- Explicar el funcionament dels abonaments, els descomptes, etc.

6. Programa d'ambaixadors culturals

- Identificar espectadors fidels que vulguin difondre i recomanar la programació en el seu entorn social, als quals podem oferir contraprestacions: entrades addicionals, experiències úniques, etc.
- Aquests «ambaixadors» poden crear contingut, fer cròniques i ajudar a arribar a nous públics.

5.10. Relacions públiques

Per abastar el màxim de públic possible i destacar la feina que es fa des de l'àrea, cal desplegar una estratègia de relacions públiques integral que combini:

- Bones relacions amb els mitjans (tradicionals i digitals).
- Presència i accions al territori per connectar amb tota la ciutadania.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Aliances estratègiques amb els sectors turístic, comercial, educatiu i altres equipaments culturals.
- Programes de fidelització i participació que enforteixin el vincle emocional del públic amb la programació.
- La potenciació de la presència digital per arribar a públics més diversos i joves.

D'aquesta manera, es reforçarà la visibilitat i s'aconseguirà que tota la ciutadania percebi la rellevància cultural de les arts escèniques, assegurant-ne el suport i la participació continuada.

Totes aquestes accions s'han anat desplegant al llarg de la proposta, i si es treballen d'una manera planificada i continuada seran una eina molt profitosa i que servirà per ampliar la visibilitat, diversificar i fidelitzar les comunitats i generar una imatge molt positiva de tota la tasca que es fa des de l'àrea de cara a la ciutadania.

Igualment, a continuació es proposa un resum de les principals idees i accions que es poden desplegar:

1. Relació amb els mitjans de comunicació

- Organitzar rodes de premsa prèvies a cada nova temporada o als esdeveniments més rellevants (festivals, estrenes, programacions especials).
- Organitzar trobades informals amb periodistes (dinars, esmorzars, etc.).
- Mantenir els periodistes informats regularment de l'activitat (notes de premsa, sala de premsa, dossiers de premsa, materials, etc.).
- Convidar periodistes i crítics teatrals a estrenes, assajos previs o preestrenes.

2. Accions de visibilitat i presència al territori

- Fer presentacions o petites mostres de la temporada en espais com ara centres cívics o biblioteques, de diferents barris de la ciutat, per acostar la programació a tota la ciutadania.
- Oferir instal·lacions o performances itinerants de petit format per despertar la curiositat del públic.
- Fer campanyes de difusió transversals per sensibilitzar i mostrar la riquesa i la diversitat de les arts escèniques, els beneficis o valors associats, etc.
- Fer servir el transport públic com a element de les campanyes publicitàries.
- Participar en fires i festivals culturals d'abast regional o nacional per donar a conèixer la tasca i la marca cultural de la ciutat.
- Col·laborar amb altres ciutats, entitats o festivals per intercanviar continguts, i ampliar així la projecció fora de la ciutat.

3. Aliances estratègiques i col·laboracions

- Amb Joventut, Educació i Turisme del mateix Ajuntament de Tarragona.
- Teixit comercial, associacions de comerciants, bars, restaurants, etc.
- Implicar entitats culturals i educatives —escoles, instituts, universitats i altres equipaments culturals— per fer accions conjuntes i creuar i generar nous públics.

4. Creació de vincles i comunitat (programes de fidelització i participació)

- Programes de fidelització i carnets culturals.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Carnet d'amics de les arts escèniques o escoles de l'espectador, grups consultius formats per espectadors, professionals i representants de col·lectius diversos, per recollir idees, proposar accions i potenciar sentiment de pertinença.
- Accions participatives i de cocreació (concursos, reptes o creacions col·lectives).
- Donar espai a la veu del públic en els canals oficials (web, xarxes socials, butlletins).

5. Presència digital i estratègia de xarxes socials

- Gestió proactiva de xarxes socials: mantenir una presència consistent a Instagram, TikTok, Facebook i X, generant contingut atractiu; fer estrímings o directes amb artistes, personal tècnic i altres professionals del sector per acostar la seva tasca al públic general, etc.
- Accions amb influenciadors i persones rellevants de l'àmbit cultural de la zona.
- Butlletí que serveixi per crear valor i oferir contingut rellevant i d'interès, segmentant les llistes per interessos o tipologia dels espectacles.

5.11. Col·laboracions i aliances

És necessari teixir complicitats i aliances amb comunitats existents i actives, amb l'objectiu d'establir vincles que permetin amplificar la nostra comunitat i donar més visibilitat tant a la tasca de fons com a l'activitat que genera l'àrea d'Arts Escèniques.

1. Col·laboració amb les àrees de Joventut, Educació i Turisme de l'Ajuntament

- Creació conjunta de programes (activitat, formació, xerrades amb artistes, etc.).
- Creació conjunta de campanyes (per exemple, amb Turisme, per al Festival d'Estiu).

2. Comerços i restauració

- En conveni amb restaurants o bars, oferir un pack cultural: sopar + teatre a preu especial.
- Els espectadors fidels poden gaudir de promocions addicionals que converteixin l'assistència en una experiència completa.

3. Amb altres equipaments i festivals culturals de la ciutat

- Crear vincles i fer accions conjuntes (tant d'activitat com de comunicació) amb museus, cinemes, sales de concerts, festivals culturals (descomptes compartits, etc.).
- Creació d'una ruta cultural en què el públic adquireixi un passaport que se segelli en cada visita i atorgui beneficis un cop completat un nombre determinat de propostes.

4. Acords amb mitjans de comunicació (locals, especialitzats, catalans)

(Ja s'ha detallat en l'apartat de la relació amb els mitjans de comunicació.)

5. Acords amb mitjans de transport

- Per exemple, amb Renfe/AVE, que té estació a Tarragona. En el cas del Festival d'Estiu, podria ser una bona oportunitat per establir alguna col·laboració.
- O amb l'Empresa Municipal de Transports urbans (EMT) i metropolitans de Tarragona (ATM).

5.12. Festival Camp de Mart

El Festival Camp de Mart és una de les marques amb més potencial dins de la programació cultural de Tarragona, amb capacitat d'esdevenir un referent estiuenc similar al Festival Grec de Barcelona. Aquest posicionament pot ajudar a guanyar visibilitat, atreure nous públics i reforçar el prestigi de la programació d'arts escèniques de la ciutat.

1. Campanya de comunicació

La campanya de comunicació del Festival Camp de Mart, com a part de l'estratègia global de TGN Cultura, ha de buscar posicionar aquest esdeveniment com un referent cultural a Tarragona durant la temporada d'estiu. Amb l'objectiu de consolidar-lo com una cita ineludible per als amants de les arts escèniques i de la cultura en general. Per tant, la campanya s'hauria de dissenyar per tal de poder arribar tant al públic local com a visitants i turistes. S'hauria de buscar una visibilitat constant abans, durant i després de l'esdeveniment, aprofitant els recursos i canals que ofereix TGN Cultura per comunicar de manera coherent i eficaç.

Estratègia en línia

- **Xarxes socials de TGN Cultura.** Aprofitar els canals digitals de TGN Cultura (Instagram, X, Facebook, TikTok, YouTube) per generar expectació prèvia i mantenir l'interès durant el festival. Publicar continguts exclusius, entrevistes amb els artistes, vídeos de preparatius i moments en directe. A més, es podrien organitzar concursos, enquestes interactives, etc., per incentivar la participació del públic i fomentar el boca-orella.
- **Publicitat digital segmentada.** Dissenyar campanyes de publicitat digital mitjançant els canals de TGN Cultura i altres plataformes externes per arribar a audiències específiques, fent especial èmfasi en la segmentació geogràfica per captar públics de la regió i turistes, i crear continguts personalitzats segons els interessos del públic objectiu.
- **Web i butlletí d'informació de TGN Cultura.** Es recomana que es faci un web d'aterratge senzill per al festival, fet que el dotaria de més personalitat i el faria molt més atractiu de cara a l'usuari. I així mateix, fer la venda d'entrades des del mateix web del festival, i que fos el canal principal d'informació, venda i captació. I també es podria dirigir tot el trànsit de la publicitat digital a aquest web.

Si no se'n pot crear un de nou, el web de TGN Cultura seria el punt de referència per a tota la informació relacionada amb el festival, amb una secció específica que s'hauria d'actualitzar de manera contínua, amb detalls sobre la programació, horaris i activitats complementàries. A través del butlletí mensual es podrien fer diferents tipus de comunicacions i campanyes, de manera que fos un canal informatiu per anunciar-hi novetats, activitats del festival, concursos o descomptes, enfortint el vincle amb el públic habitual de TGN Cultura.

Estratègia fora de línia

- **Màrqueting visual a l'espai públic.** Per tenir una bona visibilitat, seria recomanable dissenyar una campanya de publicitat física que inclogui opis, cartells i marquesines en punts estratègics de Tarragona, com ara el centre de la ciutat, les principals estacions de transport i les zones turístiques. Es farà servir una imatge visual impactant que vinculi clarament el festival amb TGN Cultura per mantenir la coherència de la marca.
- **Mitjans de comunicació locals.** Treballar estretament amb els mitjans locals i nacionals (premsa, ràdio i televisió) per aconseguir que el festival tingui molta presència abans, durant i després de l'esdeveniment. Es recomana contractar una agència

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

externa de premsa per ampliar l'abast i arribar a mitjans nacionals, estatals i culturals.

- **Accions presencials i promoció directa.** Abans de l'inici del festival, es podrien organitzar accions de promoció presencial, com ara petites actuacions en espais públics o presentacions del festival en esdeveniments locals. Aquestes accions poden generar visibilitat i crear un ambient d'expectació entre els ciutadans i els turistes, a més d'involucrar la comunitat local en el projecte cultural de TGN Cultura.
- **Col·laboracions amb agents culturals i comerços locals.** Es podrien establir aliances amb comerços i agents culturals de Tarragona per difondre informació sobre el festival. S'hi podria incloure la col·locació de material promocional en establiments locals, així com descomptes o ofertes especials per als assistents al festival.

6. Proposta d'accions per fases 2025-2027

6.1. Accions comunicatives actuals

Actualment l'àrea d'Arts Escèniques porta a terme les següents accions de comunicació:

Material gràfic i de difusió

- Programa de mà: fullet informatiu amb els espectacles programats.
- Graella de programació: document visual amb el calendari d'espectacles.
- Cartell A3: material físic per a difusió en espais culturals i punts d'informació.
- Programa de funcions accessibles: material específic per a públics amb necessitats d'accessibilitat.
- Fulls de mà (*flyers*) de programacions específiques: materials promocionals per a cicles concrets (ex. En Dansa, Cultura en Família).

Canals propis i digitals

- Web corporatiu: actualització de continguts, programació, informació per a l'espectador, funcions accessibles i abonaments.
- Butlletí d'informació (quinzenal): butlletí informatiu enviat periòdicament amb les novetats i promocions.
- Imatges adaptades per a xarxes socials: contingut visual creat específicament per a Instagram, Facebook i X.
- Bàners: elements visuals per reforçar la promoció dins l'ecosistema digital.

Publicitat exterior i suports físics

- Plafons a la Rambla Nova: espais visuals per promocionar la programació.
- Tanques publicitàries (tres unitats): espais en diferents punts de la ciutat per donar visibilitat als espectacles.
- Opis (Tarragona ciutat): publicitat en mobiliari urbà per reforçar la presència als carrers.
- Cartelleres als teatres Tarragona i Metropol: punts de referència per al públic assistent.

6.2. Accions 2025-2027

Identitat gràfica i visual**Fase 1: 2025**

- Dissenyar una imatge gràfica pròpia per a les arts escèniques dins de TGN Cultura, amb elements diferenciadors per a cada disciplina (teatre, dansa, circ, música, etc.).
- Crear una guia d'estil per assegurar que la imatge es mantingui coherent en tots els materials i canals de comunicació.
- Dissenyar plantilles fàcils d'utilitzar per a cartells, senyalització i xarxes socials.

Fase 2: 2026

- Aplicar progressivament la nova imatge gràfica als materials digitals i físics.
- Ajustar colors i tipografies perquè encaixin millor amb la identitat global de TGN Cultura però també destaquin les arts escèniques.
- Crear materials visuals atractius per reforçar la presència de les arts escèniques en la comunicació.

Fase 3: 2027

- Implementar la nova imatge en tots els suports: web, xarxes, cartells, materials impresos i senyalització en espais físics.
- Formar l'equip perquè tothom conegui i apliqui correctament la nova identitat gràfica.
- Avaluar com està funcionant la nova imatge i fer ajustos si cal per millorar-ne l'impacte.

Creació de contingut**Fase 1: 2025**

- Revisar el contingut actual: analitzar tot el contingut publicat a les xarxes socials, el lloc web i altres canals de comunicació. Comprovar que tot estigui actualitzat, sigui rellevant i estigui alineat amb el públic al qual volem arribar.
- Crear un calendari de publicacions: planificar quan i què es publicarà durant l'any, adaptant-se a l'agenda cultural i els esdeveniments més importants, perquè el contingut estigui sempre alineat amb el moment adequat.

Fase 2: 2026

- Provar de crear nous formats de contingut, com ara vídeos interactius, històries a Instagram, pòdcasts, i fins i tot transmissions en directe per mantenir l'interès del públic i fomentar la interacció.
- Animar els seguidors a crear i compartir contingut, com ara fotos, vídeos o comentaris, relacionats amb els espectacles i les activitats. Utilitzar aquests continguts per promocionar-nos i crear una relació més estreta amb l'audiència.
- Formar l'equip de contingut: oferir formació regular a l'equip perquè estigui sempre al dia de les noves tendències i eines digitals, i garantir així que el contingut sigui de qualitat i coherent.

Fase 3: 2027

- Mesurar l'impacte del contingut: analitzar els resultats dels continguts publicats per saber què funciona millor i ajustar així el que no estigui funcionant.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Millorar la visibilitat en cercadors i xarxes socials: optimitzar els continguts per fer-los més visibles. Per exemple, aplicar tècniques d'optimització per a cercadors (SEO) i adaptar els continguts per aprofitar millor les xarxes socials.
- Buscar noves col·laboracions amb influenciadors i creadors de contingut externs per arribar a més persones i aportar noves perspectives als nostres continguts.

Estratègia digital**Fase 1: 2025**

- Publicitat en xarxes socials: crear anuncis a Instagram, TikTok i YouTube per promocionar espectacles amb alta demanda, segmentant el públic per arribar millor a qui realment hi estigui interessat.
- Segmentació i optimització: començar a segmentar el públic per adaptar millor els anuncis segons la seva reacció. Això ajudarà a millorar els resultats de les campanyes.
- Continguts visuals i interactius: crear vídeos curts i animacions atractives per als anuncis a xarxes socials i fomentar la interacció amb concursos i enquestes.
- Captació de públic jove: crear contingut específic per a canals com TikTok i YouTube, amb vídeos divertits i reptes per captar l'atenció del públic jove.
- Màrqueting per correu electrònic i butlletins: enviar el primer butlletí amb informació mensual sobre activitats i contingut exclusiu per als subscriptors.
- Fidelització i participació activa: fomentar la participació del públic a les xarxes socials, amb enquestes i crides a l'acció per interactuar més amb la nostra comunitat.

Fase 2: 2026

- Publicitat en xarxes socials: continuar amb els anuncis pagats per a espectacles populars i optimitzar-los basant-se en els resultats obtinguts el 2025.
- Segmentació i optimització: fer un seguiment constant dels anuncis per ajustar-los i millorar-ne els resultats, i adaptar-los a les necessitats del públic.
- Continguts visuals i interactius: continuar creant continguts visuals dinàmics, com ara vídeos en directe o entre bastidors per connectar millor amb el públic.
- Captació de públic jove: col·laborar amb influenciadors per fer continguts atractius per al públic jove.
- Màrqueting per correu electrònic i butlletins: fer els butlletins més personalitzats, oferint contingut basat en les preferències dels subscriptors.
- Fidelització i participació activa: crear més interacció amb la comunitat, fent activitats en directe (*lives*) i oferint contingut exclusiu per als membres més actius.

Fase 3: 2027

- Publicitat en xarxes socials: prioritzar els anuncis per a espectacles amb menys afluència o amb aforament limitat. Provar formats innovadors a TikTok i Instagram per fer-los més atractius.
- Segmentació i optimització: continuar millorant els anuncis amb la informació dels usuaris que ja han participat abans per arribar millor als públics recurrents.
- Continguts visuals i interactius: introduir nous formats interactius, com ara xats en viu amb artistes o creadors per mantenir l'interès del públic.
- Captació de públic jove: crear estratègies per mantenir l'interès dels joves captats en fases anteriors, oferint contingut exclusiu i creant una relació més propera.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Màrqueting per correu electrònic i butlletins: continuar millorant els butlletins, afegint-hi novetats i ofertes especials per als subscriptors més actius.
- Fidelització i participació activa: organitzar activitats exclusives per a membres de la comunitat, com ara trobades amb artistes o descomptes especials per als esdeveniments futurs.

Xarxes socials**Fase 1: 2025**

- Definir i establir un to de la comunicació proper i inclusiu, que s'adapti a cada xarxa social (Instagram, X, TikTok, etc.). Crear un llibre d'estil i guies de llenguatge per assegurar coherència en els missatges i formar l'equip intern i extern en el seu ús.
- Seguir una estratègia de contingut específic per a cada xarxa o plataforma. Per exemple, imatges i històries per Instagram, vídeos curts per a TikTok i actualitzacions ràpides per a X. Així es maximitza l'impacte de cada publicació.
- Identificar influenciadors locals que comparteixin els valors de TGN Cultura i col·laborar-hi per ampliar-ne l'abast i arribar a un públic més jove. Les col·laboracions poden incloure accions en directe, com són assajos o processos de creació.
- Segmentació d'audiències i personalització de continguts: crear continguts específics per a cada segment d'audiència, adaptats a les preferències de cada plataforma.

Fase 2: 2026

- Fer continguts en directe, com ara retransmissions d'esdeveniments a Instagram Live o Facebook Live, per generar interacció en temps real amb l'audiència.
- Col·laborar amb mitjans de comunicació locals per promocionar activitats a través de les seves xarxes socials. Organitzar xerrades i taules rodones amb experts i artistes per aconseguir més visibilitat.
- Millorar continguts visuals: crear imatges i vídeos de qualitat per captar l'atenció, especialment mitjançant històries i *reels*, formats molt atractius per a una audiència jove i dinàmica.

Fase 3: 2027

- Revisar les col·laboracions amb influenciadors per avaluar-ne els resultats i ajustar-les segons l'impacte. Buscar noves col·laboracions amb influenciadors d'àmbits específics com la gastronomia o el turisme cultural.
- Optimitzar la segmentació: revisar l'estratègia de segmentació de l'audiència i adaptar els continguts a les noves preferències i comportaments del públic.

Màrqueting per correu electrònic i butlletins**Fase 1: 2025**

- Millorar la segmentació dels butlletins: dividir els subscriptors en grups més petits, segons els seus interessos (tipus d'espectacle, disciplina artística: circ, teatre, dansa, música) o preferències personals (com la ubicació o les dates preferides). Per exemple, tenir grups separats per a famílies, joves, amants de la cultura local, etc.
- Personalitzar els continguts: enviar informació específica segons els interessos de cada grup. Per exemple, si a algú li agrada més la música, trametre-li més informació sobre concerts i espectacles musicals.

Fase 2: 2026

- Millorar el disseny dels butlletins, fent-lo més atractiu, amb imatges grans, vídeos curts per avançar els espectacles i icones per als nostres perfils a les xarxes socials. Utilitzar un disseny que sigui fàcil de llegir tant en mòbil com en ordinador.
- Diversificar el contingut i afegir seccions noves, com ara entrevistes amb artistes o vídeos mostrant què passa «darrere de les càmeres». Incloure ofertes especials per als subscriptors, com ara descomptes i promocions exclusives per a espectacles futurs. I també afegir continguts educatius per a famílies, amb activitats relacionades amb els espectacles.

Fase 3: 2027

- Fomentar la participació dels subscriptors: incloure concursos, enquestes i ofertes especials per fer que els subscriptors interactuïn més amb els butlletins. Afegir preguntes obertes i enllaços per a les xarxes socials per poder mantenir una comunicació més directa amb la comunitat.
- Mesurar els resultats i millorar: analitzar les dades (quants obren els correus, quins enllaços clica la gent, quants acaben comprant entrades) per saber què funciona millor i així poder ajustar els futurs enviaments per fer-los més efectius i aconseguir més vendes.

Experiència digital: web i plataforma d'entrades**Fase 1: 2025**

- Centralitzar la informació i el procés de compra: unificar el web institucional amb la plataforma d'entrades perquè els usuaris puguin navegar fàcilment entre la informació dels espectacles i la compra d'entrades.
- Optimitzar el recorregut de l'usuari: simplificar la compra d'entrades amb botons clars de «Compra ara» o «Reserva l'entrada» directament a les fitxes dels espectacles, reduint els passos per completar la compra.
- Redissenyar l'estructura web: millorar l'organització del web per fer-la més fàcil d'usar i accessible, amb una agenda clara i informació completa sobre els espectacles: sinopsi, vídeos, descomptes, accessibilitat, etc.

Fase 2: 2026

- Millorar la visibilitat dels espectacles destacats: afegir seccions dinàmiques a la pàgina principal per mostrar espectacles destacats, promocions i esdeveniments propers, utilitzant la pàgina d'inici per impulsar aquests esdeveniments i facilitar l'accés a la compra d'entrades.
- Integració amb xarxes socials i butlletins informatius: afegir un botó visible per a la subscripció als butlletins informatius, fins i tot per a usuaris que no hagin comprat entrades, i millorar la connexió amb les xarxes socials per mantenir una comunicació constant amb el públic.

Fase 3: 2027

- Crear una secció específica, dins del web de Cultura per a les arts escèniques, que sigui el canal principal d'informació sobre programació, activitats, festivals i venda d'entrades.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Revisar i actualitzar l'optimització per a mòbils per garantir l'accessibilitat i millorar l'experiència d'usuari en qualsevol dispositiu.

Relació amb els mitjans de comunicació***Fase 1: 2025***

- Treballar l'estratègia i la planificació de les accions de premsa des de l'àrea d'Arts Escèniques, en coordinació amb l'àrea de Premsa de l'Ajuntament.
- Treballar amb més anticipació i establir un calendari d'accions periòdiques amb mitjans clau (premsa generalista, especialitzada i local).
- Potenciar la relació amb periodistes i crítics culturals mitjançant trobades informals i accions específiques (dinars, trobades informals amb artistes, invitar-los a les estrenes, fer-los participar en xerrades postfunció, etc.).
- Millorar els dissenys i els processos de difusió de notes de premsa per garantir-ne una distribució més efectiva.
- Creació d'una base de dades pròpia, amb premsa local, nacional i estatal, tant de mitjans generalistes com especialitzats (cultura, escena, familiar, música). Segmentació dels enviaments.
- Creació i disseny atractiu i funcional per a les notes de premsa i els dossiers de premsa.
- Creació de sala de premsa amb materials de qualitat i seleccionats, al web de Cultura i a l'apartat d'Àrees Escèniques.
- Externalització de campanyes de premsa amb agències especialitzades (Festival Camp de Mart, presentació de temporades, etc.).

Fase 2: 2026

- Establir acords anuals de col·laboració amb mitjans de comunicació (locals i especialitzats).
- Ampliar les col·laboracions amb mitjans digitals i nous formats periodístics (pòdcasts, butlletins d'informació especialitzats, etc.).
- Crear un pòdcast propi o cocrear-lo amb un mitjà de comunicació radiofònic d'un programa o una secció especialitzada en un programa existent.
- Potenciar les entrevistes i els reportatges en profunditat sobre la programació i els artistes.
- Explorar la creació d'un espai de trobada anual entre mitjans i creadors culturals.
- Establir aliances amb mitjans estatals per ampliar la visibilitat de la programació més destacada (premsa especialitzada).

Fase 3: 2027

- Consolidar una xarxa de periodistes i prescriptors culturals fidels.
- Avaluar l'impacte de les accions implementades i redefinir estratègies segons els resultats.
- Desenvolupar noves narratives per a la difusió mediàtica, aprofitant tendències emergents en comunicació cultural.
- Combinar premsa tradicional i digital per arribar a més públic: vincular entrevistes i reportatges amb campanyes digitals per donar-los més visibilitat i fomentar la viralització.

Publicitat i difusió

Fase 1: 2025

- Google Ads: creació d'anuncis i inversió en campanyes digitals. Fer-ne l'anàlisi i el seguiment per optimitzar la conversió en temps real.
- Xarxes socials (Meta, TikTok i YouTube): anuncis i campanyes de pagament en xarxes socials. Amb segmentació i ús de continguts atractius (si cal, que siguin interactius, *reels* i *short ads*).
- Premsa escrita i ràdio: mantenir la presència en mitjans locals i nacionals, amb bàners publicitaris però també amb contingut (col·laboracions, entrevistes, articles de reflexió).
- Publicitat física i impresa: redistribució dels suports per augmentar la visibilitat en punts estratègics i a tota l'àrea metropolitana de Tarragona, i no només al centre de la ciutat (transport públic, mercats, espais culturals).
- Redistribució pressupostària inicial: increment progressiu de la inversió en accions digitals fins al 30 %, ajustant la publicitat física i en mitjans tradicionals.

Fase 2: 2026

- Publicitat en mitjans: treballar des dels acords de col·laboració i per a una visibilitat més enllà de l'àmbit local (català i estatal). Premsa generalista i especialitzada (cultura, escena, familiar, música).
- Accions en col·laboració amb influenciadors culturals: creació de campanyes conjuntes amb creadors de contingut i influents en l'àmbit cultural.
- Campanyes audiovisuals a YouTube i plataformes digitals: producció de tràilers i continguts exclusius per reforçar la promoció digital.
- Revistes especialitzades i pòdcasts: incrementar la presència en mitjans culturals estatals, aprofitant seccions especialitzades en arts escèniques.
- Ampliació de la publicitat física: exploració de nous suports en espais universitaris i zones d'oci per captar públic jove.

Fase 3: 2027

- Personalització i IA en publicitat digital: adaptació dels anuncis segons el comportament de l'usuari per maximitzar la conversió.
- Producció de continguts exclusius per a plataformes de vídeo i estríming: creació de material promocional pensat específicament per a xarxes socials.
- Optimització d'inversió en mitjans tradicionals: aposta per suplementos culturals i formats de contingut pagat (contingut de marca) en premsa i ràdio.
- Accions de màrqueting de proximitat: promocions en espais físics amb accions creatives que impliquin el públic.
- Avaluació i ajust del pressupost: revisar què ha funcionat millor i redistribuir la inversió segons resultats.

Gestió de públics

Fase 1: 2025

- Conèixer bé el nostre públic: utilitzar les dades que tenim (compradors d'entrades, assistents a espectacles) i fer enquestes per saber qui ve, què vol i què necessita, per adaptar d'aquesta manera la comunicació i l'oferta.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Segmentar la comunicació: un cop sapiguem qui és el nostre públic, dissenyarem campanyes específiques per a cada tipus de persona (famílies, joves, turistes, etc.), fent servir els canals més adequats per a cada grup (xarxes socials o correus electrònics).
- Mesurar la fidelització amb eines per saber si la gent torna a venir als espectacles. Això es farà amb enquestes de satisfacció o analitzant quanta gent repeteix l'experiència.

Fase 2: 2026

- Campanyes personalitzades: crear campanyes específiques per a cada tipus de públic, amb missatges i ofertes personalitzades segons les seves preferències (per exemple, descomptes per a famílies o entrades especials per a estudiants).
- Fer augmentar la participació del públic fomentant la interacció a través de canals com ara xarxes socials, fòrums o grups privats on puguin compartir les seves opinions i rebre notícies exclusives.
- Fidelitzar el públic: crear ofertes per premiar els espectadors habituals, com ara descomptes, accés anticipat a funcions o continguts exclusius. També podem explorar l'opció d'un abonament de temporada o un carnet de fidelitat, amb avantatges per als qui assisteixin regularment als espectacles.

Fase 3: 2027

- Revisar l'impacte de la gestió de públics: analitzar com han funcionat les accions de fidelització i captació de públic, amb dades de les enquestes, la taxa de repetició d'assistents i l'efectivitat de les campanyes de màrqueting.
- Ajustar les estratègies: modificar o afinar les campanyes segons els resultats obtinguts. Si alguna estratègia no està funcionant, la canviarem per connectar millor amb el públic.
- Crear experiències noves per als espectadors: organitzar activitats especials per mantenir l'interès de l'audiència, com ara trobades exclusives amb artistes, presentacions especials d'espectacles o activitats més immersives.

Relacions públiques**Fase 1: 2025**

- Organitzar rodes de premsa i trobades amb mitjans per a la temporada i els esdeveniments destacats. Convidar periodistes i crítics a esdeveniments (assajos o prees-trenes) per mantenir la presència mediàtica. Crear dossiers de premsa i materials actualitzats sobre la programació per mantenir informats els mitjans.
- Organitzar presentacions de la temporada en centres cívics i altres espais comunitaris per apropar-nos als diferents barris de la ciutat. Fer petites accions itinerants o performances en espais públics per generar expectació i atreure l'atenció del públic.
- Iniciar col·laboracions amb associacions comercials i entitats culturals de la ciutat per dur a terme accions conjuntes que beneficiïn ambdues parts. Establir vincles amb els departaments municipals de Joventut, Educació i Turisme per treballar en accions conjuntes.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Llançament d'un programa de fidelització: crear un carnet cultural i un carnet d'amics de les arts escèniques per fomentar el sentiment de pertinença i la fidelització del públic.
- Millorar la presència a les xarxes socials: crear continguts atractius per a Instagram, TikTok, Facebook i X. Col·laborar amb influenciadors locals per arribar a més públic i acostar les arts escèniques a una audiència més jove. Organitzar directes o estrí-mings amb artistes per fer arribar la seva tasca al públic general.

Fase 2: 2026

- Mantenir la relació amb els mitjans, amb rodes de premsa i trobades informals per mantenir el contacte. Ampliar la presència de TGN Cultura en mitjans digitals i especialitzats en cultura, més enllà de la premsa local.
- Organitzar activitats culturals interactives i itinerants per arribar a nous públics. Participar en fires i festivals culturals d'àmbit nacional per donar més visibilitat a TGN Cultura.
- Potenciar les aliances amb altres ciutats i festivals culturals per augmentar la projecció i visibilitat a nivell nacional i estatal. Col·laborar amb escoles, instituts i universitats per generar nous públics joves i formats interactius.
- Fomentar la creació de grups de treball o espais de cocreació amb el públic per dissenyar accions participatives. Oferir avantatges exclusius per als membres del carnet d'amics com a estratègia de fidelització.
- Accions interactives a xarxes socials: organitzar concursos o reptes de creació col·lectiva en xarxes socials. Millorar la segmentació dels butlletins per oferir contingut personalitzat a cada grup d'interès.

Fase 3: 2027

- Organitzar esdeveniments mediàtics exclusius per a la premsa per mantenir la seva atenció. Desenvolupar aliances amb mitjans internacionals per ampliar l'abast de la comunicació i fer més conegut TGN Cultura fora de les fronteres locals.
- Consolidar les accions itinerants i les petites mostres culturals en espais no convencionals per arribar a tota mena de públic en diferents barris de la ciutat. Explorar noves formes de visibilitat, com ara murals o instal·lacions en espais públics que cridin l'atenció.
- Potenciar la col·laboració amb comerços locals i el sector turístic per dur a terme accions conjuntes que beneficiïn les arts escèniques i la comunitat local. Expandir les col·laboracions amb entitats educatives per establir una relació més estreta amb el públic jove.
- Introduir noves accions de fidelització: oferir programes exclusius per als membres més fidels (accés anticipat a entrades, descomptes o activitats especials). Continuar amb les accions de cocreació amb el públic a través de tallers, concursos i altres iniciatives.
- Desenvolupar una estratègia digital més sòlida per arribar als públics més joves, mitjançant noves plataformes com Twitch o altres xarxes emergents. Continuar amb les campanyes interactives, amb vídeos en directe i col·laboracions amb creadors de contingut dins de l'àmbit cultural.

Col·laboracions i aliances**Fase 1: 2025**

- Treball conjunt amb Joventut, Educació i Turisme per organitzar activitats amb escoles i instituts, com ara xerrades amb artistes i tallers, per acostar les arts escèniques als joves. Col·laborar amb Turisme per incloure el Festival d'Estiu en les campanyes de promoció de la ciutat.
- Acords amb restaurants i bars: llançar una primera prova pilot de packs culturals (sopar + teatre), amb una selecció de restaurants propers als espais d'arts escèniques.
- Vincles amb altres equipaments culturals: explorar col·laboracions amb museus, cinemes i centres culturals per dissenyar accions conjuntes, com ara entrades combinades o promocions creuades.

Fase 2: 2026

- Col·laborar amb mitjans de comunicació: mantenir i ampliar la relació amb mitjans locals i especialitzats per garantir la difusió d'activitats. Explorar col·laboracions amb mitjans digitals per arribar a públics més joves.
- Acords amb empreses de transport: negociar descomptes amb Renfe/AVE per a assistents a espectacles i col·laborar amb l'EMT i l'ATM per facilitar tarifes especials i fomentar la mobilitat sostenible.
- Expandir els acords amb comerços: ampliar la iniciativa de packs culturals a més establiments i crear promocions específiques per a espectadors habituals.

Fase 3: 2027

- Establir aliances estratègiques amb altres ciutats i festivals per a l'intercanvi d'espectacles i accions de promoció conjunta amb altres equipaments i festivals d'arreu de Catalunya.
- Desenvolupar un programa estable amb centres educatius per reforçar la presència de les arts escèniques en la formació.
- Avaluar i millorar les col·laboracions existents: revisar els acords establerts en anys anteriors per detectar millores i ajustar les accions segons els resultats obtinguts.

Equip i recursos**Fase 1: 2025**

- Incorporar o assignar a l'equip d'Arts Escèniques una persona que es pugui encarregar de la part més estratègica i de coordinació de la comunicació de l'àrea.
- Aprofundir en la col·laboració amb els equips de Comunicació i de Premsa de l'Ajuntament, per poder liderar l'estratègia des d'Arts Escèniques i anar alhora amb la resta de departaments implicats en la comunicació a l'Ajuntament.
- Contractar eines i recursos necessaris per al desenvolupament de les accions de comunicació proposades: recull de premsa (*clipping*), eines de planificació de xarxes socials (Metricool, Mailchimp, Canva...), etc.
- Promoure accions formatives per a les persones necessàries de l'equip en diferents àmbits de comunicació.

Fase 2: 2026

- Treballar per tenir més autonomia en el lideratge de l'estratègia i les accions comunicatives, i poder-ho planificar i executar des de l'àrea d'Arts Escèniques i no tenir tanta dependència de Comunicació i Premsa de l'Ajuntament.
- Desenvolupar plecs per a la contractació d'equips i empreses externs de diferents especialitzacions de comunicació: premsa, fotografia, vídeo, disseny gràfic, web, xarxes socials.

Fase 3: 2027

- Revisar i avaluar les millores implementades pel que fa a equips i contractacions externs per a la gestió de la comunicació.
- Corregir i millorar en les àrees que es detectin necessitats que no s'hagin resolt o millorat.

7. Avaluació de resultats i indicadors de seguiment**7.1. Indicadors de seguiment i avaluació**

Per avaluar l'efectivitat de les accions comunicatives, cal establir protocols de seguiment que permetin adaptar les estratègies i millorar les accions presents i futures a partir de l'experiència passada. Les possibles correccions es poden fer durant les campanyes (sobretot en l'àmbit digital, que és el que permet un marge de modificacions al mateix temps que s'estan executant), o quan acabin, de cara a plantejar noves accions i campanyes de comunicació en el futur.

D'aquesta manera es podrà avaluar si la comunicació és eficient i obté resultats, si s'està implementant l'estratègia adequada, si s'estan assolint els objectius plantejats, si s'arriba als públics adequats per a l'activitat, etc.

És una molt bona eina per conèixer l'impacte de les campanyes, els missatges i el relat, i la seva percepció per part del públic, així com saber si s'han produït distorsions en la interpretació dels missatges.

Visibilitat i abast**1. Mitjans de comunicació**

- Nombre d'aparicions en premsa.
- Tipus de mitjà (local, nacional, estatal).
- Valor del contingut publicat.
- Comparar les dades amb campanyes passades.

2. Xarxes socials

- Nombre de seguidors, *m'agrada*, comentaris i comparticions en les diferents plataformes.
- Abast de les publicacions (nombre de persones que les han vist).
- Interacció amb les publicacions (comentaris, preguntes, etc.).
- Compromís (*engagement*).

3. Web

- Nombre de visites i trànsit.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Temps de permanència al web.
- Pàgines més visitades.
- Paraules clau + des d'on hi arriben els usuaris (butlletí, xarxes socials, anuncis).

3. Butlletins

- Percentatge d'obertura.
- Interacció + contingut consumit.
- Dies i hores d'obertura.

*Impacte en l'audiència***1. Assistència a esdeveniments**

- Nombre d'espectadors/assistents (concerts, obres teatrals, tallers, xerrades, presentacions).
- Percentatge de l'ocupació de l'aforament.
- Variació de l'assistència en comparació amb esdeveniments anteriors.

2. Satisfacció del públic

- Enquestes de satisfacció als espectadors o assistents.
- Anàlisi dels comentaris i opinions recollits en xarxes socials i altres canals.
- Quines activitats o propostes artístiques funcionen millor i pitjor.

3. Diversitat del públic

- Perfil sociodemogràfic dels assistents (edat, gènere, procedència).
- Grau d'accessibilitat als actes per a diferents públics (persones amb discapacitats, famílies, gent gran, etc.).

*Eficiència accions de publicitat***1. Rendibilitat de la inversió (ROI)**

- Relació entre el cost de les accions de comunicació i els resultats obtinguts (augment de l'assistència, venda d'entrades, etc.).
- Impressions de bàners de publicitat en mitjans.
- Enllaços de conversió de vendes en bàners de publicitat.
- Conversió de vendes per Social Ads o Google Ads.

2. Cost per impacte

- Cost de cada acció de comunicació dividit entre el nombre de persones abastades.

3. Eficiència de les diferents plataformes i canals

- Comparació del rendiment de les diferents plataformes de comunicació (xarxes socials, web, butlletins, mitjans de comunicació).

*Compliment d'objectius***1. Alineació amb els objectius estratègics d'Arts Escèniques**

- En quina mesura les accions de comunicació contribueixen a assolir els objectius de l'àrea (promoció de la cultura, accés a la cultura, desenvolupament del sector).

2. Compliment dels objectius específics de cada campanya

- Avaluació de l'èxit de cada campanya en funció dels objectius específics (augment de visibilitat, venda d'entrades, etc.).

7.2. Eines de seguiment i recomanacions

Eines de seguiment

- Google Analytics, per analitzar el trànsit web.
- Anàltiques de les xarxes socials: Facebook Insights, Twitter Analytics, Instagram Insights.
- Plataformes de monitoratge de mitjans: per al recull de premsa (*clipping*), com ara Acceso, My News o Pressclipping, entre d'altres que hi ha al mercat.
- Enquestes de satisfacció, per mesurar l'impacte de satisfacció del públic.
- Sistemes de venda d'entrades (*ticketing*), per al control d'assistència.
- Eina analítica del programa de màrqueting per correu electrònic / butlletins (tipus Mailchimp, Teenvio, Brevo).
- Eina de programació de les publicacions de les xarxes socials. Metricool, una de les que hi ha al mercat, extreu anàltiques i dades.

Recomanacions

- És important establir objectius específics, mesurables, assolibles, rellevants i amb terminis definits per a cada acció de comunicació.
- S'han d'elaborar informes periòdics de seguiment, amb una freqüència que permeti prendre decisions i ajustar les estratègies sobre la base dels resultats.
- És fonamental la comunicació fluida entre l'equip d'Arts Escèniques i tots els implicats en l'estratègia de comunicació (tant interns com proveïdors externs).

8. Equip

8.1. Responsabilitats i rols necessaris

A continuació es fan una sèrie de recomanacions en relació amb la descripció de tasques que poden ajudar a endreçar la comunicació i tots els perfils i departaments implicats (interns i externs).

Coordinació de comunicació

- Estratègia del Pla de comunicació: fora de línia i en línia.
- És indispensable que sigui interna de l'equip d'Arts Escèniques.
- Coordinació entre aquesta àrea i la resta d'àrees implicades en la comunicació.
- Organització d'esdeveniments de relacions públiques i premsa d'arts escèniques.
- Desenvolupament de les diferents campanyes comunicatives.
- Contacte de comunicació i relacions públiques de l'àrea.
- Planificació de tota la comunicació.
- Nous continguts: coordinació de material audiovisual, directes, continguts trans mèdia, etc.
- Tancar acords de comunicació.
- Planificar i coordinar la producció dels materials de comunicació
- Coordinació amb els proveïdors externs: relació amb agències externes de xarxes socials, web, disseny gràfic, fotografia i vídeo.
- Coordinar campanyes publicitàries, tant fora de línia com en línia, i senyalística.

Responsable de públics i audiències (figura híbrida entre coordinació d'activitats i comunicació)

- Organitzar la comunicació interna amb les diferents comunitats.

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

- Promoure activitats educatives, professionals, per a públic jove, familiar, gent gran, etc.
- Gestionar la base de dades d'arts escèniques, tant la professional com la base de dades dels butlletins, per fer una bona segmentació i anàlisi de dades dels enviaments.
- Promoure campanyes per ampliar la comunitat.
- Acords de comunicació amb altres agents i comunitats.
- Promoure altres maneres de fidelitzar amb les comunitats, com ara la creació d'una llista de difusió.

Amb serveis externs inicialment (però valorant l'opció de comptar amb personal propi), gestió de xarxes socials, gestió de mitjans, actualització web, redacció de butlletí d'informació, invitacions i altres elements comunicatius

- Gestió de comunitats i planificació de les publicacions.
- Coordinació i seguiment amb les agències externes de xarxes socials.
- Redacció i enviament de notes de premsa, actualització de la zona de premsa, actualització de la base de dades de mitjans i relació amb els mitjans.
- Redacció de butlletins d'informació, invitacions i altres comunicacions.
- Redacció de programes de mà i altres elements comunicatius.
- Actualització del contingut web.

9. Conclusions i suggeriments

Per concloure, s'afegeix aquí una síntesi dels principals suggeriments o propostes, amb la idea no de prioritzar sobre moltes aquí desgranades sinó sobretot d'obtenir una perspectiva general i dels esforços i millores que es poden plantejar en l'apartat de comunicació d'Arts Escèniques.

- Aconseguir a mitjà i llarg termini una comunicació més estratègica i eficient, basada en objectius i públics i que serveixi per visibilitzar i posicionar les arts escèniques a la ciutat i el territori metropolità.
- Donar prioritat a la visibilitat i el caràcter de la tasca de l'àrea i tota l'activitat que genera en una mateixa línia gràfica corporativa, aplicada de manera cohesionada i coherent en tots els canals i materials de comunicació.
- Dur a terme la reconstrucció de la imatge gràfica, cohesionada amb la imatge general de TGN Cultura, que faci més senzilla la identificació dels diferents projectes, activitats i programes que es generen des de l'àrea.
- Donar més entitat i visibilitat a l'àrea d'Arts Escèniques en el marc de la programació cultural de la ciutat (TGN Cultura).
- Amplificar l'abast i arribar a la major part de la ciutadania, tant a través de la diversitat de la programació com de les accions de comunicació i públics.
- Assumir i liderar la gestió i l'execució de la comunicació des de l'àrea d'Arts Escèniques per augmentar la visibilitat, millorar l'eficiència i els resultats i impulsar una comunicació més estratègica que enforteixi l'àrea i tota l'activitat que genera.
- Per assumir i liderar l'estratègia de comunicació de l'àrea, cal impulsar el creixement de l'equip intern i arribar a tenir un perfil amb dedicació principal per coordinar la comunicació i un altre perfil amb tasques específiques de públics, totes dues persones destinades a reforçar la comunicació de les arts escèniques.
- Millorar l'efectivitat de les accions comunicatives amb la figura de la coordinació i que estiguin basades en una estratègia general ben definida, planificada i treballada

Annex 9. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

de manera cohesionada amb totes les parts implicades en l'execució de la comunicació (equips interns i externs).

- Assumir la necessitat de recórrer a equips i empreses externes quan la capacitat de l'equip intern no sigui suficient o es requereixin serveis per als quals l'equip intern no està preparat (fotografia, vídeo, disseny gràfic, gestió de comunitat, premsa, etc.).
- Enfortir i millorar la comunicació digital per arribar a nous públics i augmentar la interacció, adaptant-s'hi per generar noves maneres de comunicar i nous continguts associats afins, ampliar l'abast i aconseguir una conversa més directa amb el públic (presencialment i digitalment).
- Reforçar la coordinació entre el web, les xarxes socials i els butlletins, assegurant una experiència coherent i atractiva per a l'usuari, per aconseguir una comunicació digital més efectiva. Això inclou millorar la visibilitat i la diferenciació de l'àrea d'Arts Escèniques, acompanyant-ho d'un ús estratègic de recursos visuals i textuais adaptats a cada mitjà.
- Garantir una coherència visual clara i adaptada a cada canal de comunicació. Això inclou l'ús de recursos visuals específics i colors diferenciadors al web, les xarxes socials i els butlletins, a fi de crear una identitat visual consistent i de fàcil reconeixement. Aquesta adaptació ha de ser òptima per a tots els formats per millorar l'impacte visual i la usabilitat dels continguts.
- Identificar diferents segments de públic per captar i fidelitzar, així com de nous públics, i destinar recursos i estratègies específics per a cadascun.
- Capacitat per a la contractació més regular d'equips externs per a la creació de materials de fotografia i vídeo, per professionalitzar la imatge i el relat que es vol construir i ser capaços de crear nous continguts comunicatius per assolir alguns dels objectius marcats. Capacitat per fer bé els encàrrecs (brínging adaptat a les necessitats i també pensant a curt, mitjà i llarg termini) i escollir els proveïdors que puguin assolir l'encàrrec de manera eficient.
- Valorar la necessitat d'obrir nous canals comunicatius per arribar al públic jove (activació del TikTok existent) o a nous públics (canal a Telegram o recuperant el canal de WhatsApp), així com d'invertir esforços a enfortir, actualitzar i millorar l'app i el web.
- Liderar i enfortir les relacions amb els mitjans de comunicació, tant del territori i la rodalia com d'abast nacional i especialitzat, per ampliar així la visibilitat de la programació i de tota la tasca que porta a terme anualment l'àrea.
- Capacitat per crear una xarxa de col·laboracions, públiques i privades, que puguin enfortir i eixamplar la feina de l'àrea i tota la seva programació associada.
- Tenir capacitat pressupostària suficient per assolir tots els objectius marcats per a la creació, la producció i la gestió de tota la comunicació de l'àrea (salariis, costos empreses externes, producció i distribució de materials de difusió, publicitat digital i tradicional, contractació d'espais publicitaris en mitjans i de carrer, etc.).

(El document del Pla de comunicació s'ha elaborat amb l'acompanyament de La Costa Comunicació.)

Annex 10 Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

Índex

1. Introducció	335
2. Objectius	335
3. Principis rectors	335
4. Marcs d'acció	335
4.1. Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona	335
4.2. SCAN	338
4.3. Projectes i espais expositius de suport a les arts visuals.....	342
4.4. Arts visuals i educació	345
4.5. Cinema.....	347
4.5.1. <i>Cicles de cinema</i>	347
4.5.2. <i>Tarragona Film Office</i>	350
5. Avaluació i seguiment	351
Annex 1.....	355
MÈDOL. PROGRAMA D'ACTIVITATS EXPOSITIVES, PERFORMATIVES I DE MEDIACIÓ EN LES ARTS VISUALS CONTEMPORÀNIES. 2025-2026.....	355

1. Introducció

Les arts visuals integren un sector ampli i heterogeni que engloba totes aquelles disciplines que tenen un component expressiu visual, des de les tradicionals i clàssiques, com són la pintura, la ceràmica, la fotografia i el dibuix, fins a les disciplines més emergents i vinculades a les noves tecnologies i el videoart.

Tarragona compta amb Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona, que aposta per obrir finestres i establir noves aliances creatives dins i fora de la ciutat, amb la finalitat de potenciar el talent creatiu de proximitat i apostar per la hibridació de gèneres, disciplines i continguts. Disposa del seu propi pla o programa d'actuacions expositives i performatives, que recull les accions de suport a la creació, de mediació cultural i d'exhibició.

Alhora, la ciutat compta amb altres serveis (com ara el Tarragona Film Office) i manifestacions artístiques en l'àmbit visual que es recullen en aquest document, com l'SCAN, el festival internacional de fotografia, les accions de suport a projectes artístics i espais expositius i les complicitats entre les arts visuals i l'educació i el cinema.

2. Objectius

Els objectius genèrics de l'àmbit de les arts visuals són els següents:

- Establir un marc de treball comú i un espai de cooperació en l'estratègia de les arts visuals.
- Donar suport a les iniciatives creatives i a les produccions gestades al territori.
- Reforçar les arts visuals des de la mediació cultural, especialment en la formació, els espais de reflexió, la comunitat educativa i els col·lectius diversos.

3. Principis rectors

Les arts visuals, en el seu vessant museístic, van ser de les primeres a incorporar la mediació cultural, concretament des del sector educatiu. Són pioneres a tenir una mirada reflexiva, crítica i oberta de l'art, des de la creació, la producció, l'exhibició, la formació i el consum en les arts visuals. Així doncs, estan impregnades de valors i principis rectors com són l'equitat, la igualtat, la diversitat i la inclusió, la proximitat i la col·laboració, i alhora el compromís, la qualitat i la sostenibilitat, entre d'altres.

4. Marcs d'acció

4.1. Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona

Quatre anys de trajectòria han consolidat una manera de fer pròpia de Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona, basada en la proximitat, la hibridació i l'afavoriment del pensament crític. Un projecte sense espai fix però amb una presència expansiva al territori que ja suma més de dos-cents cinquanta artistes, gairebé un centenar d'exposicions i múltiples activitats, performances, col·laboracions i programes educatius.

Des del seu naixement, l'octubre del 2021, Mèdol ha esdevingut una plataforma plural i descentralitzada que s'ha proposat habitar la ciutat i el seu entorn des de les pràctiques artístiques contemporànies. Aquest és el punt de partida, que parteix de l'experiència

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

acumulada i projecta una nova etapa, amb la voluntat de reforçar les línies de treball que han definit la seva identitat des de l'inici, ampliar aliances territorials i projectar una mirada oberta al context contemporani.

En aquesta nova etapa, la mediació es consolida com un dels pilars estratègics per als pròxims quatre anys i esdevé una pràctica transversal que abraça tota la programació.

Entesa com a espai d'acompanyament, no només com a eina de transmissió sinó també d'afectes i de generació de sentit compartit, la mediació a Mèdol s'articula al voltant de processos d'aprenentatge, escolta activa i vincle amb la ciutadania, amb accions que afavoreixin l'accés crític a les arts contemporànies a través d'eines pedagògiques inclusives i formats participatius: des de l'acompanyament a les exposicions en curs fins a la programació d'activitats amb comunitats específiques (com el nou projecte amb Alba Rihe).

L'educació expandida i la formació no reglada esdevindran eixos centrals d'aquest enfocament, amb projectes com el MED Institut, dirigit a artistes i professionals de la gestió, o «Viu l'art viu», una activitat desenvolupada amb Còdol Educació que busca obrir espais d'experiència estètica, sensibilització i descobriment, especialment pensada per a públics escolars i familiars.

El Pla es desplega a l'entorn d'una sèrie de projectes expositius, activitats i processos que s'encaren a qüestions urgents com la sostenibilitat, la memòria, les narratives digitals o les noves formes d'intel·ligència, tot sense perdre de vista l'arrelament local, el compromís amb la creació emergent i la dimensió educativa de l'art.

La programació compagina exposicions i activitats, d'iniciativa pròpia i en col·laboració amb agents i institucions del territori, que es despleguen en espais diversos de la ciutat i de les comarques tarragonines.

S'hi sumen col·laboracions com la vinculació amb el Circ romà, en diàleg amb el Museu d'Història de Tarragona, o el cicle «Parlem contemporani?», dins del programa Context Obert, en col·laboració amb el Convent de les Arts d'Alcover.

Es dona continuïtat també a complicitats consolidades, com la relació amb el festival SCAN, el ressorgiment de L'Irradiador amb Lo Pati i l'associació Artsud, les exposicions de primavera amb Cultura Verda o activitats com la nova mostra Microbeats a Riudoms, que contribueixen a dibuixar un mapa viu, divers i multidisciplinari de la creació contemporània al Camp de Tarragona.

Les exposicions individuals posen el focus en una nova generació d'artistes, amb una destacada presència de dones i creadores de la demarcació de Tarragona. I amb les mostres col·lectives, el programa s'expandeix amb vocació internacional.

La recerca curatorial compartida i les metodologies col·laboratives tornen a ser clau per entendre un programa construït des de la multiplicitat de veus i perspectives. Pel que fa a les disciplines, és en les activitats on aquestes exploten per les costures que sorgeixen propostes sovint difícils de classificar, que exploren més enllà de les arts visuals. Parlem de performance, dansa, poesia, música, videocreació o moda, i de com s'interrelacionen de manera específica o simultània. El cicle Poessia investiga en la creació entre la paraula i el so, en la relació entre la performativitat de la veu i la música; altres propostes ho fan entre

el cos i el context, en espais públics o específics. Una programació que es compagina i es relaciona amb les propostes expositives.

En les activitats educatives i de formació és on Mèdol vol estendre's en un dels seus papers fonamentals: donar eines a artistes i professionals de l'art. Ho fa a través del programa MED Institut o de les diverses activitats dirigides a professionals, amb espais de debat i conversa inherents a les preocupacions contemporànies, i alhora mirant a les futures generacions amb les activitats per a escoles «Viu l'art viu» o el projecte de divulgació «Biblioteca de biblioteques».

Amb espais que abracen des de Casa Canals fins a Tabacalera, passant pel Tinglado 2 del Port de Tarragona, l'antic Banc d'Espanya, el Circ romà o Cal Massó a Reus, el programa es desplega en xarxa i reforça la seva presència al territori, reafirmant la voluntat que Mèdol esdevingui un agent actiu, permeable i relacional, compromès amb els reptes de l'art contemporani i les comunitats que l'habiten.

Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona disposa del seu propi pla o programa d'actuacions expositives i performatives (el trobareu a l'annex 1 d'aquest document) en les arts visuals contemporànies, estructurades a partir dels eixos que defineixen el seu projecte per als anys vinents, que són la recerca i la creació, la difusió i la mediació, i l'articulació de la xarxa territorial, i que desenvolupa en els àmbits següents:

- Àmbit de la recerca i la creació
 - Beques o residències per a artistes
 - Projectes d'investigació, recerca i desenvolupament
 - Formació adreçada a artistes i altres professionals
 - Accions d'internacionalització
 - Assessorament tècnic a artistes
 - Cessió d'espais i materials per al procés previ a la producció
- Àmbit de la producció i la programació
 - Producció de projectes d'arts visuals propis i coproduccions
 - Exhibició de projectes d'arts visuals
- Àmbit de la difusió i la dinamització de públics
 - L'educació i la participació comunitària
 - Pla de comunicació
- Àmbit de la patrimonialització i la documentació
 - Patrimonialització d'obres produïdes
 - Documentació dels projectes
 - Centre de documentació
 - Documentació i territori
- Àmbits de la connexió i l'articulació
 - Relacions del centre amb el seu territori de referència
 - Relacions amb agents nacionals i internacionals
 - Relacions amb el sector de les arts visuals
 - Relacions amb altres sectors del coneixement
- Àmbit de l'accessibilitat i la sostenibilitat ambiental
 - Accessibilitat
 - Condicions d'accessibilitat del centre
 - Activitats accessibles

- Model de gestió
- Organització
- Pressupost i pla de finançament del centre
- Actuacions amb perspectiva de gènere
- Actuacions mediambientals

4.2. SCAN

L'SCAN és el festival de fotografia català que el Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya va impulsar l'any 2008 amb la finalitat de substituir la Primavera Fotogràfica, que havia celebrat la darrera edició el 2004. De seguida s'hi va sumar l'Ajuntament de Tarragona, que des del 2010 n'és el titular.

Des dels inicis, l'SCAN s'ha dedicat a la promoció i divulgació de la fotografia emergent, fins a esdevenir un referent absolut en el panorama fotogràfic català i espanyol. En l'etapa nova, iniciada el 2022, i amb un nou equip i direcció, l'SCAN dona continuïtat al projecte heretat, sobretot en les activitats més rellevants, com l'exposició col·lectiva del programa Talent Latent i la trobada professional Full Contact, única en el panorama fotogràfic europeu.

Tanmateix, fa un pas més enllà i impulsa noves seccions que esdevenen troncal, com la Residència de Creació L'Arxiu (coproducció amb L'Arxiu); la publicació d'autor *BLOC* (coproducció amb el Museu Nacional Arqueològic de Tarragona); el Photobooks (coproducció amb el Museu d'Art Modern de la Diputació de Tarragona); el programa expositiu Mediterrània (coproducció amb el Port de Tarragona); el pòdcast *Òcul* (amb el patrocini del BBVA, la coproducció expositiva a Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona); o promovent, amb el programa SCAN Actiu, la participació de la ciutadania —sense exclusió de ningú— a través de projectes específics fets als barris o a les biblioteques i adreçats a col·lectius amb risc d'exclusió social. D'altra banda, l'SCAN involucra el teixit cultural de la ciutat, facilitant i promovent que les entitats i institucions locals vinculades a la cultura o al món social puguin participar activament en el festival.

L'SCAN entén la fotografia com una eina creativa, de coneixement i, alhora, de construcció cultural. I és gratuït per a tothom, amb la idea de facilitar l'accés de la ciutadania a la creació fotogràfica i a la cultura.

És en aquest sentit que, pensant en el pòsit que l'SCAN deixa a la ciutat, s'adapten la missió, els objectius i les activitats del festival a l'època que ens toca viure, exercint així la nostra responsabilitat com a mediadors i també prescriptors de cultura.

4.2.1. Objectius i valors

La missió. Promoure la fotografia com a disciplina de creació artística, com a mitjà de comunicació responsable i com a eina de construcció social.

La visió. Esdevenir un festival de fotografia i cultura visual de referència en l'àmbit de la Mediterrània.

Les qualitats. Creativitat: l'SCAN promou la fotografia i explora les noves formes d'expressió. Profunditat: l'SCAN reflexiona sobre el fet fotogràfic i el seu abast social. Amplitud: l'SCAN és un projecte inclusiu que s'expandeix als barris. Transmèdia: crea continguts per a diferents canals (exposicions, publicacions, pòdcast *Òcul*...).

Els valors. SCAN reconeix la cultura com a bé públic; divulga l'obra d'artistes emergents, explora i experimenta nous formats i narratives; incentiva el diàleg intercultural, la igualtat de gènere, la diversitat i la inclusió; reconeix els drets inherents dels creadors i creadores i les seves obres; treballa amb els agents locals per enfortir el teixit cultural i artístic; i estalvia recursos, vetlla per un projecte sostenible i promou la participació ciutadana.

4.2.2. Programes de l'SCAN

Talent Latent

Convocatòria internacional i exposició central de SCAN.

Objectiu: incentivar la creació fotogràfica entre els nous talents i experimentar nous formats creatius i expressius.

És l'activitat que ha donat sentit, identitat i continuïtat al festival des de la primera edició, l'any 2008. Talent Latent continua en la mateixa línia, donant visibilitat, en format exposició, a artistes que per la seva trajectòria es considera que estan en el tram mitjà (entre l'emergència i la consolidació) i que tenen una obra d'alta qualitat i interès.

La selecció d'artistes que configuren Talent Latent es fa a través d'una convocatòria internacional i hi poden participar fotògrafs de tot el món.

L'exposició del Talent Latent se celebra habitualment al Tinglado 2 del Port de Tarragona.

Full Contact

Punt de trobada professional i lectura de portafolis entre artistes/fotògrafs novells i agents de l'art.

Objectiu: activar un espai relacional entre els diferents agents de la comunitat artística amb la finalitat d'establir sinèrgies i complicitats i incentivar projectes de futur entre els participants.

A través d'una convocatòria, se seleccionen els quinze artistes que participen en l'edició de Full Contact, l'espai on els artistes presenten i donen a conèixer el seu dossier d'artista a uns vint-i-cinc agents del món de l'art —comissaris, galeristes, editorials, centres d'art, etc.— que SCAN hi convida.

Habitualment se situa al Teatret del Serrallo.

Òcul, el pòdcast del festival SCAN

Espai de reflexió i aprofundiment entorn del mitjà fotogràfic i la cultura visual.

Objectiu: explorar nous formats per arribar a nous públics i pensar la fotografia amb la finalitat de comprendre la seva funció en l'àmbit creatiu, comunicatiu i social.

La temporada consta d'uns cinc episodis en els quals intervenen deu artistes, comissaris o personalitats d'altres camps artístics que, des de diferents perspectives crítiques, aborden la relació entre les expressions artístiques —en particular, la fotografia—, la societat que les acull i la temàtica del festival.

Els diferents capítols estan disponibles en el canal de Spotify del festival: <https://open.spotify.com/show/4C8WKLLHxdUkDcQR2IX3cR>.

Aquest programa està patrocinat per una empresa privada.

Bloc, publicació d'autor

L'edició de *Bloc*, publicació d'autor del festival SCAN, editat per primera vegada el desembre del 2023, en el marc de la desena edició del Festival, obeeix a la voluntat d'explorar nous formats creatius, així com d'incitar la interdisciplinarietat entre llenguatges expressius, concretament els de la fotografia, la paraula i el disseny.

Cada any el festival convida un o una artista, o un col·lectiu d'artistes, a desenvolupar un projecte fotogràfic vinculat a la ciutat de Tarragona i les seves comarques. El treball resultant es publica a *Bloc*.

Aquest projecte és una coproducció amb el Museu Nacional Arqueològic de Tarragona.

BiblioSCAN

Llista de llibres recomanats per les biblioteques de Tarragona.

És el programa pensat per a la participació activa de les biblioteques a l'SCAN. Parlem de fotografia a través dels llibres que les biblioteques de Tarragona ofereixen als seus usuaris, arribant així a persones que no hi havien accedit abans. Les biblioteques públiques creen als seus espais un aparador de llibres recomanats sobre fotografia i la temàtica del festival.

Les visites guiades i comentades a les exposicions, dirigides sobretot a alumnes d'instituts i escoles, connecten el projecte amb el públic més jove. Tots ells són programes pensats específicament per fer créixer el nombre de persones interessades en la fotografia.

Objectiu: expandir la fotografia a altres espais culturals de la ciutat, arribar a nous públics i contribuir a la reflexió.

En aquest programa hi col·laboren la Biblioteca Pepita Ferrer i la Biblioteca Pública de Tarragona.

SCAN Photobooks

Exposició de llibres de fotografia de caràcter internacional.

Objectiu: donar a conèixer què es cou en l'àmbit de la publicació de llibres de fotografia a escala internacional i crear un fons públic de llibres SCAN.

Per a l'exposició es compren els llibres seleccionats, donant així suport a les editorials i els autors. Aquests llibres queden dipositats al Fons SCAN de la biblioteca del Museu d'Art Modern de Tarragona i estan disponibles per a la consulta.

És una coproducció amb el Museu d'Art Modern de Tarragona - MAMT.

SCAN Actiu - Inclusió

Diferents activitats i tallers relacionats amb la fotografia i pensats per a la participació de la ciutadania.

Objectiu: estendre la fotografia a tots els racons de la ciutat, a totes les persones i entitats, amb la finalitat de proporcionar-los eines d'expressió en pro de la inclusió i la participació del veïnat.

Hi col·laboren la Biblioteca Pepita Ferrer del barri de Torreforta, la Biblioteca Pública de Tarragona, els centres cívics de Tarragona, l'Espai Jove Kesse i l'associació Bloc 23 del barri de Sant Salvador de Tarragona.

Residència de Creació L'Arxiu

Residència artística a L'Arxiu.

Objectiu: obrir l'arxiu fotogràfic i audiovisual de la ciutat a investigadors, comissaris i artistes, amb la finalitat d'elaborar nous discursos i narratives a partir del seu fons.

La Residència L'Arxiu està destinada a donar suport als creadors, perquè investiguin el fons fotogràfic i audiovisual de L'Arxiu i formulin noves narratives al voltant de les imatges històriques que conté. El resultat final del treball té un format expositiu.

La selecció de l'artista participant es fa a través d'una convocatòria que es publica durant el mes d'abril.

La Residència és una coproducció del festival SCAN i el Centre d'Imatges de Tarragona (CIT) / L'Arxiu.

Exposicions a l'SCAN

A banda del Talent Latent i Photobooks, diferents espais de la ciutat, i també de Reus i els Pallaresos, acullen altres propostes expositives: Personal Galeria, Espai Turisme, Espai Pàrquing als Pallaresos i el Museu Salvador Vilaseca i El Círcol a Reus.

SCAN Films

SCAN Films neix, l'any 2025, amb la finalitat d'explorar i promoure la creació audiovisual d'autor des del punt de vista documental, artístic o experimental. Es presenta en un format de caixa de projecció, que esdevé una finestra oberta al món del cinema, el vídeo o les creacions fetes a partir de la IA.

Biblioteca SCAN al MAMT

Fons de llibres de fotografia d'autor a la Biblioteca del MAMT.

Aquest fons va creixent any rere any gràcies a la compra de llibres que el festival SCAN fa a partir de les exposicions de SCAN Photobooks. En la data d'elaboració d'aquest document ja compta amb més de noranta títols. El fons és consultable per a tothom.

Hi col·labora el Museu d'Art Modern de Tarragona - MAMT.

La comunicació a l'SCAN

Des de l'any 2022, SCAN disposa d'una figura tècnica que té la finalitat principal de dirigir i coordinar la comunicació del Festival.

Objectius de la comunicació a l'SCAN:

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

- Impulsar la marca SCAN i la seva reputació entre el sector professional i artístic, entre el públic amant de l'art i la cultura d'arreu, i el públic (la ciutadania) de les comarques de Tarragona.
- Donar a conèixer i promoure les activitats que fa l'SCAN.
- Incrementar la comunitat de seguidors de l'SCAN amb la finalitat que n'esdevinguin prescriptors.

L'estratègia comunicativa s'aplica a quatre àrees ben definides: publicitat en línia, publicitat fora de línia, mitjans de publicitat i servei de premsa.

4.3. Projectes i espais expositius de suport a les arts visuals

El sector de les arts visuals de Tarragona compta amb un ampli teixit creatiu en diferents especialitats, i unes xarxes de professionals generades entre els mateixos creadors i associacions de professionals que s'han anat consolidant i han anat enriquint les seves projeccions a la ciutat. En són exemples l'Associació d'Il·lustradores, les nombroses propostes de dissenys gràfics, els tallers oberts, L'Irradiador, etc.

A escala municipal, les arts visuals despleguen un seguit d'accions de suport, especialment pel que fa a espais expositius i desenvolupament de projectes, amb la finalitat d'enfortir el teixit cultural i creatiu, la producció i el vessant transformador en les comunitats i els contextos implicats.

Els valors dels espais expositius són l'atenció i l'assessorament en relació amb les propostes, disposar d'espais expositius adequats per valorar i dignificar les propostes que s'hi presentin —tant en l'assessorament previ com durant el muntatge—, facilitar la comunicació i la difusió de les accions presentades i ser un espai de suport a la mostra cultural i artística de les entitats del territori.

Exposicions del Pati de Jaume I

La sala d'exposicions del Pati de Jaume I és un entorn privilegiat, ja que conté el mausoleu modernista del rei Jaume I, de Domènech i Montaner, fet que situa la sala en el recorregut turístic de la ciutat.

Actualment l'espai acull molts actes diversos —rodes de premsa, presentacions, rebudes de grups...— i constitueix una bona oportunitat per donar a conèixer propostes.

Al llarg de l'any hi ha artistes que hi presenten les obres. I també s'hi acullen projectes educatius al voltant d'exposicions de fotografia social, de natura, de viatges, mostres de pintura i exposicions de cultura popular. Vist en perspectiva, el Pati de Jaume I és un espai viu i que genera interès, i que també compleix la funció de fer visibles projectes generats per la ciutadania i la ciutat.

L'Àrea de Cultura és l'encarregada de gestionar les exposicions que s'hi presenten, dins de la programació anual.

Alguns dels reptes plantejats en les exposicions al Pati de Jaume I són els següents:

- Potenciar més l'espai i la seva disponibilitat, obrint convocatòries públiques perquè es pugui sol·licitar.
- Buscar estratègies perquè sigui més conegut per al públic en general.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

- Incloure informació sobre el monument en col·laboració amb el Museu d'Història de la ciutat. També algun element visual i amb idiomes que expliqui el monument.
- Introduir millores en la senyalització, sobretot a la plaça de la Font.
- Comptabilitzar, amb els guardes de porta, els visitants que rep l'espai expositiu.

Qualsevol acció sorgida del suport a la creació i la pràctica cultural té inherents els conceptes de participació, perspectiva de gènere, interculturalitat, transculturalitat, accessibilitat, sostenibilitat, inclusivitat, diversitat i transversalitat.

Pel que fa al funcionament de l'espai, les propostes són programades a mesura que van entrant. No hi ha selecció i totes són ateses. A l'hora de programar, però, es dona prioritat a les propostes vinculades a la ciutat de Tarragona.

De tant en tant, també es programa alguna exposició més especial, i no es descarta que l'espai es pugui sumar al Festival SCAN amb una exposició.

Exposicions organitzades al Centre Cultural Antic Ajuntament

La sala d'exposicions de l'Antic Ajuntament té un entorn privilegiat, una arquitectura envejable i una situació molt bona. El fet de formar part del Centre Cultural fa que l'espai sigui viu i hi passi molta gent. Així mateix, la dinàmica del mateix espai fa que aculli propostes molt diverses i interessants.

Algunes de les propostes per impulsar les mostres incloses en l'espai expositiu del Centre Cultural Antic Ajuntament són:

- Potenciar més l'espai i la seva disponibilitat, obrint convocatòries públiques perquè es pugui sol·licitar.
- Buscar estratègies perquè sigui més conegut per al públic en general.
- Incloure informació sobre l'Antic Ajuntament, perquè també se'n conegui la història.
- Introduir millores en la senyalització de l'espai expositiu per fer-lo visible des del carrer.
- Introduir millores en la il·luminació.

La programació d'aquest espai de petit format es basa en propostes rebudes, i això fa que la programació sigui eclèctica, però alhora respon a l'esperit del Centre Cultural Antic Ajuntament, que facilita els espais per a la creació. Des d'aquest punt de vista, la sala d'exposicions va d'acord amb el que es fa a l'edifici.

No hi ha selecció —excepte quan cal pagar honoraris per l'exposició— i la majoria són ateses. I a l'hora de programar es dona prioritat a les propostes vinculades a la ciutat de Tarragona.

Exposicions organitzades al Centre Cultural Antiga Audiència

Gràcies a l'adquisició d'uns plafons d'exposició, es va creure oportú obrir aquest espai per programar-hi exposicions. Es treballa amb l'Escola d'art i Disseny de la Diputació de Tarragona per programar un seguit de mostres d'alumnes i donar a conèixer així els treballs incipients dels nous creadors. Des d'aquest punt de vista, l'espai es vol erigir en aparador de la creativitat dels nous talents que vagin sorgint de l'Escola.

Murs que Parlen

Murs que Parlen és una iniciativa de la Conselleria de Joventut, amb la implicació del Servei Municipal de Cultura de l'Ajuntament, que dona suport en la realització dels murs.

Tot procés creatiu necessita espais i formats de promoció, producció i exhibició de les obres o treballs que se'n derivin. Murs que Parlen és una iniciativa que durant tots aquests anys d'existència s'ha anat configurant com una eina eficaç per a la facilitació de permisos per pintar en murs habilitats a la ciutat de Tarragona.

Murs que Parlen proposa una línia de suport a la producció, promoció de rutes d'art urbà i mostra de les instal·lacions artístiques que es portin a terme. Si s'escau, es plantegen iniciatives en format cicle en què es parteix d'una convocatòria d'artistes i de suports murals concrets per realitzar intervencions plàstiques.

S'hi han inclòs artistes de més prestigi per dur a terme murals més ambiciosos, la qual cosa ha donat lloc a espais d'intercanvi, aprenentatge i experiències amb el públic de la ciutat.

Objectius:

- Fomentar i promoure accions i recursos per a l'experimentació, l'exhibició i la mostra de diferents disciplines artístiques i promocionar espais d'art urbà.
- Construir una ciutat connectada amb la cultura a través de la gran quantitat de solars i murs abandonats arreu de Tarragona (tant al centre com als barris), i enriquir el patrimoni cultural i artístic de la ciutat, així com fomentar el turisme cultural i el potencial creatiu.
- Acompanyar, dissenyar o alliberar espais i racons de la ciutat a favor de la mostra i la difusió artística.
- Facilitar l'accés als suports murals de carrer agilitzant la tramesa de permisos i la comunicació de la intervenció.
- Crear murs de referència d'art urbà, i que la ciutat en pugui tenir un relat.
- Facilitar la participació de diferents col·lectius en els projectes de Murs que Parlen.

Aquests cicles culturals tenen en compte la necessitat d'aplicar les consideracions i recomanacions descrites en els manuals de gènere i interculturalitat. Alhora, dins d'aquesta mirada inclusiva, es vetlla perquè que les accions, els actes i les activitats siguin accessibles i incloguin els col·lectius i els joves amb capacitats diverses.

Tots els murals estan en llocs d'accés gratuït i a l'abast de tothom. En la localització dels espais es mira que siguin fàcils de localitzar i que responguin conceptualment a l'entorn on es creen. I pel que fa al gènere, el projecte busca la paritat d'artistes femenines i masculins.

Durant totes les edicions que té el projecte Murs que Parlen s'han implantat obres a totes les zones i entramats urbans de la ciutat, sempre cuidant i implicant la comunitat veïnal i donant valor al capital humà, els relats i les causes que han motivat les intervencions plàstiques.

En el transcurs d'aquests anys s'han embastat rutes i un inventari permanent d'art urbà, s'ha impulsat la producció directa de murs i s'han organitzat tallers i laboratoris de creació i experimentació, que han donat a conèixer les diferents tècniques d'aplicació al mur partint de les propostes de joves creadors i creadores.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

Amb Murs que Parlen es mira que l'artista, a part del mur que pinta a la ciutat, deixi un pòsit pedagògic en les noves generacions. Per aquest motiu, s'ofereixen tallers pràctics i visites comentades mentre el mur es va realitzant.

Projectes en cooperació

Des d'Arts Visuals s'acompanyen projectes municipals que vulguin esdevenir mostra d'artistes visuals del territori. Actualment, es fa l'acompanyament a Estació KM0 i Tallers Oberts. Vegem-los:

Estació KM0 a l'Estació d'Autobusos

L'associació fotogràfica Photo Km0, Fotografia al Camp de Tarragona gestiona l'espai expositiu anomenat Estació KM0, situat al vestíbul de l'edifici de l'Estació d'Autobusos de Tarragona, amb el suport de l'Ajuntament de Tarragona i de l'Empresa Municipal de Transports.

Aquesta proposta consisteix a buscar i comissariar diferents autors perquè exposin en aquest espai, d'acord amb les col·laboracions amb l'Escola d'Art i Disseny de la Diputació en la recerca de nous talents sorgits de l'Escola.

Tallers Oberts a la Part Alta

Durant un cap de setmana d'octubre se celebren els Tallers Oberts d'Artistes de la Part Alta, amb el suport de l'Ajuntament de Tarragona, després de la represa de l'any 2023 per part dels Serveis Territorials de Cultura de la Generalitat. L'any 2024 hi van participar 16 tallers i 41 artistes.

Les mostres dels diferents tallers de la Part Alta s'exposen col·lectivament al Centre Cultural Antic Ajuntament, acompanyat d'alguna actuació relacionada amb les arts escèniques. Igualment, el cap de setmana també s'acompanya amb diferents actuacions musicals pels carrers i places.

Comunicació. Se'n fa difusió mitjançant accions coordinades des de Cultura i Comunicació Corporativa, especialment amb cartelleria física, xarxes socials, diaris, ràdios, Agenda Tarragona i el plafó a la Rambla Nova, entre altres accions.

Els Tallers Oberts preveuen fer uns Tallers Oberts de Tarragona, oberts a tot el territori, per crear sinergies amb zones i realitats.

Escultura pública

Pel que fa a les oportunitats que es generen al voltant de l'escultura pública, arran de la restauració del monument a Verdaguer i l'escultura de Jujol, des d'aquest Pla d'acció s'obre una possible línia de treball pel que fa a l'inventari i la possibilitat d'instaurar noves escultures, com a futures tasques a abordar.

4.4. Arts visuals i educació

Les accions realitzades des del binomi cultura-educació en les arts visuals és d'especial rellevància per la seva intensitat i relació al llarg del temps. Des de Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona es programen exposicions i activitats, i alhora s'engeguen projectes educatius i de mediació, programes de creació en residència i programes de

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

dinamització. Són processos clau que, com a acció educativa, fomenten la capacitat i la creativitat de les persones, vinculant l'art, l'educació i la població amb processos de mediació. Els programes educatius i culturals posen al centre les persones, l'educació i les arts, creen relacions entre si i afavoreixen noves construccions de coneixement crític, creatiu i connectat amb els reptes contemporanis. Són els següents:

- «Viu l'art viu». Es tracta d'una proposta educativa gratuïta per a escoles que ofereix la possibilitat de conèixer l'espai i la descoberta de l'art contemporani, amb explicació i immersió en les seves disciplines.
- Visites guiades amb artistes. En cada exposició de Mèdol s'organitza una visita guiada amb l'artista de l'exposició per conèixer-ne millor el procés de treball i l'obra exposada.
- Premis i residències. Mèdol ofereix, en col·laboració amb l'Aula de Cinema de la URV, el premi Parlant Posthumanament, de videocreació entorn de la intel·ligència artificial.

El Centre d'Art també ofereix una residència amb convocatòria pública a les seves xarxes de TikTok, entenent l'espai digital com un espai més de la programació de Mèdol.

I es posa en marxa també la residència RES3, un projecte entre tres entitats de l'Alt Camp, el Baix Camp i el Tarragonès.

- Tallers i xerrades. El Centre d'Art ofereix periòdicament xerrades i tallers vinculats al seu programa, proporcionant un espai de reflexió i d'aprenentatge per a adults sobre diferents aspectes de l'art contemporani.
- Context Obert. És un projecte de mediació i participació oberta dirigit inicialment al sector professional de l'art, amb la idea de generar un espai més permeable per al debat i el diàleg amb el context local creatiu. Context Obert va consistir en un seguit de converses recollides a través d'un material de relatoria gràfica, posteriorment compartit gratuïtament com a eina de treball per generar xarxa i processos de col·laboració a llarg termini. Context Obert és un laboratori de pensament amb un enfocament cap a la mediació i la recerca de maneres d'obrir en xarxa el sector artístic a la comunitat.
- MED Institut, màster de masterclass. Una iniciativa per donar eines a artistes i creatius del territori de Camp de Tarragona, aportant l'experiència dels ponents en el camp de les pràctiques artístiques i la gestió d'aquestes en format de jornades formatives i de debat. El projecte s'adreça a artistes professionals o en vies de professionalització, creatius, gestors culturals (des de la creació o des de la crítica) de qualsevol edat i productors culturals. Es du a terme de gener a juny, dividit en dos semestres (gener-març i abril-juny), i és gratuït amb inscripció prèvia.
- Binomi Artista-Escola. Conjuntament amb el Servei d'Arts i Educació de l'IMET, també s'amplia amb el Premi d'Investigació Radar Mèdol dirigit als estudiants de batxillerat i amb l'objectiu de premiar l'esforç en l'aprenentatge, establir vincles amb els centres d'ensenyament secundari i promoure la recerca i la creació artística en tots els seus àmbits d'actuació. Alhora, Binomi Artista-Escola es complementa amb xerrades, accions i tallers en què l'artista relaciona els alumnes amb el motiu de la seva exposició o obra.
- «De la mà d'una escola». Un nou programa que planteja una col·laboració transversal entre cultura i educació com a eina de transformació social i comunitària.

Comunicació. Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies aposta perquè l'art sigui una manera de comunicar. Cal visibilitzar els espais, les obres, les creacions i els projectes, i comunicar-los especialment de forma visual. S'utilitza el web com a seu oficial de la programació i el servei i s'aposta per les xarxes socials com a espai de difusió contant, comunicant de forma prèvia, *in situ* i també com a conclusió o retiment de comptes de les accions.

Xarxes i espais de relació. El treball en xarxa forma part de la metodologia del dia a dia de Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies. D'aquesta manera, el Centre ha generat una font de recursos, creacions, suports i lligams prou àmplia, que es retroalimenta. Mèdol es projecta més enllà del seu espai i contribueix a crear territori establint espais de relació amb altres centres i institucions i amb altres àrees municipals, entitats, col·lectius i artistes d'aquí i d'arreu del món.

Cal destacar en aquest aspecte que l'Espai Jove Kesse és considerat un centre educatiu i cultural on es desenvolupen iniciatives de procés i producció en arts visuals i que compta amb recursos de suport a la creació visual per a joves.

4.5. Cinema

La cultura cinematogràfica, audiovisual i digital és una forma més d'expressió artística present en la cultura tarragonina. A la ciutat s'hi programen diferents cicles de cinema, amb temàtiques, públics i objectius diferents i complementaris. Alhora, també es compta amb una oficina de suport a les gravacions i rodatges realitzats a la ciutat, que acompanya i facilita els tràmits i processos per desenvolupar aquests treballs.

Cal esmentar també que a Tarragona hi ha altres propostes i projectes d'iniciativa privada en l'àmbit cinematogràfic que reben suport municipal i es fan tasques complementàries i necessàries. En són exemples la programació estable de cinema en versió originals que impulsa l'associació cultural Anima't, o Play Acció Cultural amb el REC, Festival Internacional de Cinema de Tarragona, centrat en la nova creació i en la promoció del talent emergent.

A continuació es detallen els cicles de cinema municipals.

4.5.1. Cicles de cinema

En el marc del Programa de suport a la creació i la pràctica cultural es duen a terme tres cicles de cinema: Cinema Lliure a la Platja, Cinestrelles i Elles Filmen. Aquests cicles es complementen amb el cicle Crispetes, de la Xarxa de Centres Cívics, el Festival Itinerant de Cinemes Africans, dels serveis de Cooperació, o el Cicle Premi Lux d'Europe Direct. A continuació es fa una breu referència de cadascun.

Elles Filmen

És un cicle dedicat a les dones i les seves professions en el cinema. En la primera edició la programació va girar al voltant de Pilar Miró, coincidint amb els vint-i-cinc anys de la seva mort. El segon any es va posar el focus sobre les dones productores, aquelles persones que romanen a l'ombra però que són indispensables perquè una pel·lícula acabi sent realitat. Està previst que el cicle continuï en pròximes edicions, centrat en diferents professions lligades al cinema i en dones que hi excel·leixen.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

Elles Filmen té lloc al Centre Cultural Antiga Audiència al llarg de quatre dilluns dels mesos d'octubre i novembre. Cada dia s'entrevista una protagonista i després es projecta una pel·lícula.

La programació es comparteix amb el Departament d'Estudis de Comunicació de la URV i amb el Cicle Superior de Realització de Projectes Audiovisuals i Espectacles, que fins ara l'han recomanat als seus alumnes. És un cicle dirigit al públic en general que tingui interès en el cinema i de Tarragona i voltants, però que també té un interès específic per als joves que vulguin dedicar-se professionalment al sector audiovisual.

El cicle es comunica mitjançant programes de mà, un plafó informatiu a la Rambla Nova i tanques de carretera. A més, es fa roda de premsa de presentació i diverses notes de premsa per anunciar cada projecció i oferir entrevistes amb els protagonistes.

Cinestrelles

Cinestrelles és un cicle nascut amb la voluntat d'arribar a nous racons de la ciutat, apostant per la descentralització de la programació cultural i portant cinema a dos espais on no s'havia fet mai cinema a la fresca.

Durant tres dimarts i tres diumenges de juliol i agost, es projecten sis pel·lícules al parc Francolí i l'Anella Mediterrània. Prèviament, un DJ local posa música des d'una hora abans. La cartellera de pel·lícules està pensada per a audiències diverses i àmplies, públic familiar i públic genèric.

El cicle de projeccions implica altres serveis municipals, com Neteja, Brossa, Enllumenat, Brigada, Domini Públic o Comunicació.

La comunicació es fa mitjançant cartells, un plafó informatiu a la Rambla Nova i una campanya de publicitat de pagament a Tarragona Ràdio i en xarxes socials.

Cinema Lliure a la Platja

Cinema Lliure a la Platja és l'única mostra de cinema independent a les nits d'estiu en diverses platges del litoral català i mallorquí. Programa pel·lícules que han passat per festivals de cinema de renom i que posen en relleu la projecció de la dona i la inclusió. I també hi ha alguna projecció per a públic familiar.

Abans de cada pel·lícula es projecta un curtmetratge amb peces del festival Filmets i de la convocatòria Nou Talent, oberta a estudiants de cinema de les escoles de Catalunya i Mallorca que volen exhibir curtmetratges dirigits pel seu alumnat.

Es fan tres projeccions a la platja de la Móra i dues a la platja de l'Arrabassada, cada dilluns durant el mes de juliol i inicis d'agost.

La comunicació es fa mitjançant cartellera distribuïda a les zones de Llevant, un plafó informatiu a la Rambla Nova i campanyes de publicitat.

Igual que el cicle Cinestrelles, té la complicitat de diferents departaments municipals per al bon desenvolupament dels actes.

Crispetes

Aquest cicle de cinema familiar i popular, amb sessions gratuïtes (fins a exhaurir l'aforament), té per objectiu potenciar i fomentar la cultura de proximitat. S'emmarca en el projecte Edunautes, que fomenta els aprenentatges invisibles dels infants en les activitats de lleure familiar. Promocionat per la Xarxa de Centres Cívics, es du a terme un cop al mes en les temporades de primavera i tardor a la sala d'actes del Centre Cívic Bonavista.

Festival Itinerant de Cinemes Africans de Catalunya

Amb vocació descentralitzadora i atenent a la capil·laritat territorial de les diàspores africanes a tot el territori català, l'associació CinemÀfriques i el Fons Català van decidir, l'any 2022, ampliar aquesta oferta cultural a tots els municipis catalans. Amb la idea d'utilitzar el cinema com una eina de cohesió i transformació social, es va crear el Festival Itinerant de Cinemes Africans de Catalunya (FICAC).

El FICAC proposa una programació de filmografia africana basada en quatre eixos:

- Migracions, el repte de la representació positiva de la migració
- Colonialismes: revisitar el nostre passat per habitar el present
- Feminismes: feminismes negres i de la diàspora
- Emergència ambiental: cap a un altre model de consum

A més de les propostes cinematogràfiques, es programen diverses activitats paral·leles per acostar sabers i reflexions sobre la diversitat, el medi ambient, els referents diversos i el cinema com a eina de transformació, adreçades al públic infantil, jove i adult.

El festival, que té una periodicitat anual, durant el mes de juliol, pretén convertir-se en un espai d'entreteniment i divulgació que, a través del cinema, revifi la vella màxima que subratlla que la cultura serveix per modelar les consciències. Més enllà de projectar la filmografia seleccionada, el FICAC vol connectar-se i articular-se tant amb el teixit cultural, educatiu i social com amb la diàspora africana resident a Catalunya. No busca només sensibilitzar i aportar coneixement a través de la transmissió de filmografia africana, sinó generar espais de connexió i intercanvi a la ciutat on participi la diàspora africana per tal de cohesionar la ciutadania.

El FICAC vol acostar la realitat del continent a la ciutadania per superar els relats d'una Àfrica desolada, amb una programació que aboca una gamma cromàtica en positiu del continent veí. Concretament, els seus objectius són:

- Contribuir a la construcció d'una societat catalana antiracista, intercultural i cohesionada utilitzant el cinema i la cultura com una eina de transformació social i apropant a l'audiència les cinematografies africanes per trencar prejudicis.
- Reivindicar la qualitat dels cinemes africans com un reflex de noves mirades i narratives més contemporànies programant una selecció del millor cinema realitzat a l'Àfrica i a la seva diàspora.
- Contribuir a superar l'imaginari social basat en l'exotització i la deshumanització de la població africana i afrodescendent organitzant diverses activitats de reflexió crítica al voltant de les pel·lícules projectades.

Cicle Premi Lux

Aquest cicle, patrocinat per Europe Direct, projecta durant el mes de febrer les pel·lícules finalistes i sotmeses a votació per part del públic del Premi Lux, iniciativa del Parlament Europeu i l'Acadèmia de Cinema Europeu.

Altres iniciatives amb les quals col·labora l'Ajuntament de Tarragona

L'Ajuntament de Tarragona col·labora amb altres iniciatives, en forma de conveni o suport en recursos, que duen a terme entitats, associacions i altres institucions, com és el cas del REC, el Festival Internacional de Cinema de Tarragona, que té lloc els darrers mesos de l'any, o bé el Psicurt, Festival de Curtmetratges sobre Salut Mental de Tarragona i Reus, que es fa el mes d'octubre.

4.5.2. Tarragona Film Office

Tarragona Film Office és el servei municipal d'atenció als rodatges i les sessions fotogràfiques (produccions audiovisuals) des del 2010, i actualment depèn del Patronat Municipal de Turisme de Tarragona.

Els seus objectius són:

- Estimular i facilitar la producció audiovisual, ja que comporta efectes molt positius.
- Atreure produccions audiovisuals que contribueixin a difondre la imatge de la ciutat i a incentivar la producció cultural, generant un impacte econòmic directe i indirecte al municipi, i també a posicionar la ciutat dins del mapa de la indústria audiovisual.
- Generar un impacte econòmic directe pel que fa al consum de serveis d'allotjament, restauració, comerç, empreses especialitzades, contractació de professionals locals, etc., que són necessaris, sovint, per al desenvolupament d'aquest tipus d'activitats.
- I com a objectiu indirecte, el reconeixement i la projecció exterior, prestigi, creació d'un imaginari col·lectiu i publicitat gratuïta de la imatge de la ciutat.

Els serveis de la Tarragona Film Office són:

- Suport en l'obtenció de permisos necessaris per al rodatge. Assistència en la recerca de localitzacions de rodatge, siguin municipals o no.
- Coordinació dels serveis municipals, com ara reserves d'espai, aparcament de l'equip tècnic, control del trànsit, control de l'enllumenat públic, neteja, canvis de mobiliari urbà...
- Informació sobre els recursos locals (empreses, professionals del sector, etc.) que poden oferir serveis a la producció.
- Suport en la comunicació: xarxes socials, mitjançant el perfil corporatiu de Tarragona Film Office i Premsa a Facebook i Instagram (en coordinació amb el Gabinet de Premsa de l'Ajuntament)
- Comptabilització i recull de les produccions audiovisuals que s'esdevenen a Tarragona per tenir constància i poder-ho reportar a l'ICEC (Generalitat) i així fer pública l'activitat audiovisual, dades que arriben als mitjans de comunicació.

El model que s'ofereix és el de finestra única, un únic referent que facilita la feina del productor o localitzador, ja que agilitza els tràmits i les consultes, entén les necessitats d'una filmació i les transmet a la resta d'implicats: Domini Públic, Guàrdia Urbana, altres departaments o serveis municipals, gestors d'espais municipals o no, serveis, etc.

Segons la Catalunya Film Commission (ICEC - Generalitat de Catalunya), que coordina la xarxa de municipis (actualment, uns 220), a la qual està adherida la Tarragona Film Office, és el model que haurien de seguir tots. A propòsit d'això, s'està implantant una nova metodologia associada al concepte *film friendly*, basada a donar un tracte proper i personalitzat, que la Tarragona Film Office ja aplica des dels seus inicis, mostrant així la voluntat del municipi de facilitar els rodatges.

Tarragona Film Office treballa especialment amb productores, empreses de localització, realitzadors i creadors audiovisuals, estudiants, associacions professionals i la Catalunya Film Commission.

Comunicació. La difusió del servei que s'ofereix des de Tarragona Film Office es fa mitjançant les xarxes socials corporatives de la Tarragona Film Office, Instagram i Facebook, i amb enviaments de notes de premsa, mitjançant el Gabinet de Premsa de l'Ajuntament. El públic és divers: professionals de la indústria audiovisual i ciutadania en general.

Anualment, la Tarragona Film Office fa un recull de les produccions audiovisuals que s'han realitzat, a partir del qual es fa un rànquing del nombre de produccions acollides als municipis adherits a la Catalunya Film Commission, en el qual Tarragona sol ocupar els primers llocs. En tot cas, cal avaluar no només el nombre de produccions acollides, sinó també la seva qualitat o rellevància.

5. Avaluació i seguiment

Per tal d'avaluar els programes i els projectes que es treballen en l'àmbit de les arts visuals des del vessant municipal, cal tenir present que aquest document tracta aquest sector amb una mirada àmplia i de forma conjunta.

Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies es regeix pel seu propi programa, amb uns objectius específics i indicadors de seguiment i avaluació.

Per a la resta d'accions de suport a les arts visuals, és necessari reflexionar i debatre en la Comissió Tècnica Transversal. En aquest espai es farà el seguiment necessari i es proposaran les millores de les línies d'acció, els programes, els projectes i les activitats que s'hi desenvolupin, generant així un aprenentatge col·lectiu. A més a més, l'avaluació serveix com a retiment de comptes i de transparència.

Aquest Pla té una durada de dos anys, ja que treballa paral·lelament amb el de Mèdol, al final dels quals serà revisat i es proposaran millores i línies estratègiques adients a la situació de consolidació i reconeixement de les accions i els projectes desenvolupats.

Accions genèriques del Pla d'acció de les arts visuals

Impulsar un marc de treball comú i un espai de cooperació en l'estratègia de les arts visuals.	Nombre de reunions de la Comissió Tècnica Transversal Nombre de reunions de coordinació entre agents municipals amb implicació en l'impuls de les arts visuals
Fomentar les iniciatives creatives i les produccions gestades al territori	Nombre de projectes i accions que reben suport

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

	Nombre de creadors implicats en els projectes que reben suport (desagregat per gènere)
Donar suport a projectes de mediació cultural, especialment en la formació, els espais de reflexió, la comunitat educativa i els col·lectius diversos.	Nombre de projectes de mediació desenvolupats Nombre de participants en els projectes de mediació (desagregat per gènere) Nombre d'entitats i col·lectius amb què es treballen projectes de mediació cultural
Proposar una oferta educativa que connecti la ciutadania amb les arts visuals i en promogui el reconeixement com a espai de creació, pensament i reflexió crítica.	Nombre de centres educatius implicats en projectes de mediació Nombre d'alumnes assistents als projectes de mediació
Crear una xarxa local i territorial d'agents de les arts visuals.	Nombre de reunions per coordinar i establir la xarxa d'agents visuals Nombre d'agents de les arts visuals amb els quals es treballa en xarxa

Accions del Pla d'acció de Mèdol

Generar accions educatives entre escoles i educació formal, entorns educatius no formals i informals i museus i centres culturals.	Nombre d'accions educatives realitzades Nombre de centres educatius (reglada) amb els quals s'impulsen accions educatives Nombre d'alumnes participants en les accions educatives (reglada) Nombre d'accions realitzades amb entorns educatius no formals Nombre de participants en les accions educatives no formals Nombre d'accions educatives realitzades entre museus i centres culturals Nombre de participants en les accions educatives entre museus i centres culturals Nombre de visites amb artistes realitzades Nombre de participants en les visites amb artistes (desagregat per gènere) Nombre de tallers i xerrades amb artistes

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

	Nombre de participants en tallers i xerrades amb artistes (desagregat per gènere)
Generar espais de treball col·laboratiu i en xarxa territorial en les arts visuals.	Nombre de reunions realitzades en l'àmbit territorial Nombre d'accions de col·laboració realitzades en col·laboració amb el territori
Consolidar les residències artístiques com a pràctica fonamental de l'art contemporani.	Nombre de residències artístiques impulsades Nombre de participants en les residències artístiques (desagregat per gènere)
Donar suport a la professionalització en el treball cultural des de la formació, l'acompanyament i l'assessorament.	Nombre d'accions formatives de suport a la professionalització en el treball cultural Nombre de participants en les accions formatives de suport a la professionalització en el treball cultural (desagregat per gènere) Nombre d'assessoraments tècnics a artistes Nombre de persones ateses en els assessoraments tècnics a artistes (desagregat per gènere)
Impulsar projectes culturals d'arts visuals que situïn els joves com a protagonistes.	Nombre d'accions que situïn els joves com a protagonistes Nombre de participants en les accions culturals que situïn els joves com a protagonistes (desagregat per gènere)
Fomentar les accions culturals multidisciplinàries (fora de les exposicions).	Nombre d'accions i activitats multidisciplinàries realitzades Nombre de participants actius en les accions i les activitats multidisciplinàries (desagregat per gènere) Nombre de participants com a assistents a les accions i les activitats multidisciplinàries (desagregat per gènere)
Impulsar les convocatòries, els premis i les accions de divulgació de les arts visuals.	Nombre d'accions en relació amb les convocatòries, els premis i les accions de divulgació de les arts visuals Nombre de participants en les convocatòries, els premis i les accions de

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

	divulgació de les arts visuals (desagregat per gènere)
Impulsar les exposicions i les coproduccions internacionals.	Nombre d'exposicions internacionals Nombre de participants en les exposicions internacionals (desagregat per gènere) Nombre de coproduccions internacionals Nombre de participants en les coproduccions internacionals (desagregat per gènere)
Diversificar i policentralitzar les accions d'arts visuals.	Nombre d'accions realitzades fora de Mèdol Nombre de participants en les accions realitzades fora de Mèdol Nombre de participants com a assistents a les accions realitzades fora de Mèdol
Fomentar la creació i l'exhibició artística en les arts visuals.	Nombre de produccions realitzades Nombre d'exposicions realitzades Nombre d'artistes participants en les exposicions realitzades (desagregat per gènere) Nombre de persones que visiten les exposicions (desagregat per gènere)
Divulgar i comunicar les actuacions expositives i performatives en les arts visuals contemporànies.	Nombre d'accions de divulgació i comunicació de les actuacions expositives i performatives en les arts visuals contemporànies
Desplegar accions i activitats amb especial atenció a l'accessibilitat en les arts visuals.	Nombre d'accions i activitats amb especial atenció a l'accessibilitat en les arts visuals Nombre de participants en les accions i activitats amb especial atenció a l'accessibilitat en les arts visuals
Desplegar accions i activitats al voltant de la sostenibilitat i la sensibilització mediambiental.	Nombre d'accions i activitats al voltant de la sostenibilitat i la sensibilització mediambiental

Aquests indicadors es complementaran amb els que estableixi el Pla estratègic Tarragona Cultura amb abast transversal.

Annex 1. Mèdol. Programa d'activitats expositives, performatives i de mediació en les arts visuals contemporànies 2025-2026



PROGRAMA D'ACTIVITATS EXPOSITIVES, PERFORMATIVES I DE MEDIACIÓ EN
LES ARTS VISUALS CONTEMPORÀNIES. 2025-2026

Introducció

Mèdol – Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona

Programa 2025–2026

Quatre anys de trajectòria han consolidat una manera de fer pròpia del *Mèdol – Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona*, basada en la proximitat, la hibridació i l'afavoriment del pensament crític.

Un projecte sense espai fix però amb una presència expansiva al territori que ja suma més de dos-cents cinquanta artistes, gairebé un centenar d'exposicions i múltiples activitats, performances, col·laboracions i programes educatius.

Des del seu naixement l'octubre de 2021, Mèdol ha esdevingut una plataforma plural i descentralitzada que s'ha proposat habitar la ciutat i el seu entorn des de les pràctiques artístiques contemporànies.

Aquest és el punt de partida del nou programa pel 2025–2026, recull de l'experiència acumulada i projecte d'una nova etapa, que vol reforçar les línies de treball que han definit la seva identitat des de l'inici, tot ampliant aliances territorials i projectant una mirada oberta al context contemporani.

En aquesta nova etapa, la mediació es consolida com un dels pilars estratègics per als propers quatre anys, esdevenint pràctica transversal que abraça tota la programació.

Entesa com a espai d'acompanyament, no només com a eina de transmissió sinó d'afectes i de generació de sentit compartit, la mediació a Mèdol s'articula al voltant de processos d'aprenentatge, escolta activa i vincle amb la ciutadania, amb accions que afavoreixin l'accés crític a les arts contemporànies a través d'eines pedagògiques inclusives i formats participatius: des de l'acompanyament a les exposicions en curs fins a la programació d'activitats amb comunitats específiques (com el nou projecte amb *Alba Rihe*).

L'educació expandida i la formació no reglada esdevindran eixos centrals d'aquest enfocament, amb projectes com el *MED Institut*, dirigit a artistes i professionals de la gestió, o "*Viu l'art viu*", una activitat desenvolupada amb *Còdol Educació* que busca obrir espais d'experiència estètica, sensibilització i descobriment, especialment pensada per a públics escolars i familiars.

El programa **2025-2026** es desplega a l'entorn d'una sèrie de projectes expositius, activitats i processos que s'encaren amb qüestions urgents com la sostenibilitat, la memòria, les narratives digitals o les noves formes d'intel·ligència, tot sense perdre de vista l'arrelament local, el compromís amb la creació emergent i la dimensió educativa de l'art.

La programació compagina exposicions i activitats, d'iniciativa pròpia i en col·laboració amb agents i institucions del territori, desplegant-se en espais diversos de la ciutat i de les comarques tarragonines.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

Entre les **noves propostes** destaquen el projecte i convocatòria *RES3*, que acollirà tres artistes en tres residències vinculades a tres entitats de l'Alt Camp, el Baix Camp i el Tarragonès, amb el medi ambient com a marc conceptual comú; o el projecte *LA XAT* (*Xarxa d'Art de Tarragona*), que neix com una estructura informal per connectar espais, artistes i agents del context proper.

S'hi sumen col·laboracions com la vinculació amb el Circ Romà, en diàleg amb el *Museu d'Història de Tarragona*, o el cicle *Parlem Contemporani?*, dins del programa *Context Obert*, en col·laboració amb *Convent de les Arts* d'Alcover.

Es dona continuïtat també, a **complicitats consolidades** com la relació amb el festival *SCAN*, el ressorgiment de *L'Irradiador* amb *Lo Pati* i l'associació *Artsud*, les exposicions de primavera amb *Cultura Verda* o activitats com la nova mostra *Microbeats* a Riudoms, que contribueixen a dibuixar un mapa viu, divers i multidisciplinari de la creació contemporània al Camp de Tarragona.

Les **exposicions individuals** posen el focus en una nova generació d'artistes, amb una destacada presència de dones i creadores de la demarcació de Tarragona: *Ariadna Mangrané*, *Ester Ferrando* o *Laura Juanós*, o fortament vinculades al territori, com *Mireia C. Saladrigues*; també hi participen artistes com *Paula Artés*, *Gerard Valls* *Montaño* o el col·lectiu *El Catalejo*.

Amb les **mostres col·lectives**, el programa s'expandeix amb vocació internacional: des de la col·lecció *Cal Cego*, que reuneix figures com *Muntadas*, *Allan Sekula*, *Alicia Framis* o *Ignasi Aballí*, fins a la nova edició de *Digital After All*, amb artistes com *Joan Llorc + Tarta Relena*, *Josep Poblet*, *Desilence* o *Thalastasi*, en diàleg amb creadores locals com *Mònica Rikik* o *Anna Carreras*, sota el comissariat d'*Antònia Folguera*, cap de *Sónar+D*.

La **recerca curatorial** compartida i les metodologies col·laboratives tornen a ser claus per entendre un programa construït des de la multiplicitat de veus i perspectives.

Noms com *Mercè Alsina*, *Joana Hurtado*, *Màrius Domingo*, *Alexandra Laudo* o *Freya Day* signen comissariats que travessen temàtiques com l'escriptura en l'art, la relectura crítica del territori, l'ecologia cultural o les pràctiques digitals post humanes, amb artistes com *Eduardo Valiña*, *Ester Ferrando*, *Ariadna Mangrané*, *SiiGii*, *Hugo Martínez-Tormo*, *Mireia C. Saladrigues*, *Gerard Valls* o *cabosanroque*, entre molts altres, en un ecosistema que combina presències consolidades i noves veus.

Pel que fa a les **disciplines**, és en les activitats on aquestes exploten per les costures, donant lloc a propostes sovint difícils de classificar i investigant més enllà de les arts visuals, parlem de performance, dansa, poesia, música, videocreació, moda i de com s'interrelacionen de manera específica o simultània.

El cicle *POESSIA* investiga en la creació entre la paraula i el so, en la relació entre la performativitat de la veu i la música; altres propostes ho fan entre el cos i el context, en espais públics o específics; *Posthumanamente Hablando iA+*, entre la videocreació i l'interès per les tecnologies creatives; *The Green Screen*, entre el videoart i el medi ambient; *DIRT*, entre la moda i la performativitat.

Una programació que es compagina i es relaciona amb les propostes expositives.

en les **activitats educatives i de formació** és on Mèdol vol estendre's en un dels seus papers fonamentals: donar eines a artistes i professionals de l'art. Ho fa a través

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

del programa *MED Institut* o les diverses activitats dirigides a professionals, amb espai de debat i conversa, inherent a les preocupacions contemporànies i alhora mirar a les futures generacions, amb les activitats per a escoles *Viu l'Art Viu* o el projecte de divulgació *Biblioteca de Biblioteques*.

La programació de Mèdol és més que transversal, amb una **combinació de carreres i procedències** que fuig de l'edatisme i que pot presentar tant una proposta dels joveíssims membres de *DIRT*, amb una mitjana d'edat de vint-i-un anys, amb una instal·lació d'*Albert Macaya*, professor d'art de la *Universitat Rovira i Virgili*; o combinar carreres establertes (*Saladrigues*) amb altres d'incipients (*Tura Sanglès*).

Amb espais que abracen des de *Casa Canals* fins a *Tabacalera*, passant pel *Tinglado 2 de Port de Tarragona*, l'antic *Banc d'Espanya*, el *Circ Romà* o *Cal Massó* a Reus, el programa es desplega en xarxa i reforça la seva presència al territori, reafirmant la voluntat de Mèdol d'afirmar-se com un agent actiu, permeable i relacional, compromès amb els reptes de l'art contemporani i les comunitats que l'habiten.

Aquest document desplega els principals àmbits de treball, línies d'acció i projectes específics del programa 2025–2026, estructurats a partir dels eixos que defineixen el projecte de Mèdol pels propers anys: *recerca* i *creació*, *difusió* i *mediació*, i *articulació de xarxa territorial*.

Àmbit de suport a la recerca i la creació

1.1 Beques o residències per a artistes

Com a model creatiu, les residències artístiques s'han consolidat com a pràctica fonamental en l'ecosistema artístic contemporani. Malgrat aquesta rellevància, Tarragona ha estat històricament perifèrica dins les dinàmiques del model de residències. Mèdol vol revertir aquesta situació i reposicionar la ciutat i la seva demarcació com a node actiu de pràctiques artístiques innovadores, transdisciplinàries i arrelades al territori. Amb aquest objectiu, s'activa un nou programa de residències en col·laboració amb entitats locals, que s'inicia el 2025 i es desplegarà plenament al llarg de 2026.

El programa busca ser un referent i un motor per al teixit artístic local i regional, fomentant processos experimentals i pràctiques connectades amb les realitats socials, ambientals i culturals del territori. Aquest suport a la creació es concreta en dues modalitats: un programa presencial i un programa virtual.

Plantegem dos formats: el programa presencial i el programa virtual.

PROGRAMA PRESENCIAL

El programa presencial s'articula en tres línies diferenciades, amb la voluntat de generar connexions entre Mèdol i:

- a) Les **residències artístiques** ja existents al territori
- b) El **sistema educatiu**, des dels instituts i des de les Escoles d'Art del territori.
- c) El **llegat artístic i arqueològic** de la ciutat, des del *Museu Nacional Arqueològic de Tarragona* (MNAT)

Residències territorials

Amb la voluntat de crear en el territori i des del territori, engegarem la convocatòria *RES3*, enfocada en els reptes mediambientals i el canvi climàtic des de la realitat local. El programa acollirà tres artistes seleccionades per a realitzar estades creatives en tres espais de tres comarques: *Roser de Foc* (Baix Camp), *Convent de les Arts* (Alt Camp) i *Nèctar* (Tarragonès).

Cada residència oferirà espai de reflexió i producció entorn la crisi climàtica, fomentant el diàleg i la sensibilització.

Els resultats es presentaran a l'Espai L de Casa Canals durant el primer trimestre de 2026.

Convocatòria: setembre de 2025

Residències: octubre 2025 – febrer 2026

Exposició: del 6 de març al 31 de maig de 2026

El sistema educatiu

Plantegem dues modalitats educatives: d'una banda entre Mèdol i els instituts, i de l'altra entre Mèdol i les Escoles d'Art del territori:

Mèdol i els Instituts (Camp de Tarragona)

Els darrers anys el programa *En Residència*, implementat a la demarcació de Barcelona, ha aconseguit teixir una xarxa de complicitats on el fet artístic aconsegueix formar part del currículum educatiu de diferents instituts de la ciutat.

Adoptant una estratègia similar, Mèdol adapta el programa al teixit artístic i educatiu de la demarcació.

El projecte, que s'iniciarà el 2026, escollirà cinc artistes, cinc instituts i cinc espais culturals, que funcionaran com a dinamitzadors del programa, seleccionats per convocatòria pública, tenint en compte els recursos i necessitats de cada institut o espai i la rellevància artística i social de les propostes.

Amb una durada d'un curs acadèmic, es proposen una sèrie de reunions i trobades setmanals, espai-institut-artista; i trimestrals, que complementaran diferents tallers i debats per articular la relació i interacció entre art, recerca, educació i activisme.

Mèdol i les Escoles d'Art (Tarragona i Reus)

Projecte de residència amb un/a artista català/na, seleccionat/da a partir d'una convocatòria pública dirigida a alumnes de *L'Escola d'Art i Disseny de la Diputació de Tarragona* i *L'Escola d'Art i Disseny de la Diputació* a Reus.

El llegat artístic i arqueològic: el MNAT

Amb la voluntat de reforçar els vincles amb els principals equipaments culturals de la ciutat, per al 2026 es proposa un nou format de residència entre Mèdol i el MNAT – *Museu Nacional Arqueològic de Tarragona*. Aquest model s'inspira en la intervenció que l'artista *Fred Wilson* va realitzar el 1992 al *Maryland Historical Society Museum*, i parteix de la idea que l'art contemporani pot obrir noves mirades sobre la història, qüestionar els relats oficials i generar espais crítics dins de la institució museística.

La residència proposa reinterpretar, des d'una perspectiva contemporània i transdisciplinària, el llegat arqueològic de la ciutat, tot posant l'accent en el diàleg entre el patrimoni i la creació actual.

Està dirigida a un/a artista o col·lectiu de Catalunya, i planteja dues fases diferenciades: una primera fase de recerca a distància, amb acompanyament d'un/a especialista local, i una segona fase d'estada presencial a Tarragona. Amb una durada de quinze dies.

El projecte preveu treballar amb les col·leccions del MNAT com a material de recerca, oferint eines per a la seva relectura des del pensament crític i les pràctiques artístiques contemporànies.

La formalització final del procés podrà adoptar formats diversos —instal·lació, presentació pública, publicació, acció artística— segons les especificitats de la recerca i els acords entre les parts implicades.

PROGRAMA VIRTUAL

La residència virtual continua la línia que vam iniciar el 2022 amb *Ontologies Feministas* que es desenvolupa a la popular xarxa social *TikTok*.

Plataforma de producció i gestió cultural, formada per *Blanca Martínez*, *Elena Castro Córdoba* i *Laura Tabarés*, nasqué el 2019 com un congrés en resposta a les violències i la manca de currículum feminista i antiracista en espais de recerca acadèmics i artístics.

Mèdol activa ara la tercera convocatòria d'aquesta residència digital, que comptarà amb l'acompanyament de l'artista i investigadora *Diana Millán* com a mentora del procés. A través d'una convocatòria pública, es seleccionaran dues o tres artistes que treballaran durant deu dies cadascuna, desenvolupant una proposta creativa específica per a *TikTok*. Es tracta d'un espai de creació efímer però intens, que afavoreix la interacció contínua amb l'entorn digital i fomenta el diàleg amb les noves narratives, formats i codis expressius.

Aquesta convocatòria no només consolida la presència digital de Mèdol, amplia oimés els seus marcs de treball incorporant pràctiques artístiques nascudes o pensades específicament per a les plataformes socials. La residència entén *TikTok* no com un simple canal de difusió, sinó com un espai d'experimentació artística, crítica cultural i exploració *tecnopoètica*.

1.2 Projectes d'investigació, recerca i desenvolupament

La recerca és una part fonamental del procés creatiu, tot i que sovint resta fora del focus públic. És tanmateix, una fase clau en el desenvolupament artístic, que permet a artistes i creadores explorar temes, tècniques, materials i contextos des d'una perspectiva oberta, especulativa i crítica.

Amb l'objectiu de visibilitzar aquest treball i donar suport a pràctiques de recerca no finalistes, Mèdol impulsa *Med_EX*, un nou programa de foment de la investigació i la planificació artística des del territori.

Previst inicialment per al 2024, el projecte s'ha ajornat fins al 2026 per garantir-ne la consistència.

Med_EX donarà suport cada any a dos projectes de recerca, experimentació o creació vinculats a les arts visuals i digitals, així com a les seves interseccions amb altres disciplines artístiques o del pensament. L'èmfasi es posarà en propostes que abordin temes relacionats amb les comarques del Camp de Tarragona i les seves àrees d'influència, des d'una perspectiva geogràfica, social o simbòlica.

El programa s'adreça a artistes del territori amb trajectòries emergents o consolidades, dotant-les de temps i recursos per investigar un tema específic.

Les línies d'ajut contemplen el suport a la conceptualització i desenvolupament del projecte i els processos oberts d'exploració formal i discursiva.

Els resultats de la recerca es presentaran públicament l'any següent, en un format ajustat a les característiques de cada proposta.

Med_EX reafirma així el compromís de Mèdol amb una recerca artística situada, flexible i rellevant, que articula coneixement, sensibilitat i mirada crítica sobre el context.

1.3 Formació adreçada a artistes i altres professionals

La formació dirigida a artistes i professionals, de l'àmbit creatiu o de la gestió cultural. És una línia transversal present en diferents àmbits del programa de Mèdol, des de la dinamització (veure punt 4) fins a la connexió i articulació territorial (veure punt 6).

Aquesta formació es desplega en diversos formats: des dels tallers impulsats amb *ARTSUD* —amb qui desenvolupem accions formatives vinculades al projecte *L'Irradiador*— fins als tallers tècnics i pràctics amb el col·lectiu fotogràfic *Photo KMO*, orientats a dotar els artistes de recursos útils per a la seva trajectòria professional. En paral·lel, les activitats organitzades conjuntament amb el *Festival Internacional de Cinema de Tarragona (REC)* ofereixen una formació especialitzada vinculada al sector audiovisual, adreçada a artistes, creadors i gestors culturals.

A més, el programa *MED Institut* que neix amb la voluntat d'impulsar la professionalització dels agents culturals del territori, tot articulant formació, transferència de coneixement i enllaç amb els públics.

Aquesta línia pretén contribuir a la consolidació d'un ecosistema cultural local més consistent, crític i capacitat per generar valor a partir de la creació contemporània.

1.4 Accions d'internacionalització

La vessant internacional de Mèdol comença a consolidar-se.

Si bé fa quatre anys l'objectiu principal era re-connectar amb la ciutat i el territori després d'un període de baixa activitat, el bienni 2025–2026 obre una nova etapa en què s'activen línies de treball orientades a l'escena internacional.

Un primer exemple és l'exposició individual d'*Ariadna Mangrané*, artista catalana resident a Amsterdam. Presentarà per primera vegada el seu treball en solitari a l'estat espanyol.

Tanmateix, estem treballant en una coproducció internacional amb l'artista tarragoní *Àlvar Calvet*, una instal·lació que neix com a extensió del projecte: "*Aniene, set llocs, set ànimes*", creat en residència a Civitella di Licenza amb el col·lectiu *Aquilla Reale* de Roma, i que a Tarragona s'adapta a *Les Voltes del Circ Romà*, activant un diàleg entre arqueologia, espiritualitat i resistència ambiental.

Aquestes iniciatives s'inscriuen dins dues línies estratègiques complementàries, que promouen la interconnexió entre artistes nacionals i internacionals:

- D'una banda, Tabacalera, l'espai industrial que vam començar a activar el 2022 amb "*Dimonis*" de *cabosanroque*, acollirà el maig de 2025 una nova edició de *Digital After All (DAA)*, ara comissariada per *Antònia Folguera*.
- El programa reunirà artistes internacionals de referència en l'àmbit de l'art digital —com *Quayola* o *Suzanne Ciani*— amb creadors nacionals com *Desilence*, *Tarta Relena*, *Josep Poblet*; i científics com *Vanessa Balagué* o *Pablo Sánchez* (de l'*Institut de Ciències del Mar*) o l'oceanògraf tarragoní *Joan Llor*.
- L'exposició ocuparà les naus centrals de Tabacalera durant quatre dies i inclourà diverses activitats públiques: visites guiades, actuacions audiovisuals i espais de trobada informal.
- D'altra banda, pel 2026 s'està preparant una exposició de la col·lecció *Cal Cego*, que compta amb una destacada presència d'artistes internacionals.
- La mostra es presentarà al Tinglado 2 del Port de Tarragona, un dels espais expositius més emblemàtics de la ciutat.

- Una oportunitat per ampliar l'abast i la projecció del centre, a escala estatal com internacional.

Aquesta línia de treball s'anirà consolidant amb noves aliances internacionals i formats que amplien la projecció del centre més enllà del seu context immediat.

1.5 Assessorament tècnic a artistes

Des de la nostra posició com a centre d'arts amb vocació territorial, Mèdol ofereix assessorament tècnic a artistes en aspectes clau per al desenvolupament de les seves exposicions i projectes, especialment a Les Golfes i la Sala Plana.

Tot i amb recursos limitats, oferim suport en qüestions pràctiques com l'elaboració de plans de treball, el transport i la instal·lació de les peces, la il·luminació, les projeccions audiovisuals o la configuració tècnica dels espais.

A més, proporcionem orientació administrativa, especialment útil per a artistes que s'inicien i que sovint es troben amb dificultats per gestionar pressupostos o documentació necessària per a la contractació o la facturació electrònica.

També donem suport al comissariat expositiu, tant en l'adequació de les propostes a les característiques singulars dels espais —amb especial atenció a llocs no normatius com Tabacalera o el Banc d'Espanya— com en l'adaptació a les dinàmiques de visita i ús del centre.

En el cas d'activitats que es desenvolupen fora de l'espai expositiu, acompanyem els processos des de la proximitat amb el context: oferim visites als espais públics de la ciutat, orientacions sobre el funcionament d'equipaments patrimonials, contactes amb associacions i entitats, i eines per articular propostes que s'integrin naturalment en el teixit cultural i social de Tarragona.

1.6 Cessió d'espais i de materials per als processos previs a la producció

Les cessions d'espais i materials formen part del suport estructural que Mèdol ofereix als processos previs a la producció artística. Sempre que és possible, aquests recursos es posen a disposició des de la pròpia Casa Canals, especialment a través dels elements disponibles a les dues sales expositives i la sala d'activitats: equipament audiovisual i informàtic, sistemes d'il·luminació i altres materials tècnics.

Alhora, i gràcies a la coordinació interna amb el l'Àrea de Cultura de l'ajuntament de Tarragona, Mèdol pot accedir als diversos espais municipals que donen suport a la pràctica cultural: el *Centre Cultural Antic Ajuntament*, els teatres municipals (*Teatre Tarragona* i *Teatre Auditori del Camp de Mart*), la *Biblioteca Pepita Ferrer*, la *Casa de la Festa*, els Centres Cívics de la ciutat i els Espais Joves (*Kesse* i *Palmera*), així com els diversos centres educatius.

Aquest teixit d'equipaments, coordinat en el marc del grup de treball de suport a la pràctica artística i cultural —una taula de treball específic dins l'estructura transversal *Tarragona Cultura*—, permet compartir necessitats i optimitzar els recursos de manera col·lectiva, reforçant la xarxa de complicitats i donant suport a la creació contemporània des d'una perspectiva municipal i cooperativa.

Àmbit de la producció i la programació

Introducció i contextualització

Els objectius generals plantejats per Mèdol parteixen del recorregut iniciat fa poc més de tres anys, que ha permès establir les bases d'un equipament artístic amb vocació de servei públic i arrelament territorial.

En aquest moment de consolidació, el bienni 2025-2026 s'encara amb la voluntat d'afermar un projecte actiu i transformador amb impacte local i global.

A mitjà termini, Mèdol es planteja els següents objectius, generals i específics:

Objectius generals

Impulsar les arts visuals com a servei públic, donant suport a la creació, a l'experimentació, la recerca, la producció cultural i l'impuls dels processos creatius.

Facilitar l'accés de la ciutadania a les arts visuals i la seva participació activa, garantint el dret a ser part de la vida cultural de la ciutat i el territori, mitjançant propostes de mediació i interacció.

Objectius específics

Impulsar l'acció cultural en l'àmbit de les arts visuals com un servei públic estable, amb exposicions individuals o col·lectives, presencials o virtuals, activitats i presentacions de treballs i intervencions de persones creadores amb caràcter professional en les seves diferents disciplines i en els diferents espais que disposa, o en altres espais de la ciutat, així com cooperar amb equipaments i entitats d'altres poblacions de l'àrea d'influència territorial.

Incloure la perspectiva interseccional de gènere en les programacions d'arts visuals, en la seva projecció pública i en el seu funcionament intern, mitjançant els plans i l'execució de les accions per al desenvolupament i aplicació de les polítiques d'igualtat en l'àmbit de les arts visuals.

Incorporar una metodologia de gestió de projectes que fomenti l'accessibilitat, la sostenibilitat, la participació i l'acció comunitària.

A partir d'aquests eixos, es plantegen les següents prioritats:

- **Crear i difondre** projectes artístics, promoure la participació de les persones receptores i el seu accés a l'art contemporani.
- **Possibilitar** la recerca i la creació com a catalitzadors creatius i les seves possibilitats de dialogar amb l'entorn i la ciutadania com a eina fonamental de transmissió de coneixement.
- **Potenciar** la comunicació bidireccional amb els públics i incrementar així la connexió de les arts contemporànies amb la ciutadania i la seva participació activa, propiciant l'acostament i el reconeixement de les pràctiques artístiques contemporànies.
- **Incentivar** el treball transversal i interdepartamental, per promoure, implicar i col·laborar amb altres institucions, organismes i entitats del territori, agents socioculturals, teixit artístic i ciutadania, per l'impuls i el desenvolupament de les arts visuals. Articular un espai formatiu transversal, per instaurar un espai

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

generador d'iniciatives, experimentació i aprenentatge que es relacioni amb la creativitat, les arts visuals i la innovació.

- **Millorar** la capacitat d'emprenedoria cultural de la comunitat professional en les àrees que s'hi relacionen, enfortint el teixit cultural del territori, per a artistes i creadores, però també per a professionals, gestores i altres agents culturals.
- **Posicionar** la ciutat i el territori com un enclavament professional al voltant de les arts visuals i com a receptor i alhora generador de propostes.

ELS ÀMBITS D'ACTUACIÓ

Redefinim sis àmbits d'actuació que s'interrelacionen i es despleguen en diversos nivells: des dels processos de treball fins a les formalitzacions concretes, des de les activitats de producció pròpia a les que són en col·laboració. Poden sorgir de contextos aparentment oposats, però conviuen en una mateixa lògica. La seva articulació es basa en estratègies de pol·linització creuada, activant capes de contingut i operant en múltiples registres.

- **La investigació i la recerca.** Més processos i menys resultats formals.
- Mèdol aposta per pràctiques amb un retorn alt però sovint invisible: un treball de formiga que incideix en els relats, en els contextos i en les metodologies.
- **La producció i l'exhibició.** És la cara més visible del centre, però no s'entén sense els processos previs que la fonamenten.
- Crear, produir i mostrar en una interrelació, dins i fora dels espais habituals, que s'escampa pel territori fugint de formats prefixats.
- **L'educació i la mediació.** Entesa com a pràctica transversal, no només d'acompanyament puntual, la mediació actua com a pont entre cultura i educació. Ha de vincular-se amb comunitats horitzontals, enriquir els ecosistemes culturals locals i generar vincles perdurables.
- **La creació en residència.** Mèdol treballa per establir un programa estable de residències, en diàleg amb equipaments propers i llunyans, generant un ecosistema redistributiu i bidireccional que nodreix la recerca, la mediació i el pensament. La convivència, l'intercanvi i la creació de xarxa són essencials.
- **La formació i el coneixement.** Hibridació i experimentació defineixen aquest àmbit, que pot vincular-se a exposicions i activitats o funcionar com una línia pròpia.
- El vincle amb comunitats educatives, formals o no, és una de les prioritats.
- **L'espai de pensament.** En paral·lel a la pràctica artística, però en íntima vinculació, aquest àmbit acull la reflexió crítica, amb la participació de gestors i pensadores, per a la construcció compartida de coneixement.
- Mèdol es concep com a espai de socialització intel·lectual i cultural, més enllà de les seves parets físiques.

La recerca, l'experimentació, el feminisme, la mirada descolonial, l'equitat, la interdisciplinarietat i la perspectiva post identitària, travessen totes les accions i configuren un programa viu i flexible.

Un programa que integra arts visuals, plàstiques, escèniques i sonores, i que pot incloure exposicions, festivals, projectes educatius i cicles d'activitats, incorporant performance, videocreació, cinema, pintura, música, poesia, escultura, gestos conceptuals, jornades de coneixement, activitats formatives i tots els encreuaments possibles entre aquestes pràctiques.

Les tres formalitzacions generals: *exhibitiva, performativa i educativa*, poden ser de producció pròpia, sorgides de la iniciativa i pressupost de Mèdol, o desenvolupades en col·laboració amb altres entitats o col·lectius, en qualsevol forma i dimensió.

Mèdol ha de treballar amb agilitat i compaginar propostes en diferents escales: exposicions de mitjà o gran format (Les Golfes de Casa Canals o Tabacalera) amb d'altres de més petites o immediates (com les de l'Espai L o a l'Antic Banc d'Espanya), expandint la programació pels espais gestionats i més enllà.

Això implica donar nou valor als espais habituals i activar-ne de nous.

Establir complicitats amb agents i equipaments veïns: l'*Escola d'Art i Disseny de la Diputació*, el *Museu d'Art Modern*, el festival *SCAN*, el *Conservatori de Música*, l'*Espai Jove Kesse*, escoles bressol com El Serrallo, Bonavista o El Miracle, la *Biblioteca Pepita Ferrer*, i entitats socials com l'*Associació Jove Gitana* o l'*Associació Aspercamp*, entre d'altres.

Parlem doncs, de combinar espais expositius i d'activitat dins i fora de la ciutat: *Casa Canals* (amb Les Golfes, l'Espai L, la Sala Plana, el Pati i la Terrassa), *Tabacalera* (naus centrals o Mòdul 6), el *Fortí de Sant Jordi*, el *Seminari Conciliar*, *Cal Massó de Reus*, els carrers de Riudoms o les restes de *Ca la Garsa...* i l'espai virtual, amb la sala de Mèdol *TikTok*: una proposta innovadora iniciada el 2022 amb artistes 100% digitals i participatives, deslocalitzada en format i procedència, i oberta al món.

LES LÍNIES ESTRATÈGIQUES

Algunes idees, presents de manera transversal en els sis àmbits d'actuació, impregnen el programa de Mèdol i en defineixen les intencions. No s'entenen només com orientacions de treball: modelen maneres de fer, de pensar, d'organitzar-se i de relacionar-se amb el context, amb les artistes i amb els públics. No són valors abstractes, sinó d'eines pràctiques que afecten el dia a dia i que travessen tot el programa. A partir d'aquestes idees, Mèdol construeix una proposta expandida i viva, amb formats diversos i equips que operen des de la programació, la producció, la recerca o la mediació, tot desdibuixant els límits entre comissariat, facilitació i proposta.

- **Comissariat coral.** El programa es construeix des de la suma de veus i mirades.
- Allunyat del concepte clàssic de "comissariat d'exposicions", es fonamenta en un conjunt de professionals gairebé paritari, format per persones especialitzades en disciplines diverses, sense cotilles de gènere, que transiten amb naturalitat entre formats i creuen fronteres entre pràctiques artístiques i espais de presentació. L'obertura de mires i l'agilitat com a mètode de treball.
- **Relació amb el context i el llegat.** Mèdol no es pot entendre desconnectat del seu entorn. El centre es reconeix en el patrimoni material i immaterial de Tarragona, en la seva història i en les seves comunitats, activant espais de memòria, reconeixement i interrelació.
- **Hibridació de disciplines.** La creativitat contemporània es mou entre gèneres i llenguatges cada cop més líquids. Mèdol se sent còmode en aquests encreuaments: exposicions amb components performatius, processos artístics que es difuminen amb la mediació, accions amb temporalitats obertes o formats difícils de classificar.
- El que passa entre fronteres és, sovint, el més significatiu.

- **Teixidor de complicitats.** Mèdol vol ser un node actiu dins l'ecosistema cultural. El seu valor rau en allò que produeix i en les relacions que teixeix amb festivals, col·lectius, centres educatius, organitzacions socials i institucions públiques.
- Aglutinar propostes, activar xarxes i obrir finestres de col·laboració és part essencial de la seva funció.
- **Espai per provar, investigar i equivocar-se.** Mèdol vol ser un espai on és possible fallar. On es promou la llibertat de prova i la revisió contínua.
- Lluny de la rigidesa institucional, Mèdol actua com un laboratori obert, on el coneixement sorgeix de la pràctica, la intuïció i el desig d'explorar més enllà dels relats establerts.
- **Aprendre i formar.** La mediació i l'educació s'entenen com a processos compartits, horitzontals i no jeràrquics.
- Mèdol es concep com un escàner dels canvis socials, i aposta per metodologies obertes, situades i dialògiques.
- Aprendre a través de l'art, aprendre en col·lectiu, formar sense adoctrinar.

2.1 Producció de projectes d'arts visuals i coproduccions

La producció de projectes propis i les coproduccions són les línies estratègiques més sòlides de Mèdol.

El programa diferencia clarament entre les iniciatives desenvolupades íntegrament des del centre i les que es realitzen en col·laboració amb altres entitats, institucions o festivals.

Aquesta distinció permet articular un ecosistema flexible i adaptat als diferents contextos de creació, combinant autonomia i interdependència, i promovent projectes basats en l'enriquiment mutu, la bidireccionalitat i la transferència de coneixement.

Per al període 2025–2026, Mèdol desplega una programació que inclou una dotzena d'exposicions individuals i col·lectives, en espais propis i col·laboradors, i en formats que van del petit al gran format.

Entre les produccions pròpies destaquen les exposicions d'Ester Ferrando, *Gerard Valls Montaña*, *Mireia C. Saladrigues*, *Ariadna Mangrané* o *Laura Juanós*, moltes d'elles fortament arrelades al territori o en diàleg amb espais patrimonials com el Circ Romà o l'antic Banc d'Espanya.

Mèdol participa en projectes compartits amb institucions com *Lo Pati* o *l'Aula de Cinema de la Universitat Rovira i Virgili (Posthumanamente Hablando AI+)*, entre molts altres. És en l'àmbit de les coproduccions però —i més enllà de les realitzades amb el festival *SCAN (Paula Bruna)* o amb el *Museu d'Història de Tarragona*— on destaca especialment el *Premi de Videocreació*, impulsat conjuntament pels centres del Sistema Públic d'Equipaments d'Arts Visuals de Catalunya (SPEAV), Arts Santa Mònica, el Departament de Cultura i LOOP Barcelona. En aquests deu anys, s'hi han produït projectes d'artistes com *Carles Congost*, *Lua Coderch*, *Maria Ruido*, *Jordi Colomer*, *Fito Conesa* o *Mireia Sallarès*, entre d'altres.

El premi celebra enguany la seva onzena edició i amb l'objectiu d'impulsar propostes que experimenten amb el llenguatge audiovisual com a eina creativa principal, reforçant la visibilitat dels artistes tant al territori com a escala internacional.

La darrera artista seleccionada ha estat *Núria Güell*, amb el projecte *Paraules d'amor*, estrenat en el marc del festival *LOOP 2024*.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

Alhora, la producció pròpia s'expandeix cap a nous formats i espais: *Digital After All* (arts digitals en gran format a Tabacalera), *Microbeats* (nova mostra de petit format a Riudoms), *La XAT* (estructura informal de col·laboració entre espais del Camp de Tarragona) o *RES3*, un dispositiu de tres residències artístiques a l'Alt Camp, Baix Camp i Tarragonès, amb el medi ambient com a eix comú.

Aquests projectes consoliden la posició de Mèdol com a node actiu per a la creació contemporània, del territori i enllà.

Aquesta àmplia xarxa de col·laboracions, sumada a una capacitat de producció pròpia adaptativa, permet a Mèdol construir una programació diversa, arrelada i permeable, on la creació contemporània es desplega en espais convencionals i no normatius, i connecta pràctiques emergents amb trajectories consolidades, en un teixit creatiu viu, compartit i obert.

2.2 Exhibició de projectes d'arts visuals

(veure .pdf annex 1)

Àmbit de la difusió i dinamització de públics

3. 1. Àmbit de l'educació i la participació comunitària

Introducció i contextualització

Mèdol-Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona, s'entén com un agent educador i en diàleg constant amb el seu entorn.

Els programes i iniciatives del centre tenen com a objectiu el foment de la reflexió, l'aprenentatge i la participació activa de la ciutadania mitjançant l'art contemporani, entès com a catalitzador de nous pensaments i interaccions amb la societat.

Mèdol treballa en xarxa amb els seus públics de proximitat: individus, col·lectius, plataformes, centres educatius o associacions, i ho fa amb l'acompanyament d'artistes, d'educadores, mediadores i altres perfils professionals, que investiguen la manera d'obrir diàlegs, processos i experiències a partir del fet quotidià i proper en contextos específics.

La mediació és concebuda com una peça clau del funcionament de Mèdol com a eina de transmissió i com espai de trobada entre la pràctica artística, el context i la comunitat. S'entén com una estructura activa capaç de generar relacions significatives i processos de transformació compartida.

Les propostes de mediació s'estenen més enllà de l'acompanyament a les exposicions i intervenen en diferents moments del recorregut artístic: des de la fase inicial d'investigació fins a la presentació pública i la seva posterior activació crítica.

Aquesta mirada integral es desenvolupa en diàleg amb el territori, col·laborant amb entitats educatives, culturals i socials i creant accions que parteixin de les necessitats i particularitats locals.

El programa 2025-2026 preveu accions educatives adreçades a infants i joves i a persones adultes, integrant metodologies col·laboratives i pràctiques basades en l'experiència. Alhora, es fomenten formats com les residències de mediació o els projectes col·laboratius entre artistes i col·lectius, que permetin d'establir vincles estables amb l'entorn, apostant per una mediació oberta, crítica i inclusiva,

generadora d'espais per a l'escolta, l'intercanvi i la creació conjunta i afavorint la participació activa de la ciutadania en els processos artístics i culturals.

Mèdol entén les pràctiques culturals contemporànies com a vehicle d'emancipació, proposant experiències i projectes de col·laboració desenvolupats en la intersecció entre art i educació, establint xarxes i generant espais de reciprocitat amb els ritmes necessaris entre l'acció i la implicació.

Això és possible gràcies a les **accions educatives i de mediació** desplegades a l'entorn de l'activitat del centre

Un centre d'arts és, per definició, un **agent educador**, un centre educatiu és un agent cultural.

Si l'art contemporani i l'educació despleguen pràctiques de producció cultural, calen projectes educatius transversals que relacionin ambdós contextos, en sintonia amb les polítiques educatives i culturals de la ciutat i el territori.

Aquest encontre obre nous espais de coneixença, relació i treball col·laboratiu i construeix un teixit de relacions amb persones i col·lectius del territori per treballar en xarxa amb el centre d'arts.

El centre ha d'esdevenir un agent educatiu actiu i considerar tant l'ensenyament formal com el no formal, generant una idea expandida i plural de comunitat educativa.

Aquesta no es centra ni es limita a l'educació artística ni tècnica, és una mirada integral: entenem les arts contemporànies com un conjunt d'eines que afavoreixen el desenvolupament d'una ciutadania participativa i activa, tot potenciant la consciència crítica amb una mirada oberta.

Des de Mèdol apostem per la **mediació mitjaçant l'art** com a enfoc de transformació dels paradigmes sota els que opera la cultura i les seves institucions, no com una pràctica concreta vinculada a un perfil professional específic.

Ens esforcem per canviar la noció de mediació com a "servei", per la de mediació com a espai de producció cultural, relacional i intel·lectual. Un vehicle que promou l'exercici del dret a l'accés, la participació i la creació cultural, per al conjunt de la ciutadania.

La mediació és entesa no només com a interfície d'aproximació entre l'art i els públics, sinó com a camp expandit que abasta les relacions i coneixements que creuen el centre d'art, el seu territori i les seves comunitats.

La mediació des de Mèdol es planteja doncs, com un conjunt de projectes i processos, una relació d'actors que ha d'incloure els vessants de creació, d'exhibició, de formació i de banc de recursos, amb projectes directament vinculats al programa o com projectes que operen de manera autònoma, o impulsant projectes artístics amb un enfocament comunitari.

3.1.1 Programa educatiu

El programa educatiu de Mèdol comprèn totes aquelles accions i projectes impulsats des del centre que estableixen situacions d'aprenentatge compartit amb diverses comunitats educatives, tant en l'àmbit de l'educació formal, no formal o informal.

L'objectiu del programa és doble:

- D'una banda, ha d'ajudar a minvar les desigualtats socials en l'accés, la participació i la creació cultural.
- Per l'altra, ha de disminuir la distància entre el sistema artístic i el context educatiu, per tal de millorar la cooperació entre tots dos mons i afavorir el desenvolupament d'estratègies i accions conjuntes.

Cal connectar els agents educatius amb el centre i codissenyar projectes amb els agents per incloure efectivament, col·lectius educatius reglats i no reglats, com també a empreses d'economia social i col·laborativa i col·lectius en risc d'exclusió social.

Els projectes poden sorgir tant des de la programació de Mèdol com des de les iniciatives i interessos d'altres col·lectius i persones convidades.

Plantegem:

Proposar altres maneres de fer juntes. Ser catalitzador i punt de partida de noves formes de col·laborar i de compartir experiències.

Escometre programes educatius basats en l'experiència, la recerca i la participació activa d'una ciutadania cada cop més diversa.

Articular projectes educatius i artístics que transiten la intersecció entre art i educació, i explorar les possibilitats que emergeixen de la col·laboració entre Mèdol i altres centres, entitats o col·lectius.

Impulsar un espai d'encontre i d'intercanvi, un node que connecta allò que hem fet amb allò que farem, per reflexionar i proposar.

En tres escenaris fonamentals:

- En **contextos escolars i educació formal**, desenvolupant vincles entre art i educació.
- En **entorns educatius no formals i informals**, fora del marc reglat i en horari extraescolar.
- En **museus i centres culturals**, en una dimensió educativa multidireccional.

Articulats en tres espais de treball:

Els **espais de Mèdol**: projectes directes en els nostres equipaments.

Les **comunitats educatives veïnes**: escoles, instituts, centres de recursos.

El **context territorial**: projectes d'alta implicació amb altres equipaments de la ciutat i l'entorn.

Volem impulsar projectes que situïn els diversos subjectes implicats en un mateix pla de col·laboració, posant èmfasi en el potencial de les pràctiques artístiques contemporànies.

Cal analitzar les necessitats dels diferents agents educatius per articular un programa transversal de cultura, educació i ciutadania, i fer créixer la relació entre la creació artística i la societat mitjançant el treball en comú amb la comunitat educativa.

Projectes

Mèdol busca estar present en totes les etapes del desenvolupament educatiu de la infància i la joventut del Camp de Tarragona actuant com a punt de trobada entre la infància, la joventut, l'art i el seu entorn.

El programa està pensat doncs, per a escoles i per a instituts.

Aquesta relació s'estableix en dos nivells: amb la participació en propostes puntuals que busquen dialogar amb el currículum educatiu o amb propostes que generen espais de trobada i aprenentatge sostinguts en el temps, amb els infants i amb tota la comunitat educativa.

Educació infantil, primària i secundària:

Viu l'Art Viu: proposta gratuïta, adaptada als diferents cicles educatius, que permet a l'alumnat endinsar-se en el món de l'art contemporani.

Una aproximació que combina moments d'explicació amb l'aprenentatge a través de l'experiència.

L'alumnat descobreix diferents llenguatges artístics en un entorn dinàmic com és l'espai del centre d'arts. S'hi inclou una visita a les exposicions en curs i una part experiencial que facilita una comprensió més profunda dels llenguatges artístics, entenent-los com a eines de relació i d'anàlisi del context.

En l'educació secundària, el programa incorpora també continguts sobre la història de l'art recent, aportant un context social i polític que afavoreix la relació amb les obres i els moviments artístics contemporanis.

La proposta contribueix a més, a visibilitzar el treball d'artistes locals, i estableix vincles directes entre la creació contemporània i el territori.

L'activitat està dissenyada i implementada per *Còdol Educació*, un equip format per professionals provinents de diversos àmbits del món educatiu, la comunicació i les arts.

De la mà d'una escola: el programa planteja una col·laboració transversal entre cultura i educació com a eina de transformació social i comunitària.

Un treball a llarg termini amb l'escola pública *El Miracle* que busca consolidar una relació educativa estructural on l'alumnat, el claustre i la comunitat educativa percebin Mèdol com un equipament de referència i proximitat.

El projecte es desenvolupa des de la cooperació i la corresponsabilitat entre dos agents clau de l'ecosistema educatiu i cultural del municipi, que comparteixen el repte d'impulsar els drets culturals de la infància.

Les propostes es dissenyen conjuntament entre l'equip docent i una educadora de referència de Mèdol, per a establir un treball sostingut amb tota la comunitat educativa.

Batxillerat:

Premi d'Investigació Radar Mèdol: en col·laboració amb l'associació *L'Artista va a l'Escola* (projecte educatiu creat l'any 2015 a Tarragona que apropa l'art a les escoles i instituts de la ciutat de la mà d'artistes de proximitat) i amb el *Servei d'Arts i Educació de l'IMET*, el *Premi d'Investigació Radar Mèdol* reconeix treballs de recerca en l'àmbit de les arts al batxillerat.

L'objectiu és posar en valor l'esforç acadèmic, enfortir els vincles entre el centre d'art i els instituts, i fomentar la investigació i la creació artística.

Docents:***Càpsules de formació per a mestres i professorat.***

Al llarg del curs 2025-2026, impulsem un conjunt de càpsules de formació adreçades a mestres i professorat, amb l'objectiu d'oferir eines útils per incorporar els llenguatges artístics contemporanis com a recurs pedagògic transversal. Lluny de limitar-se als espais específics dedicats a l'educació artística, aquestes propostes volen obrir l'art a altres àmbits del currículum, posant-lo al servei de la creativitat, la reflexió crítica i l'aprenentatge actiu.

Les càpsules estan dissenyades i impartides per professionals de l'art i l'educació — artistes, docents, educadores i mediadores— i parteixen de la convicció que les pràctiques artístiques contemporànies son una eina construcció de coneixement. S'hi exploren estratègies pedagògiques vinculades al pensament visual, la creació col·laborativa, la lectura crítica d'imatges o la relació amb el territori i el cos, amb una mirada oberta i experimental.

Les sessions es vinculen a una exposició o una línia de treball del programa expositiu de Mèdol, establint una connexió directa entre el que passa dins el centre i el que pot passar a l'aula.

Aquesta relació entre art i educació esdevé, així, una manera de traslladar la contemporaneïtat als espais quotidians de la pràctica docent.

El projecte s'adreça a mestres d'infantil i primària, així com a professorat d'ESO i batxillerat.

A partir del curs 2025/2026 es contempla el reconeixement de les activitats com a formació permanent per al professorat per part de la Generalitat de Catalunya.

Més enllà de la transmissió de coneixements, aquestes càpsules volen obrir preguntes, generar connexions i fomentar una actitud pedagògica basada en la curiositat, l'obertura i la capacitat de mirar des de llocs nous.

3.1.2 Projectes de participació comunitària

La **mediació** cultural és un eix vertebrador de la proposta de Mèdol, possibilitant espais de cocreació i participació. Així, un seguit de professionals treballen des de processos de participació comunitària i escolta activa, possibilitant instàncies de reflexió col·lectiva sobre el present de la comunitat.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

Mitjançant les eines que desplega la mediació cultural, i amb una clara vocació d'equipament cultural públic, Mèdol es compromet amb la ciutadania.

A més de les activitats destinades al públic general, es programen accions pensades específicament per a segments de públic particular, plantejant situacions d'aprenentatge comunitari i descoberta col·lectiva.

L'objectiu d'aquestes plataformes és fomentar la participació activa en la vida cultural per part de les diferents comunitats, donant suport, proporcionant recursos, identificant necessitats comunitàries i dissenyant projectes de manera conjunta.

Amb l'objectiu de:

Generar coneixement al voltant del pensament, les pràctiques artístiques contemporànies i el teixit social.

Dissenyar i implementar processos que permetin establir una relació d'interdependència entre la recerca, la producció i la difusió de les pràctiques artístiques contemporànies.

Articular projectes interdisciplinaris de creació contemporània amb altres institucions, entitats i associacions de la ciutat de Tarragona i del territori.

Crear i consolidar vincles amb l'escena artística local i impulsar la formació dels productors culturals locals.

Mèdol, com a agent articulador d'una xarxa de projectes, entitats i comunitats existents a la ciutat de Tarragona i la demarcació, estableix quatre línies de treball:

a) Suport a la professionalització en el treball cultural

Per a consolidar una comunitat de professionals de les arts visuals a l'entorn del centre, es proposen diverses plataformes d'anàlisi crítica de la contemporaneïtat i de construcció de coneixement.

La programació d'aquesta línia d'actuació es desenvolupa d'acord amb les demandes explícites del sector, la coordinació i la complementarietat amb les accions i les entitats que desenvolupen tasques formatives al territori i els objectius propis que es plantegen.

MED Institut: programa pensat per oferir eines i coneixements a artistes i professionals de la cultura del Camp de Tarragona que vulguin aprofundir en la gestió cultural i les pràctiques artístiques professionals.

En diverses sessions, es proporciona accés a recursos i estratègies que permeten desenvolupar una trajectòria sòlida dins del món de l'art contemporani.

Adreçat a artistes en vies de professionalització —des de la creació, la gestió cultural o la producció— aquest programa es desenvolupa en diverses sessions amb periodicitat mensual. Gratuït amb inscripció prèvia.

El programa de 2025 compta amb ponents com *Anna Crosas, Lluís Nacenta, Montse Badia, Natàlia Chocarro, Pilar Cruz, Jesús Alcaide, David Armengol* i *Caterina Almirall*. *MED Institut 2026* buscarà repensar-se i proposar sessions que defugin del format conversa, i d'activar-se mitjançant altres recursos i eines de dinamització.

Col·laboracions amb **ArtSud**, una associació cultural i plataforma d'art contemporani ubicada a Tarragona dedicada a la promoció i difusió de l'art contemporani.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

Una de les seves principals activitats és l'organització d'activitats que involucren artistes locals i eines de professionalització per a artistes.

Mèdol es posiciona com a equipament de referència recolzant el treball d'aquesta xarxa, amb cessió d'espais i recursos, aollint i coorganitzant algunes de les seves accions, com el curs d'eines per a la professionalització, impartit per *Joan Morey* (en col·laboració amb la PAAC), *L'Irradiador* o les *Jornades ArtSud*, entre altres.

b) Mèdol i públic general

Amb el programa expositiu com a punt de partida, es proposen formats de participació per estimular el desenvolupament de la capacitat creativa i crítica dels públics i permetre aproximacions àgils a la creació contemporània.

Aquestes accions es poden produir en espais de Mèdol o en altres espais de la demarcació.

Context Obert: projecte de mediació i participació dissenyat per l'artista *Quim Packard* per fomentar el diàleg directe, l'escolta activa i la col·laboració entre el centre d'art i el seu entorn.

Va arrancar l'any 2024 generant un espai obert de reflexió per transformar els mecanismes de funcionament dels contextos artístics, fent-los més permeables a les necessitats del context local.

Context Obert esdevé una eina per explorar maneres alternatives d'impulsar la cultura, promovent la implicació de la comunitat en la definició de les polítiques i estratègies del centre. Aquesta iniciativa pretén fomentar la reflexió crítica, però també generar propostes concretes per millorar el funcionament i l'impacte de Mèdol en el seu entorn.

En l'edició 2025, *Context Obert* es desplega *Convent de les Arts* d'Alcover amb el suport de Mèdol.

Visites amb artistes: amb cada nova exposició a Mèdol s'organitzen visites amb els artistes per conèixer millor el seu treball, el procés creatiu i els significats darrere de les obres exposades.

Aquestes trobades ofereixen un espai de diàleg entre professionals i públic, promovent una experiència més enriquidora i propera a l'art contemporani.

Tallers i xerrades: periòdicament, Mèdol organitza tallers i xerrades adreçades a diversos tipus de públics.

Aquests espais de reflexió i formació permeten aprofundir en diferents aspectes de la creació artística, explorant temes com la crítica d'art, les noves tendències i les estratègies de producció cultural.

c) Joves

Cercant la implicació del jovent en el context cultural i el teixit social, busquem co-dissenyar propostes que realment els interpel·lin i els facin créixer com a agents socials crítics i actius.

No aspirem a fer programació *per a* joves, sinó a programar *juntament amb* ells i elles

Aspàsia grup de joves, amb *Alba Rihe*.

Amb l'artista multidisciplinar, convoquem un grup de treball orgànic per a joves d'entre 20 i 25 anys que es retroalimenta del coneixement que cadascú hi aporta.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

Una invitació a observar i reflexionar sobre com les pràctiques artístiques s'entrellacen amb els espais, els cossos, les dinàmiques socials i el context tecnològic.

L'objectiu és trobar-se en una freqüència acordada amb el grup i amb propostes d'activació que vagin entrelaçant-se de manera orgànica.

En aquest marc, l'artista crea un espai d'acompanyament i escolta i contribueix a generar un espai segur. A partir d'aquí, el col·lectiu decideix què vol que esdevingui aquest espai.

d) Famílies

Des de Mèdol fomentem els espais de trobada i descoberta intergeneracionals, on tota la família juga un rol actiu en aquestes propostes d'aprenentatge amb l'acompanyament de diferents artistes i educadores.

Viu l'art viu, estiu: proposta a demanda per a grups tancats adaptat al públic familiar. Mitjançant una aproximació que combina l'explicació amb l'aprenentatge a través de l'experiència, es descobreixen diferents llenguatges artístics en un entorn dinàmic com és l'espai del centre d'arts.

Aquesta activitat, inclou una visita a les exposicions en curs i una part experiencial.

Tallers per a famílies.

Per a ampliar i consolidar l'oferta cultural per al públic familiar, iniciem un cicle de propostes adreçades a famílies amb infants d'entre sis i dotze anys.

Aquest cicle serà dissenyat per l'artista *Ariadna Parreu* en diàleg amb els continguts desplegats al programa expositiu de Casa Canals.

Durant una hora i mitja, un cop al mes, l'artista activarà un seguit de propostes lúdiques que permetran descobrir les diferents propostes artístiques del programa en un ambient proper, acollidor i participatiu.

3.2 Pla de comunicació

Sovint els equipaments culturals manquen d'una comunicació eficaç i continuada, com també d'una escassa interacció real amb les comunitats.

Mèdol ha sabut generar una narrativa pròpia a través de continguts específics, al lloc web com a les xarxes socials, amb una presència àgil i interactiva que ens permet connectar amb altres agents afins.

Hem establert una estratègia de posicionament prou consistent i hem reinventat les eines apreses fins ara, co-construint metodologies internes que s'adapten al nostre context.

Enguany a més, estem desenvolupant un treball de millora estratègica amb l'assessorament professional de *La Costa Comunicació*, agència especialitzada en comunicació cultural amb més de quinze anys d'experiència.

L'objectiu és clar: fer de Mèdol un centre d'arts diferenciador, capaç de projectar-se en el panorama artístic i cultural com un espai relacional actiu.

Comunicació interna i transversal

Des del 2022 hem anat repensant les estratègies comunicatives internes i externes, establint sistemes de comunicació transversals per a connectar equips, projectes i

públics. Cada activitat o projecte es comunica amb plans diferenciats, adequats als canals i perfils específics, reforçant la presència de Mèdol en l'ecosistema cultural del territori.

Comunicació en l'espai físic

En un context urbà i metropolità, Mèdol no defuig del potencial de la imatge impresa de gran format. Utilitzem espais com els plafons d'anuncis de la Rambla Nova per a les exposicions de Les Golfes i d'altres projectes singulars, i adaptem cada campanya al seu propòsit.

Aquest esforç comunicatiu és especialment rellevant ja que Mèdol no es defineix per un únic espai físic, sinó per una xarxa d'espais: Casa Canals, Tabacalera, l'espai públic, el Seminari Conciliar, el Pretori o el Circ Romà i d'altres, que configuren una imatge plural. Apostem per una senyalística acurada que reforça la identitat de cada espai.

Comunicació en l'espai digital

El lloc web medol.cat, creat el 2022 i adaptat a dispositius mòbils, ha reforçat la identitat digital de Mèdol.

Permet de calendaritzar les activitats i donar visibilitat a les exposicions, projectes educatius i activitats formatives.

El 2025 està prevista una revisió tècnica que millorarà el *back office* i incorporarà funcionalitats d'arxiu i categorització de continguts, consolidant-la com una eina de cerca, consulta i memòria en constant creixement.

En paral·lel, mantenim una presència activa a les xarxes socials —*Twitter*, *Instagram*, *Facebook* i *TikTok*— i desenvolupem nous canals com *Bluesky*.

També sistematitzem l'enviament del butlletí digital, amb periodicitat setmanal o quinzenal, que reforça la difusió de les activitats de manera àgil, econòmica i molt eficaç.

Servei de premsa

La gestió de premsa, coordinada des de l'Ajuntament de Tarragona, es veu reforçada amb el suport d'un periodista professional, bon coneixedor de les dinàmiques del ram, que amplifica l'abast de les propostes més significatives i en fa un seguiment específic als mitjans del territori, especialment per aquelles propostes de major impacte.

Impacte i resultats

La presència comunicativa de Mèdol ha crescut notablement: el març de 2025, les impressions a X van augmentar un 18,7% i l'abast a *Instagram* va créixer un 40,7% al respecte del mes anterior.

A més de la quantitat, destaquem la millora qualitativa de la relació amb la comunitat: creixen els indicadors d'interacció i participació.

GESTIÓ DELS CANALS I CREACIÓ DE CONTINGUTS

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

La gestió dels canals digitals i la creació de continguts és una peça clau en l'estratègia de comunicació de Mèdol, com a eina informativa i com a espai de relació, interacció i mediació.

Amb una estructura flexible i constant, treballem per generar una presència digital coherent, activa i adaptada a cada plataforma.

Setmanalment es dissenya un pla de continguts específic per a les principals xarxes socials —X, Bluesky, Instagram i Facebook— que estableix una calendarització acurada de les publicacions, tenint en compte tant les activitats pròpies com l'actualitat cultural del territori. A banda, es gestiona i s'actualitza regularment el canal de *YouTube*, que esdevé un espai complementari de documentació i com a arxiu audiovisual.

L'edició de *reels* per a *Instagram* i *Facebook*, així com les publicacions específiques a *TikTok*, formen part d'una estratègia visual àgil i dinàmica, pensada per arribar a públics diversos amb formats adaptats.

La programació de cada contingut inclou l'adaptació de text, imatges i vídeos a les particularitats de cada xarxa, i es combina amb la cobertura en directe de les activitats públiques, inauguracions, rodes de premsa i altres esdeveniments clau.

El Butlletí Digital, tramès amb periodicitat setmanal o quinzenal, permet una comunicació directa amb la comunitat de Mèdol. Cada edició és redactada, maquetada i traduïda amb cura per garantir-ne l'accessibilitat i la claredat, reforçant així l'objectiu de donar una informació clara i continuada.

Tot aquest treball es completa amb l'anàlisi regular de dades, a partir de la qual s'elaboren informes mensuals que permeten avaluar l'impacte i ajustar l'estratègia comunicativa segons els indicadors d'interacció, abast i creixement.

La gestió dels canals de comunicació i la creació de continguts, es treballa de forma col·legiada entre l'equip de Mèdol i *Vilaniu Comunicació*, empresa tarragonina especialitzada en comunicació institucional, turística, cultural, empresarial i política.

X com a espai estratègic

La xarxa X (també *Bluesky*) és una eina estratègica que ens permet informar, dialogar i construir complicitats en temps real.

És la xarxa de la immediatesa, però també del debat i la relació i, per això, hi despleguem una estratègia pròpia basada en els eixos:

- Oferir informació constant sobre les activitats de Mèdol, reforçant la idea que el centre és viu i actiu durant tot l'any.
- Apropar l'art contemporani mitjançant continguts divulgatius —fils, píndoles o publicacions independents— desvetllen l'interès i generen coneixement.
- Obrir finestres al dia a dia del centre amb publicacions que mostren la "cara B": el muntatge de les exposicions, els preparatius, el manteniment tècnic, etc.
- Generar xarxa compartint continguts d'altres agents del sector cultural i artístic, fent mencions, retuits i comentaris que reforcen la visibilitat creuada.
- Activar debats vinculats a temes d'interès per al sector i per al públic, a través d'enquestes, preguntes i publicacions participatives.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

- Impulsar la participació activa mitjançant *hashtags* específics vinculats a activitats o exposicions, que permeten a les persones usuàries compartir opinions, imatges i experiències.
- Finalment, revisem constantment les novetats tècniques de la plataforma i en valorem la seva aplicació per millorar-ne la presència i credibilitat.

Aquest plantejament permet a Mèdol mantenir una comunicació digital activa, propera i estratègica, en coherència amb els valors del projecte i amb la voluntat de construir una comunitat crítica i compromesa amb l'art i la cultura contemporànies.

Àmbit de la patrimonialització i la documentació

4.1 Patrimonialització d'obres produïdes

En el marc del *Pla Integral de les Arts Visuals*, un dels objectius estratègics establerts és la reactivació i ampliació de la *Col·lecció Nacional d'Art*.

Aquest objectiu es concreta en la voluntat de reforçar les col·leccions públiques amb obres d'artistes catalans i catalanes, o bé d'artistes vinculats al context de la creació contemporània a Catalunya.

Amb aquesta finalitat, el Departament de Cultura impulsa anualment un programa d'adquisicions d'obra contemporània que passa a integrar-se dins la Col·lecció Nacional d'Art, una col·lecció amb entitat pròpia i autònoma, constituïda per fons i obres d'art contemporani que són titularitat de la Generalitat de Catalunya.

Des dels vuit centres territorials que formen part del *SPEAV*, participem activament en aquesta convocatòria anual d'adquisicions.

Cada any escollim una persona responsable, d'entre les vuit direccions dels centres, per presentar propostes que n'augmentin la visibilitat de les produccions i coproduccions generades des dels mateixos centres, sovint en col·laboració amb altres entitats de creació contemporània.

Les propostes presentades responen als criteris establerts pel programa: es prioritzen les obres amb un caràcter rellevant o referencial dins la trajectòria dels artistes, com també les que destaquin per la seva aposta pel risc, l'experimentació i el compromís amb la contemporaneïtat.

L'objectiu final és incorporar peces d'interès patrimonial que reflecteixin la vitalitat i la pluralitat de la creació artística actual al nostre país.

4.2 Documentació dels projectes

La documentació de les activitats que duem a terme des del centre d'arts contemporànies és una peça clau del projecte.

Ens permet preservar la memòria de les exposicions i les activitats —la part més visible del programa—, i també donar continuïtat a tot allò que sovint queda fora del focus: els processos de mediació, els projectes de recerca, les accions puntuals o les pràctiques intangibles.

Recollir i ordenar aquesta informació ens ajuda a construir un relat coherent del que som i del que fem, i a la vegada ofereix un registre útil per a altres interessats en la nostra tasca.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

Alhora, la documentació és una eina fonamental per a la difusió. Fent-la accessible a través de diferents canals facilitant que els continguts arribin a públics diversos, inclosos aquells que no poden visitar el centre de manera presencial.

Permet fer circular les propostes, ampliar-ne l'abast i compartir-les en formats diversos. També és un servei per a les artistes i creadores que participen en el nostre programa, que poden disposar d'un registre públic i curat de la seva obra i de les col·laboracions realitzades amb el centre.

Amb la voluntat de donar continuïtat i visibilitat a aquesta tasca, estem treballant en un remake del lloc web medol.cat amb una nova organització dels continguts documentals. A partir de les activitats desenvolupades des de la tardor de 2021, estem implementant una sèrie de millores que ens permetin estructurar la documentació per àmbits, formats i línies de treball, amb l'objectiu de facilitar-ne l'accés i, alhora, reflectir la pluralitat de pràctiques que acull el centre.

Volem construir una memòria oberta, compartida i útil, que doni compte de la vitalitat i complexitat del nostre projecte.

4.3 Centre de documentació

Més enllà de la funció principal de la documentació —difondre les activitats i el programa del centre, donar visibilitat a la feina feta i incidir en les dinàmiques transversals de les propostes—, el període 2025–2026 contempla la creació d'un repositori digital que ha de respondre a dues necessitats fonamentals:

- Facilitar l'accés a artistes i creadores a una sèrie de materials que sovint queden fora del seu abast, però que poden ser clau per al seu desenvolupament professional.
- Donar visibilitat a processos de treball i projectes de mediació que acostumen a restar en un segon pla: col·laboracions amb col·lectius en risc d'exclusió, converses i debats, metodologies de treball i altres pràctiques difícils de traduir en resultats tangibles però igualment rellevants.

És en aquest marc que, durant el 2026, es posa en marxa el projecte *MEDBOX*, un espai digital de nova creació integrat dins del web de Mèdol.

Aquest arxiu en línia té com a objectiu recopilar, catalogar i classificar els materials generats al llarg dels anys en el si del centre, amb la voluntat d'obrir noves vies de treball amb artistes del territori i d'incorporar-hi arxius audiovisuals, gràfics i textuais en un entorn consultable, accessible i obert.

MEDBOX però, no és només un servei per a artistes.

Es concep també com una eina útil per a investigadores, educadores, comissàries i altres centres d'arts interessats en aprofundir en els processos culturals contemporanis i en generar transferències entre contextos.

Aquesta dimensió relacional i transversal del projecte el fa especialment rellevant com a dispositiu de coneixement i d'articulació institucional.

Amb l'objectiu final de construir una memòria viva, compartida i útil, que permeti entendre i projectar la tasca del centre des de la continuïtat i l'obertura, en una

segona fase, prevista per a començament de 2026, el projecte s'ampliarà amb la integració de materials provinents de les etapes prèvies a Mèdol: els projectes de mediació i activitats desenvolupades des del centre d'art de Tarragona i el *Teler de Llum* durant la dècada 2011–2020.

4.4 Documentació i territori

Amb l'objectiu d'enfortir els vincles entre la documentació i el territori, el projecte *MEDBOX* es connectarà progressivament amb altres iniciatives i equipaments afins. La primera fase es centrarà en el registre i l'organització de les produccions pròpies del centre, però amb voluntat d'obertura i interconnexió amb altres pràctiques i contextos.

El projecte *L'Irradiador*, reactivat conjuntament amb *Lo Pati* i l'*Associació d'Artistes Visuals de les Comarques del Sud de Catalunya (ARTSUD)* a finals de l'any passat, ha inclòs més de 100 noves entrades d'artistes de la demarcació de Tarragona.

MEDBOX s'ha de vincular amb ell i amb altres línies com *MED Institut* —que ofereix eines de recerca per a artistes i creadores—, i *La XAT*, que afavoreix la connexió amb altres agents i professionals del territori. Aquesta articulació ha de permetre relacionar la documentació amb els projectes desenvolupats en altres equipaments de proximitat, facilitant la traçabilitat, la circulació i la construcció d'una memòria compartida.

El projecte *MEDBOX* neix, doncs, amb una doble voluntat: oferir recursos útils als i les artistes, i posar-los a disposició del públic general en un entorn accessible i consultable.

Tant *MEDBOX* com *L'Irradiador* es despleguen com a arxius de consulta, amb l'objectiu de preservar i donar visibilitat a materials sovint difícils de trobar en línia —com molts dels projectes impulsats des del centre d'art de Tarragona els anys 2011 i 2012— i posar-los al servei de noves pràctiques i imaginacions possibles sobre el territori.

Àmbits de la connexió i l'articulació

Contextualització

Per a esdevenir un veritable pol creatiu inserit en el seu context social, educatiu i territorial, Mèdol desplega una sèrie d'accions decididament orientades al territori, més enllà dels límits de la ciutat de Tarragona.

Amb el centre d'arts ja situat al mapa cultural de la demarcació, iniciem una segona fase del projecte a través de *La XAT*, un programa que articula les línies de connexió amb l'entorn proper, posant el focus en tres grans objectius:

- **irradiar** la cultura al territori, de dins cap enfora i de fora endins, en col·laboració amb altres agents i entitats de la demarcació;

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

- **cohesionar** el programa mitjançant un departament d'activitats educatives, que treballa amb equipaments formals i no formals del Camp de Tarragona;
- **acostar** els i les creadores emergents i els professionals establerts, amb un programa específic d'activitats professionals, espais de debat i suport.

La XAT és més que un dispositiu logístic: és el motor per repensar les relacions amb els altres agents del territori, activant cinc línies de treball que es trenen amb les exposicions, la mediació i la dinamització del centre:

- projectes artístics fora de Tarragona ciutat (Riudoms, Reus...)
- artistes en residència a l'espai físic i virtual (*RES3*, residències a *TikTok*...)
- activitats educatives i de mediació
- activitats de dinamització
- activitats per a professionals

Aquestes línies s'entrecreuen també amb altres projectes com *MED Institut* (recerca i investigació) i *MEDBOX* (el nou arxiu de projectes i processos), afavorint una articulació orgànica entre producció artística, coneixement, documentació i territori.

5.1 Relacions del centre amb el seu territori de referència

Mèdol parteix d'un compromís actiu amb el seu entorn immediat. Des de l'inici del projecte, el 2021, s'han establert col·laboracions continuades amb agents del territori, com el *Museu d'Art Modern de la Diputació de Tarragona* o el festival *SCAN*, i s'ha mantingut un diàleg obert amb col·lectius de joves —*GN.TGN*, *DIRT*— o iniciatives ciutadanes com l'*Associació de Veïns del Carrer Merceria i Voltants de la Part Alta*.

Aquest ecosistema d'agents locals és clau per pensar el centre no només com un node de producció artística, sinó com una estructura relacional arrelada a la realitat del Camp de Tarragona.

Durant el bienni 2025–2026, es reforçaran i ampliaran aquestes aliances, amb una atenció especial a nous espais i dispositius de col·laboració.

D'una banda, es treballarà amb el *Centre Cultural Antic Ajuntament*, un equipament municipal inaugurat el 2023, que compta amb espais expositius, sales d'assaig i un espai escànic per a accions públiques.

Aquesta proximitat física i programàtica obre la porta a projectes compartits entre ambdues institucions, afavorint la cocreació entre ciutadania i institucions culturals.

D'altra banda, s'està treballant amb el Port de Tarragona per a la presentació d'una exposició vinculada a la *Col·lecció Cal Cego al Tinglado 2*, prevista per al primer semestre de 2026.

Es tracta d'un espai emblemàtic de la ciutat i una plataforma potent per a donar visibilitat a les pràctiques artístiques contemporànies en diàleg amb el territori.

També es consolidaran altres línies de col·laboració com la proposta expositiva al Circ Romà amb el *Museu d'Història de Tarragona* —una mostra de l'artista *Àlvar Calvet* que connecta patrimoni, creativitat i recursos hídrics—, el vincle amb el

col·lectiu *Photo KM0*, que documenta i acompanya la pràctica fotogràfica al Camp de Tarragona, ressaltant el talent local des d'una perspectiva comunitària i territorial, el festival reusenc *Muses o Microbeats*, el projecte amb el CERAP Riudoms

Finalment, amb el *Convent de les Arts d'Alcover* es mantindrà la col·laboració ja iniciada amb el projecte *Parlem contemporani?*, i encetem el nou projecte de residències *RES3*, un espai fonamental per a la recerca artística i l'activació de contextos rurals.

5.2 Relacions amb agents nacionals i internacionals

Encara que Mèdol no compta amb una estructura orientada a la internacionalització sistemàtica, si es treballa progressivament per establir relacions amb altres agents nacionals i també internacionals.

Aquestes aliances tenen com a objectiu situar Mèdol en una xarxa més àmplia de centres i institucions amb qui compartir pràctiques, projectes i reflexions sobre la creació contemporània.

En l'àmbit nacional, destaca el projecte expositiu en col·laboració amb la *Col·lecció d'Art Contemporani Cal Cego* de Calafell, una col·lecció privada amb més de 400 obres que també impulsa el Màster en Art Actual de l'IL3 – Universitat de Barcelona, i que ha de donar lloc a una exposició de gran format en coproducció amb el Port de Tarragona.

Es manté també una col·laboració estable amb la resta de centres d'arts visuals que formen part del sistema territorial de la Generalitat de Catalunya, amb intercanvis de coneixement, participació conjunta en programes com el *Premi de Videocreació* i accions coordinades en l'àmbit de la recerca i la documentació.

Pel que fa a l'àmbit internacional, encara incipient, Mèdol aposta per iniciatives puntuals amb potencial d'expansió.

Un exemple és el projecte *Digital After All*, fruit de la col·laboració amb *Digital Impact (Disseny Hub Barcelona)* i l'àrea de Cultura Digital de la Generalitat de Catalunya, que es desenvolupà el 2024 a les naus centrals de Tabacalera i que tindrà continuïtat el 2025 amb una nova proposta centrada en la intersecció entre arts visuals, ciència i tecnologia.

Aquest projecte obre línies de treball que poden facilitar futurs vincles amb artistes i institucions d'altres contextos geogràfics.

5.3 Relacions amb el sector de les arts visuals

Mèdol manté una relació activa i sostinguda amb el sector de les arts visuals, tant al territori com fora, amb la voluntat de contribuir a un ecosistema artístic plural i arrelat. A banda dels projectes propis, que vinculen pràctiques i agents diversos, Mèdol col·labora activament amb l'*Associació d'Artistes Visuals de les Comarques del Sud de Catalunya (ARTSUD)* en el desenvolupament del projecte *L'Irradiador*, un arxiu viu d'artistes que es complementa amb cursos de formació i activitats de suport professional.

Aquesta voluntat de cooperació i reconeixement del context proper es reforça també amb la revista *Artiga*, amb qui coorganitzem els Premis Artiga, uns guardons

que reconeixen el treball d'artistes, comissàries, teòriques i productores vinculades a les comarques tarragonines.

El vincle amb el món educatiu s'expressa en la col·laboració amb l'associació *L'Artista va a l'Escola*, amb qui impulsem projectes formatius i convoquem el *Premi d'Investigació Radar Mèdol*, dirigit a estudiants de batxillerat artístic, amb l'objectiu de connectar pràctica artística i recerca des de les primeres etapes formatives. En aquesta línia de foment del pensament crític, la col·laboració amb l'*Associació Catalana de Crítica d'Art (ACCA)* ens permet desplegar el Programa de Formacions, una proposta per reflexionar col·lectivament sobre els conceptes de ciutadania, territori i institucionalitat cultural.

D'altra banda, amb el col·lectiu tarragoní *Cultura Verda* mantenim una interessant relació sostinguda que es concreta tant en l'exposició de primavera com en el cicle de tardor *The Green Screen*, una programació que inclou projeccions, xerrades i accions al voltant de les arts visuals, l'ecologia i els sabers situats. Tanmateix, amb el *Festival Internacional de Cinema de Tarragona (REC)*, desenvolupem activitats professionals que connecten la creació audiovisual i la videocreació amb el llenguatge del cinema d'autor, a través de laboratoris de projectes, espais de debat i trobades entre artistes visuals i cineastes.

Aquest conjunt de col·laboracions permet teixir una xarxa sòlida, interdependent i situada, reforça la funció de Mèdol com a plataforma d'enllaç i impuls de les arts visuals a les comarques del sud de Catalunya, amb especial atenció al Camp de Tarragona.

5.4 Relacions amb altres sectors del coneixement

El programa de Mèdol combina exposicions amb activitats d'una manera directa, i construeix relacions sòlides amb diversos sectors del coneixement, entenent que la cultura visual no es pot desvincular de contextos més amplis com la filosofia, la ciència, l'educació o les lluites per la inclusió i la justícia social.

Amb l'*Associació Gènere Lliure* acollim anualment les *Jornades Trans*, una trobada on es combinen taules rodones, xerrades i debats per a adults i infants, oferint espais de pensament crític i sensibilització al voltant de les diversitats de gènere. *ExtincióFest*, comissariat per *Ortèsia Cabrera*, ens permet abordar qüestions vinculades a la crisi ecosocial des d'una perspectiva feminista i interseccional, en col·laboració amb entitats com l'*Associació Gitana de Tarragona* o *Aspercamp*, que treballen amb col·lectius en risc d'exclusió social i neurodivergència.

Així, Mèdol es configura com una plataforma d'encreuament on l'art contemporani entra en diàleg amb la recerca en ciències socials, les pedagogies crítiques o l'activisme ecològic.

Estem treballant també en nous formats de pensament situat i transmissió no formal de coneixement, amb seminaris, lectures i tallers que impliquen artistes, investigadores, col·lectius i institucions educatives.

Aquesta obertura cap a altres disciplines no és tangencial, és estructural: forma part d'una visió expandida del que pot fer un centre d'arts avui, connectant

sensibilitats i coneixements diversos per construir un relat compartit sobre el present.

Àmbit de l'accessibilitat i la sostenibilitat ambiental

Accessibilitat i sostenibilitat són eixos fonamentals del projecte de Mèdol.

No són pas línies complementàries, són estructurals: compromisos reals que travessen la programació artística, les activitats públiques i les polítiques de relació amb el territori.

Aquest compromís es concreta, entre d'altres, en projectes com *ExtincióFest* nascut d'una xarxa de pràctiques comunitàries amb especial atenció a l'accessibilitat cognitiva; com també el programa *Cultura Verda*, que situa al centre el diàleg entre les pràctiques artístiques contemporànies i la sostenibilitat ambiental.

6.1 Accessibilitat

A Mèdol, l'accessibilitat és una eina que ha de garantir la igualtat de condicions en el dret a la cultura, des d'una mirada àmplia que inclou dimensions físiques, cognitives, socials i emocionals.

Les accions impulsades en aquest sentit inclouen:

- **Accessibilitat física:** eliminació de barreres arquitectòniques als espais d'activitat, reserva d'espais per a persones amb mobilitat reduïda i senyalització adaptada amb informació clara d'accés i d'aparcament.
- **Accessibilitat comunicativa:** adaptació dels materials impresos i digitals en formats accessibles, ús de lectura fàcil, evitar textos sobre imatges i disseny gràfic pensat per millorar la llegibilitat amb tipografia de pal sec, contrast cromàtic, caixa alta parcial i indicacions clares.
- **Accessibilitat cognitiva:** ús de pictogrames i senyalització estandarditzada als itineraris expositius i que facilitin la comprensió de l'espai i el recorregut.
- **Accessibilitat social:** col·laboració regular amb els serveis socials municipals, col·lectius minoritzats i entitats d'atenció a la vulnerabilitat, per facilitar així l'accés a la programació i garantir la presència de totes les veus.

6.2 Condicions d'accessibilitat del centre

A partir de l'auditoria que vam fer amb el *musaapp*, podem fer-nos una idea més acurada de quines intervencions calen i l'ordre d'execució per a la millora de l'accessibilitat.

En aquest sentit hem implementat algunes millores al nostre lloc web, les edicions de cartelleria i a la pròpia senyalística del centre.

L'edificació que allotja l'espai principal de Mèdol, l'antiga *Casa Canals*, compta ja amb algunes adaptacions que faciliten l'accés a les persones amb mobilitat reduïda: rampa d'accés a l'entrada de l'edifici, ascensor d'accés a les dues plantes superiors, les sales on es produeix l'activitat del centre i accessos adaptats a les zones comunes i de servei.

Alhora comptem també amb senyalística d'alta visibilitat que ajuda a localitzar els espais d'activitat.

Actualment estem preparant algunes millores per a les persones amb dificultat auditiva i visual com codis QR o NFC que dirigeixin al nostre lloc web i des d'on es podran consultar els textos i fitxes que generem al centre.

6.3 Activitats accessibles.

A Mèdol, l'accessibilitat impregna la concepció i el desenvolupament de les activitats, no és un simple conjunt de requisits tècnics sinó una pràctica transversal.

Fer activitats accessibles vol dir repensar formats, metodologies i aliances, i fer-ho des d'una voluntat d'obertura, justícia i corresponsabilitat.

Un exemple clar d'aquesta mirada és *ExtincióFest*.

Es tracta d'un projecte multiformat comissariat per *Ortèsia Cabrera* que nasqué de la col·laboració amb entitats com *Associació Asperger-TEA del Camp de Tarragona* (*Aspercamp*) o l'*Associació Gitana de Tarragona*.

El projecte proposa espais de trobada des de la neurodivergència, la inclusió social i el pensament ecosocial, i s'ha convertit en un entorn on la diversitat de veus és el punt de partida i no l'excepció.

L'exposició "*Escrits per a la pell vident*" de l'artista d'*Anna Dot* produïda per a Mèdol, incloïa peces que exploren les sensacions rebudes pels sentits no visuals, presentant, amb textos en braille, un espai modificat per ser tocat i recorregut amb el tacte.

Aquesta voluntat d'obertura es reflecteix també en activitats de mediació que es despleguen fora del centre, en col·laboració amb entitats socials i educatives, o en el programa *Parlem contemporani?* que incorpora formats de conversa i escolta radical, pensats per arribar a públics diversos superant els habituals del món de l'art.

També el programa de residències *RES3* incorpora criteris d'accessibilitat territorial i condicions de participació adaptades a diferents realitats.

La proximitat amb entitats del territori permet generar relacions de complicitat que facilitin l'arrelament i l'impacte social dels projectes.

Finalment, en l'àmbit expositiu, s'estan desenvolupant proves pilot d'adaptació de continguts —lectura fàcil, formats sonors o visuals complementaris— i s'estan preparant propostes de mediació amb visites inclusives que anirem desplegant progressivament durant el bienni 2025–2026.

Aquest conjunt d'accions reflecteix una aposta per una accessibilitat no és només funcional, sinó cultural: un compromís per ampliar el dret a participar en la vida artística i cultural des de la diversitat, la justícia i la creativitat compartida.

6.4 Model de gestió

El Centre d'Art Contemporani de Tarragona té la seu principal a l'antiga Casa Canals de Tarragona, una antiga edificació senyorial, de propietat pública i gestió municipal.

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

Casa Canals allotja en el seu espai principal de les dues primeres plantes, una mostra de la vida en aquesta casa l'època del seu esplendor. És un espai museístic visitable.

La segona i tercera plantes, de nova construcció sobre l'antiga edificació, acullen l'espai principal per a l'activitat del centre.

Els tres espais d'actuació principals es defineixen a les plantes de nova construcció, sobre la planta de la sala noble de Casa Canals:

- Les Golfes de Casa Canals, espai expositiu en dos nivells, sobre una superfície total de 169,24m² útils (84,25m² a la planta primera i 84,99m² a la superior). És l'espai dedicat a les exposicions més grans.
- L'Espai L, un espai diàfan de 50m² i que es dedica a intervencions de menor format i com a espai per mostrar les propostes emergents.
- La Sala Plana, espai diàfan de 131m², apta per a concerts i activitat performativa de format petit, també s'hi programen xerrades exposicions i presentacions.

6.5 Organització

Per donar compliment a l'art. 7 de l'ordre CLT/225/2021, d'1 de desembre, Mèdol compta amb:

Cap de Serveis a la Persona (cultura i patrimoni). Direcció estratègica, administrativa i jurídica del servei. Supervisa i transmet les instruccions de tramitació a l'equip del centre per a la seva implementació

Cap de gestió de l'Àrea de Cultura. Transmet les instruccions de política cultural actual a l'equip del centre per a la seva implementació mitjançant els continguts proposats. Defineix els eixos principals d'actuació i en supervisarà la correcta implementació.

Cap tècnic del centre d'art contemporani. És el tècnic especialista municipal i enllaç entre el cap de gestió de l'Àrea de Cultura i la resta de l'equip artístic, tècnic, comunicatiu i administratiu, i encarregat d'assumir el correcte desenvolupament del centre i les seves activitats.

Coordina les diverses etapes del projecte i la programació que proposi la direcció artística, verifica que les polítiques culturals de la ciutat es compleixen per tal d'arribar al màxim de públics de la ciutat, tot incorporant els eixos principals de la política cultural de la ciutat.

Realitza informes i memòries i vetllarà pel correcte compliment de les partides pressupostàries.

És el representant oficial del Centre a les reunions del Sistema Públic d'Equipaments d'Arts Visuals de Catalunya (SPEAV).

Foment de la mediació social i cultural entre la direcció artística, artistes, les entitats socials i culturals de la ciutat, altres conselleries de l'Ajuntament, les administracions públiques i privades per a que la missió i objectius del Centre d'Art es puguin anar desenvolupant arreu del territori, ajudant a consolidar la seva tasca com a espai cultural de referència.

Programació i direcció artística. Des del 2021 la direcció artística del Centre d'Art s'externalitza mitjançant convocatòria pública per a la provisió del servei extern de programació i direcció artística.

Resolta la convocatòria del concurs, l'empresa *Plan 9 cultural* amb direcció de *Vicent Fibla*, proposa les accions a desenvolupar seguint els objectius generals de cultura, amb la intenció què el projecte gaudeixi de continuïtat i estabilitat dins del *Sistema Públic d'Equipaments d'Arts Visuals de Catalunya* (SPEAV)

Tècnic de gestió cultural. Es disposa del suport d'un tècnic de gestió cultural, a temps parcial, en el desenvolupament de projectes artístics singulars. Aquesta persona de suport té una àmplia experiència en el sector cultural del territori, i també en la producció i la creació artística.

6.6 Pressupost i pla de finançament del centre

En el transcurs del darrers dos anys, 2023-2024, el centre ha assolit el repte de consolidar Mèdol com un centre referent al territori, compromès amb l'accessibilitat i la sostenibilitat.

S'ha posat l'èmfasi en l'acompliment dels objectius econòmics prefixats amb la finalitat de gaudir d'un equilibri entre l'activitat proposada i les funcions del centre d'art, i l'acompliment dels objectius generals del SPEAV.

En aquest sentit estem satisfets de com s'ha desenvolupat propassat període biennal.

El pressupost pels dos propers anys incorporarà l'aportació de la subvenció de la Generalitat de Catalunya adreçada a centres territorials d'Arts Visuals i comptarà amb les partides previstes en el pressupost municipal.

Actuacions amb perspectiva de gènere

Amb la voluntat d'avançar cap a un model econòmic, polític i social que reconegui les desigualtats de gènere existents i treballi per una societat més justa i equitativa, el programa de Mèdol incorpora la perspectiva de gènere com una línia central, en la línia del hem fet en aquests primers quatre anys d'activitat. Aquesta aposta es tradueix en una programació amb una composició equilibrada en termes de gènere, tant pel que fa a les persones artistes com a les curadores i col·laboradores.

L'Ajuntament de Tarragona, a través de la *Conselleria de Polítiques d'Igualtat*, ha impulsat l'actualització del *Pla de Feminismes i Interseccionalitat 2022*, que marca les directrius per treballar l'equitat de gènere en tots els àmbits de la vida ciutadana: espais públics, activitats culturals i festives, esport, participació política i ciutadana, educació, mercat laboral, entre d'altres.

Les demandes plantejades pels col·lectius feministes i *LGTBIQ+* exigeixen una resposta activa i transversal per part de les institucions públiques. Ja no n'hi ha prou amb aspirar a la igualtat formal: cal que la perspectiva de gènere s'impregni en totes les polítiques culturals i que es reconegui la cultura com un dret fonamental.

Garantir els Drets Culturals significa que totes les persones han de poder accedir a la cultura i participar-hi activament.

En aquest marc estratègic, el gènere esdevé, en el programa de Mèdol 2025-2026,

un eix transversal però sobretot un àmbit específic de desenvolupament de projectes.

Pel que fa al treball transversal, es vetlla perquè totes les accions del centre incorporin la perspectiva de gènere, d'acord amb els criteris establerts en les polítiques públiques de cultura a Tarragona.

Treballem per erradicar les discriminacions per raó de sexe, gènere, identitat o expressió de gènere, i prioritzem pràctiques equitatives en la composició dels equips i les programacions.

Entre les accions destacades, cal subratllar l'objectiu de garantir la paritat tant en la selecció d'artistes com en les curadores, així com en l'equip tècnic i comunicatiu.

Es desenvolupen protocols i recomanacions per a una comunicació amb perspectiva de gènere, tant en formats digitals com impresos, i en l'atenció a les persones.

Pel que fa a la programació, es potencien projectes que treballen explícitament qüestions vinculades al gènere, les desigualtats i el reconeixement de les diversitats. És el cas de la instal·lació expandida de *SiiGii*, presentada a l'antic Banc d'Espanya, que explora corporalitats dissidents des d'una mirada radicalment *queer*.

També destaquen projectes de participació comunitària que promouen la reflexió sobre els feminismes contemporanis, les masculinitats crítiques o els processos de transició identitària, com les *Jornades Gènere Lliure*, organitzades amb l'Associació *Gènere Lliure*.

Finalment, el vessant metodològic es concreta en l'organització d'espais de debat i trobada oberts a la ciutadania, on s'analitza com abordar la igualtat i la diversitat des de la pràctica cultural.

Aquestes jornades i activitats esdevenen espais de pensament compartit que qüestionen els privilegis, els relats hegemònics i els models establerts, obrint pas a una cultura més inclusiva i més crítica i transformadora.

Actuacions mediambientals

A Mèdol entenem la sostenibilitat amb d'una mirada àmplia: alineada amb els plantejaments del desenvolupament sostenible, però també des d'una perspectiva específica sobre la sostenibilitat ambiental aplicada a les pràctiques culturals.

L'Agenda 2030 dels *Objectius de Desenvolupament Sostenible* (ODS) defineix un pla d'acció global a favor de les persones i el planeta. Aquest full de ruta, adoptat per les polítiques públiques de tot el món, situa la cultura com un àmbit que ha d'alinear-se amb aquests objectius. En aquest marc, l'*ODS 13* fa una crida explícita a incorporar el canvi climàtic com a qüestió prioritària en totes les estratègies i planificacions sectorials, hi inclou l'educació, la sensibilització i la participació ciutadana.

Des d'aquest enfocament, el paper de les arts visuals i la cultura és clau com a plataforma per a generar debat, i com a àmbit que pot experimentar nous imaginaris i pràctiques de sostenibilitat.

Mèdol programa propostes que treballen directament amb temes com el canvi climàtic i el medi ambient —com les exposicions vinculades a *Cultura Verda*, les

Annex 10. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

residències *RES3* o el projecte *The Green Screen*— i també amb qüestions d'ecologia política.

Ahora, es generen espais de trobada interdisciplinaris entre artistes i científics —com és el cas de *Digital After All*, amb una gran presència de treballs co-creats des dels dos àmbits—, així com amb comunicadors i educadors.

L'objectiu és contribuir a la reducció de la petjada ecològica i fomentar una cultura transformadora, crítica i connectada amb els reptes del nostre temps.

Aquest compromís s'estén també als processos interns i la gestió diària.

Entre les accions ja implementades, destaquem:

- la incorporació de criteris ambientals en la contractació de serveis i subministraments, prioritzant proveïdors amb polítiques sostenibles
- la substitució progressiva d'il·luminació convencional per sistemes LED de baix consum
- la reducció d'envasos d'un sol ús mitjançant fonts d'aigua i gerres reutilitzables
- l'ús de paper reciclat o certificat en la comunicació impresa
- la reducció de residus mitjançant l'ús limitat de material consumible i la digitalització de documents interns
- la reutilització de materials en muntatges i atrezzo, prioritzant recursos biodegradables o d'origen natural
- la instal·lació de contenidors de reciclatge a espais com la Sala Plana o el Pati de Casa Canals
- l'ús de productes de neteja ecològics i la gestió responsable dels residus generats
- la gestió eficient del consum energètic i d'aigua als espais d'ús habitual

Aquestes accions formen part d'un pla més ampli que inclou la creació d'un grup de treball interdepartamental dins de la comissió transversal municipal *Tarragona Cultura*.

Aquest grup té com a objectiu compartir bones pràctiques, incorporant criteris de sostenibilitat en la planificació interna i consolidant una gestió ambiental transversal.

Finalment, dins les accions de dinamització, es fomenten espais de reflexió i tallers participatius amb la ciutadania per repensar col·lectivament la gestió i consum de recursos i imaginar noves pràctiques culturals que situïn la vida i la natura al centre.

Annex 11 Pla d'acció cultural transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

Índex

1. Introducció	392
2. Objectius	392
3. Principis rectors	393
4. Marc d'acció	393
4.1. Acció transversal	394
4.1.1. Acompanyament, seguiment i avaluació del Pla estratègic Tarragona Cultura	394
4.1.2. Foment de la mediació i coordinació del Pla de mediació cultural ..	398
4.1.3. Coordinació de les estratègies de comunicació i seguiment del Pla de comunicació	399
4.2. Suport a la creació i la pràctica cultural	399
4.2.1. Assessorament i acompanyament professional dels processos	401
4.2.2. Projectes i accions de mediació	401
4.2.3. Usos d'espais, mitjans i recursos	402
4.2.4. Formació i educació	403
4.2.5. Suport a la visibilització i la pràctica cultural. Difusió i comunicació	403
4.2.6. Programes de creació artística que fomenten la reflexió i la diversitat	403
5. Accions i indicadors d'avaluació	403

1. Introducció

El seguiment i el desenvolupament del Pla estratègic Tarragona Cultura i l'àmbit de suport a la creació i la pràctica cultural es treballen de forma entrelaçada i conjunta, ja que el sector de suport s'impregna i fa de fil conductor de tots els àmbits i desenvolupa pràctiques transversals, necessàries també en les estratègies del Pla.

Així, el Pla estratègic Tarragona Cultura proposa un marc general de desenvolupament de polítiques públiques culturals, especialment a partir de les aportacions sorgides en els espais de reflexió, debat i participació ciutadana realitzats durant la diagnosi. Aquest document està basat en la necessitat de garantir els drets culturals a tota la població, tant en el gaudi de la cultura com en la seva pràctica en condicions d'igualtat i promovent-ne la diversitat. Per aquest motiu, cal desenvolupar un pla d'acció concret encarregat de recollir les línies estratègiques per garantir l'equitat cultural, la transparència i la democratització cultural en sentit ampli.

Per incorporar la mirada dels drets culturals i socials hem de repensar la manera de gestionar-la, i aplicar la mediació cultural com a metodologia per garantir els drets culturals. Cal promoure l'acció transversal d'una manera molt més present en l'acció quotidiana i afavorir una obertura més gran de la gestió interna per reforçar la relació amb el teixit cultural i la ciutadania, incorporant eines que incentivin el coneixement i la participació en la gestió de la cultura i obrint espais de reflexió compartida sobre la vida cultural de la ciutat i les seves necessitats en clau de polítiques culturals. A més a més, és necessari generar mecanismes de suport a la creació i la pràctica cultural perquè tothom pugui participar-hi com a usuari o espectador, i també com a creador.

Així doncs, aquest Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural esdevé l'eix de treball del seguiment del mateix Pla estratègic i les accions que el comprometen, especialment les que es desenvolupen de forma transversal i que vetllen per la participació, l'accés i l'equitat cultural, i, en consonància, el suport a la creació i la pràctica cultural com a eina per aconseguir-ho.

2. Objectius

L'objectiu general del Pla d'acció cultural transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural és vetllar pels objectius del Pla estratègic i de comunicació, el seu seguiment i avaluació i el foment del suport a la creació i la pràctica cultural com a eina i metodologia per assolir-ho.

Pel que fa als objectius específics, en coordinació amb els del Pla estratègic, són:

- Fomentar la governança cultural reconeixent els ciutadans i els col·lectius com a actors clau en el disseny de les polítiques culturals.
- Generar eines de suport a les iniciatives culturals de diferents col·lectius i fomentar-ne la participació, donant valor a la creació local.
- Generar espais de treball en xarxa a diferents nivells: entre departaments municipals, entre institucions locals i supralocals, entre institucions i col·lectius i actius culturals.

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

- Introduir i promoure l'avaluació en el desenvolupament del Pla estratègic com a eina de millora continuada i fomentar l'avaluació de projectes i programes culturals.
- Incorporar espais de reflexió i coneixement com a eina facilitadora de la gestió i avaluació cultural.

3. Principis rectors

Els principis que han de guiar el desenvolupament del pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural són en la seva majoria els que regeixen també el mateix Pla Estratègic Tarragona Cultura.

- **Accessibilitat, equitat i diversitat.** L'accés a la pràctica cultural, a la creació artística i al gaudi cultural és l'objectiu principal no només d'aquest Pla d'acció, sinó que és la finalitat global principal del Pla estratègic. Aquest Pla d'acció vetllarà per tenir present en tot moment l'accessibilitat i l'equitat cultural. Alhora, és necessari posar al centre la diversitat social i cultural existent, atenent-la i visibilitzant el conjunt de manifestacions culturals, artístiques i lingüístiques que integren l'entramat sociocultural de la ciutat.
- **Perspectiva transversal de gènere.** Cal incorporar polítiques que promoguin la igualtat de gènere, de forma transversal i des d'una perspectiva interseccional, tant pel que fa als agents culturals com a la reducció de les desigualtats en l'accés i la pràctica cultural, reclamant espais de reconeixement del paper de les dones i persones LGTBI dins del teixit cultural.
- **Mediació i participació.** La mediació ha d'estar inclosa en la filosofia de treball dels treballadors de la cultura per tenir en compte el context, les persones, els col·lectius i els agents culturals i posar-los en relació, generant espais de trobada i interrelació que enriqueixin totes les parts implicades. Igualment, les polítiques culturals han de plantejar-se des de la governança i la participació de les persones i els col·lectius en les decisions i les polítiques públiques. Per aquest motiu, cal fomentar i impulsar espais participatius oberts i lliures.
- **Transversalitat.** La cultura no només s'ha de tractar des d'aquest àmbit, sinó que ha de plantejar-se en el seu abast natural: des de l'educació, l'atenció als joves o la diversitat cultural, i també des de les àrees més socials i socioculturals, amb la finalitat de garantir els drets culturals de forma holística. La transversalitat és un eix central de l'aplicació de la mediació cultural.

4. Marc d'acció

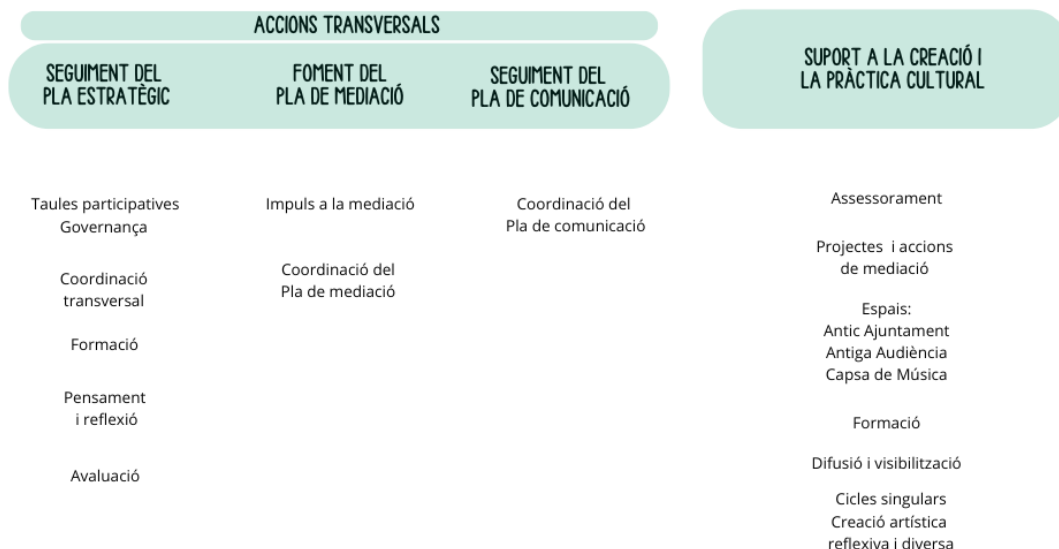
El Pla de drets culturals que elabora el Ministeri de Cultura pretén garantir que el conjunt de la ciutadania pugui accedir a la cultura i gaudir-ne en condicions d'igualtat, promovent la diversitat cultural i protegint els drets dels creadors i els professionals del sector. Des d'aquest Ajuntament s'aposta per una cultura oberta i transformadora i es fomenta l'accés universal i la participació comunitària als espais de creació i transmissió del patrimoni cultural. Per aquest motiu, aquest Pla d'acció desenvolupa les accions que cal dur a terme des de suport a la creació i la pràctica cultural, amb la finalitat de promocionar l'equitat en la participació.

Per altra banda, el marc d'acció cultural transversal i suport a la creació i la pràctica cultural és l'encarregat de vetllar pel desenvolupament del Pla estratègic Tarragona Cultura, el seu

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029 seguiment i avaluació, el foment de la mediació cultural i el seguiment del Pla de comunicació.

Amb aquests dos propòsits, es desenvolupen un seguit d'accions, programes i projectes que donen sentit als objectius establerts.

TRANSVERSAL I SUPORT



4.1. Acció transversal

4.1.1. Acompanyament, seguiment i avaluació del Pla estratègic Tarragona Cultura

De manera complementària al Pla d'impuls a la mediació cultural que s'incorpora al Pla estratègic Tarragona Cultura, es desenvolupen diferents accions per fer-ne efectiu el compliment, especialment pel que fa als espais participatius, la formació, el pensament i el coneixement, així com el seguiment i l'avaluació tant del Pla de comunicació com del mateix Pla Estratègic.

Objectius:

- Impulsar espais participatius, de proximitat i escolta activa mitjançant les taules participatives sectorials.
- Fomentar la coordinació i la cooperació interdepartamental i transversal en matèria cultural.
- Vetllar per la formació interna, especialment en temàtiques transversals.

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

- Potenciar la reflexió i el coneixement compartit com a eina facilitadora de la gestió i l'avaluació cultural.
- Coordinar les estratègies comunicatives recollides en el Pla de comunicació del Pla estratègic Tarragona Cultura.
- Promoure el seguiment i l'avaluació del Pla estratègic Tarragona Cultura com a eina de retiment de comptes i transparència.

4.1.1.1. Taules participatives com a eines de governança

És fonamental repensar els processos de gestió interna si volem promoure una gestió cultural més propera, participada i equitativa. Per aquest motiu, cal generar processos participatius que treballin en una comunicació bidireccional. En la diagnosi del Pla estratègic s'ha manifestat la demanda continuada d'aquests espais participatius, i per tant cal continuar el model d'acció i promoure processos participatius anuals i grups de treball específics.

Així doncs, s'activen les taules participatives per sectors culturals per tractar els àmbits de lletres i biblioteques, patrimoni immaterial, arts visuals, arts escèniques i música, i accions transversals i de suport a la pràctica cultural.

Aquestes taules, que han de ser convocades almenys un cop a l'any, tenen per finalitat donar a conèixer les línies anuals de cada àmbit de gestió cultural municipal; presentar els programes, els processos i les accions més destacats i, alhora, recollir propostes, iniciatives i visions al respecte, i incentivar la participació dels agents culturals del sector, públics, privats i civils, vetllant pel desenvolupament de la mirada de drets culturals, amb especial atenció als eixos d'acció transversal (la diversitat, l'accessibilitat, el gènere). Aquests espais dinamitzats han de sotmetre's a una convocatòria pública i oberta, i han de presentar un informe de retorn també públic per garantir la transparència. Es fomentarà la participació proporcional per franges d'edat (10 % de joves entre 16 i 35 anys i 10 % de persones més grans de 65 anys), i si no s'arriba a assolir, es convocaran taules específiques amb aquests sectors poblacionals.

Paral·lelament, es convocaran els òrgans de participació ciutadana estables consultius, amb la finalitat d'establir un diàleg i promoure i implicar el teixit associatiu i la població en les polítiques públiques i les seves estratègies mitjançant consulta, informació, participació i reflexions en les decisions preses de manera col·laborativa. Aquests òrgans compten amb el corresponent règim jurídic de constitució, convocatòria i desenvolupament, i són la Comissió Assessora del Seguici Popular, la Comissió Consultiva del Carnaval, el Consell Municipal de la Cavalcada de Reis i l'Home dels Nassos, el Consell Municipal de Castells de Tarragona, la Comissió Assessora del Concurs de Castells de Tarragona, la Comissió Tècnica del Concurs Internacional de Focs Artificials Ciutat de Tarragona, el Consell Assessor en matèria de Patrimoni Historicoartístic de Tarragona i el Consell d'Assessorament del Municipi sobre Estratègies en Matèria de Modernisme a Tarragona.

4.1.1.2. Comissió Tècnica Transversal Tarragona Cultura

Per incentivar la mediació i la participació en la gestió cultural municipal cal una mirada àmplia de l'acció cultural que integri altres departaments, treballant coordinadament i amb accions conjuntes per oferir un millor servei a la ciutadania. La Comissió Tècnica Transversal Tarragona Cultura, convocada de manera periòdica, incentiva la cooperació interna, tant en

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

la informació i el desenvolupament dels programes culturals com en l'aplicació de mesures transversals comptant amb els departaments titulars respectius: Educació, Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+, Capacitats Diverses, Cooperació, Medi Ambient, Joventut, Gent Gran, Centres Cívics, etc. En aquesta transversalitat també es fomenten les accions de participació i mediació com un dels vectors de treball comú, fent-ne un seguiment i aportant-hi propostes i línies d'acció.

4.1.1.3. Formació interna i continuada

Tot i que la formació dels professionals de la cultura cada cop és més àmplia i connecta amb aquests nous escenaris de la cultura, calen recursos humans adaptats a les noves realitats. En aquest sentit, es promou la formació continuada en el marc de la gestió del Pla, introduint aprenentatges relacionats amb la promoció dels drets culturals, les metodologies participatives i la mediació, així com eines i recursos per abordar nous reptes socials i generar espais i processos de transformació social.

Així mateix, s'impulsen formacions en eines que facilitin la cooperació i la dinamització de col·lectius comptant amb els recursos de la cultura i les arts, com ara la creativitat, la innovació i la facilitació de grups. A més a més, s'incentiven les formacions concretes relacionades amb els eixos transversals de la incorporació de la perspectiva de gènere i la mirada feminista, l'accessibilitat en el disseny i l'execució de la prestació de serveis i les programacions culturals, la diversitat cultural, la perspectiva antiracista i la prevenció de discriminacions, entre d'altres.

4.1.1.4. Pensament i coneixement

El pensament i el coneixement formen part de la metodologia de treball de l'àmbit cultural, ja que no només es gestionen accions i programacions sinó que s'estableixen maneres de fer, treballar i definir les línies estratègiques culturals. Cal crear espais de reflexió, pensament, coneixement i aprenentatge en què el diàleg sigui imprescindible, i establir sinergies amb els àmbits docents i educatius, filosòfics i antropològics per conèixer enfocaments diferents, experiències, mètodes, idees i projectes que puguin canviar la mirada i generar impactes en la comunitat cultural.

Així doncs, és necessari generar espais de pensament i reflexió a l'entorn de la cultura per promoure coneixements i imaginaris comuns, i cal incentivar-los des del Pla estratègic Tarragona Cultura. Cal projectar la cultura com a dret, i construir espais de trobada i de pensaments compartits i espais per imaginar cap a on pot anar el paper de la cultura en el dia a dia de les comunitats. La producció de narratives i significats comuns és clau per anar construint el futur, difondre drets culturals i articular-los conjuntament. Amb la reflexió es construeixen aprenentatges i imaginaris comuns i es fonamenten les iniciatives de mediació cultural. Així doncs, cal promoure xerrades i debats oberts de caràcter tècnic, i també espais oberts a la població, a col·lectius i a actius culturals.

És imprescindible la connexió amb altres comunitats que hagin experimentat processos similars per emmirallar-s'hi i aprendre de les bones pràctiques, així com ampliar visions per enfortir els processos, especialment els que es generen amb gestors públics, entitats i ciutadania. Les xarxes amb altres territoris i projectes com a exercici de mediació cultural ens aporten noves metodologies per promoure canvis i millores en la gestió cultural i en la societat, especialment en els discursos i els valors que la fonamenten.

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

Els espais de reflexió i pensament han d'impulsar laboratoris d'experimentació que manifestin la dependència de l'art i la cultura i incorporin llenguatges contemporanis que treballin els reptes socials des de la investigació i l'aprenentatge. Amb aquestes iniciatives, impulsades des de la pràctica cultural municipal (on s'inclouen altres àrees municipals), s'assagen les bases per a nous paradigmes i alhora es remarca el paper de les relacions culturals en la qualitat de la vida quotidiana. Les arts i la cultura són motors de participació i transformació social que s'expandeixen i amplifiquen amb els processos de reflexió, recerca i innovació i que possibiliten espais comuns de relació per afrontar necessitats i afrontar reptes futurs.

4.1.1.5. Seguiment i avaluació del Pla estratègic Tarragona Cultura

El Pla estratègic Tarragona Cultura marca les línies de la gestió de la cultura a curt i mitjà termini. El dret a la participació —en la definició i la implementació i en l'avaluació de les polítiques culturals— és un principi àmpliament reconegut en el moment de la seva creació, com també la recerca del consens més ampli possible mitjançant la participació activa dels agents culturals i de la ciutadania en general. Gestat de forma transparent i obert, ha comptat amb la col·laboració de la Universitat Rovira i Virgili —implicada en la fase prèvia de la diagnosi—, la Universitat Oberta de Catalunya, Pedagogías Invisibles, entitats, cooperatives i empreses especialistes en gestió cultural.

El Pla estratègic requereix un seguiment i una avaluació continuus que garanteixin que s'implementa adequadament. Cal impulsar el desenvolupament i el desplegament del Pla estratègic i avaluar-ne el compliment amb la finalitat de dimensionar els seus impactes i la seva capacitat transformadora. L'avaluació serveix per valorar l'eficàcia i l'eficiència de les intervencions per fonamentar la presa de decisions estratègiques i el seguiment, informant del desplegament de la implementació. Les eines de seguiment del Pla han d'aportar informació global de l'estat de desenvolupament i execució de les línies i els objectius a partir de cada pla d'acció, programa o projecte.

Cada pla d'acció o programa compta amb indicadors clars com a eina de control específica, observable i mesurable, que permet fer-ne el seguiment i avaluar-ne les intervencions i les accions.

Cal posar èmfasi en la col·laboració i la complicitat dels agents culturals per generar dinàmiques internes que mantinguin el compromís i assegurin els recursos per al seu desplegament. Tot i que el lideratge correspon a l'Àrea de Cultura, és necessari reconèixer el paper de les altres regidories implicades, de les entitats i de la ciutadania en general, des d'una perspectiva transversal i horitzontal que garanteixi l'acompanyament a través de canals participatius.

El retiment de comptes amb la ciutadania ha de ser continu, mitjançant memòries, informes de retorn i, especialment, espais i trobades participatives que permetin avaluar, a través de dinàmiques, el grau de compliment dels objectius i de les línies de treball. Per aquest motiu, es convocaran taules participatives sectorials anuals, tal com s'ha fet en la fase diagnòstica del Pla. Les taules participatives sectorials són: arts escèniques i música, arts visuals i indústries creatives, foment de la lectura i biblioteques, patrimoni immaterial i cultura popular tradicional, divulgació del patrimoni històric, comunicació i joventut.

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

A més a més, al final del període del Pla estratègic s'organitzarà una sessió per fer-ne un balanç, en què es presentaran els assoliments de les diferents línies estratègiques. I també serà el moment de fer una valoració qualitativa del procés i proposar millores per al següent Pla estratègic.

El seguiment del Pla es fa de manera continuada, tot i que els informes i les memòries que l'alimenten són anuals, igual que la convocatòria de les taules participatives.

El Pla estratègic estableix les línies de treball de manera transversal, amb la implicació d'agents d'altres àrees, com són la Xarxa de Centres Cívics, Joventut, l'IMET, Cooperació, Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+ o Serveis Socials. El seguiment del Pla també comptarà amb les seves valoracions i opinions.

4.1.2. Foment de la mediació i coordinació del Pla de mediació cultural

La redacció del Pla estratègic de Cultura de l'Ajuntament de Tarragona representa un punt d'inflexió a escala territorial en el desenvolupament de polítiques culturals basades en la participació i la governança compartida. En aquest marc, la mediació cultural esdevé un eix estratègic fonamental per garantir els drets culturals, reconeguts com a fonamentals en normatives internacionals i nacionals, que subratllen la participació activa en la vida cultural, la diversitat, l'equitat i la inclusió com a pilars de qualsevol política cultural sostenible i transformadora.

La mediació cultural no és únicament un pont entre les institucions i la ciutadania; és una pràctica que fa possible i activa els drets culturals, entenent la cultura no com un producte o recurs exclusivament econòmic, sinó com un ecosistema on es teixeixen vincles, es genera pensament crític i es fomenten pràctiques de cura de la vida i equitat social.

Des del Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural es fomentarà la mediació com a eina metodològica per impulsar els processos, les accions i les experiències encaminades a posar les persones i els col·lectius al centre de l'acció cultural i artística. Aquestes pràctiques han d'impulsar-se de manera propera, des de l'escolta activa, i han de ser flexibles per poder incorporar-hi diàlegs i variants i oferir oportunitats de construcció conjunta, tant de les mateixes pràctiques com dels coneixements que se'n deriven.

Per aquest motiu, en el marc del Pla estratègic Tarragona Cultura, també es desplega el Pla de mediació cultural, que estableix les línies d'acció per a l'impuls de la mediació, distribuïts en els processos endògens, per a la millora interna (governança participativa, transversalitat, formació interna, comunicació bidireccional i avaluació), i els processos exògens, que estableixen la connexió amb la ciutadania i les institucions (mediació educació-cultura, equipaments i programacions culturals, dinamització sociocultural i suport al teixit sociocultural, mediació i enfocament transcultural i espais de pensament i reflexió).

Des d'aquest Pla d'acció s'ha de vetllar pel foment i l'impuls de l'aplicació de la mediació cultural com a metodologia de treball, així com per la coordinació i el seguiment del mateix Pla de mediació cultural.

4.1.3. Coordinació de les estratègies de comunicació i seguiment del Pla de comunicació

Juntament amb el Pla estratègic Tarragona Cultura es desenvolupa el Pla de comunicació. Aquest document marca l'estratègia comunicativa del Pla i permet així disposar d'un marc de referència. És cabdal saber adreçar-se a la població per assolir una comunicació més fluida i eficaç, triar els canals i els missatges més adients i conèixer, en cada moment, a qui s'adrecen. Però a més de la comunicació unidireccional (de l'Ajuntament als ciutadans), cal una comunicació bidireccional, mitjançant la qual els ciutadans s'adrecin directament als serveis municipals i rebin resposta, en un format molt més proper al diàleg, a la transparència, a poder incidir en les polítiques públiques i les maneres de fer, a la governança, sigui de manera directa, personal, mitjançant les taules participatives, accions i activitats concretes o genèriques, etc.

A més a més, en l'àmbit de la comunicació bidireccional, cal unificar un relat que connecti totes les accions i activitats culturals de Tarragona, que destaquï els principis del Pla i la diversitat, la inclusió, la sostenibilitat i la cohesió social com a pilars fonamentals, i que alhora fomenti la proximitat i la participació ciutadana utilitzant un llenguatge proper i inspirador que involucri activament la ciutadania en els processos culturals.

Canviar les prioritats en la gestió de la cultura suposa canviar la lògica de com comunicar. La prioritat no és només pensar en consum cultural, sinó també en l'abast dels serveis públics de cultura. Així doncs, cal redefinir l'estratègia de comunicació per orientar-la a comunicar els valors del Pla estratègic i els serveis culturals que s'ofereixen, i no només la difusió de les activitats. Cal difondre en els canals disponibles la informació dels serveis culturals disponibles perquè la ciutadania els identifiqui i en pugui fer ús amb més facilitat (hi ha bona part de la població que no els coneix, com s'ha vist en l'enquesta a la ciutadania), i d'altra banda s'ha de promoure una comunicació bidireccional, en coherència amb la perspectiva de drets culturals, situant la comunicació com una eina transversal per difondre el conjunt de mesures i d'accions del Pla cultural i alhora generar espais d'escolta activa, de recollida de propostes i d'atenció de les propostes i demandes del sector cultural i de la ciutadania. En aquest sentit, el departament de suport a la creació i la pràctica cultural se suma a les finestretes d'atenció al públic facilitant un horari d'atenció presencial, per tal de facilitar un espai d'acompanyament i suport de tracte directe.

Des d'aquest Pla d'acció s'ha de vetllar pel seguiment i l'avaluació del Pla de comunicació, així com per la coordinació de les línies de treball, juntament amb les de cada pla d'acció i les del mateix Pla estratègic.

4.2. Suport a la creació i la pràctica cultural

L'objectiu del Programa de suport a la creació i la pràctica cultural és fomentar i garantir l'accés universal a la cultura. Promoure i impulsar la pràctica cultural, la creació i l'expressió artística en totes les disciplines.

El suport a la creació i la pràctica cultural dona cobertura a diferents àmbits i disciplines: arts escèniques i musicals, arts visuals, creació literària, patrimoni immaterial, etc., amb obertura de mires i amb la voluntat d'acollir qualsevol nova proposta.

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

Qualsevol acció sorgida del suport a la creació i la pràctica cultural ha d'incorporar de manera inherent els valors de participació, perspectiva de gènere, interculturalitat, transculturalitat, accessibilitat, sostenibilitat, inclusivitat, diversitat i transversalitat. Són els pilars fonamentals de qualsevol avenç en el desenvolupament cultural com a eina de transformació social. Per aconseguir-ho caldrà treballar en un context global entre departaments i àrees del mateix Ajuntament, però també amb una visió de territori, entès en la seva més gran amplitud.

Objectius:

- Acompanyar i assessorar els professionals durant el procés de creació, producció, difusió i exhibició cultural.
- Estimular la creació de caràcter sociocultural i participatiu.
- Cooperar en l'ús d'espais, mitjans i recursos destinats a cobrir les necessitats de la creació, la producció i l'exhibició artística.
- Generar espais de formació continuada i específica en els diferents àmbits culturals, adreçats tant a professionals com a la sensibilització i la pràctica cultural.
- Visibilitzar, difondre i comunicar la creació artística.
- Programar projectes que fomentin la reflexió i la diversitat.

Temporalitat. Aquest Programa de suport a la creació i la pràctica cultural, iniciat el 2024, és revisat i redissenyat constantment, segons les necessitats i les aportacions sorgides durant el procés, entès des de la seva trajectòria participativa i en constant evolució. Pel que fa als centres culturals, s'organitzen anualment: els curs comença el setembre i acaba entre juny i juliol.

Transversalitat. Com es diu en la introducció, la metodologia de treball del Programa de suport a la creació i la pràctica cultural inclou la transversalitat en el seu dia a dia.

En aquest sentit, es coopera i es coordina amb altres serveis municipals, com són la Xarxa de Centres cívics, Cooperació, Joventut, IMET, Igualtat, Promoció de la salut, Educació, Diversitat Funcional i Discapacitat, Casa de les Lletres, SIAD, Turisme, Festes, Arts Escèniques, Arts Visuals, Patrimoni Històric o Patronat de Turisme, i especialment amb el grup de treball de suport a la pràctica cultural. Amb aquesta voluntat de donar resposta a les propostes i demandes, és necessari treballar i coordinar-se amb altres institucions municipals, supramunicipals, educatives, culturals o de serveis.

Participació. Es creen sinergies amb nombroses entitats i col·lectius i artistes, amateurs o emergents, que interaccionen en els diferents projectes, usos d'espais, etc. El mecanisme de participació és directe, mitjançant assessoraments, acompanyaments i escolta activa per fomentar i garantir l'accés a la cultura, així com el suport directe en la seva pràctica.

Comunicació. Les accions i els recursos de comunicació són els propis de l'Ajuntament de Tarragona: web de Cultura, TGN Agenda, xarxes, programació d'altres àrees, notes de premsa, etc. A més, també s'edita un fullet amb la programació mensual del Centre Cultural Antic Ajuntament, es difonen cartells autoeditats dels actes principals i es disposa de cartellera al Centre Cultural Antic Ajuntament, amb un punt d'informació i comunicació presencial. El Programa de suport a la creació i la pràctica cultural s'adreça al conjunt de la ciutadania, de qualsevol part del territori, entès en la seva globalitat.

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

Les línies de treball, que es tractaran de manera transversal, són les següents:

4.2.1. Assessorament i acompanyament professional dels processos

S'acompanyen i estimulen processos per a l'autogestió, siguin iniciatives d'artistes, col·lectius o associacions de qualsevol disciplina artística com de productors o comunicadors culturals. S'aporten pautes de treball, eines i recursos per acompanyar en l'empoderament i la capacitat de professionals i artistes en vies de professionalització, així com d'artistes amateurs o qualsevol persona amb inquietuds culturals que es vulgui iniciar en aquesta pràctica.

Aquest servei implica treballar continuadament, de manera transversal, amb altres àrees del mateix Ajuntament, i també amb institucions que donen suport cultural al territori. Les consultes no acaben en les competències estrictament de suport a la creació i la pràctica cultural, sinó que són acompanyades més enllà.

La temporalitat del servei també ve establerta pel mateix acompanyament, ja que es determina si es tracta d'un acte puntual o bé alguna altra qüestió que requereixi més assistència o seguiment.

4.2.2. Projectes i accions de mediació

Es dona suport a projectes de cultura comunitària que tinguin impacte en la participació ciutadana i l'enfortiment comunitari a través de la pràctica cultural i que millorin les capacitats i les condicions de vida de les persones i els col·lectius, així com el seu benestar i la seva salut.

Actualment, s'ofereix formació en llenguatge adaptada al perfil dels destinataris, amb la voluntat de fomentar la participació de tothom i garantir l'accés universal a la cultura, siguin professionals o en via de professionalització, artistes amateurs o persones que es volen iniciar en la pràctica cultural. Entre aquestes accions trobem:

- El Gimnàs Escènic, com a espai d'entrenament del cos, la veu i la ment en el qual, mitjançant càpsules formatives de les arts escèniques, es poden treballar físicament i de manera integral diverses disciplines per al desenvolupament i la millora del benestar. A més a més, de cada Gimnàs Escènic se'n fa un extracte en forma de píndola audiovisual que forma part de la Farmaciola Cultural —situada al web de Cultura— i que es pot recuperar en qualsevol moment. Durant l'any es fan unes vuit sessions del Gimnàs Escènic, repartides en els mesos de tardor, hivern i primavera. Es duen a terme al Centre Cultural Antic Ajuntament, com a seu principal, però s'adapta a les necessitats dels diferents col·lectius a tractar.
- Projectes d'incidència sociocultural com a eina de transformació de l'entorn i que acull projectes de recerca, creació i projecció de creacions que incideixen en el teixit comunitari. És el cas del projecte de mediació i acció comunitària La Moixonera, que, sota el paraigua de l'Ornitorrinco (Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de Titularidad Pública), està enfocat a joves d'entre 16 i 30 anys amb inquietuds per la creació artística i la formació en treball corporal, teatre físic, veu, interpretació o altres disciplines escèniques. Té per objectiu explorar el poder del cos com a protagonista de la narració escènica i oferir als participants un espai on puguin formar-se, experimentar, crear i compartir noves formes d'expressió artística des d'una perspectiva transversal i de mediació entre elles. Consta de

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029 diferents fases trimestrals o quadrimestrals, com el curs escolar, al llarg de les quals es creix com a persona i com a grup, amb l'objectiu de proporcionar eines i recursos per a l'autogestió i d'acompanyar el procés cap a la pròpia mediació cultural.

4.2.3. Usos d'espais, mitjans i recursos

El Centre Cultural Antic Ajuntament, el Centre Cultural Antiga Audiència i la Capsa de Música són les seus del programa i els eixos de treball prioritari en el suport a la creació artística. S'hi duen a terme actes i activitats ocasionals, culturals i sense ànim de lucre (excepte en el cas de la Capsa, on també es fan activitats lucratives). Així mateix, es treballa de manera coordinada amb altres àrees i institucions per posar espais, infraestructures i recursos a disposició de persones, col·lectius i associacions, segons les possibilitats, les condicions d'ús, els límits i els recursos disponibles en cada moment.

El programa també preveu suports econòmics o en espècies per impulsar iniciatives excepcionals, singulars i no periòdiques que contribueixin a la millora de la creació i la cooperació, com ara residències, despeses de material i infraestructures, etc.

Des del Centre Cultural Antic Ajuntament, el Centre Cultural Antiga Audiència i la Capsa de Música s'organitzen i impulsen activitats enfocades al desenvolupament cultural integral de les persones, la participació ciutadana i la dinamització cultural comunitària. Alhora, s'estableixen com a espai d'activitat cultural, a través de l'àrea expositiva i els espais escènics de petit format. Així doncs, acullen, a través d'aquests eixos, els programes i serveis següents:

- Eix de pràctica cultural
 - Espai escènic de petit format que permet oferir presentacions de llibres, actuacions, creació i assaig, etc.
 - Escenari de 4 × 4 m totalment equipat per fer-hi concerts, amb un aforament de 482 persones.
 - Acollida d'exposicions diverses (arts visuals, patrimonials, informatives, etc.).
 - Cessió d'espais per al desenvolupament personal i col·lectiu d'activitats culturals (espais d'assaig, experimentació, etc.).
 - Tres bucs d'assaig musical, un d'equipat i dos sense equipar.
- Eix de participació
 - Aules i espais en cessió d'ús per al desenvolupament d'activitats d'entitats i col·lectius de caràcter sociocultural (espais de trobada, de formació i d'activitat puntual).
 - Punt d'informació i assessorament a la ciutadania.
 - Accions de dinamització de la participació i de foment de la pràctica cultural.
- Eix d'educació
 - Tallers, cursos i monogràfics de temàtiques culturals i socioculturals diverses.
 - Incorpora espais de lectura i estudi, com a espai de reforç i suport cultural, però també socioeducatiu per a infants i joves i com a punt de lectura i d'estudi per a adults.
 - Espais d'autoconsulta (punt d'autoconsulta informàtica), que faciliten l'accés a les noves tecnologies de la informació, adreçats a tota classe de públic.

La programació, les cessions d'espai i els serveis dels centres culturals segueixen el curs escolar i s'estableixen entre els mesos d'octubre i juliol.

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

Malgrat que es tracta de tres espais culturals ben definits, les accions que es desenvolupen al Centre Cultural Antic Ajuntament i al Centre Cultural Antiga Audiència sovint es plantegen de manera transversal o en col·laboració amb altres àrees municipals, especialment amb entitats i col·lectius constituïts formalment o grups informals.

4.2.4. Formació i educació

L'Oficina de Suport a la Creació i la Pràctica Cultural organitza diversos tipus de formacions, segons el perfil dels destinataris: professionals, persones en via de professionalització, artistes amateurs o persones que es volen iniciar en la pràctica cultural. A més a més, compta amb un espai de recursos d'autoaprenentatge amb informació d'utilitat i interès per a associacions i col·lectius que incideixen en l'àmbit cultural, com és la documentació necessària per constituir una associació o mantenir-la al dia, elaboracions de projectes culturals o també projectes de creació artística comunitària.

4.2.5. Suport a la visibilització i la pràctica cultural. Difusió i comunicació

L'Oficina de Suport a la Creació i la Pràctica Cultural acompanya, impulsa i dinamitza recursos de visibilització i difusió en les diferents fases dels processos de creació i producció cultural. Des d'aquest espai, com a iniciativa al suport al teixit social i cultural, cal continuar i fomentar el mapatge i la identificació d'actius i recursos culturals que incideixen en el territori, amb la finalitat de recollir els col·lectius i les entitats que generen acció cultural més enllà del registre d'entitats. D'aquesta manera es dona resposta a la demanda de visibilitat de les entitats mitjançant una eina comuna, allotjada al web de Cultura i de fàcil actualització, que reflecteixi les iniciatives culturals de col·lectius formals i informals i n'informi, recollint la diversitat cultural de la ciutat. Alhora, esdevé una eina de difusió i d'estabilització de l'acció cultural comunitària com a part integral del municipi. Des de la promoció de l'equitat, permet conèixer i reconèixer aquestes accions culturals i esdevé una eina clau de mediació amb la comunitat.

4.2.6. Programes de creació artística que fomenten la reflexió i la diversitat

S'impulsa la representació pública dels projectes de creació artística sorgits o no de la coproducció o cocreació municipal, especialment aquells que fomentin la reflexió cultural i que estimulin la cooperació i el diàleg amb la comunitat, segons la viabilitat de cada projecte, amb la finalitat d'empoderar els creadors i creadores i els actius culturals.

Alhora, el Centre Cultural Antic Ajuntament programa «*L'Alternador: Connexions culturals i accions artístiques*». És un cicle que es desenvolupa dos cops l'any, a la primavera i la tardor, pensat per a la gran diversitat de públics, que fomenta la transversalitat des d'una mirada interseccional. La finalitat és que, amb tres o quatre propostes escèniques de petit format, es visibilitzi la diversitat i sigui un espai de trobada, reflexió i connexió entre la població i el teixit associatiu.

5. Accions i indicadors d'avaluació

L'avaluació del Pla d'acció transversal i suport a la creació i la pràctica cultural es fa quantitativament i qualitativament.

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

L'avaluació qualitativa la fa, de manera continuada, el personal tècnic responsable d'aquest Pla d'acció, que elabora una memòria anual que permet avaluar el grau de compliment dels objectius i la seva idoneïtat, efectivitat i eficiència. Els mateixos tècnics comuniquen les accions i resultats a la Comissió Informativa de Cultura i a la Secretaria municipal.

També es fa el seguiment dels objectius plantejats per la Comissió Tècnica Transversal i en les taules participatives i els espais de diàleg, trobada i reflexió, que es presenten almenys un cop a l'any.

Aquest Pla té una durada de quatre anys, al final dels quals serà revisat. La suma de l'avaluació quantitativa i la qualitativa permetrà facilitar el procés de presa de decisions per millorar, repensar, reconstruir i planificar les línies estratègiques i les accions a desenvolupar en un futur.

A continuació es detallen les accions i els indicadors que s'utilitzaran per a l'avaluació quantitativa.

Acció transversal	
Dur a terme taules participatives sectorials anuals.	Taules participatives sectorials anuals realitzades Nombre d'assistents a les taules participatives (desagregat per gènere)
Convocar i fer el seguiment de la Comissió Tècnica Transversal.	Nombre de convocatòries de la Comissió Tècnica Transversal
Dur a terme formació interna.	Nombre de formacions internes Nombre d'assistents a les formacions internes (desagregat per gènere)
Generar espais de pensament i coneixement.	Nombre de jornades de reflexió realitzades Nombre d'assistents a les jornades (desagregat per gènere)
Coordinar i fer el seguiment de les estratègies de comunicació.	Nombre de reunions de coordinació sobre el Pla de comunicació Grau de compliment del Pla de comunicació
Coordinar i fer el seguiment del Pla de mediació cultural.	Grau de compliment del Pla de mediació cultural
Elaborar una memòria anual per adequar les línies de treball a la seva evolució natural i millorar la seva projecció.	S'ha elaborat la memòria anual? Grau de compliment dels objectius establerts en el Pla d'acció Grau de millora dels eixos transversals
Fer enquestes de consums culturals.	Nombre d'enquestes individuals Nombre de col·lectius que han contestat
Impulsar l'avaluació qualitativa en les accions sectorials.	Sectors en els quals s'ha implementat l'avaluació qualitativa

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

	Nombre d'enquestes qualitatives contestades
Crear i proveir una plaça per coordinar els programes de comunicació (a incorporar l'any 2026)	S'ha creat i proveït la plaça per coordinar els programes de comunicació?
Crear i proveir una plaça de mediació cultural (a incorporar l'any 2026).	S'ha creat i proveït la plaça de mediació cultural?
Crear i proveir una plaça per coordinar els serveis d'informació cultural (a incorporar a finals del 2026 o inicis del 2027).	S'ha creat i proveït la plaça per coordinar els serveis d'informació cultural?
Fer el seguiment de l'increment del pressupost fins al 3 % del pressupost municipal de despeses: 2026: 2,65 % 2027: 2,75 % 2028: 2,85 % 2029: 3 %	Increment pressupostari total Compliment del % pressupostari inicial respecte a l'objectiu establert
Fer el seguiment de l'increment del pressupost en mediació cultural fins al 3 % del 3 % cultural: 2026: 1,8 % 2027: 3 %	Compliment del % pressupostari destinat a projectes transversals de mediació cultural
Crear subvencions de concurrència competitiva: 2027: estudi de les necessitats 2028: elaboració i tramitació de les bases 2029: previsió pressupostària i convocatòria	Compliment del calendari de creació de subvencions de concurrència competitiva Nombre de convocatòries de concurrència competitiva Nombre de projectes presentats a les subvencions de concurrència competitiva Nombre de participants en els projectes de concurrència competitiva
Elaborar i aprovar el Pla d'equipaments culturals 2028-2041: - Darrer trimestre del 2027 i primer del 2028: estudi de la planificació - Darrer trimestre del 2028: aprovació del Pla d'equipaments culturals	Compliment del calendari d'elaboració del Pla d'equipaments
Suport a la creació i la pràctica cultural	
Oferir atenció i assessorament.	Nombre de projectes que s'acompanyen i/o assessoren Nombre de persones ateses pel que fa a assessorament i acompanyament (desagregat per gènere)

Annex 11. Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

Donar suport a projectes de mediació.	Nombre de formacions del Gimnàs Escènic Nombre de participants en el Gimnàs Escènic (desagregat per gènere) Nombre de càpsules de la Farmaciola Cultural
Donar suport a projectes de mediació cultural, especialment els que situïn els joves al centre.	Nombre de participants en projectes de mediació (desagregat per gènere) Grau de satisfacció dels participants en els projectes de mediació cultural Nombre de participants en projectes de mediació per a joves (desagregat per gènere) Grau de satisfacció dels participants en els projectes de mediació cultural per a joves
Fomentar la formació i l'educació.	Nombre d'accions formatives Nombre de participants en les accions formatives (desagregat per gènere) Nombre de càpsules autoformatives
Impulsar el mapatge de recursos culturals com a eina de visibilització, suport i difusió.	Nombre de recursos i serveis culturals inscrits al mapa
Impulsar la programació que incideix en espais de reflexió i diversitat.	Nombre de programacions i accions realitzades a «L'Alternador» Nombre d'assistència a «L'Alternador» (desagregat per gènere)
Impulsar la cessió dels espais (distribuïts al territori).	Nombre total d'usuaris donats d'alta Nombre d'ús dels espais Nombre d'ús per part de les entitats Nombre d'ús per part de particulars Nombre d'assistents a cada acte o activitat (desagregat per gènere) Nombre de tràmits de cessió d'espai distribuïts pel territori

Annex 12 Plans estratègics municipals que incideixen en la cultura

La planificació estratègica pretén ajudar a governar, desenvolupant en un horitzó a mig i llarg termini, una visió compartida i una sèrie de projectes i accions construïdes necessàriament a partir del consens. Així doncs, estableixen les línies de treball de cada àmbit o sector i, en l'àmbit municipal és imprescindible que estiguin relacionats ja que afecten i corresponsabilitzen els serveis municipals de forma transversal. Així doncs, en l'àmbit dels drets culturals cal tenir presents els processos de planificació sectorials i de ciutat amb els que s'estableix una connexió i queden vinculats. A continuació es relacionen els plans d'acció i estratègics municipals amb els que cal mantenir la coherència de les polítiques públiques culturals més enllà dels plans i programes d'acció específics culturals recollits en el Pla Estratègic Tarragona Cultura.

- Els Pilars dels Centres Cívics.
<https://www.tarragona.cat/centrescivics/la-xarxa/els-pilars-dels-centres-civics>
- Pla Local de Joventut 2025-2028 i annexos
<https://tarragonajove.org/pla-local-tarragonajove/>
- Pla Local de Cooperació 2025-2026
<https://www.tarragona.cat/cooperacio/fitxers/altres/plans/pla-local-de-cooperacio-2025-2026>
- Pla de Feminismes i interseccionalitat de la ciutat de Tarragona (2022-2026)
<https://www.tarragona.cat/serveis-a-la-persona/fitxers/altres/politiques-digualtat/pla-de-feminismes-marc-2022/pla-de-feminismes>
- Pla de gèneres i igualtat d'oportunitats (2024-2027)
<https://www.tarragona.cat/serveis-a-la-persona/fitxers/altres/politiques-digualtat/pla-de-generes-i-igualtat-2024-2027>
- Pla Local de Salut 2025-2028
<https://www.tarragona.cat/lajuntament/govern/accio-de-govern>
- Projecte educatiu d'entorn
<https://www.tarragona.cat/educacio/educacio-360/pla-educatiu-dentorn-tarragona>
- Projecte educatiu de ciutat
- Pla estratègic de Serveis Socials de Tarragona
<https://observatorisocial.tarragona.cat/informe/pla-estrategic-serveis-socials/>
- Protocol contra les violències sexuals i lgtbifòbiques

<https://www.tarragona.cat/serveis-a-la-persona/politiques-igualtat/plans-protocols-igualtat/protocol-contra-les-violencies-sexuals-i-lgtbifobiques>

Annex 13 Quadre resum d'accions a executar

Índex

Eix 1. Governança participativa i mediació cultural per garantir els drets culturals.....	410
Eix 2. Comunicació bidireccional, informació dels serveis culturals.....	412
Eix 3. Visibilitzar les oportunitats sorgides del teixit cultural i posar els joves al centre dels processos de gestió cultural.....	414
Eix 4. Dinamització del territori amb xarxes d'agents culturals i també de proximitat.....	416
Eix 5. Desenvolupar la capacitat inclusiva de la cultura	417
Eix 6. Planificar, impulsar i desplegar programacions i consolidar accions estables.....	420
Eix 7. Projectar i planificar recursos estables: infraestructurals, econòmics i humans.....	423
Eix 8. Avaluació i reflexió.....	425

Eix 1. Governança participativa i mediació cultural per garantir els drets culturals

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E1/R1. Impulsar espais de diàleg i governança participada.	Dur a terme taules participatives sectorials anuals.	Transversal i Suport transversal del Pla estratègic	
	Vetllar per la paritat en la participació cultural.	Transversal Pla estratègic	
	Convocar i fer el seguiment de la Comissió Tècnica Transversal.	Transversal i Suport	
	Generar espais de pensament i coneixement.	Transversal i Suport transversal Pla estratègic	
	Impulsar el pla de lectura i posar en marxa els seus òrgans de governança, amb la participació de diversos agents promotors de la lectura.	Foment de la lectura	
	Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Transversal Pla estratègic	
	Fomentar la comunicació interna, mantenint informats els equips sobre activitats i objectius estratègics.	Comunicació	
E1/R2. Aplicar la mediació cultural com a metodologia de treball.	Donar suport a projectes de mediació cultural.	Transversal i Suport	
	Acompanyar projectes de mediació cultural i participació activa cogestionada.	Transversal Pla estratègic	
	Promoure l'enxarxament amb les entitats locals al Sona Flamenc.	Transversal i Suport	
	Impulsar projectes de mediació de cultura i educació.	Transversal i Suport	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
	Dur a terme accions de mediació cultural en l'àmbit educatiu.	Cultura i educació	Per exemple, ampliar el projecte Binomi Artista-Escola amb les arts escèniques.
	Donar suport a projectes de mediació cultural, especialment en la formació, els espais de reflexió, la comunitat educativa i col·lectius diversos.	Cicle festiu, cultura popular i Patrimoni Immaterial	
	Donar suport a la professionalització en el treball cultural des de la formació, l'acompanyament i l'assessorament.	Arts visuals	
	Desenvolupar eines de participació ciutadana en relació amb l'accés a la cultura.	Foment de la lectura	
	Accions i processos de mediació artística en l'àmbit de les arts escèniques i la música.	Arts escèniques i música	
E1/R3. Impulsar accions formatives per a professionals del sector, artistes i ciutadania en general per generar reflexió i aprenentatges actius.	Oferir formació interna.	Arts visuals Transversal i Suport	
	Impulsar projectes de mediació entre l'àmbit cultural i els contextos comunitaris, projectes de desenvolupament cultural comunitari, construïts amb entitats i ciutadania.	Transversal i suport	
	Formar i sensibilitzar els agents culturals en la coeducació i la promoció de valors i models igualitaris i en el reconeixement de possibles conductes sexistes i micromasclismes, i contribuir a una resposta efectiva davant de situacions no igualitàries.	Transversal Pla estratègic	
E1/R4. Potenciar els projectes de dinamització sociocultural.	Crear xarxa amb les entitats, les administracions i el sector professional del Dixieland.	Sociocultural	
	Donar suport als centres educatius per acollir projectes per promoure les arts i la cultura a les aules, més enllà de l'ensenyament obligatori.	Transversal i Suport	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E1/R5. Afavorir la proximitat entre artistes i educació, reglada o no.	Impulsar recursos de suport adreçats a centres educatius i potenciar les biblioteques escolars.	Foment de la lectura	
	Organitzar activitats comunitàries amb valor social o participar-hi.	Arts escèniques i música	
	Promoure projectes d'educació, formació cultural i oci educatiu en l'àmbit no reglat.	Cultura i Educació	Per exemple, Mapadeball.
	Generar accions educatives entre escoles i educació formal, entorns educatius no formals i informals i museus i centres culturals.	Cultura i Educació	
	Donar suport a projectes de mediació cultural, especialment en la formació, els espais de reflexió, la comunitat educativa i col·lectius diversos.	Arts visuals	
	Organitzar programes educatius específics o participar-hi.	Arts escèniques i música	

Eix 2. Comunicació bidireccional, informació dels serveis culturals

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E2/R6. Comunicar els serveis públics estables de cultura, més enllà de la programació.	Divulgar i comunicar les actuacions expositives i performatives en les arts visuals contemporànies.	Arts visuals	
	Impulsar accions de difusió dels valors del Pla estratègic.	Comunicació	
	Crear un calendari anual de continguts amb temàtiques fixes i continguts adaptats a cada xarxa.	Comunicació	
	Implantar nous suports de difusió permanent que agrupin l'oferta d'activitat de foment de la lectura que genera la ciutat.	Foment de la lectura	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
	Establir una línia de comunicació específica per acompanyar la implantació i el desenvolupament de la mediació cultural.	Comunicació	
E2/R7. Actualitza les eines de comunicació: web i espai públic.	Potenciar les xarxes socials amb una presència activa, coherent i interactiva.	Comunicació	
	Desenvolupar un servei d'informació cultural integral mitjançant una plataforma web centralitzada i millorada.	Comunicació	
	Millorar la TGN Agenda amb notificacions personalitzades, mapes interactius i inscripcions a esdeveniments.	Comunicació	
E2/R8. Reforçar els espais d'informació i atenció bidireccional, de manera directa, personalitzada i amb escolta activa.	Establir punts d'informació físics i presencials amb escolta activa i constant interacció.	Comunicació	
E2/R9. Impulsar el reconeixement i el mapatge de recursos i actius culturals.	Dinamitzar la comunicació per donar suport a creadors locals.	Comunicació	
	Impulsar el mapeig de recursos culturals com a eina de visibilització, suport i difusió.	Transversal i Suport	
E2/R10. Incorporar la diversitat de veus en el diàleg i vetllar perquè la comunicació tingui en compte més col·lectius.	Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Transversal Pla estratègic	
	Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	Transversal Pla estratègic	
	Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	Transversal Pla estratègic	
	Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	Transversal Pla estratègic	
	Informar i difondre l'activitat cultural de manera accessible i respectuosa amb la diversitat.	Pla de comunicació	

Eix 3. Visibilitzar les oportunitats sorgides del teixit cultural i posar els joves al centre dels processos de gestió cultural

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E3/R11. Reconèixer i reforçar els recursos i els actius culturals del territori.	Fomentar la visibilització en el mapa de recursos com a eina de difusió.	Transversal i Suport	
	Fomentar la pràctica artística de les arts escèniques, la música i les arts visuals arreu del territori.	Sociocultural	
	Fomentar la participació cultural, donant valor a les iniciatives populars existents a la ciutat.	Cicle festiu, cultura popular i Patrimoni Immaterial	
	Promocionar el sector musical local i fomentar els nous talents al Sona Flamenc.	Transversal i Suport	
	Promocionar el sector musical local dins del Festival Dixieland Tarragona.	Transversal i Suport	
	Fomentar les iniciatives creatives i les produccions gestades al territori.	Arts visuals	
	Donar suport a la creació estable i la producció d'espectacles.	Arts escèniques i música	
E3/R12. Impulsar projectes culturals i creatius mitjançant convocatòries públiques.	Impulsar les convocatòries, els premis i les accions de divulgació de les arts visuals.	Arts visuals	
	Crear subvencions de concurrència competitiva.	Transversal i Suport Transversal Pla estratègic	■ 2027 (estudi de les necessitats) ■ 2028 (elaboració i tramitació de les bases) ■ 2029 (previsió pressupostària i convocatòria)
	Oferir atenció i assessorament.	Transversal i Suport	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E3/R13. Donar facilitat administrativa als recursos culturals.	Impulsar la cessió dels espais.	Transversal i Suport	
E3/R14. Facilitar la col·laboració i la transversalitat municipal, i la coordinació en l'àmbit cultural.	Convocar i fer el seguiment de la Comissió Tècnica Transversal.	Transversal i Suport	
	Impulsar taules de coordinació interdepartamental i transversal en matèria de cultura municipal.	Transversal Pla estratègic	
	Afavorir la comunicació i el treball conjunt estable educació-cultura i connectar el sector artístic amb l'educació reglada.	Cultura i Educació	
	Impulsar un marc comú entre els equips que promoguin projectes socioculturals en l'àmbit municipal.	Sociocultural	
	Impulsar un marc de treball comú per desenvolupar projectes culturals en l'àmbit municipal al voltant del patrimoni i la història.	Divulgació Patrimoni i història	
	Impulsar un marc de treball comú i un espai de cooperació en l'estratègia de les arts visuals.	Arts visuals	
E3/R15. Posicionar els joves i la creació emergent en el centre de les accions culturals.	Acostar el Festival Dixieland al públic jove.	Transversal i Suport Arts visuals	
E3/R16. Promocionar projectes culturals en què els joves siguin protagonistes.	Donar suport a projectes de mediació cultural que situïn els joves al centre.	Transversal i Suport Arts escèniques i música Arts visuals	Per exemple, La Moixonera o Stalkers.
	Incloure en la programació espectacles per al públic jove.	Escèniques i música	
	Acostar el festival Sona Flamenc a nous públics, i en especial als joves.	Transversal i Suport	
	Convocar espais de participació específics adreçats al col·lectiu jove.	Foment de la lectura	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
	Desenvolupar programes per connectar escriptores i escriptors del Camp de Tarragona amb la població de 14-16 anys.	Foment de la lectura	
	Crear esdeveniments atractius que fomentin les relacions entre joves al voltant de la lectura i la creació literària: festivals o festes de lectura.	Foment de la lectura	
	Crear un equip de joves interessats en la promoció de la creació (literària en un sentit ampli) que de manera autogestionada puguin proposar i desenvolupar projectes a la ciutat que responguin als objectius i les estratègies del Pla.	Foment de la lectura	

Eix 4. Dinamització del territori amb xarxes d'agents culturals i també de proximitat

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E4/R17. Fomentar la pràctica cultural en els espais socioculturals distribuïts per la ciutat.	Fomentar la pràctica artística de les arts escèniques, la música i les arts visuals arreu del territori.	Sociocultural	
	Distribuir la programació del Festival Dixieland i del Sona Flamenc per tot el municipi.	Transversal i Suport	
E4/R18. Gestar espais de col·laboració entre els agents culturals del territori, entès aquest més enllà de la ciutat.	Generar espais de treball col·laboratiu i en xarxa territorial en les arts visuals.	Arts visuals	
	Impulsar les exposicions i les coproduccions internacionals.	Arts visuals	
	Diversificar i policentralitzar les accions d'arts visuals.	Arts visuals	
	Impulsar la cessió dels espais (distribuïts pel territori).	Transversal i Suport	
	Impulsar espais de treball en xarxa i coordinació territorial en matèria de cultura.	Transversal Pla estratègic	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E4/R19. Dinamitzar el territori des del foment de la lectura.	Dur a terme projectes lectors comunitaris que aprofitin espais de diversos equipaments públics de proximitat.	Foment de la lectura	

Eix 5. Desenvolupar la capacitat inclusiva de la cultura

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E5/R20. Enfortir l'accessibilitat, la perspectiva de gènere, la diversitat i la interseccionalitat en la cultura.	Dissenyar accions específiques en l'àmbit de la cultura popular amb l'objectiu de fomentar l'accessibilitat, la inclusió i les diversitats: culturals, d'origen, de gènere, d'edat o funcionals, entre d'altres.	Cicle festiu, cultura popular i Patrimoni Immaterial	
	Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Transversal Pla estratègic	
	Reservar localitats destinades a persones amb mobilitat reduïda.	Arts escèniques i música	
	Calcular el grau de satisfacció del públic amb diversitat funcional.	Arts escèniques i música	
	Destinar una partida pressupostària al foment i l'aplicació de mesures d'accessibilitat.	Arts escèniques i música	
	Disposar d'un referent d'accessibilitat per a equipament escènic.	Arts escèniques i música	
	Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	Transversal Pla estratègic	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
	Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer les necessitats específiques.	Transversal Pla estratègic	
	Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	Transversal Pla estratègic	
	Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	Transversal Pla estratègic	
	Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	Transversal Pla estratègic	
	Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	Transversal Pla estratègic	
	Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	Transversal Pla estratègic	
	Fer un seguiment de les mesures transversals en accessibilitat.	Transversal Pla estratègic	
	Impulsar projectes que destaquen el paper de la dona al llarg de la història.	Transversal i Suport	
	Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Divulgació Patrimoni i història	
	Promoure accions que visibilitzin i reconguin la dona en les creacions artístiques i les pràctiques culturals.	Transversal Pla estratègic	
	Promoure mecanismes de prevenció, detecció i abordatge de les discriminacions per raó de gènere de manera coordinada amb Igualtat i Feminismes.	Transversal Pla estratègic	
	Vetllar per la promoció de l'equitat en el treball municipal i la corresponsabilitat en els usos del temps.	Transversal Pla estratègic	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
	Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Transversal Pla estratègic	
	Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	Transversal Pla estratègic	
	Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	Transversal Pla estratègic	
	Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Transversal Pla estratègic	
	Vetllar per la paritat en la participació cultural.	Transversal Pla estratègic	
	Formar i sensibilitzar els agents culturals en la coeducació i la promoció de valors i models igualitaris i en el reconeixement de possibles conductes sexistes i micromasclismes, i contribuir a una resposta efectiva davant de situacions no igualitàries.	Transversal Pla estratègic	
	Mantenir el sistema estadístic d'indicadors de participació cultural, desagregat per gènere, i difondre'n els resultats.	Transversal Pla estratègic	
	Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	Transversal Pla estratègic	
	Fer un seguiment de les mesures transversals amb perspectiva de gènere.	Transversal Pla estratègic	
	Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Transversal i Suport	
	Impulsar la programació que incideix en espais de reflexió i diversitat.	Transversal Pla estratègic	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
	Realitzar estudis periòdics per avaluar la situació de gènere en les arts escèniques a Tarragona, identificant àrees de millora.	Arts escèniques i música	
	Designar una persona responsable de vetllar per la implementació i el seguiment de les polítiques de gènere en l'àmbit de les arts escèniques.	Arts escèniques i música	
E5/R21. Atendre la diversitat i millorar l'accessibilitat als recursos culturals.	Fomentar la pràctica artística i cultural, així com programes culturals generats des de perspectives socials específiques, com són la territorialitat, les diversitats cognitives i funcionals, les accions per a joves i gent gran i la diversitat cultural i de gènere.	Sociocultural	Per exemple, «L'Alternador».
	Impulsar projectes específics que responguin a criteris d'equitat d'accés, interculturalitat i reforç de la comprensió lectora.	Foment de la lectura	
	Desplegar accions i activitats amb especial atenció a l'accessibilitat en les arts visuals.	Arts visuals	
	Informar i difondre l'activitat cultural de manera accessible i respectuosa amb la diversitat.	Pla de comunicació	

Eix 6. Planificar, impulsar i desplegar programacions i consolidar accions estables

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E6/R22. Afavorir la coordinació estratègica i operativa dels serveis culturals municipals.	Convocar i fer el seguiment de la Comissió Tècnica Transversal.	Transversal i Suport	
	Coordinar i fer el seguiment de les estratègies de comunicació.	Transversal i Suport	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E6/R23. Desplegar els plans d'acció cultural que nodreixen el Pla estratègic Tarragona Cultura.	A més de les accions que es despleguen en el conjunt dels reptes, hi ha plans d'acció que desenvolupen altres accions derivades dels plans d'acció sectorials no incloses en les transversals.		
	Garantir una programació estable.	Arts escèniques i música	
	Destinar els recursos suficients en caixets.	Arts escèniques i música	
	Incloure en la programació espectacles per al públic familiar / tots els públics.	Arts escèniques i música	
	Programar diferents gèneres (teatre, dansa, música, circ i interdisciplinari)	Arts escèniques i música	
	Oferir una programació específica per al públic escolar.	Arts escèniques i música	
	Destinar els recursos suficients a la programació escolar.	Arts escèniques i música	
	Destinar els recursos suficients en activitats comunitàries i programes educatius.	Arts escèniques i música	
	Organitzar activitats per potenciar el coneixement des de la programació i la dinamització de la ciutadania.	Arts escèniques i música	
	Destinar recursos per a comunicació.	Arts escèniques i música	
	Fomentar l'assistència a l'espai escènic.	Arts escèniques i música	
	Assolir una ocupació òptima de l'espai escènic.	Arts escèniques i música	
	Assolir una ocupació òptima de sala amb entrades de pagament.	Arts escèniques i música	
	Fomentar la venda d'entrades mitjançant serveis de venda no presencials.	Arts escèniques i música	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
	Promoure la creació, la producció escènica i la recerca a les arts escèniques.	Arts escèniques i música	
	Dur a terme accions en benefici d'altres equipaments o públics d'altres municipis integrats a l'SPEEM.	Arts escèniques i música	
	Impulsar projectes destinats a connectar la cultura popular i els centres educatius, per tal de fomentar l'aprenentatge de les tradicions i els elements del cicle festiu de la ciutat.	Cultura i educació i Cicle festiu, cultura popular i Patrimoni immaterial	
	Desenvolupar i difondre el calendari festiu de cultura popular d'arrel tradicional.	Cicle festiu, cultura popular i Patrimoni immaterial	
	Impulsar la Casa de la Festa com a espai de difusió i de trobada.	Cicle festiu, cultura popular i Patrimoni immaterial	
	Impulsar projectes i activitats educatives al voltant de la divulgació del patrimoni i la història.	Divulgació Patrimoni i història	
	Fomentar la sensibilització i la formació sobre el valor del patrimoni i la història, així com sobre la necessitat de conservar-lo i difondre'l.	Divulgació Patrimoni i història	
	Consolidar les residències artístiques com a pràctica fonamental de l'art contemporani.	Arts visuals	
	Fomentar les accions culturals multidisciplinàries (fora de les exposicions).	Arts visuals	
	Fomentar la creació i l'exhibició artística en les arts visuals.	Arts visuals	
	Crear coproduccions i estrenes d'espectacles (Dixieland).	Transversal i Suport	
	Dur a terme accions de foment de la lectura adreçades específicament a la infància (6-16) i la joventut (17-30).	Foment de la lectura	

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
	Promoure la prescripció lectora amb persones influents properes al públic objectiu.	Foment de la lectura	
	Desenvolupar accions específiques relacionades amb l'oralitat, la lectura en veu alta i la dramatització.	Foment de la lectura	
	Programar jornades literàries als centres educatius amb autors i autores de proximitat, preferentment.	Foment de la lectura	
	Dur a terme una programació d'activitats, incorporant-hi els llenguatges artístics i les tecnologies.	Foment de la lectura	
	Oferir una programació estable i festivals específics.	Arts escèniques i música	
	Actualitzar el nom d'usuari a les xarxes socials com a mesura de millora de la identitat digital.	Comunicació	
	Impulsar la participació ciutadana amb accions i dinàmiques d'interacció directa.	Comunicació	
	Establir un calendari cultural anual unificat.	Comunicació	

Eix 7. Projectar i planificar recursos estables: infraestructurals, econòmics i humans

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E7/R24. Definir el Pla d'equipaments.	Elaborar el Pla d'equipaments culturals 2028-2041.	Transversal Pla estratègic	■ Darrer trimestre del 2027 i primer del 2028: estudi de la planificació ■ Darrer trimestre del 2028: aprovació del Pla d'equipaments culturals

E7/R25. Estructuració del Pla de biblioteques.	Elaborar i aprovar un Pla municipal de biblioteques de Tarragona 2026-2041.	Pla de foment de la lectura Transversal Pla estratègic	■ Darrer trimestre del 2025 i primer semestre del 2026: redacció ■ Abril/maig del 2026: inici de la tramitació
E7/R26. Reformular i establir un organigrama realista.	Crear una figura tècnica de comunicació estratègica dins de l'Àrea de Cultura.	Transversal Pla estratègic de Comunicació	
	Crear i proveir una plaça per coordinar els programes de comunicació.	Transversal Pla estratègic	(a incorporar l'any 2026)
	Crear i proveir una plaça de mediació cultural.	Transversal Pla estratègic	(a incorporar l'any 2026)
	Crear i proveir una plaça per coordinar els serveis d'informació cultural.	Transversal Pla estratègic	(a incorporar a finals del 2026 o inicis del 2027)
E7/R27. Adequar els recursos econòmics plantejats en un horitzó progressiu.	Incrementar el pressupost fins al 3 % del pressupost municipal de despeses.	Transversal Pla estratègic	■ 2026: 2,65 % ■ 2027: 2,75 % ■ 2028: 2,85 % ■ 2029: 3 %
	Incrementar el pressupost en mediació cultural fins al 3 % del 3 % cultural.	Transversal Pla estratègic	■ 2026: 1,8 % ■ 2027: 3 %
E7/R28. Dissenyar i desenvolupar de projectes culturals sostenibles.	Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Transversal Pla estratègic	
	Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	Transversal Pla estratègic	
	Impulsar accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en la protecció del medi ambient.	Transversal Pla estratègic	

Eix 8. Avaluació i reflexió

Repte	Accions	Plans d'acció que els han de dur a terme	Consideracions
E8/R29. Constituir mecanismes d'anàlisi de les polítiques i les accions culturals.	Elaborar una memòria anual per adequar les línies de treball a la seva evolució natural i millorar la seva projecció.	Transversal i Suport	
	Fer un seguiment de la cobertura mediàtica a través de mitjans de comunicació per mesurar com es reflecteix la cultura de Tarragona als mitjans.	Comunicació	
	Fer enquestes de consums culturals.	Transversal i Suport	
	Convocar els òrgans consultius estables promovent una participació activa i dinàmica.	Transversal i Suport Cicle festiu, cultura popular i Patrimoni Immaterial	
	Dur a terme taules participatives sectorials anuals per fer seguiment del Pla estratègic.	Transversal i Suport	
	Convocar i fer el seguiment de la Comissió Tècnica Transversal.	Transversal i Suport	
	Fomentar espais participatius de consulta, intercanvi i reflexió al voltant del cicle festiu.	Cicle festiu, cultura popular i Patrimoni Immaterial	
	Generar espais de pensament i coneixement.	Transversal i Suport	
E8/R30. Crear espais oberts de reflexió i coneixement.	Fomentar la formació i l'educació.	Transversal i Suport	
E8/R30. Elaborar avaluacions qualitatives dels impactes de la transformació sociocultural a llarg termini.	Fer enquestes d'opinió i satisfacció a les persones participants en esdeveniments.	Comunicació Transversal i Suport Transversal Pla estratègic	

Annex 14 Temporalització

Accions	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	Durada
Pla estratègic				Compliment de la meitat			Anàlisi i diagnosi	Revisió i redacció	8 anys
Pla d'acció de mediació cultural									4 anys
Pla d'acció de cultura i educació									4 anys
Pla d'acció sociocultural									4 anys
Pla d'acció de foment de la lectura									4 anys
Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial									4 anys
Pla d'acció de difusió del patrimoni i la història									4 anys
Pla d'acció d'arts escèniques i música									3 anys
Pla d'acció d'arts visuals									2 anys
Pla d'acció transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural									4 anys
Pla de comunicació									4 anys
Elaboració i aprovació del Pla d'equipaments culturals 2028-2041		Darrer trimestre: estudi i planificació	Darrer trimestre: aprovació						14 anys
Elaboració i aprovació del Pla de biblioteques 2026-2041	Aprovació abril/maig								16 anys
Creació de subvencions de concurrència competitiva		Estudi de necessitats	Elaboració de bases i tramitació	Previsió pressupostària i convocatòria					
Increment del pressupost fins al 3 % del pressupost municipal de despeses	2,65 %	2,75 %	2,85 %	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %	
Increment del pressupost en mediació cultural fins al 3 % del 3 % cultural	1,8 %	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %	3 %	

Creació i provisió d'una plaça per coordinar els programes de comunicació	<i>A incorporar el 2026</i>								
Creació i provisió d'una plaça de mediació cultural	<i>A incorporar el 2026</i>								
Creació i provisió d'una plaça vacant per coordinar els serveis d'informació cultural		<i>A incorporar a finals del 2026 o inicis del 2027</i>							

Annex 15 Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

Índex

1. Presentació	432
1.1. Missió	432
1.2. Visió	433
1.3. Valors	433
1.4. Marc estratègic	434
2. Marc teòric	434
2.1. Motivació de l'estratègia	435
2.2. Referents teòrics i pràctics	436
3. Situació actual i diagnosi	438
3.1. Àrees de treball municipal que abasten els diferents àmbits de la cultura i de la creativitat	438
3.2. Contextualització i anàlisi de la realitat	446
3.2.1. Anàlisi interna de la comunicació actual	446
3.2.2. Anàlisi externa: abast i entorn	457
3.3. Resum de la Diagnosi. DAFO	460
3.4. Principals reptes de la comunicació cultural	462
4. Objectius del Pla de comunicació	463
4.1. Objectius generals	463
4.2. Objectius específics	463
5. Principis metodològics	463
5.1. Processos i espais de «comunicació» comunitària	463
5.2. Bastir un corpus viu de missatges per unificar i donar sentit a la comunicació cultural municipal	464
5.3. Estructurar, prioritzar i reforçar els canals digitals i exteriors	465
5.4. Perspectiva de gènere	465
5.5. Comunicació accessible	466
6. Línies d'acció	467
6.1. Punt d'informació presencial i directe	467

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

6.2. Sistematitzar la comunicació a l'espai públic, comunicació exterior .	468
6.3. Sistematitzar i generar accions de desenvolupament de la comunicació digital	468
6.4. Altres accions d'àmbit general a desenvolupar	472
7. Comunicació i difusió del Pla estratègic	475
8. Seguiment i avaluació	480
9. Conclusions.....	483
10. Cronograma	484
ANNEXOS.....	486
Annex 1. Recomanacions per a la comunicació cultural adreçades als serveis municipals	486
Annex 2. Orientacions específiques sobre com comunicar qualsevol activitat cultural des de l'Ajuntament.....	497

1. Presentació

Comunicar no és només transmetre informació. Una comunicació efectiva va més enllà de la simple difusió de dades: és un procés que genera connexions autèntiques i construeix significats compartits. Més enllà de la difusió, aquest Pla esdevé fonamental per fomentar la participació i la inclusió, especialment de la ciutadania de Tarragona i el Camp de Tarragona. Així, aquest Pla s'articula a través d'un territori proper, mentre que el foment i la projecció cultural, tant en l'àmbit nacional com internacional, es gestionen des del Patronat de Turisme de Tarragona.

El Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033 s'emmarca dins del Pla estratègic Tarragona Cultura, una iniciativa que, durant el 2024, va fer una diagnosi de la situació actual mitjançant un procés participatiu. Aquest Pla de comunicació es desenvoluparà en coordinació i col·laboració amb el departament de Comunicació Institucional per vetllar per l'interès comú de les accions municipals culturals del departament de Cultura i les altres àrees implicades.

La proposta d'aquest Pla de comunicació té una visió a mitjà termini, amb l'objectiu de consolidar una oferta cultural que respongui a les necessitats i inquietuds d'una ciutadania diversa, assegurant alhora una continuïtat en el futur.

En aquest context, la mediació cultural esdevé un element central del pla. El seu propòsit és impulsar una comunicació que faciliti la comprensió, l'accés i la participació de la ciutadania en les experiències culturals. Seguint el Pla de drets culturals del Ministeri de Cultura, la mediació es defineix com el marc de pràctiques que connecta la cultura amb les persones mitjançant la reflexió, el diàleg i la participació, generant noves capes de coneixement que enforteixen la consciència crítica i la connexió amb la contemporaneïtat. Aquest Pla presenta una primera bateria d'eines dissenyades per fomentar la mediació cultural i impulsar la participació activa dels agents culturals i de la ciutadania en el desenvolupament dels programes i els serveis culturals municipals.

Aquesta aposta per la mediació garanteix que les accions culturals no només arribin a la població, sinó que aquesta esdevingui partícip activa. Així, es contribueix a construir una cultura viva i plenament arrelada al territori. L'objectiu final és promoure un diàleg significatiu i enriquidor que transformi l'experiència cultural en una eina de cohesió social i de creixement comunitari.

1.1. Missió

Aquest Pla té com a missió impulsar una estratègia de comunicació que faciliti l'accés, la informació i el gaudi de la cultura a tota la ciutadania. Cal articular una estratègia transversal basada en la informació i la comunicació cultural que vetlli pel dret d'accés a la cultura i a les pràctiques culturals.

És a dir, es tracta de consolidar un model de comunicació que reforci el paper de Tarragona com a servei públic cultural, capaç de cohesionar i dinamitzar la seva activitat cultural. El seu objectiu és fer la cultura més accessible, comprensible i inclusiva per a tota la ciutadania, en sintonia amb els principis d'un servei públic orientat a l'acció cultural.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

Aquest model busca superar les fragmentacions actuals en la comunicació cultural, establint una estratègia unificada que garanteixi la visibilitat de les accions culturals i fomenti la participació activa i equitativa de la ciutadania. D'aquesta manera, s'aconsegueix que la cultura no només arribi a tothom, sinó que esdevingui una eina d'integració social i de cohesió territorial.

A través d'un relat atractiu, coherent i fidel als valors de Tarragona, el Pla aspira a impulsar la cultura com un element transformador que enriqueixi la vida quotidiana de la ciutadania, promovent alhora la seva participació en el teixit cultural de la ciutat.

1.2. Visió

El Pla de comunicació de Tarragona Cultura presenta una ciutat compromesa amb la cultura com a pilar fonamental per consolidar i fomentar la participació cultural. Això s'aconsegueix a través d'una comunicació articulada, oberta i estretament connectada amb la ciutadania.

La cultura ha de ser capaç d'inspirar i connectar la ciutadania a través d'una narrativa potent i coherent. Tarragona ha de ser reconeguda com una ciutat accessible, inclusiva i vibrant.

Aquesta visió integra la col·laboració entre agents culturals, la ciutadania i les institucions per consolidar una identitat cultural forta i reconèixer la cultura com un servei essencial. Es tracta d'un compromís amb la cohesió social i l'enriquiment del teixit associatiu, que posiciona la cultura com una eina fonamental per al benestar col·lectiu.

Aquest Pla aspira a esdevenir un referent de proximitat en la prestació de serveis culturals, consolidant una cultura viva, participativa i capaç d'arribar a totes les persones per garantir-ne l'accés i la implicació activa en la construcció d'una comunitat culturalment enriquida.

1.3. Valors

La cultura és una de les ànimes més profundes de Tarragona, una ciutat amb una història mil·lenària que es projecta cap al futur amb dinamisme, creativitat i diversitat. El relat central i els principis que guien aquest Pla de comunicació es fonamenten en els següents valors: equitat, accessibilitat, inclusió, diversitat, sostenibilitat, participació, proximitat, innovació, creativitat, perspectiva de gènere i sostenibilitat.

Equitat i accessibilitat. L'equitat és un dels pilars fonamentals que sustenten el Pla de comunicació de Tarragona Cultura, alineant-se plenament amb els principis dels drets culturals. Aquest valor ens compromet a garantir que totes les persones, independentment de la situació socioeconòmica, l'origen, el gènere, l'edat o les condicions físiques, tinguin accés a les manifestacions culturals de manera igualitària i sense exclusions. Així, es garanteix el dret d'accés a les pràctiques culturals i a la participació cultural, sense cap classe de discriminació per motius de llengua, origen, raça, religió, opinió, gènere, condició social o econòmica.

Inclusió i diversitat. La cultura és un dret universal al qual tothom ha de tenir accés. Des de la ciutadania local fins als, la ciutat vol ser acollidora i oferir espais i experiències per a tothom, sense barreres econòmiques, socials o físiques. Això implica no només facilitar l'accés a les activitats culturals, sinó també donar visibilitat a les expressions culturals

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

diverses que reflecteixen la riquesa plural de la ciutat. D'aquesta manera, es fomenta una ciutadania participativa i inclusiva, on tothom se senti representat.

La cultura a Tarragona reflecteix la seva rica diversitat social i cultural, i el present Pla de comunicació ha de ser una eina per reforçar aquesta identitat compartida i generar àmbits de cooperació i intercanvi. La cultura ha de ser un espai de trobada des d'on es doni veu a totes les comunitats, promovent-ne la participació activa en la creació, la difusió i el consum cultural.

Sostenibilitat. Tarragona Cultura ha d'apostar per la sostenibilitat, tant en la dimensió ecològica com en la social, i convertir-la en un valor transversal en totes les polítiques culturals, amb l'objectiu de contribuir al benestar de la comunitat local.

Participació i proximitat. La cultura no ha de ser només un espectacle, sinó una eina d'empoderament en què totes les persones puguin ser creadores i agents actius en la vida cultural de la ciutat. En aquest sentit, és essencial descentralitzar les activitats culturals, assegurant que tots els districtes disposin de serveis culturals variats i accessibles. Aquest enfocament contribueix a la cohesió social i afavoreix la connexió entre les diferents comunitats de la ciutat. A més, la inclusió de la perspectiva de gènere i la garantia d'accessibilitat són pilars fonamentals per assegurar que la cultura sigui realment participativa per a tothom, independentment de les seves capacitats.

Innovació i creativitat. Tarragona ha d'impulsar una cultura viva, que preservi les seves arrels, que respecti les seves tradicions i alhora s'obri a nous horitzons. Fomentar la creativitat i la innovació en les pràctiques artístiques i culturals és clau per dinamitzar la ciutat i atreure noves persones. Això inclou el suport a nous formats culturals, l'ús de les noves tecnologies i la promoció d'artistes emergents, així com la creació d'espais d'experimentació i col·laboració entre creadors. La digitalització i les noves tecnologies han de jugar un paper fonamental per millorar l'experiència cultural.

1.4. Marc estratègic

L'estratègia comunicativa busca enfortir la cultura com a motor de cohesió social i desenvolupament. Es fomentarà una comunicació clara i efectiva entre institucions, creadors i ciutadania, garantint la projecció i la difusió d'una oferta cultural rica, accessible i adaptada als nous reptes socials i tecnològics.

L'estratègia comunicativa s'entén com una eina per establir connexions efectives entre agents involucrats en la vida cultural de la ciutat. Aquesta visió facilita la creació de ponts entre institucions, creadors, entitats i ciutadania, amb l'objectiu de construir un relat coherent que integri les múltiples sensibilitats i expressions de la comunitat.

El marc estratègic busca consolidar Tarragona com una ciutat culturalment activa i innovadora, capaç de fusionar la tradició i la riquesa patrimonial amb la contemporaneïtat.

2. Marc teòric

El present Pla de comunicació parteix d'una anàlisi detallada del context actual de la comunicació cultural a Tarragona. Aquest escenari mostra una fragmentació dels missatges, dificultats per fer arribar la informació de manera efectiva als diversos interessos de la

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

ciutadania i una manca de cohesió entre les diverses accions culturals. Així mateix, sovint es detecta una escassa participació ciutadana en el gaudi cultural, i això en redueix el potencial.

Davant d'aquestes mancances, s'identifica la necessitat de disposar d'una estratègia de comunicació general que englobi les diferents accions culturals i que les faci accessibles i significatives per a la població de Tarragona. En aquest sentit, els plantejaments previs estableixen que el present Pla de comunicació ha de reunir les característiques següents:

- Crear un relat coherent i unitari que integri totes les accions culturals municipals.
- Desenvolupar una comunicació bidireccional i accions que facilitin la participació ciutadana.
- Fomentar la visibilitat de la vida cultural de la ciutat, posicionant Tarragona com una ciutat rica en activitats i expressions culturals.
- El Pla situa la mediació cultural com a eix central i promou una comunicació inclusiva i transformadora, mitjançant la col·laboració activa amb agents culturals, entitats i ciutadania, i afavorint la participació.

En relació amb aquest darrer punt, el Pla de comunicació de Cultura incorpora dos grans processos de mediació, que actuen com a eixos principals per garantir una gestió cultural integradora i participativa: els processos endògens i exògens.

Els processos endògens, centrats en la gestió interna, tenen com a objectiu redefinir les dinàmiques internes de l'organització per promoure la participació activa en la presa de decisions culturals. D'altra banda, els processos exògens se centraran en l'acció comunitària i la interacció amb la ciutadania, potenciant la relació entre els serveis culturals i el territori.

Aquest enfocament integrador assegura que la mediació cultural connecti l'organització amb la comunitat, promovent una cultura més viva, participativa i en sintonia amb les necessitats del territori.

- Assegurar-se que tots els missatges siguin inclusius i respectuosos amb la diversitat de gèneres, identitats i capacitats. Això implica utilitzar un llenguatge no sexista, representar de manera equitativa totes les identitats de gènere i garantir que els continguts siguin accessibles per a persones amb discapacitat, mitjançant subtítols, descripcions visuals i adaptacions tecnològiques. D'aquesta manera, promovem una comunicació que sigui respectuosa, inclusiva i igualitària per a tothom.

2.1. Motivació de l'estratègia

El Pla de comunicació de Tarragona Cultura neix de la necessitat de redefinir la manera en què es presenta i es promou la cultura de la ciutat. Tarragona, amb el seu ric llegat històric i artístic, té un potencial immens que actualment no sempre es reflecteix adequadament en la seva comunicació. Així doncs, la motivació principal d'aquest Pla és superar les limitacions de la comunicació dispersa i establir una estratègia inclusiva, integradora i universal.

Aquest Pla té com a objectiu fonamental convertir la cultura en un element essencial del dia a dia dels ciutadans, facilitant l'accés a les activitats culturals i promovent una imatge de Tarragona com a ciutat dinàmica i culturalment activa. La seva estratègia no només vol informar, sinó també implicar els tarragonins i les tarragonines en la creació cultural, fomentant una cultura participativa i de proximitat en què la ciutadania se senti identificada i part d'un projecte compartit.

2.2. Referents teòrics i pràctics

El Pla de comunicació de Tarragona Cultura es nodreix d'una combinació de referents teòrics i d'exemples pràctics d'altres ciutats i institucions que han implementat estratègies comunicatives per a la difusió i la cohesió cultural. Aquestes referències ajuden a construir un model sòlid basat en experiències prèvies i a adaptar les pràctiques més reeixides a les especificitats de Tarragona. A continuació, s'inclouen alguns exemples destacats.

Teories de la comunicació cultural

Jürgen Habermas i l'espai públic com a lloc de consens i diàleg

Habermas, en la seva teoria sobre l'espai públic, proposa que la comunicació ha de ser un vehicle per a la creació de consens social. L'espai públic no és només un lloc per a la difusió d'informació, sinó una plataforma per a la deliberació, on els individus poden intercanviar idees, confrontar-se amb altres punts de vista i arribar a acords que representin els interessos i les necessitats de la societat. Aquesta concepció és essencial per al desenvolupament d'estratègies comunicatives culturals que promoguin la participació activa de la ciutadania.

En el context de la comunicació cultural, aplicar la teoria de Habermas implica dissenyar estratègies que no només informin, sinó que també facilitin el diàleg entre la societat civil, les institucions i els creadors culturals. Això pot incloure:

- Fòrums de debat o esdeveniments participatius en què els ciutadans expressin les seves opinions sobre l'oferta cultural local.
- Plataformes digitals interactives que permetin la comunicació bilateral i l'intercanvi d'idees entre els ciutadans i les institucions culturals.
- Campanyes de sensibilització que fomentin la reflexió i el diàleg sobre temes culturals rellevants per a la comunitat.

Umberto Eco i la democratització de la cultura

Per la seva banda, Umberto Eco fa una aportació fonamental al concepte de cultura com a fenomen de masses. Eco subratlla que la cultura no ha de ser un espai elitista, sinó que ha de ser accessible per a tots els segments socials per tal de garantir una societat més igualitària i plural.

Eco defensa que la comunicació cultural ha de servir per democratitzar l'accés a la cultura, obrint-la a diferents grups socials que no sempre tenen la mateixa capacitat d'accés ni les mateixes oportunitats de participar en activitats culturals. Això implica una estratègia comunicativa que estigui dissenyada per:

- Eliminar barreres econòmiques, socials i geogràfiques que puguin impedir l'accés de determinats col·lectius a la cultura.
- Promoure la cultura popular i accessible, mitjançant estratègies que facin que la cultura esdevingui propera i rellevant per a una ciutadania d'interessos diversos.
- Utilitzar mitjans de comunicació massius i digitals per arribar a una audiència àmplia, amb especial atenció a les noves generacions, les comunitats vulnerables o els grups amb menys accés a la cultura.

Teoria de la comunicació participativa de Paulo Freire

La teoria de la comunicació participativa de Paulo Freire, una part fonamental de la seva pedagogia crítica, destaca la importància d'establir vincles entre individus a través de la participació activa. Aquest enfocament va més enllà de la simple transmissió d'informació i busca implicar les persones en el procés comunicatiu, convertint-les en agents actives en lloc de receptors passives.

En el context de la comunicació cultural, aquest model és especialment rellevant. La creació de continguts culturals no s'hauria de limitar a informar sobre esdeveniments o activitats, sinó que hauria d'implicar la ciutadania en el seu desenvolupament i evolució. Això pot aconseguir-se a través de mecanismes interactius que permetin a les persones participar en la creació de continguts, compartint les seves pròpies experiències, idees o fins i tot creacions, de manera que el procés cultural sigui més inclusiu i democràtic.

La comunicació participativa empodera els ciutadans perquè se sentin part activa d'una narrativa comuna, en lloc de ser simplement espectadors. Això crea un sentiment de comunitat i identitat compartida, en què el coneixement i les experiències es cocreen en conjunt. I alhora, promou un diàleg continu i enriquidor entre diferents grups socials, que afavoreix la diversitat i la inclusió en el panorama cultural.

Aquest model també implica una reflexió crítica sobre el poder de les narratives dominants en la societat i la necessitat de donar veu a aquells col·lectius i individus que sovint són marginats en els processos culturals convencionals.

Exemples pràctics de plans de comunicació cultural

Barcelona Cultura

Barcelona posa èmfasi en la diversitat de la ciutadania, segmentant els missatges segons les característiques demogràfiques i els interessos (per exemple, en els butlletins electrònics). Aquesta estratègia busca fomentar un sentiment d'identitat cultural comuna en una ciutat caracteritzada per la seva pluralitat. A Tarragona, aquest model pot adaptar-se mitjançant una comunicació segmentada que també asseguri la cohesió del relat cultural de la ciutat.

El Pla de comunicació de Barcelona Cultura no es troba recollit en un únic document de domini públic com a pla específic amb aquest nom. Però Barcelona té diverses estratègies i polítiques culturals documentades que inclouen objectius comunicatius per als seus projectes culturals. Per exemple, es pot consultar la Direcció de Cultura de l'Ajuntament de Barcelona, que publica informes, memòries i plans estratègics que desenvolupen les línies de treball comunicatives de la ciutat en matèria cultural. Així mateix, el Pla estratègic de Cultura de Barcelona (PECB), un document elaborat per Barcelona Cultura, ofereix línies generals de com la ciutat gestiona la comunicació de la seva oferta cultural.

Bilbao: un exemple de transformació cultural i comunicació estratègica

Bilbao és un cas paradigmàtic de regeneració urbana basada en la cultura i la comunicació. Després de la crisi industrial dels anys vuitanta, la ciutat va apostar per un model de desenvolupament sostenible, amb la cultura com a eix vertebrador. El Museu Guggenheim, inaugurat el 1997, va ser el motor d'aquest canvi, que va impulsar el turisme i va posicionar

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

Bilbao com un referent internacional. Des de la seva obertura, ha consolidat la imatge de Bilbao com una destinació cultural de primer nivell.

A més de grans infraestructures, la ciutat ha desenvolupat una narrativa coherent que vincula cultura, turisme sostenible i economia creativa. Campanyes com «Bilbao Arte y Cultura» han reforçat aquesta visió, mentre que accions de comunicació digital i màrqueting emocional han connectat amb audiències locals i internacionals. Festivals, art urbà i gastronomia complementen l'oferta cultural i fomenten la participació ciutadana.

Aquest èxit és el resultat d'una estratègia de comunicació que ha sabut transmetre valors de sostenibilitat, innovació i qualitat de vida, que han convertit Bilbao en un model per a ciutats que busquen revitalitzar-se a través de la cultura.

Edinburgh Festival City

Edimburg, coneguda pels seus festivals culturals internacionals, ha adoptat una estratègia comunicativa global que reuneix tots els esdeveniments culturals en una única plataforma, oferint un calendari unificat i accessible (www.edinburghfestivalcity.com). Aquest enfocament facilita la participació dels residents i visitants i enforteix la marca cultural de la ciutat. Tarragona pot inspirar-se en aquesta estratègia per crear una plataforma digital o un calendari únic que agrupi totes les activitats culturals sota una marca comuna.

Marc europeu de les capitals de la cultura

Els programes europeus com Capitals Europees de la Cultura ofereixen models de planificació que integren inclusió, cohesió social i projecció internacional. La ciutat italiana de Matera, Capital Europea de la Cultura el 2019, va dissenyar el seu pla amb una forta implicació ciutadana i una aposta per l'autenticitat i el patrimoni local, factors que Tarragona pot incorporar per reforçar la seva identitat cultural.

Aquest projecte de les Capitals Europees de la Cultura, com ara Lilla 2004 (França) o Plovdiv 2019 (Bulgària), ha implementat estratègies comunicatives per promoure la cultura local i europea en un context internacional. Aquestes iniciatives han utilitzat eines de comunicació digital i de promoció d'esdeveniments, i han inclòs la ciutadania en el disseny d'activitats culturals i artístiques.

També, a manera d'exemple, destaquen com a referents en educació i mediació, entre d'altres, el Servei de Cultura del Prat de Llobregat, amb el projecte Interseccions com a vehiculador de pràctiques compartides entre educació i cultura, i l'Auditorio de Tenerife, amb una Àrea Educativa i Social que neix amb la voluntat d'apropar les arts i els processos educatius a tota la ciutadania.

3. Situació actual i diagnosi

3.1. Àrees de treball municipal que abasten els diferents àmbits de la cultura i de la creativitat

Aquest document defineix les línies estratègiques de la comunicació a tot l'ecosistema cultural i creatiu municipal, adoptant una visió coherent i integrada. Per això, és fonamental

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

incloure i analitzar en profunditat totes les àrees, àmbits i sectors que comuniquen i projecten les polítiques públiques culturals.

Acció cultural social i comunitària

Dins dels diversos àmbits que configuren la cultura i la creativitat, el sector d'acció social i comunitària és fonamental. Aquest espai inclou pràctiques, models, iniciatives i formes de treball multidisciplinàries que sovint queden al marge perquè no encaixen en disciplines concretes. La dimensió social i comunitària, com a metodologia de treball desenvolupada per Joventut, Centres Cívics, Cooperació, Serveis Socials i Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+, és essencial per garantir els drets culturals i fomentar una cultura crítica, equitativa i de qualitat.

Els programes desenvolupats en aquest marc s'adapten a la realitat i al context específic, i és fonamental transmetre la cultura des d'una perspectiva unificada. Això es concreta en iniciatives com ara formacions o laboratoris, en disciplines artístiques com el teatre i la dansa, adreçades a persones joves; programacions culturals als centres cívics, que funcionen com a punts de proximitat; cicles de cinema; commemoracions de dates significatives per als drets humans; així com projectes amb un impacte sociocultural, com el Gimnàs Escènic, i iniciatives de mediació cultural i creació artística comunitària, com La Moixonera.

Totes aquestes propostes han de compartir una narrativa conjunta i alinear-se amb unes línies comunicatives comunes per garantir la cohesió i la unificació del servei cultural ofert de manera multidepartamental.

Cultura i educació

La cultura i l'educació han de ser motors de canvi social. A través d'aquestes àrees, es pot fomentar la cohesió social i la participació ciutadana en la vida cultural de la ciutat. A Tarragona, el Projecte educatiu de ciutat actua com a eix vertebrador d'una ciutat educadora, concebuda des d'una perspectiva transversal i integral. L'educació es converteix en la peça clau per assolir un progrés sostenible i la garantia dels drets bàsics, la convivència, l'actiu de la participació i el resultat últim del benestar de tota la ciutadania.

La mediació cultural articula la connexió entre educació i cultura a través de programes impulsats per l'Àrea de Cultura o desenvolupats de manera transversal amb altres àrees municipals. Així, des de l'Institut Municipal d'Educació, l'Àrea de Cultura, Joventut, Patrimoni i la Xarxa de Centres Cívics, es promouen projectes i activitats que interrelacionen diversos contextos per integrar la cultura dins de l'ecosistema educatiu.

L'educació i les arts es manifesten tant en l'àmbit reglat com en el no reglat, implicant una àmplia diversitat d'actors culturals.

En primer lloc, el Servei d'Arts i Educació de l'IMET és una proposta educativa que destaca per la incorporació de professionals de diverses disciplines artístiques en l'àmbit educatiu. El seu objectiu és reivindicar el paper essencial de l'educació i la pràctica artística en tots els àmbits, tant dins com fora de l'ensenyament formal. A través de la creació d'aliances entre el món educatiu i el cultural, impulsa la pràctica artística com una eina fonamental per a la formació d'una ciutadania crítica, lliure i creativa.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

En l'àmbit reglat, s'hi desenvolupen programes com l'assessorament en teatre, que ofereix acompanyament personalitzat per part de professionals; l'Espai Quadrat, que dota el professorat d'arts visuals i plàstiques d'eines, estratègies i recursos; o Binomi Artista-Escola, una iniciativa que connecta un artista del territori amb un centre educatiu. A més, es duen a terme projectes com «L'arbre dels desitjos» o la col·laboració amb el MAMT per produir una peça conjunta entre escolars i artistes exposats en aquest espai.

Dins d'aquest marc educatiu, l'IMET també gestiona l'Escola Municipal de Música, que ofereix ensenyaments musicals de règim especial, i consolida així una oferta formativa integral en arts i educació.

Per altra banda, com dèiem, el binomi cultura i educació també és present en programes i accions d'àmbits culturals diversos, com són els programes pedagògics i de mediació de les arts escèniques, o bé els programes de mediació i educació de Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies, que posen al centre les persones, l'educació i les arts, creen relacions entre si i afavoreixen noves construccions de coneixement crític, creatiu i connectat amb els reptes contemporanis.

També es projecten iniciatives de mediació des de l'àmbit de les lletres i les biblioteques, i programes educatius referents al patrimoni immaterial i la cultura d'arrel tradicional i al patrimoni històric, així com des de suport a la creació i la pràctica cultural. Finalment, cal tenir presents les formacions culturals de l'àmbit sociocomunitari, especialment de les àrees de Centres Cívics o Joventut.

Cultura popular i patrimoni immaterial

La cultura popular de Tarragona és rica i diversa, amb un ampli ventall de manifestacions tradicionals que tenen arrels profundes en la història de la ciutat. El calendari del cicle festiu tarragoní reflecteix la vitalitat i el patrimoni immaterial de la ciutat.

La Festa Major de Santa Tecla, celebrada al setembre, és una de les més importants de Catalunya. Una festa popular i participativa que es remunta al 1321 i que, el 1996, va ser declarada Festa Patrimonial d'Interès Nacional per la Generalitat de Catalunya i, el 2002, Festa d'Interès Turístic Nacional pel Govern espanyol.

Aquesta festa inclou una gran varietat d'actes, però s'estructura al voltant de la seva seqüència ritual, és a dir, aquells actes que se celebren cada any el mateix dia i que constitueixen l'esquelet immòbil de la festa, com La Crida, la Mostra de Folklore Viu, el Pregó, les cercaviles del Seguici Popular, la professó del Braç de Santa Tecla, els correfocs, els focs artificials i les diades castelleres, entre d'altres.

El Seguici Popular de Tarragona està integrat per nombrosos elements: grups de foc, bèsties, imatgeria festiva, balls, representacions al·legòriques i grups de grallers i músics tradicionals. Per garantir-ne la conservació i la divulgació, Tarragona compta amb la Casa de la Festa, un equipament cultural dedicat a preservar i exposar aquests elements festius. A més, aquest espai explica la seqüència ritual de les festes de Santa Tecla, oferint una visió global del patrimoni immaterial que les caracteritza.

A l'extensa seqüència ritual s'hi afegeixen nombrosos actes organitzats per entitats, associacions, col·lectius i ciutadania en general que, de manera col·laborativa, donen forma al programa festiu.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

El mateix succeeix en la festa de Sant Magí, dedicada al patró de la ciutat, en què la seqüència ritual gira al voltant de la baixada de l'aigua miraculosa des del santuari de la Brufaganya. Els portants de l'aigua i el Seguici Popular (en un format més reduït) configuren la part tradicional de la festa, que és acompanyada d'altres actes i activitats de la ciutadania, i especialment de La Imaginada, que transforma el Camp de Mart en un espai obert a la creació i l'expressió artística de forma lúdica i també reflexiva.

Un altre dels grans esdeveniments del cycle festiu tarragoní amb seqüència ritual és el Carnaval de Tarragona, que compta amb la participació de nombroses comparses i altres entitats i col·lectius que comparteixen l'ocupació del carrer en actes com la Rua de l'Artesania o la de Lluïment, la Baixada del Pajaritu, la Xarronada, la vetlla i enterrament amb les entitats de foc i la crema del Ninot i la Ninota, entre altres actes. I en espais tancats també té molt relleu la Disfressa d'Or.

La riquesa del cycle festiu la complementen els actes que giren al voltant de Nadal, amb el Magatzem Reial i la Cavalcada de Reis, les professons de Setmana Santa, la festivitat de Corpus i Sant Joan i també el Concurs Internacional de Castells de Focs.

Tarragona també destaca per la seva tradició casteller i és una de les poblacions on aquesta pràctica té més arrelament. La ciutat compta amb quatre colles castelleres: la Colla de Castellers Xiquets de Tarragona, la Colla Jove Xiquets de Tarragona, la Colla Xiquets del Serrallo i la Colla Castelleria Sant Pere i Sant Pau. Durant l'any se celebren diverses diades castelleres i, a més, cada dos anys, la Tarraco Arena acull el Concurs de Castells, l'espectacle casteller més gran del món, el qual destaca pel volum de colles participants, vingudes d'arreu, que enlairen construccions amb una finalitat de mostra, participació, expectació i competició. Cal tenir en compte que la Unesco va aprovar la inclusió dels castells a la llista representativa del Patrimoni Immaterial de la Humanitat.

Aquesta riquesa de tradicions i expressions populars fa que Tarragona tingui una identitat cultural pròpia, profundament arrelada al territori. Aquest patrimoni immaterial i la cultura popular són elements essencials per a la identitat de la ciutat, i per tant és necessari comunicar no només els actes i les activitats, sinó també, de manera interna, amb els nombrosos agents culturals que configuren aquest teixit, de forma bidireccional i participativa.

Arts escèniques i música

Les arts escèniques i la música inclouen totes les disciplines relacionades amb la representació en viu: el teatre, la dansa, el circ, la performance, tota classe de músiques i altres formes de representació escènica. Els espais escènics tarragonins que acullen espectacles són diversos. Els espais principals són el Teatre Tarragona, el Teatre Metropol i el Teatre Auditori del Camp de Mart, als quals es poden afegir espais gestionats per altres institucions o entitats que són utilitzats de forma conjunta i puntual, les sales de la Xarxa de Centres Cívics distribuïdes per la ciutat, el Teatre El Magatzem - Cooperativa Obrera (que ara ocupa la Sala Trono) o bé el mateix espai públic, carrers i places ocupats per les arts.

La programació estable d'arts escèniques i música dels darrers anys s'ha centrat en quatre línies estratègiques de programació, amb l'objectiu d'incloure més circ i dansa a les programacions, potenciar les experiències culturals per viure en família i la recerca del

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

públic més jove, continuar apostant per les temporades escèniques als equipaments de referència i recuperar i augmentar el nombre d'amigues i amics de Tarragona Cultura.

Els eixos de la programació són:

- Les temporades d'arts escèniques i música de tardor-hivern i primavera als teatres i el Festival d'Estiu al Teatre Auditori del Camp de Mart ofereixen un gran ventall de propostes professionals i multidisciplinàries, amb la mirada posada cap a una gestió cultural més transversal i integradora. Per altra banda, també es compta amb la col·laboració del talent local mitjançant l'espai de suport a la creació local Km0 o altres cicles coorganitzats amb entitats de la ciutat com Música per a Tothom, Joventuts Musicals o «Les escoles van al teatre», d'Imaginautes.
- Cicle Cultura en Família, que convida a gaudir d'espectacles i funcions programades per a tots els públics combinant funcions de sala i altres espais oberts repartits per tota la ciutat, amb format carrer o itinerant.
- Cicle En Dansa, dedicat a la dansa contemporània per donar visibilitat a les companyies arrelades al territori.

Altres cicles o festivals són:

- Cultura o Extinció, coorganitzat per Cultura, Joventut i Cooperació, que envaeix el carrer amb propostes per sensibilitzar i conscienciar a favor del medi ambient.
- Festival Dixieland de Tarragona, que concentra, en pocs dies, formacions de diferents procedències al costat de bandes locals i del territori, amb el suport de diferents entitats i empreses de la ciutat.
- Sona Flamenc, que inclou classes i espectacles de dansa i música flamenca, tant amb figures reconegudes internacionalment com també amb la implicació d'artistes locals, escoles i col·lectius.

Finalment, cal destacar les programacions impulsades en el marc del foment de les arts escèniques i la música, a través de convenis, com són el Festival Internacional de Teatre de Tarragona (FITT - Noves Dramatúrgies), la temporada estable de la Sala Trono o el Refugi Sonor (Anima't), entre d'altres. Així mateix, la Capsa de Música ofereix bucs d'assaig, una programació estable i el Capsa Music Festival.

Arts visuals

Les arts visuals, les indústries creatives, el sector audiovisual, l'àmbit del disseny i els mitjans multimèdia tenen un gran potencial per dinamitzar l'ecosistema cultural de la ciutat. Aquestes disciplines no només contribueixen a la diversificació de serveis culturals, sinó que també impulsen la innovació, la creativitat i la sostenibilitat econòmica. Un exemple clar és Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona, un espai amb projecció territorial que aposta per obrir finestres i establir noves aliances creatives a dins i a fora de la ciutat. Aquestes col·laboracions li han de permetre situar-se en els corrents d'avantguarda, conrear el talent creatiu en proximitat i apostar per la hibridació de gèneres, disciplines i continguts. Les Golfes i l'Espai L acullen propostes de llarg recorregut que són acompanyades per performances, actuacions musicals, xerrades, etc. Per altra banda, Mèdol acull diversos programes de mediació cultural, com poden ser les visites i els tallers d'escolars vinculats a les exposicions i activitats, les col·laboracions amb diferents col·lectius del territori, els espais formatius com el MED Institut (classes magistrals amb

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

professionals), els premis que fomenten la creació, etc. L'espai també compta amb residències artístiques.

La cultura també consta d'altres espais expositius, com són el Centre Cultural Antic Ajuntament, per a amateurs que s'iniciïn en les arts visuals; el Centre Cultural Antiga Audiència, per a artistes en vies de professionalització; el Pati del Rei Jaume I a l'Ajuntament, dedicat a exposicions que parlen dels drets humans i el territori; la mateixa Estació d'Autobusos, amb iniciatives del col·lectiu KM0, o bé l'espai públic, amb projectes com Murs que Parlen, sovint en coordinació amb Joventut.

L'SCAN, el Festival Internacional de Fotografia de Tarragona, compta especialment amb un espai de pensament i creació al voltant de la fotografia emergent, com el Talent Latent, o el Full Contact, dedicat a la divulgació d'artistes joves, entre moltes altres propostes plurals i obertes a tothom.

Pel que fa a les expressions audiovisuals, la ciutat ofereix diferents cicles de cinema amb accés gratuït, organitzats tant per l'Àrea de Cultura com per la Xarxa de Centres Cívics o Cooperació, i que engloben temàtiques i públics diversos. També col·labora amb el REC, Festival Internacional de Cinema de Tarragona, impulsat per Play Acció Cultural mitjançant conveni amb l'Ajuntament. A més, cal destacar la funció de la Tarragona Film Office, que, sota el paraigua del Patronat Municipal de Turisme de Tarragona, dona suport a la indústria audiovisual facilitant localitzacions de rodatges, tramitacions de permisos, logística i producció, en una ciutat privilegiada pels seus escenaris naturals i patrimonials.

Patrimoni històric i arxius

El patrimoni històric fa referència a la riquesa de béns materials i immaterials que configuren la història de Tarragona, incloent-hi els seus monuments, edificis emblemàtics, jaciments arqueològics i altres elements arquitectònics i culturals que han marcat el desenvolupament de la ciutat al llarg dels segles. Tarragona, amb la seva ciutat romana declarada Patrimoni de la Humanitat per la Unesco, compta amb un llegat històric excepcional que ha de ser preservat, valorat i difós com a part essencial de la seva identitat.

El Museu d'Història de Tarragona (MHT) integra un conjunt de monuments i espais històrics emblemàtics que narren la rica història de la ciutat. Entre els elements principals s'inclouen l'Amfiteatre romà, que mostra l'esplendor de l'època romana amb espectacles com les lluites de gladiadors; l'Aqüeducte de les Ferreres, conegut com el Pont del Diable, una obra d'enginyeria que subministrava aigua a la ciutat; el Passeig Arqueològic i les Muralles, que permeten explorar les defenses de la ciutat antiga; el Fòrum Provincial i el Pretori, espais polítics i administratius centrals del període romà; el Fòrum de la Colònia, epicentre de l'activitat comercial i política romana; i el Circ romà, un dels més ben conservats, on es corrien curses de carros. A més, s'hi troben la Casa Canals i la Casa Castellarnau, dues residències nobles que mostren la vida de l'època moderna, i la Volta del Pallol, vinculada al passat comercial medieval. Aquest conjunt ofereix una visió completa del patrimoni cultural i arquitectònic de Tarragona al llarg de més de dos mil anys d'història.

Encara que no siguin gestionats directament pel Museu d'Història de Tarragona o per l'Ajuntament de Tarragona, hi ha diversos monuments i espais patrimonials que també formen part del ric patrimoni de la ciutat i contribueixen a la seva identitat cultural: el Museu d'Art Modern de Tarragona, gestionat per la Diputació de Tarragona; i el Teatre

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

romà, la Torre dels Escipions, el Museu Nacional Arqueològic de Tarragona, la Necròpolis de Tàrraco i la Pedrera del Mèdol (Abertis), que depenen de la Generalitat de Catalunya. També cal destacar el patrimoni eclesiàstic, com el Seminari - Casa de Cultura, la Catedral, el Claustre, el Museu Diocesà de Tarragona i el Museu Bíblic Tarraconense, gestionats per l'Arquebisbat de Tarragona. Finalment, el Museu del Port de Tarragona i els seus Tinglados i Refugis, vinculats al Port de Tarragona, són altres elements patrimonials destacats. Tots aquests espais són essencials per entendre la història i la riquesa cultural de Tarragona, malgrat que estiguin gestionats per entitats diverses.

D'altra banda, els arxius tenen un paper crucial en la conservació de documents, fonts històriques i materials d'arxiu que documenten la vida pública i cultural de la ciutat. A través de la gestió i la digitalització d'aquests arxius, Tarragona pot garantir que les seves arrels i el seu llegat siguin accessibles per a les futures generacions. Destaca l'Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona (AHCT), gestionat per l'Ajuntament, que custodia i difon el patrimoni documental local. Està format pel mateix Arxiu Històric de la Ciutat de Tarragona (AHCT), l'Arxiu Administratiu i Gestió Documental Electrònica (AAGD), la Biblioteca Hemeroteca Municipal de Tarragona (BHMT) i el Centre d'Imatges de Tarragona (CIT).

A més a més, hi ha altres arxius importants per a la conservació del patrimoni històric i cultural que no són de gestió municipal, com l'Arxiu Històric de Tarragona, l'Arxiu del Port de Tarragona, l'Arxiu Històric Arxidiocesà de Tarragona, l'Arxiu General de la Diputació de Tarragona, l'Arxiu Històric del Col·legi d'Arquitectes de Catalunya - Demarcació Tarragona i l'Arxiu Històric de Tarragona.

Biblioteques i activitats literàries

Les biblioteques i les activitats literàries juguen un paper fonamental en la promoció de la lectura, la creació literària i la difusió de la cultura escrita a la ciutat.

El Servei Municipal de Biblioteques neix amb la Biblioteca Pepita Ferrer de Torreforta, al voltant de la qual es desenvoluparà la futura xarxa de biblioteques de proximitat. La biblioteca esdevé un punt d'accés a la cultura, facilita instruments per satisfer les necessitats d'informació, formació i lleure a tota la ciutadania, crea i fomenta l'hàbit lector i el plaer de la lectura i dona oportunitats per al creixement personal i creatiu, fa valdre les arts i els descobriments científics i fomenta la innovació. En aquest sentit, des del Servei Municipal de Biblioteques s'organitzen un ventall divers d'activitats i s'ofereixen eines i recursos per fomentar el creixement i l'autonomia personal.

Per altra banda, des de la Casa de les Lletres, que té com a missió l'impuls, la coordinació i l'acolliment d'activitats i iniciatives que giren al voltant de la creació literària i la lectura, es gesten programes de mediació i prescripció lectora mitjançant activitats de suport a la creació i la difusió literàries, com són els Premis Literaris Ciutat de Tarragona, cicles de conferències, recitals de poesia, lectures dramatitzades, presentacions de llibres, programes de ràdio i altres iniciatives que donen visibilitat al sector de la creació literària. La Casa de les Lletres també és l'encarregada de la programació i visibilització dels escriptors i escriptores del Camp de Tarragona durant la diada de Sant Jordi.

Des de l'Àrea de Cultura també es treballa de forma col·laborativa amb associacions, entitats i col·lectius que tenen com a objectiu el foment de la llengua i la literatura catalanes, com ara l'Escola de Lletres, de formació permanent orientada a l'aprenentatge de coneixements

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

pràctics i teòrics de les lletres catalanes, o bé l'Associació de Professionals i Estudiosos en Llengua i Literatura Catalanes (APELLC), que lidera propostes i programacions com el Transvers (festival de poesia), Veus de Dona (ruta literària des d'una perspectiva feminista), les programacions de la Primavera i la Tardor Literària o premis i concursos específics al voltant del foment de la literatura catalana.

Suport a la creació i la pràctica cultural

El Programa de suport a la creació i la pràctica cultural té com a objectiu fomentar i garantir l'accés universal a la cultura, així com promoure la pràctica cultural, la creació i l'expressió artística en totes les disciplines. Arran d'aquesta necessitat d'impulsar, incentivar i potenciar la construcció i transformació de la societat des del vessant cultural, s'afavoreixen espais de participació, circulació, coproducció i gaudi cultural.

El programa engloba diferents conselleries, àrees i serveis municipals (Xarxa de Centres Cívics, Educació, Joventut, Cooperació, etc.) i treballa de manera coordinada per acollir tota mena de projectes, propostes, activitats i accions i donar-hi suport, ja sigui amb la cessió d'ús d'espais, infraestructures, eines i recursos, mitjançant formació, assessorament i acompanyament o difusió, i facilitant a tothom l'accés a la cultura.

A més a més, des del Programa de suport a la creació i la pràctica cultural es lideren projectes d'incidència sociocultural i mediació cultural com a eina de transformació de l'entorn, com ara el Gimnàs Escènic, un espai d'entrenament del cos, la veu i la ment en el qual, mitjançant càpsules formatives de les arts escèniques, es poden treballar físicament i de manera integral diverses disciplines per al desenvolupament i la millora del benestar. A més a més, de cada Gimnàs Escènic es genera una píndola audiovisual que forma part de la Farmaciola Cultural i que es pot recuperar en qualsevol moment. Per altra banda, La Moixonera és l'espai de mediació cultural i creació artística comunitària de joves amb inquietud per la creació artística i la formació en treball corporal, teatre físic, veu, interpretació i altres disciplines escèniques que té per objectiu explorar el poder del cos com a protagonista de la narració escènica i oferir als participants un espai on puguin experimentar, crear i compartir noves formes d'expressió artística. La finalitat última és l'empoderament i el desenvolupament de la capacitat d'actuar de manera autònoma, necessària per professionalitzar-se en l'expressió artística, així com en la mediació cultural.

Departament de Comunicació Institucional

Aquest departament de l'Ajuntament de Tarragona coordina la comunicació municipal i s'encarrega de la difusió de les activitats i els serveis municipals, incloent-hi la cultura. És el responsable de la relació amb els mitjans de comunicació i gestiona serveis com la TGN Agenda, la realització de campanyes de comunicació o la gestió de suports publicitaris exteriors. A més, gestiona i coordina diversos canals de comunicació, com el web municipal o perfils a les xarxes socials. I també es fa càrrec del disseny i del seguiment de l'aplicació de la imatge corporativa de l'Ajuntament.

Patronat Municipal de Turisme de Tarragona

El Patronat Municipal de Turisme de Tarragona és l'encarregat de promocionar les activitats i els cicles festius de la ciutat més enllà de l'àmbit territorial, i especialment en la projecció nacional i internacional. L'àmbit de la cultura i l'oci és reforçat amb aquest servei,

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

que aglutina especialment el cicle festiu i els festivals culturals esmentats anteriorment. A més a més, es duen a terme accions de foment entre entitats i associacions que lideren o coorganitzen esdeveniments culturals que promocionen la ciutat, com ara Tarragona, Ciutat de Castells, en què les colles de la ciutat fan actuacions promocionades turísticament; la Setmana Santa, organitzada per l'Agrupació d'Associacions de Setmana Santa, que compta amb la professó del Sant Enterrament —declarada Element Festiu Patrimonial d'Interès Nacional per la Generalitat de Catalunya—, o bé el foment de la gastronomia tarragonina, liderada per plats com el romesco o l'espina amb caragolins i maridada amb els vins de la DO Tarragona.

Tarragona Turisme disposa del seu web (www.tarragonaturisme.cat), que el Patronat Municipal de Turisme de Tarragona gestiona de manera autònoma; està disponible en set idiomes: català, castellà, anglès, francès, alemany, italià i rus. El web inclou un ampli menú de continguts, actualitzats regularment, per oferir una informació completa i atractiva sobre Tarragona com a destinació turística.

3.2. Contextualització i anàlisi de la realitat

Durant el 2024, diverses persones i entitats vinculades a la cultura de Tarragona van participar activament en entrevistes i taules sectorials i transversals per abordar àmbits específics i temes globals, com l'accessibilitat i la dinamització comunitària. També es van organitzar espais de debat oberts a tota la ciutadania i es van activar eines participatives en línia. El resultat d'aquest procés participatiu, que va comptar amb la contribució de centenars de professionals i agents culturals, tant de l'Administració com d'entitats i col·lectius locals, ha estat clau per elaborar els continguts del present Pla. Les aportacions recollides han definit les directrius essencials per impulsar la transformació cultural de Tarragona i han establert el fonament de les línies estratègiques del Pla de comunicació de Tarragona Cultura.

3.2.1. Anàlisi interna de la comunicació actual

Actualment, Tarragona desenvolupa una estratègia de comunicació i difusió d'activitats culturals que, malgrat la seva diversitat de canals, sembla insuficient i poc eficaç per abastar tot el potencial i garantir una interacció real i profunda amb la ciutadania. Tot i que es fan esforços en diferents fronts, el resultat no sembla ser el desitjat en termes de participació activa i coneixement general de les activitats culturals que es desenvolupen a la ciutat. A continuació, s'analitzen els canals i algunes de les accions que hi ha en marxa:

Xarxes socials (Instagram, X, TikTok, YouTube i altres)

Instagram:

- Compte oficial de Tarragona Cultura: @tgncultura. Instagram és utilitzat per mostrar imatges dels actes, vídeos curts (*reels*) i històries amb les últimes novetats sobre esdeveniments i activitats culturals. Les publicacions visuals són una part fonamental d'aquesta plataforma, que destaca per la seva gran capacitat de difusió entre una ciutadania jove i dinàmica.
- A més, els perfils institucionals @tarragona_cat i @tarragonaturisme donen suport a l'activitat cultural de la ciutat.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- També cal destacar comptes específics com els de la Biblioteca Pública de Torreforta, Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies, Tarraco Viva, el Concurs de Castells, la Capsa de Música, el Museu d'Història de Tarragona - Patrimoni, el Festival Internacional de Fotografia SCAN Tarragona i el Festival Teta. I alguns exemples de gestió privada, com el Festival REC, el FITT, la Sala Trono, l'Ànima't Associació Cultural, La Imaginada o el Palau de Congressos, entre altres.
- A la vegada, altres departaments que fan difusió d'activitats relacionades amb el seu àmbit i la cultura són l'IMET, l'Escola de Música, Centres Cívics, Cooperació Tarragona, Tarragona Jove i El Quiosquet.

X:

- Compte oficial de Tarragona Cultura: @TGNcultura. X serveix per compartir actualitzacions ràpides i en temps real sobre activitats, notícies i canvis d'última hora. A través d'aquest canal es promou una comunicació directa i immediata, amb l'ús d'etiquetes i mencions per amplificar el missatge.
- També donen suport a l'activitat cultural de la ciutat els perfils institucionals @TGNAjuntament i @TGNturisme.
- Destaquen els comptes de Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies, el Concurs de Castells, el Festival Internacional de Fotografia SCAN Tarragona, Santa Tecla, Tarraco Viva i la Capsa de Música. I alguns exemples de gestió privada: Palau de Congressos, FITT, Sala Trono o Festival REC.
- Altres departaments que fan difusió d'activitats relacionades amb el seu àmbit i la cultura són l'IMET, Cooperació Tarragona i Tarragona Jove.

TikTok:

- Compte oficial de Tarragona Cultura (@tgncultura). Tot i que no és tan utilitzat com les altres plataformes, TikTok és una eina interessant per connectar amb una ciutadania més jove. S'hi comparteixen vídeos curts amb contingut visual sobre activitats culturals, bastint un pont de connexió més directe amb la comunitat.
- Altres departaments que també fan difusió d'activitats relacionades amb el seu àmbit i la cultura a TikTok són Tarragona Jove i el Festival Teta.

YouTube:

- Canal de Tarragona Cultura (<<https://www.youtube.com/tgncultura>>). S'utilitza per compartir continguts audiovisuals més elaborats, com ara reportatges, entrevistes i vídeos d'esdeveniments de la ciutat. Els audiovisuals estan organitzats per llistes, segons la programació o cicle al qual corresponen.
- Donen suport els canals de l'Ajuntament de Tarragona i Tarragona Turisme.
- Destaquen els comptes de Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies, la Capsa de Música i el Festival Teta.
- Altres departaments que també fan difusió d'activitats relacionades amb el seu àmbit i la cultura són Cooperació Tarragona i Tarragona Jove.
- En aquest apartat audiovisual, cal destacar els documentals que es produeixen habitualment durant les festes de Santa Tecla, que compleixen una doble funció: la recuperació de material audiovisual històric, com el de Vallvé, i la creació de nou contingut audiovisual, tant de caràcter general com centrat en les diferents entitats participants.

Facebook:

- Donen suport a la comunicació cultural les pàgines de Facebook de l'Ajuntament de Tarragona i Tarragona Turisme.
- I també les pàgines de la Biblioteca Pública de Torreforta, Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies, el Concurs de Castells, Cultura, el Museu d'Història de Tarragona - Patrimoni, el Festival de Fotografia SCAN Tarragona, Santa Tecla, Tarraco Viva i la Capsa de Música. I alguns exemples de gestió privada: Palau de Congressos, Festival REC, Sala Trono i FITT.
- Altres departaments que també fan difusió d'activitats relacionades amb el seu àmbit i la cultura són l'IMET, l'Escola de Música, Centres Cívics, Cooperació, Tarragona Jove, Gent Gran Activa, l'Espai Jove La Palmera i la Mostra de Teatre Jove.

LinkedIn:

- Donen suport a la comunicació cultural les pàgines de LinkedIn de l'Ajuntament de Tarragona i Tarragona Turisme.

Altres plataformes:

- Pinterest: Ajuntament de Tarragona i Patronat Municipal de Turisme de Tarragona.

TGN Agenda

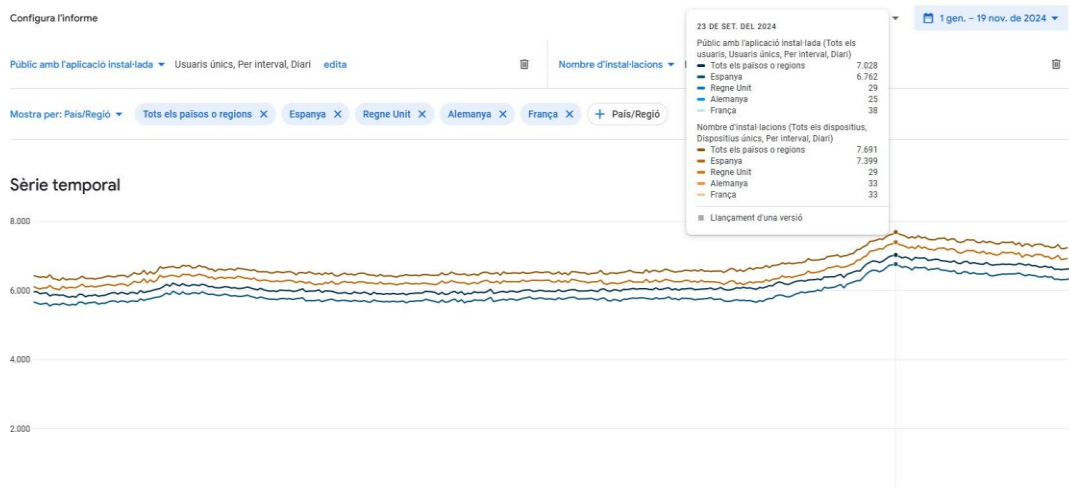
La TGN Agenda és una aplicació i plataforma digital de l'Ajuntament de Tarragona, dissenyada per centralitzar i difondre la informació sobre esdeveniments i activitats culturals i d'oci que es duen a terme a la ciutat, organitzades tant pel consistori com per entitats privades (tot i que aquestes segones sovint no s'hi veuen reflectides totes). La seva funció principal és proporcionar una eina útil i pràctica per als ciutadans i els visitants perquè puguin consultar tot allò que passa a Tarragona, des d'espectacles fins a exposicions o activitats familiars.

Actualment, les dades de descàrrega de l'aplicació TGN Agenda només estan disponibles per a dispositius Android, ja que hi ha un problema d'accés a l'App Store (iOS) que encara no s'ha pogut resoldre de manera efectiva. Pel que fa a les instal·lacions, l'1 de gener de 2024, la plataforma registrava un total de 6.431, amb un augment significatiu durant Santa Tecla, especialment el 23 de setembre de 2024, quan es van assolir les 7.691 instal·lacions. Aquesta mateixa tendència es va repetir l'any anterior, amb un pic similar el 24 de setembre de 2023, també coincidint amb les festes, quan es van registrar 7.174 instal·lacions.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

Fins al 15 de novembre de 2024, el total d'instal·lacions va arribar a les 7.241. Si comparem aquestes dades amb les de l'any anterior, es pot observar una tendència de creixement constant. L'1 de gener de 2023, la TGN Agenda comptava amb 5.904 instal·lacions, xifra que va augmentar fins a 6.455 a finals de desembre del 2023. Aquest increment progressiu reflecteix l'interès creixent de la ciutadania i els visitants per consultar i participar en les activitats culturals i d'oci de Tarragona a través de l'aplicació. Aquests resultats posen de manifest la seva eficàcia en la difusió d'esdeveniments, amb un impacte notable durant els moments més destacats del calendari cultural de la ciutat. No obstant això, cal continuar treballant per millorar l'accessibilitat de la plataforma i garantir la seva inclusió per a tota la ciutadania per afavorir així el seu creixement i consolidació.

Cal destacar també altres apps, com ara la del programa de Santa Tecla (no oficial) i la del Estadístiques de l'aplicació



Concurs de Castells.

Web de Tarragona Cultura

És la pàgina oficial de l'Ajuntament de Tarragona que centralitza i difon la informació relacionada amb les activitats culturals, els esdeveniments i les iniciatives creatives a la ciutat organitzades pel consistori. A través d'aquí, l'Ajuntament ofereix als ciutadans i als visitants una eina per conèixer els serveis culturals de Tarragona. Aquestes són les seccions més destacades i la informació que aporta:

Destacats

La secció de *Destacats* del web és una de les parts més visibles, i té com a objectiu posar en relleu les activitats culturals més importants i rellevants en cada moment. Aquesta secció serveix per destacar els esdeveniments més significatius que tenen lloc a la ciutat, a través de bàners, com són festivals, espectacles, concerts, exposicions i altres activitats de gran interès cultural.

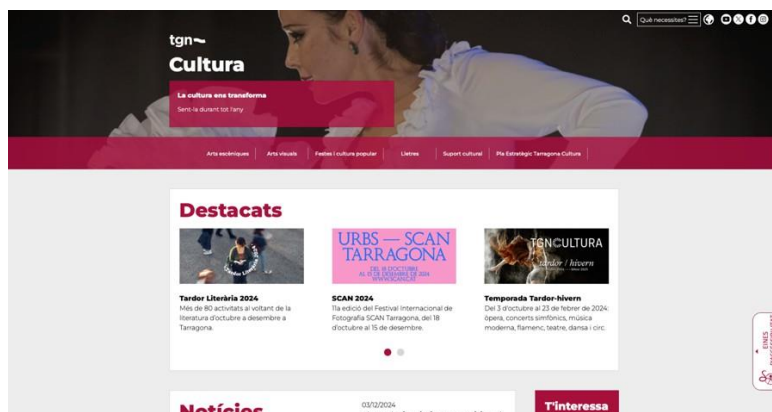
Notícies

La secció de *Notícies* del web de Tarragona Cultura recull les últimes notes de premsa sobre l'àmbit cultural de la ciutat enviades pel Gabinet de Premsa del consistori. Aquesta secció s'actualitza regularment amb notícies o comunicats de premsa.

Agenda Cultural

Una altra secció essencial del web és l'*Agenda*, que permet als ciutadans conèixer tots els esdeveniments i activitats culturals programats a la ciutat. Aquesta agenda està organitzada de manera que permet cercar activitats per tipus d'esdeveniment, data i lloc, cosa que facilita la planificació de les visites i la participació en les activitats:

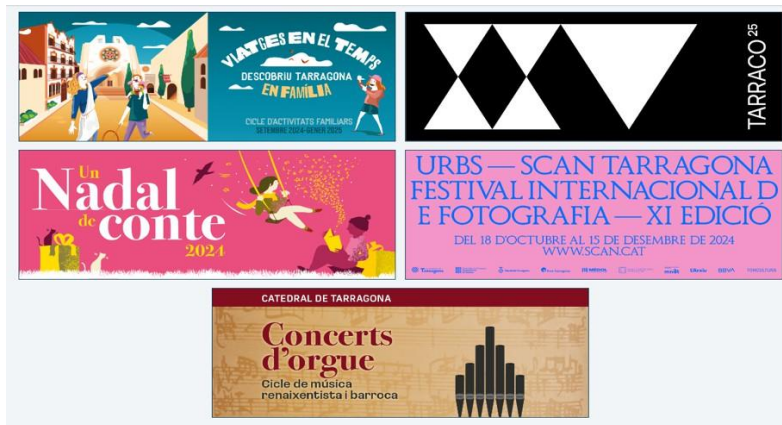
- **Cerca per categories.** Els usuaris poden filtrar per tipus d'activitat (teatre, dansa, música, cinema, exposicions, etc.) o per tipus de destinataris (famílies, nens, adults, etc.).
- **Dates i horaris.** L'agenda proporciona una llista completa d'activitats amb les dates i els horaris corresponents, la qual cosa ajuda a planificar de manera còmoda la participació en esdeveniments.
- **Enllaços directes.** A través de l'agenda sovint es poden trobar enllaços directes per comprar entrades, accedir a llocs web d'esdeveniments o registrar-se a activitats.



Per altra banda, **Tarragona Turisme** s'encarrega de difondre, a través dels seus canals, tota l'activitat d'interès turístic que té lloc a la ciutat, abastant àmbits diversos (cultural, festiu, tradicional, patrimonial o gastronòmic, entre d'altres). Disposa del web tarragonaturisme.cat, que el Patronat Municipal de Turisme de Tarragona gestiona de manera autònoma i està disponible en set idiomes: català, castellà, anglès, francès, alemany, italià i rus. El web inclou un ampli menú de continguts, actualitzats regularment, per oferir informació completa i atractiva sobre Tarragona com a destinació turística.



A la pàgina principal del web (i segons l'idioma), també es dona visibilitat a esdeveniments culturals amb bàners destacats.



I habitualment també, a la pàgina principal, se suggereixen plans per gaudir a Tarragona, relacionats amb la cultura i el patrimoni.



A més, Tarragona ofereix activitats durant els 365 dies de l'any, i per això es van editant les pàgines del calendari de festes i d'activitats culturals i esportives del web de Tarragona Turisme, amb els futurs esdeveniments, cicles, festivals, etc.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

Durant el 2024, Tarragona Turisme va ser el principal canal de difusió d'una gran varietat d'esdeveniments culturals, patrimonials i gastronòmics que han tingut lloc a la ciutat, tant organitzats pel Patronat de Turisme com per altres institucions i entitats locals. Alguns dels esdeveniments més destacats van ser la Cavalcada dels Reis Mags d'Orient, les Rues de Carnaval, el certamen Tarragona Drag, el Festival Teta, Tarraco Viva, les Jornades Gastronòmiques «L'arròs mariner de Tarragona», la Fira Àpat, el Festival Internacional de Teatre de Tarragona (FITT), la Festa del Vi de la DO Tarragona, el Mercat Medieval, el Concurs de Castells, la Festa de l'Any Nou Xinès o la Nit dels Museus. També es va oferir una àmplia proposta d'activitats de natura, esportives i familiars, com el Festival de Waterpolo HaBaWaBa, el Trail Tarragona, el Festival Tarragona Juga i la cursa Tarraco Health Race. A més, Tarragona va acollir esdeveniments d'arts visuals com les exposicions «Homo ludens», «Print 3D. Reimprimir la realitat» i «Còmic. Somnis i història», així com festes populars i tradicions com les festes de Sant Magí, Santa Tecla i Sant Pere. Tarragona Turisme va ser present en totes aquestes activitats per oferir una visibilitat completa de serveis culturals i festius de la ciutat al llarg de tot l'any.

I cal afegir que al blog [Tarragona Experience](#) també es redacten articles relacionats amb l'àmbit turístic.

Finalment, en aquest apartat caldria esmentar que hi ha projectes culturals, impulsats des de l'Ajuntament de Tarragona, que tenen web propi, com són el [Festival Internacional de Fotografia Scan de Tarragona](#), el [Concurs de Castells de Tarragona](#), [Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies](#) i [Tarraco Viva](#).

Butlletins electrònics

Els butlletins electrònics ofereixen informació actualitzada al grup de persones que hi estan subscribes. Actualment hi ha els següents:

Butlletí	Subscriptors actuals (20/11/2024)	Subscriptors el gener del 2024
Museu d'Història de Tarragona	1.055	471
Lletres	441	417
Teatres de Tarragona	12.788	12.172

Museu d'Història de Tarragona. El creixement d'aquest butlletí és molt destacat. En poc menys d'un any, el nombre de subscriptors ha augmentat en 584 persones, cosa que representa un creixement d'aproximadament el 124 %. Aquest augment reflecteix un interès creixent per la història de Tarragona, fet que pot ser un indicatiu de la millora de la visibilitat del museu i la seva activitat.

Per inscriure's al butlletí del Museu d'Història de Tarragona cal seguir els passos següents: clicar a l'enllaç <https://www.tarragona.cat/governobert/comunicacio/presentacio-e-butlletins> o bé visitar el lloc web <https://www.tarragona.cat/patrimoni/museu-historia>, on hi ha una opció per accedir-hi des de la imatge corresponent a la pàgina d'inici. Un cop dins, només cal introduir l'adreça de correu electrònic per completar la inscripció. No obstant això, actualment el sistema no permet finalitzar el procés, probablement per

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

canvis temporals en el seu funcionament, per la qual cosa cal estar atents i intentar-ho novament més endavant.

Una altra manera d'inscriure-s'hi és durant el procés de compra d'entrades al Museu, on s'ofereix l'opció d'afegir-se a la recepció de comunicats. Es pot consultar i fer la compra d'entrades a través de la pàgina web oficial (<<https://entrades.museu.tarragona.cat/ca>>).

Lletres. Per subscriure's a aquest butlletí cal accedir a l'apartat web de la Casa de les Lletres (<<https://www.tarragona.cat/cultura/lletres/qui-som/contactans>>), on s'anuncia que «Si vols rebre informació de les activitats literàries que es fan a Tarragona i les novetats literàries del Camp de Tarragona envia'ns un missatge a la nostra adreça electrònica: lletres.tgna@tarragona.cat; i rebràs el Butlletí de la Casa de les Lletres».

Actualment, aquest butlletí disposa de 441 subscripcions, mentre que el gener del 2024 n'eren 417, amb la qual cosa es va assolir un augment lleuger a final d'any.

Teatres de Tarragona. Existeix des del 2022 i té 12.788 subscriptors, dels quals només 20 són del 2024. També hi ha grups més petits de segments específics: dansa (802), circ (421) i espectacles infantils (1.874). S'actualitzen de manera manual, extraient llistes de compradors de la plataforma de *ticketing* i important-los a la plataforma. Hi ha usuaris que se subscriuen a través del web, però és una ruta complicada i ho fa molt poca gent.

Cal afegir que hi ha una sèrie de butlletins que es gestionen de manera independent, com ara el de Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona, el Concurs de Castells o Tarraco Viva.

Grups de WhatsApp i difusió directa (projecte Nexes). Els grups de WhatsApp s'usen per difondre informació d'àmbit cultural, dividits per sectors i interessos.

TGN Blog. El blog de l'Ajuntament de Tarragona és una eina de comunicació oficial que el consistori utilitza per mantenir informada la població sobre diversos temes relacionats amb la ciutat. A través d'aquest blog es publiquen notícies i entrevistes a tarragonins sobre projectes i altres informacions d'interès públic de totes les temàtiques, també culturals. Algunes de les seccions són *Gent de TGN*, *Tarragona al món* i *TGN és cultura*.

Publicitat exterior

Els anuncis en suports físics als carrers de Tarragona són una part fonamental de l'estratègia de comunicació de l'Ajuntament per promoure els esdeveniments culturals i arribar a una ciutadania diversa, especialment la que no està connectada digitalment o que prefereix rebre informació de manera visual i directa. A continuació, es descriuen alguns dels suports físics més utilitzats per a la difusió de la informació sobre activitats culturals a Tarragona.

Plafons a la Rambla Nova

La Rambla Nova, una de les vies més transitades i conegudes de Tarragona, és un lloc clau per a la publicitat física. Els plafons informatius instal·lats en aquesta zona permeten mostrar els esdeveniments més destacats, com són espectacles de teatre, concerts, exposicions i festivals. Aquests plafons solen ser de gran format i es col·loquen en llocs de gran visibilitat perquè els vianants, tant residents com turistes, puguin veure la informació de manera immediata.

Banderoles

Les banderoles són suports publicitaris que es penjen habitualment en pals de llum o altres estructures a peu de carrer. Aquest tipus d'anunci és molt habitual en carrers comercials i llocs de pas, com la Rambla Nova, i serveix per atrapar l'atenció dels transeünts a través de dissenys visuals que poden incloure colors vius i tipografies grans. Es penjen banderoles per promocionar el Concurs de Castells o les programacions de teatres o de Santa Tecla, entre altres esdeveniments.

Culeres d'autobusos i tanques

Les culeres d'autobusos i les tanques publicitàries són altres suports de comunicació utilitzats per difondre informació sobre activitats culturals. Els primers són anuncis publicitaris que es col·loquen a la part posterior dels autobusos urbans que circulen per la ciutat. Això permet que els missatges arribin a la ciutadania, que tant poden ser habitants de Tarragona com visitants o turistes que facin servir el transport públic. Les tanques publicitàries es col·loquen en ubicacions estratègiques de la ciutat, com ara entrades principals, carreteres, grans avingudes, rotondes i zones de gran trànsit, on poden captar l'atenció de molts transeünts i conductors.

Cartelleres i plafons informatius

Les cartelleres i els plafons informatius són suports fixos que es troben en diversos punts de la ciutat: places, parcs, biblioteques i altres espais públics. Aquests cartells solen ser de mida mitjana i permeten la publicació d'informació detallada sobre els esdeveniments culturals, és a dir, la programació, els horaris, els preus i els llocs d'actualització d'entrades. Els plafons de cartró són una alternativa econòmica i ecològica per a la publicitat, utilitzada en espais cedits com ara centres cívics, edificis municipals, cafeteries i altres llocs comunitaris. Aquests plafons, tot i la seva naturalesa més simple, permeten informar els ciutadans de manera accessible en zones molt transitades per la comunitat local.

Publicitat impresa

La relació de programes i d'altres peces editades en paper s'ha elaborat a partir de la informació facilitada per algunes de les diferents àrees del departament, amb l'objectiu de garantir una comunicació transversal i efectiva dels esdeveniments culturals. Tot i això, cal tenir en compte que aquesta relació pot no ser exhaustiva, ja que es basa exclusivament en les dades proporcionades. Aquest volum de materials d'alguns dels impresos identificats inclou:

Catàlegs generals d'arts escèniques

Tres catàlegs anuals amb la programació cultural agrupada per estacions:

- Primavera TGN Cultura
- Estiu TGN Cultura
- Tardor-hivern TGN Cultura

Publicacions específiques en paper:

- Festival d'Estiu

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Especial Dansa Tarragona / Pro365
- Festival Cultura o Extinció
- Full de mà del cicle En Dansa
- Full de mà de Cultura en Família
- Quadríptic de la graella d'espectacles de la temporada d'arts escèniques (tardor-hivern i primavera)
- Programa resum d'espectacles accessibles (tardor-hivern i primavera)
- Cartells A3 per a cada temporada (tardor-hivern, primavera, estiu i Cultura o Extinció)

Àrea de Festes

En l'àmbit de Festes es produeixen programes i cartells per a les principals celebracions:

- Santa Tecla
- Sant Magí
- Carnaval (s'està estudiant ampliar la producció si el pressupost ho permet)

Festivals i cicles gestionats per l'Ajuntament:

- Festival Internacional de Fotografia SCAN de Tarragona: fulls de mà desplegable i cartell
- Festival Dixieland Tarragona: programa en paper i cartells
- Tarragona Sona Flamenc: programa en paper i cartells
- Cicle Elles Filmen: fulls de mà i cartells
- Cinestrelles: cartells
- Cinema Lliure: cartells
- Tarraco Viva: cartells, programa i una revista

Revista i cartells del Concurs de Castells**Centre Cultural Antic Ajuntament (CCAA):**

- Programes de mà mensuals (octubre-juny), amb 200-300 còpies impreses.
- Cartells oficials del cicle «L'Alternador: Connexions culturals i accions artístiques»
- Cartells interns: impresos en A6, que es col·loquen al mateix centre i s'ofereixen lliurement a la ciutadania

Museu d'Història de Tarragona:

- «Quan els objectes parlen»: fulls de mà i postals

Mèdol - Centre d'Arts Contemporànies de Tarragona:

- Cartells: 4-5 anuals
- Postals i fulls de mà: 8-9 anuals
- Catàlegs: 2-3 anuals, aproximadament

Mitjans de comunicació locals (TV, ràdio, premsa escrita i online)

A Tarragona, els mitjans de comunicació locals també són clau per mantenir la ciutadania informada sobre els esdeveniments culturals i les activitats d'oci que es duen a terme a la ciutat. L'Ajuntament de Tarragona, mitjançant diversos canals, utilitza la premsa escrita, la

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

ràdio, la televisió i els mitjans digitals per garantir que els ciutadans tinguin un accés constant a la informació sobre els serveis culturals locals. A continuació es descriuen alguns dels mitjans més destacats que informen sobre els actes culturals a la ciutat.

Televisió local (TAC12)

La televisió local TAC12 és una de les principals plataformes per a la difusió de la cultura a Tarragona. La televisió pública del Camp de Tarragona ofereix una cobertura detallada dels esdeveniments culturals de la ciutat a través de reportatges, entrevistes i informatius locals. TAC12 dedica programes a la promoció d'activitats culturals, com ara concerts, espectacles teatrals, exposicions i festivals, i fa un seguiment de les iniciatives impulsades per l'Ajuntament. A més, la televisió també emet en directe els esdeveniments més rellevants, oferint una cobertura interactiva a tota la ciutadania.

Prensa escrita i digital

Mitjançant els diaris locals es difon informació detallada sobre els esdeveniments, incloent-hi reportatges, entrevistes amb organitzadors i artistes i informació pràctica sobre els actes programats. També es contracten bàners. Alguns exemples són el *Diari de Tarragona*, el diari *Més Tarragona*, *Tarragona 21*, *La Ciutat*, *Nació Digital Tarragona*, etc.

Ràdios locals

Tarragona Ràdio i Ràdio Ciutat de Tarragona, principalment, emeten programació cultural i informen sobre activitats de la ciutat a través de notícies, entrevistes i reportatges.

En aquest apartat de mitjans de comunicació, cal afegir la feina que fa el departament de Comunicació Institucional, que durant el 2023 va convocar 42 rodes de premsa relatives a l'àmbit de Cultura i va elaborar 237 notes de premsa.

Descomptes i promocions de Teatres Tarragona

Els descomptes i les promocions en espectacles organitzats per l'Ajuntament de Tarragona tenen com a finalitat fer més accessibles i inclusius els esdeveniments culturals, estimulant la participació ciutadana en les activitats programades i fomentant l'accés a la cultura per a diversos col·lectius. Aquesta estratègia de descomptes i promocions està pensada per aconseguir diversos objectius, tant socials com econòmics:

- Fomentar la participació cultural de tots els grups socials.
- Augmentar l'ocupació dels espectacles i els esdeveniments.
- Promoure la inclusió social i l'educació cultural.
- Estimular el consum cultural local.
- Promoure activitats en moments de baixa demanda.
- Facilitar la promoció i el llançament d'espectacles nous.

Actualment, els descomptes que s'ofereixen en els espectacles dels Teatres Tarragona són els següents:

- + 65 anys: 15 % de descompte
- Descompte jove (de 12 a 35 anys): 50 % de descompte (inclou Carnet Jove)
- Descompte infant (de 5 a 11 anys): 50 % de descompte

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Carnet Tarragona Jove: 55 % de descompte
- Carnet d'estudiant: 25 % de descompte
- Mobilitat reduïda (cadires de rodes): 30 % de descompte
- Carnet de discapacitat / membre de família nombrosa o monoparental / aturats inscrits amb DARDO: 30 % de descompte
- Grups o entitats: del 15 al 25 % de descompte
- Pack Duo: 20 % de descompte per la compra de dos espectacles diferents
- Abonament 3: 25 % de descompte per la compra de tres espectacles diferents
- Abonament 5: 35 % de descompte per la compra de cinc espectacles diferents

Des de Teatres, també s'ha habilitat un codi QR al Teatre Tarragona que permet a la ciutadania expressar la seva opinió i fer aportacions sobre la programació d'espectacles. A més, cada participant pot deixar el seu correu electrònic i autoritzar la seva participació en un sorteig. Cada temporada es fan dos sortejos: un durant la temporada de tardor i un altre durant la de primavera. Els guanyadors reben dues entrades per a un espectacle de la temporada següent, fomentant així la implicació activa del públic. Es poden consultar el qüestionari i les preguntes a <<https://forms.gle/GHPAv8iGAntfYEeH6>>.

Marxandatge de Santa Tecla

Cada any, amb el suport de l'Ajuntament, les entitats creen el marxandatge oficial de la festa de Santa Tecla, amb l'objectiu de promocionar i visibilitzar la cultura popular de la ciutat. Aquest marxandatge es fa a partir de l'adaptació del cartell i la imatge gràfica de l'any corresponent, creant una línia de productes únics que reflecteixen l'esperit i les tradicions més emblemàtiques de la festa. Inclou articles exclusius, com ara samarretes, bosses, mocadors, ventalls i altres productes. Així, tant ciutadans com visitants poden emportar-se un record personalitzat de la celebració, ple de color i tradició.

L'objectiu d'aquest marxandatge és, d'una banda, finançar les activitats de les entitats que participen en l'organització de la festa de Santa Tecla i, de l'altra, promocionar la cultura popular de Tarragona en el context de la festa. Els productes disponibles són una manera d'acostar la festivitat a tots els públics, especialment el dels més joves, i generar una connexió emocional amb la ciutat i les seves tradicions. A més, el marxandatge es converteix en una eina de difusió cultural, cosa que permet que els tarragonins i els visitants s'emportin un tros de Santa Tecla i ho comparteixin amb altres, ajudant així a preservar i fer créixer aquesta festa tan important per a la identitat de la ciutat.

3.2.2. Anàlisi externa: abast i entorn

Context cultural i social

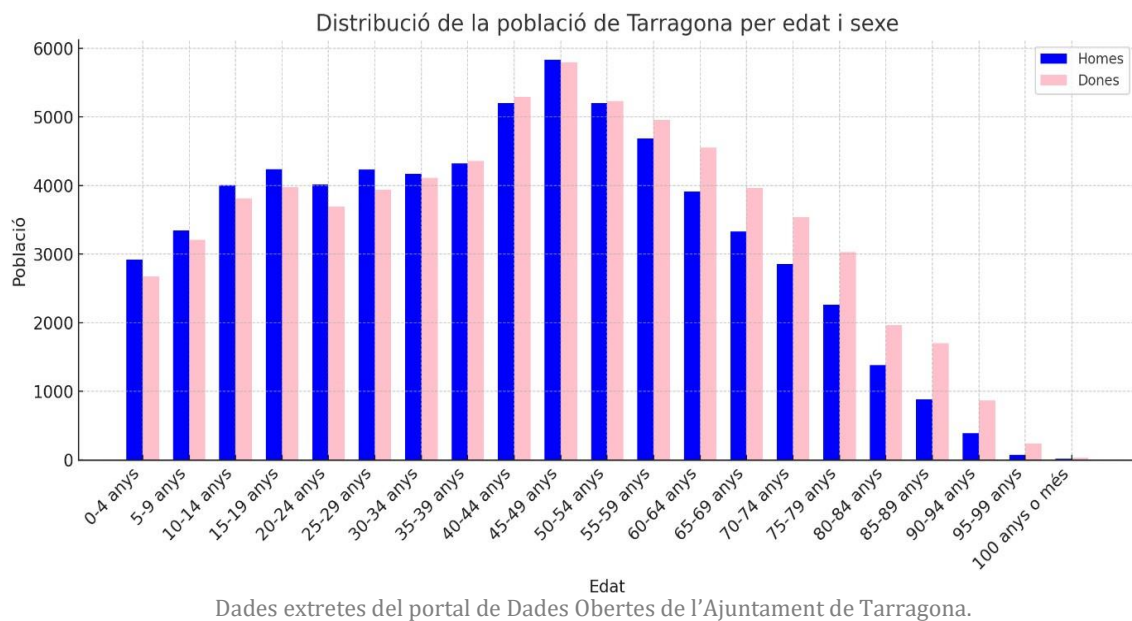
El context cultural i social de Tarragona reflecteix una població diversa en què el nombre de persones és força equilibrat entre homes i dones en les edats més joves i adultes. A mesura que augmenta l'edat, però, el nombre de dones és més gran, especialment a partir dels seixanta anys.

La ciutat compta amb 28.199 joves (0-19 anys), un segment que representa una base important per a les iniciatives d'educació i lleure cultural. Els adults en edat laboral (20-64 anys), que sumen 55.188 persones, integren el gruix de la població activa i constitueixen un tipus de ciutadania clau per a les activitats culturals contemporànies. Paral·lelament, el grup

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

de 65 anys o més, amb 31.654 persones, destaca pel seu pes en el teixit social, especialment en el segment femení, fet que emfatitza la necessitat d'oferir propostes culturals accessibles i inclusives.

Per altra banda, segons el cens del 2023 de l'Institut Nacional d'Estadística, la província de Tarragona comptava amb una població de 848.592 habitants. La ciutat de Tarragona, que és el municipi més poblat, representava un 16,62 % de la població total de la província. I el Camp de Tarragona, una regió natural i històrica que també és una de les nou regions de Catalunya, és la tercera més poblada, amb 536.453 habitants, segons dades del 2022. Aquesta regió inclou les comarques del Tarragonès, l'Alt Camp, el Baix Camp, la Conca de Barberà i el Priorat.

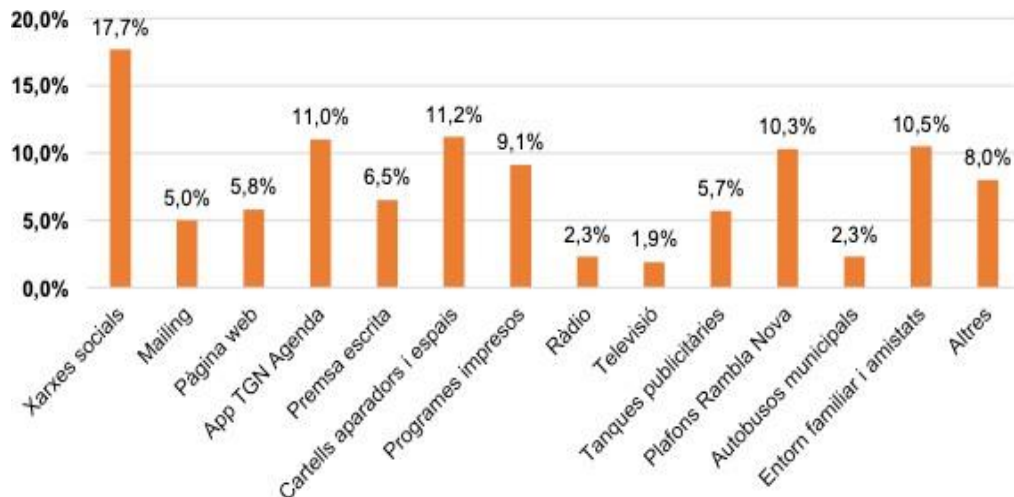


3.2.2.1. Resultat d'alguns dels estudis previs

Els canals de comunicació més utilitzats per la població de Tarragona

D'acord amb l'informe dels resultats de les enquestes d'opinió dutes a terme entre els mesos de març i octubre del 2024 per encàrrec de la Conselleria de Cultura de l'Ajuntament de Tarragona, en el marc de l'elaboració del Pla estratègic Tarragona Cultura, s'han identificat els canals de comunicació més utilitzats per la població de Tarragona a l'hora d'informar-se sobre l'activitat cultural de la ciutat.

Segons l'informe elaborat per la Universitat Rovira i Virgili, «la comunicació és un dels temes centrals que es repeteix de manera recurrent. Es reclama, de forma unànime, una millora significativa en la difusió de la programació cultural de la ciutat. Entre les demandes més destacades hi ha la creació d'una agenda municipal única, més completa i coordinada —sigui en format app, digital o mitjançant cartelleres—, així com l'avís amb suficient antelació de les activitats. També es posa de manifest la necessitat de disposar d'espais físics on consultar la programació i d'orientar les activitats especialment cap a la ciutadania. Una altra proposta rellevant és la unificació de les xarxes socials per optimitzar la comunicació cultural».

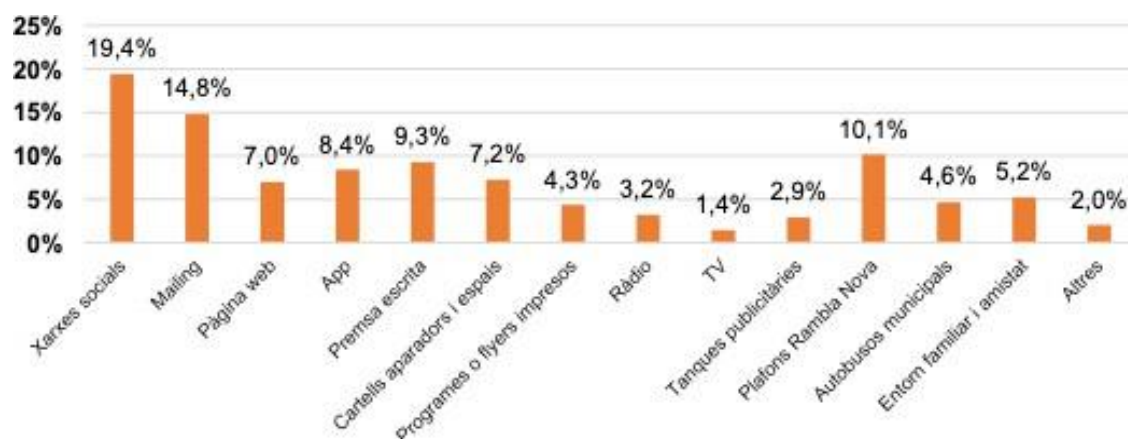


Percentatge de respostes que reben informació per cada canal, segons el document «Anàlisi dels resultats de les enquestes»

El canal de comunicació més utilitzat per rebre informació cultural és el de les xarxes socials, amb un 17,7 %, seguit dels cartells en aparadors i espais (11,2 %), l'app TGN Agenda (11 %), l'entorn familiar i d'amistats (10,5 %) i els plafons de la Rambla Nova (10,3 %). Així, mentre que un 17 % de la població s'informa a través de mitjans digitals, gairebé un 22 % ho fa mitjançant cartelleria tradicional (cartells i plafons). Per contra, la televisió i la ràdio són canals comunicatius menys usats per la població enquestada a l'hora d'informar-se sobre l'activitat cultural de la ciutat. Les dades són totalment homogènies entre sectors culturals, i presenten els mateixos percentatges que les respostes generals.

Els resultats suggereixen que una estratègia de comunicació per a Tarragona hauria de combinar aquests canals per arribar al màxim de ciutadania possible.

Valoració de la comunicació municipal per part de les entitats



Percentatge de respostes dels principals mitjans de comunicació pels quals les entitats reben la informació cultural municipal, segons el document «Anàlisi dels resultats de les enquestes».

Els principals canals pels quals les entitats i els col·lectius reben la informació cultural municipal són, en gran part, digitals —xarxes socials, publicitrameses, lloc web i app—, que en conjunt representen gairebé el 50 %. Els canals vinculats a l'espai públic, que sumen aproximadament un 25 %, inclouen cartells en aparadors i altres espais, tanques publicitàries, plafons de la Rambla Nova —que arriben a un 10 %— i autobusos. I també

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

registren percentatges significatius d'ús els canals més convencionals, com la premsa escrita.

L'informe dels resultats de les enquestes d'opinió, realitzades entre els mesos de març i octubre del 2024, destaca especialment la comunicació, que en tots els casos obté una valoració lleugerament superior a la mitjana general. No obstant això, els equipaments continuen sent el servei menys ben valorat i, juntament amb la comunicació, rarament superen la puntuació de 3 en l'escala de valoració.

En resum, els resultats indiquen que, encara que el servei de Comunicació de l'Ajuntament de Tarragona presenta alguns aspectes positius, caldria centrar-se a reforçar els canals i els missatges per arribar a un públic més ampli i incrementar la percepció de valor entre la ciutadania.

3.3. Resum de la Diagnosi. DAFO

En el present Pla de comunicació, el DAFO combina les anàlisis interna i externa: les debilitats i fortaleces reflecteixen factors interns de l'organització, els recursos o la imatge de l'Ajuntament, mentre que les amenaces i les oportunitats s'enfoquen en elements externs, com són la competència o les tendències. És una eina clau per connectar els aspectes interns amb els externs i serveix per orientar l'estratègia comunicativa.

Aquest breu resum de DAFO ha estat realitzat a través de les dades extretes d'algunes de les jornades i taules participatives arreu de la ciutat en el marc del Pla estratègic de Tarragona Cultura. Així mateix, s'ha tingut en compte la taula de treball del sector de la comunicació celebrada el 12 de novembre de 2024 a l'Antic Ajuntament de Tarragona. Aquesta sessió va comptar amb la participació d'una quinzena de persones vinculades al món cultural, la comunicació i la gestió cultural, que van analitzar i reflexionar conjuntament sobre els canals i les formes de comunicació, la bidireccionalitat en les relacions amb la ciutadania i les eines necessàries per transmetre de manera més eficaç la informació dels serveis culturals públics.

Debilitats	Amenaces	Fortaleces	Oportunitats
Perspectiva de gènere. Manca de representació equilibrada i desconeixement de la normativa d'igualtat dins de les institucions culturals.	Perspectiva de gènere. Risc que les iniciatives siguin superficials i no estructurals.	Perspectiva de gènere. Creixent sensibilitat i bones pràctiques en esdeveniments culturals.	Perspectiva de gènere. Recursos públics per visibilitzar la perspectiva de gènere a la cultura.
Arts visuals. Precarietat laboral, falta de coordinació i exclusions d'alguns col·lectius.	Arts visuals. Centralització cultural i limitacions pressupostàries.	Arts visuals. Suport de l'Administració i sinèrgies amb festivals consolidats.	Arts visuals. Xarxes de col·laboració amb agents locals per a una visió global.
Desenvolupament cultural comunitari. Risc d'institucionalització i extractivisme institucional.	Desenvolupament cultural comunitari. Burocratització i visió productivista de la cultura.	Desenvolupament cultural comunitari. Transformació social i valors fonamentals de les 5P.	Desenvolupament cultural comunitari. Potencial per a processos de transformació col·lectiva i comunitària.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

Arts escèniques. Dependència de subvencions, manca d'espais descentralitzats i falta d'inclusió.	Arts escèniques. Fragmentació geogràfica i resistència institucional a la participació.	Arts escèniques. Alta capacitat de generar propostes culturals locals diversificades.	Arts escèniques. Impulsar la creació d'un Banc de Recursos Materials i visió inclusiva.
Lletres. Recursos econòmics insuficients i falta de continuïtat en la programació literària.	Lletres. Desigualtats d'accés per la bretxa digital i una manca de comunicació eficient.	Lletres. Accions per a la lectura intergeneracional i diversificació d'espais literaris.	Lletres. Ús d'espais municipals per vertebrar la programació literària de qualitat.
Accessibilitat. Barreres físiques i falta de recursos per a la inclusió.	Accessibilitat. Precarització de companyies i despriorització institucional.	Accessibilitat. Sensibilització creixent i programes com Apropa Cultura.	Accessibilitat. Millores progressives en les polítiques d'inclusió cultural.
Patrimoni històric. Manca de coordinació i visibilització insuficient del patrimoni.	Patrimoni històric. Problemes de mobilitat i limitacions econòmiques.	Patrimoni històric. Foment de la divulgació i creació de circuits educatius.	Patrimoni històric. Oportunitat de millorar la senyalística i la visibilitat del patrimoni.
Cultura com a desenvolupament econòmic i social. Dependència de subvencions i manca de criteris per a l'impacte cultural.	Cultura com a desenvolupament econòmic i social. Massificació d'esdeveniments i precarització laboral.	Cultura com a desenvolupament econòmic i social. Creixent reconeixement del sector cultural com a motor econòmic i social.	Cultura com a desenvolupament econòmic i social. Oportunitat de millorar la quantificació dels efectes intangibles de la cultura.
Alimentació, cuina i gastronomia. Desconnexió amb la joventut i manca de coordinació estructurada.	Alimentació, cuina i gastronomia. Frustració per la manca d'accions efectives i canvis polítics.	Alimentació, cuina i gastronomia. Potencial per connectar la cuina tarragonina amb la ciutadania més jove.	Alimentació, cuina i gastronomia. Oportunitat de millorar la promoció i la divulgació de la cuina local.
Patrimoni immaterial i cultura popular. Falta de reconeixement i descoordinació en la formació.	Patrimoni immaterial i cultura popular. Dependència de subvencions i desconnectivitat amb l'Administració.	Patrimoni immaterial i cultura popular. Valorització creixent de la cultura popular i el patrimoni immaterial.	Patrimoni immaterial i cultura popular. Potencial per integrar millor les expressions de cultura popular.
Indústries creatives, audiovisual, disseny i multimèdia. Escassetat de recursos econòmics i dificultats d'accés a espais adequats.	Indústries creatives, audiovisual, disseny i multimèdia. Risc de massificació turística i substitució per IA.	Indústries creatives, audiovisual, disseny i multimèdia. Suport a la creativitat local i la necessitat d'espais de creació.	Indústries creatives, audiovisual, disseny i multimèdia. Oportunitat per millorar la sostenibilitat i la visibilitat dels projectes.
Música. Manca d'infraestructures i centralització de la programació.	Música. Canvi d'hàbits de consum i escassa implicació institucional.	Música. Impulsar una visió inclusiva i diversificar la programació.	Música. Oportunitat de crear espais per a bandes emergents i música pròpia.
Joves. Problemes de comunicació, escassetat d'espais accessibles i manca de recursos.	Joves. Desmotivació per falta de suport i recursos municipals.	Joves. Creixent interès per la cultura jove i l'ús de canals digitals.	Joves. Oportunitat de millorar la comunicació i crear més iniciatives culturals per als joves.
Educació. Manca de recursos i voluntat política. Diàleg insuficient entre educadors i agents culturals. Accions sovint desconnectades de les necessitats reals.	Educació. Cultura com a element decoratiu dins de l'escola. Fragmentació de recursos i projectes poc sostinguts. Resistència al canvi en sectors educatius i culturals.	Educació. Conscienciació creixent sobre la connexió cultura-educació. L'escola com a espai d'alfabetització cultural. Experiències d'èxit en altres municipis. La cultura reforça habilitats creatives i crítiques.	Educació. Espais de diàleg i col·laboració entre departaments. Projectes conjunts amb seguiment constant. Integració d'activitats culturals en totes les etapes educatives. Alumnat com a agent actiu en la vida cultural.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

Diversitat. Etnocentrisme i resistència al canvi cultural. Risc de folklorització i estereotips en la programació. Manca de traducció i adaptació de continguts a diferents comunitats. Dificultats estructurals per a la participació cultural (situació administrativa, precarietat econòmica).	Diversitat. Exclusions derivades d'una programació poc inclusiva. Imatges estereotipades que reforcen prejudicis. Desconnexió entre les polítiques culturals i les necessitats de la població. Limitacions en l'accés a subvencions per a entitats diverses.	Diversitat. Creixent consciència sobre la diversitat com a valor cultural. La cultura com a dret universal i eina d'inclusió social. Possibilitat de fer visible la diversitat a través de l'educació. Experiències d'èxit en la inclusió cultural i interculturalitat.	Diversitat. Espais de diàleg intercultural i participació ciutadana real. Adaptació de formats i horaris d'activitats culturals. Incorporació de polítiques integrals per a la inclusió social. Educació intercultural com a eina per superar prejudicis i estigmatitzacions.

3.4. Principals reptes de la comunicació cultural

A continuació es detallen els principals reptes de la comunicació cultural, que establiran les línies estratègiques del Pla de comunicació:

- **Fomentar la participació ciutadana activa.** Facilitar el desenvolupament dels drets de la població en l'àmbit cultural, especialment el dret a la cultura, l'educació, la informació i la participació. Impulsar eines i dinàmiques de participació activa per ampliar la implicació de la ciutadania en les activitats culturals.
- **Promocionar i difondre els serveis culturals municipals.** Fer visibles els serveis culturals de Tarragona i assegurar-ne la difusió per potenciar-ne l'ús i el reconeixement entre la ciutadania i contribuir així a obtenir un aprofitament cultural més eficient.
- **Promoure la inclusió de la diversitat i la perspectiva de gènere.** Integrar de manera permanent la inclusió, la diversitat i la perspectiva de gènere en totes les polítiques i accions culturals municipals, garantint una visió plural i equitativa que representi tots els col·lectius.
- **Avançar cap a una comunicació oberta i dinàmica.** Fomentar una comunicació cultural que sigui oberta, transparent i dinàmica, amb un diàleg circular entre els diferents agents culturals i la ciutadania, assegurant la seva capacitat d'adaptació i transformació cap a un futur inclusiu i creatiu, i que abracci els diferents àmbits de la cultura i de la creativitat. Renovar els formats i els canals de difusió de les activitats culturals per ajustar-los als nous hàbits digitals, assegurant que la informació arribi de manera efectiva a diferents segments de la població.
- **Aportar valor a la societat a través del servei públic cultural.** Contribuir a la cohesió social i a la promoció de la llengua i la cultura catalanes mitjançant la difusió d'activitats culturals inclusives i accessibles per a tothom.
- **Esdevenir una institució connectada amb tota la ciutadania.** Reconnectar, sobretot, amb la ciutadania infantil, juvenil i també adulta de la ciutat, fomentant la seva participació activa en les activitats culturals i facilitant-hi l'accés amb una oferta diversificada que respongui als seus interessos.

4. Objectius del Pla de comunicació

4.1. Objectius generals

- Consolidar un sistema estable de comunicació bidireccional per fomentar la participació cultural de tota la ciutadania. La comunicació ha de ser el nucli que articuli les accions culturals municipals, garantint que la informació arribi a tota la ciutadania de manera clara i accessible, promovent la inclusió i l'equitat des de la participació ciutadana.
- Vetllar per la coherència comunicativa. Garantir una comunicació coherent entre els diferents agents implicats, assegurant que els missatges siguin uniformes i alineats amb els valors de l'equitat i l'accessibilitat a la cultura.

4.2. Objectius específics

- Informar i difondre massivament l'activitat cultural. Crear canals eficients i accessibles (digitals i clàssics) per difondre l'acció cultural municipal i també l'activitat cultural que genera la resta de la ciutat, per garantir que tota la ciutadania tingui accés a la informació actualitzada.
- Difondre els valors del Pla. Comunicar els valors fonamentals del Pla (sostenibilitat, inclusió, igualtat de gènere, diversitat i accessibilitat) de manera clara, transparent i inspiradora, promovent un sentit d'identificació i confiança en la ciutadania.
- Integrar els eixos transversals de gènere, diversitat i accessibilitat. Garantir que tant l'acció cultural com els missatges siguin inclusius, respectuosos amb la diversitat i accessibles per a tots els col·lectius, amb especial atenció a persones amb discapacitat, i a la pluralitat cultural i de gènere.
- Implantar l'escolta i la resposta per retroalimentar i adequar constantment la interacció entre totes les parts implicades en la vida cultural de la ciutat.
- Establir una línia de comunicació específica per acompanyar la implantació i el desenvolupament de la mediació cultural, facilitant-ne la comprensió i la visibilitat i promovent la participació activa dels agents implicats per aconseguir l'activació dels drets culturals.
- Dinamitzar la comunicació per donar suport a creadors locals. Promoure la creació cultural local, donar visibilitat a artistes, creadors i comunitats i enfortir les xarxes culturals del territori.

5. Principis metodològics

5.1. Processos i espais de «comunicació» comunitària

Des de les diferents àrees de treball municipal a l'entorn de la cultura caldrà que s'estableixin espais estables de diàleg, adequats a la realitat i a les necessitats concretes de cada àmbit o de cada projecte nou que es vulgui desenvolupar, incorporant-hi la participació

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

cultural. Tant poden ser espais de participació com espais de cocreació, o simplement espais de visibilitat de l'acció cultural generada.

Des de la proximitat i la presencialitat, caldrà treballar per engrandir i enfortir les xarxes d'agents culturals de la ciutat perquè es vagin apropant a l'organització de l'activitat cultural, amb l'objectiu de generar vincles i confiança mútua, i activar nous lideratges comunitaris.

Trobades i assemblees obertes, intervencions en l'espai públic, grups de treball vinculats a programes concrets, accions presencials en espais i equipaments molt concorreguts per la comunitat són alguns exemples de processos comunitaris que poden ajudar a avançar cap a la intenció de comunicar més amb fets que no amb paraules.

Algunes accions concretes podrien ser:

- Activitats (in)formatives i tallers que aprofundeixin en l'oferta cultural de la ciutat.
- Grups de treball i altres espais participatius per desenvolupar projectes col·laborativament.
- Jornades de portes obertes en diferents equipaments culturals.
- Accions adaptades per a grups específics (joves, gent gran, col·lectius vulnerables, persones nouvingudes, empresaris).
- Cicle de debats oberts amb experts i ciutadans per reflexionar sobre el paper de la cultura a la ciutat. Se'n difondran els continguts i se'n recolliran aportacions per ajustar les estratègies comunicatives.

Totes les persones que d'alguna manera o altra participen d'aquestes aliances es converteixen en altaveus que difonen i recomanen allò de què formen part.

5.2. Bastir un corpus viu de missatges per unificar i donar sentit a la comunicació cultural municipal

Els missatges que es difondran al llarg del desplegament del Pla es construïran com un corpus viu i flexible, capaç de donar coherència, sentit i identitat pròpia a la comunicació cultural municipal. Aquest corpus estarà estretament vinculat a la vida cultural de la ciutat i als valors del Pla estratègic: equitat, inclusió, proximitat, sostenibilitat, innovació, tradicions, gaudi, convivència, reflexió, coneixement i diàleg.

La prioritat discursiva se centrarà a explicar el procés d'activació de la participació cultural, més que no pas els resultats finals, destacant els camins compartits, els aprenentatges i les experiències col·lectives. Això suposa fer visibles les diverses formes de fer cultura que conviuen a la ciutat i reconèixer l'aportació de tots els agents culturals i socials del territori.

Aquesta línia comunicativa tindrà un caràcter inclusiu i de reconeixement, buscant que els diferents actors se sentin representats, valorats i escoltats. Donar-los veu i visibilitat esdevindrà una pràctica habitual i essencial per consolidar una comunicació que no només informa, sinó que construeix comunitat i enforteix el vincle cultural entre les persones i el seu entorn.

Els missatges principals del Pla no es comunicaran de manera aïllada, sinó que s'aniran desgranant i adaptant en totes les accions comunicatives per esdevenir el fil conductor del

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

relat cultural municipal. Tant en la comunicació sobre els avenços del Pla estratègic com en les accions vinculades a cada programació cultural específica, aquests missatges actuaran com a marc discursiu i com a eina per reforçar els valors compartits. Aquesta coherència narrativa ajudarà a construir una comunicació cultural reconeixible, a enfortir el vincle amb la ciutadania i a promoure una visió col·lectiva de la cultura com a bé comú i espai de participació.

Cal visibilitzar l'acció cultural de tots els agents de la ciutat i fer que aquesta comunicació serveixi de reforç positiu perquè s'hi sentin reconeguts i tinguts en compte. Donar-los veu ha de ser una de les línies comunicatives habituals.

5.3. Estructurar, prioritzar i reforçar els canals digitals i exteriors

Els canals comunicatius de l'àmbit digital i els presencials en l'espai públic (o canals exteriors) són els dos àmbits que cal prioritzar tant des d'un punt de vista estratègic com operatiu, ja que són els més adequats i abastables, tenint en compte tant l'anàlisi feta de la realitat local com les audiències actuals de l'Estudi General de Mitjans, que quantifica la penetració de les audiències dels diversos canals publicitaris segons aquests percentatges:

- Internet: 88,9 %
- Televisió: 81,6 %
- Exteriors: 81,3 %
- Ràdio: 54,3 %
- Revistes: 23,8 %
- Diaris: 13,4 %
- Cinema: 8,1 %
- Suplements: 3,7 %

5.4. Perspectiva de gènere

El Pla de comunicació de Tarragona Cultura ha d'integrar una perspectiva de gènere i diversitat per garantir una comunicació més inclusiva, equitativa i representativa de tota la ciutadania. Cal fomentar l'ús d'un llenguatge no sexista, una comunicació visual equilibrada i la visibilització de col·lectius sovint infrarepresentats. Aquest enfocament busca no només reflectir la diversitat de la societat tarragonina, sinó també contribuir a la construcció d'imaginariis culturals més justos i igualitaris.

- Llenguatge inclusiu i no sexista:
 - Evitar l'ús del masculí genèric per referir-se a grups mixtos.
 - Prioritzar formes genèriques i neutres (ex., *ciutadania* en lloc de *ciutadans*).
 - Utilitzar formes dobles (ex., «els alumnes i les alumnes») només si no hi ha una alternativa neutra.
 - Evitar l'ús de la barra inclinada (ex., «usuari/ària») excepte en documents molt concisos (formularis, gràfics...).
 - Adaptar el llenguatge per a les persones LGTBI, evitant termes patologitzats.
- Comunicació oral i escrita:
 - Evitar estereotips de gènere en el discurs i la redacció.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- No fer un tractament diferenciat entre homes i dones (ex., citar tothom amb el mateix nivell de formalitat).
 - Feminitzar càrrecs i professions quan correspongui (ex., *tècnica* en lloc de *tècnic* si és una dona).
 - Afavorir la comunicació visual.
 - Equilibrar la presència d'homes i dones en imatges i vídeos.
 - Representar les dones en rols de lideratge i en professions tradicionalment masculinitzades.
 - No cosificar ni sexualitzar la imatge de les dones.
 - Reflectir la diversitat ètnica, generacional i funcional.
- Comunicació digital:
 - Visibilitzar dones i altres col·lectius invisibilitzats en webs i xarxes socials.
 - Evitar l'ús d'un llenguatge androcèntric, racista, etnocèntric i LGTBI-fòbic.
 - Adaptar la comunicació per garantir l'accessibilitat (ex., evitar símbols com @ o x, que dificulten la lectura amb lectors de pantalla).
 - Documents administratius:
 - Emprar un llenguatge neutre en contractes, correus i normatives.
 - Prioritzar expressions com «les parts» en lloc de «l'interessat» o «el sol·licitant».
 - Utilitzar formes no sexistes en salutacions i títols oficials.

5.5. Comunicació accessible

L'accés a la informació és un dret i una necessitat. Es pot mantenir l'essència del missatge a comunicar utilitzant un llenguatge i un disseny més senzills. Per aquest motiu, cal tenir en compte les recomanacions següents per elaborar documents en una versió de lectura més fàcil.

En suports impresos i digitals:

- Emprar un llenguatge senzill i clar, evitant l'excés d'oracions subordinades, abstraccions i tecnicismes.
- Exposar la idea a transmetre d'una manera directa, evitant els dobles sentits, els jocs de paraules, les ironies, etc. Utilitzar verbs en veu activa, no en veu passiva.
- Usar, com a mínim, una tipografia amb un cos de mida 12. Evitar l'abús d'eines tipogràfiques com les lletres en cursiva o negreta. El color del text ha de contrastar amb el fons de pantalla o de paper per facilitar la lectura.
- Escollir fonts tipogràfiques que permetin una lectura clara. Per als textos digitals, es recomana una tipografia sense serif, com per exemple Arial, Verdana o Tahoma.
- Es recomana l'ús d'interlineat i marges generosos, amb alineació del text a l'esquerra i sense justificar.
- Utilitzar els noms complets en lloc d'abreviacions o acrònims.
- En la informació digital, cal incloure alguna descripció a la informació comunicada en imatges (peus de foto, text descriptiu...) i afegir als vincles una etiqueta clara i específica que indiqui on condueixen.
- En el cas dels vídeos, cal vetllar per incorporar-hi recursos alternatius a l'àudio i a la imatge, com ara intèrpret en llengua de signes i subtítols per a les persones sordes, o bé audiodescripció per a les persones amb discapacitat visual.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Crear una bústia de contacte. Explicitar vies de contacte en els materials de comunicació perquè les persones puguin resoldre dubtes, comunicar necessitats d'accessibilitat, etc., entre les quals cal incloure, com a mínim, el telèfon i l'adreça electrònica (hi ha moltes persones que no tenen correu electrònic, i d'altres que no poden parlar per telèfon).

6. Línies d'acció

6.1. Punt d'informació presencial i directe

En l'actual estratègia de comunicació de Tarragona Cultura, s'identifica la necessitat d'un punt d'informació i d'atenció presencial que actuï com a canal directe entre la institució i la ciutadania, ja que l'accés a la informació sobre activitats i esdeveniments culturals a Tarragona és dispers i poc homogeni.

És necessari desenvolupar un servei d'informació cultural que garanteixi que tant la ciutadania com els visitants tinguin un accés fàcil, ràpid i personalitzat a tota la programació cultural de Tarragona, en formats adaptats a les seves necessitats.

Aquest servei es concreta en un punt d'informació i atenció presencial, un espai físic on les persones poden rebre informació de manera immediata, personalitzada i empàtica, reforçant així el vincle amb els diversos col·lectius que constitueixen el teixit cultural de la ciutat.

Aquest punt d'atenció ha de ser un lloc inclusiu i accessible per a tothom, que garanteixi la diversitat cultural i lingüística i la participació activa de persones amb diferents capacitats. La comunicació presencial en aquest espai no només facilitarà una mediació directa entre les necessitats del públic i la informació oferta, sinó que també afavorirà la comprensió de la multiculturalitat i la inclusivitat de l'oferta cultural de Tarragona.

L'objectiu principal d'aquest punt d'informació és escoltar, orientar i proporcionar respostes clares, reforçant la transparència i la confiança. També hauria de funcionar com a espai de mediació cultural, ajudant a interpretar i adaptar la programació cultural als interessos i les sensibilitats de la comunitat, la qual cosa permetria millorar la participació a través d'una comunicació pròxima i empàtica. Es buscarà facilitar el diàleg entre els agents culturals locals, les comunitats i la ciutadania general, amb accions específiques que fomentin la implicació ciutadana en els processos culturals i que ajudin a trencar possibles barreres d'accés cultural, siguin d'origen lingüístic, social o tecnològic.

A més, aquest punt presencial podria incorporar activitats informatives puntuals, tallers o presentacions que aprofundissin en l'oferta cultural de Tarragona i convertir-se en un espai viu per a la trobada i el diàleg cultural.

Accions:

- Establir un punt físic central d'informació cultural i un sistema radial en oficines de turisme, centres cívics, biblioteques públiques, museus i altres espais culturals.
- Proveir aquests punts amb material promocional (díptics, programes, mapes).
- Formar personal per oferir assessorament personalitzat sobre activitats i recomanacions culturals.

- Incorporar activitats informatives i tallers que aprofundeixin en l'oferta cultural de la ciutat.

6.2. Sistematitzar la comunicació a l'espai públic, comunicació exterior

Ens referim a les accions informatives que comuniquen i es relacionen amb la ciutadania mitjançant missatges coherents i eficaços. La seva finalitat és garantir que la informació cultural li arribi de manera efectiva mitjançant suports físics i digitals visibles a l'espai públic de la ciutat, adaptant els missatges als diferents canals de comunicació.

Accions:

- Optimitzar l'ús del mobiliari urbà per a la publicitat cultural (cartells, pantalles digitals i altres suports físics en punts estratègics de la ciutat) per augmentar l'eficiència i la capacitat d'arribar a una ciutadania diversa.
 - Instal·lar cartelleres modernes i pantalles digitals interactives en llocs de gran afluència per tota la ciutat. Actualitzar aquestes eines amb informació diària sobre activitats culturals destacades. L'ampliació es farà d'acord amb els principis d'equilibri, coherència i no sobrecàrrega de l'espai públic, i caldrà tenir en compte l'encaix d'aquestes accions dins de la normativa municipal sobre publicitat en l'espai públic i la concessió a tercers de l'ús de suports exteriors publicitaris, per tal de no generar punts de conflicte.
- Instal·lar carpes provisionals al carrer com a punts d'informació.
- Desenvolupar intervencions i presentacions d'activitats o programacions al carrer.

6.3. Sistematitzar i generar accions de desenvolupament de la comunicació digital

Té com a objectiu estructurar, optimitzar i potenciar la presència digital de Tarragona Cultura, garantint que la comunicació sigui eficient, coherent i efectiva en els diferents canals digitals. L'estratègia se centra tant en l'organització interna de la comunicació com en la creació d'accions innovadores que fomentin la interacció amb la ciutadania.

Accions:

- Crear un nou web que serveixi com a punt de referència per a tota la informació cultural de Tarragona, explicant-hi els valors i els objectius de la política de la ciutat i estructurant la informació de forma planera i entenedora.
 - Garantir que la plataforma sigui inclusiva i accessible (complint estàndards WCAG, basat en quatre principis: perceptible, utilitzable, comprensible i robust). Exemples de millora: ampliació amb recursos multimèdia com ara vídeos, fotos i tours virtuals d'exposicions.
- Dinamitzar les eines de comunicació digital.

Exemples de dinamització:

- App TGN Agenda
 - Millorar l'app municipal TGN Agenda.
 - Incloure consulta ràpida del calendari, inscripció a esdeveniments i alertes de darrera hora.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Integrar funcions com ara mapes interactius i sincronització amb Google Calendar.
- Fomentar la personalització i la segmentació al web i a TGN Agenda amb funcionalitats de personalització i segmentació per tipus de ciutadania (famílies, joves, infants). Facilitar l'accés a la informació d'esdeveniments segons les preferències individuals per millorar l'experiència d'usuari i garantir que es trobin activitats adequades a les necessitats de cadascú.
- Generar processos participatius a través d'enquestes, grups de discussió i canals d'interacció digital. Crear espais digitals per escoltar la ciutadania i involucrar-la en la creació i la millora de les activitats culturals. Això permet personalitzar l'oferta cultural d'acord amb els interessos i les necessitats de la comunitat.
- Fomentar la cocreació i la participació ciutadana recuperant iniciatives de xarxes socials amb mirades externes. A través de noves veus externes, enriquir la narrativa pública de les activitats culturals i connectar amb una audiència més àmplia, ampliant l'abast de la comunicació cultural mitjançant les xarxes socials.
- Optimitzar els butlletins electrònics mitjançant l'automatització i la millora de l'experiència de subscripció als butlletins. Crear butlletins segmentats per temàtica o tipus de ciutadania (joves, famílies, etc.) per incrementar l'abast i l'interès per les activitats culturals, millorant la personalització i l'eficiència en la comunicació.
- Publicar un vídeo setmanal amb recomanacions d'activitats culturals específicament per a joves, que els connecti amb l'oferta cultural local i promogui una participació més activa.
- Parlar de les entitats als canals de Tarragona Cultura, amb l'objectiu de donar visibilitat a les entitats culturals de Tarragona mitjançant els diferents canals de comunicació de Tarragona Cultura, cosa que permetria reconèixer i potenciar la tasca d'associacions, col·lectius i institucions que contribueixen a la vida cultural de la ciutat, fomentant-ne la difusió i la interacció amb el públic.
- Proposar campanyes de pagament en cercadors i xarxes socials de Tarragona Cultura. Per ampliar l'abast i la visibilitat de les activitats culturals de Tarragona, és fonamental crear campanyes de publicitat de pagament a les xarxes socials de Tarragona Cultura (Instagram, X i TikTok). Aquestes plataformes ofereixen eines de segmentació molt precises que permeten arribar a públics específics, d'acord amb les preferències, els comportaments i la ubicació geogràfica. A través de publicitat visual, dinàmica i atractiva, es poden promocionar esdeveniments, exposicions, festivals i activitats específiques per destacar el caràcter únic i inclusiu de l'oferta cultural de la ciutat. En cada campanya, es poden utilitzar formats com ara històries patrocinades, publicacions destacades i vídeos curts per maximitzar l'impacte. Les eines d'anàlítica d'aquestes xarxes socials permetran avaluar l'eficàcia de les campanyes i ajustar-les en temps real, i millorar així constantment els resultats i aconseguir una comunicació cultural més efectiva i de més abast.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Elaborar un pla de xarxes socials amb estratègia definida. Implementar un pla de xarxes socials estructurat i integrador que potencii la presència activa, coherent i interactiva de Tarragona Cultura a les principals plataformes digitals (Instagram, TikTok, X, Facebook i YouTube). Aquesta estratègia hauria d'incloure la creació de contingut adaptat a les característiques de cada xarxa, la diversificació dels formats i accions per fomentar la participació ciutadana i la visibilització del talent local. La figura d'un gestor de comunitats especialitzat seria essencial per coordinar aquestes accions, dinamitzar la interacció amb la ciutadania i recuperar projectes d'èxit que valorin la diversitat cultural de la ciutat.

Accions per a la implementació

- Dissenyar un pla de xarxes socials amb una estratègia definida.
 - Objectius: augmentar la visibilitat de les activitats culturals, fomentar la inclusió, implicar la ciutadania i educar sobre el patrimoni cultural de Tarragona.
 - Indicadors: mesurar l'impacte mitjançant mètriques (interaccions, abast i participació en línia).
- Gestionar continguts per xarxa.
 - Instagram: publicar *reels*, històries i imatges d'alta qualitat de diverses iniciatives i sectors culturals per promocionar esdeveniments i mostrar el dia a dia cultural.
 - TikTok: crear vídeos curts i dinàmics amb un to proper per connectar amb els joves.
 - X: generar debat i discussions en temps real, utilitzant etiquetes pròpies per fer seguiment d'activitats.
 - Facebook: contingut més extens i estructurat per a una ciutadania diversa, com ara notícies, fotografies i comunicats oficials.
- Crear contingut audiovisual.
 - Desenvolupar vídeos adaptats a les plataformes amb més potencial visual (Instagram, TikTok i YouTube).
- Crear iniciatives digitals exitoses, impulsar-ne de noves inspirades en:
 - Fotògraf Convidat, que impulsava persones fotògrafes locals per documentar esdeveniments i racons de Tarragona.
 - Tuitaire Convidat, que convidava personalitats locals a generar debat i visibilitat cultural.
 - Il·lustrador Convidat, que donava la visibilitat al talent local de la il·lustració mitjançant entrevistes, vídeos i difusió a xarxes.
- Desenvolupar contingut generat per usuaris (UGC): incentivar videoresums del públic sobre espectacles o rutes patrimonials via TikTok, amb premis de crèdit cultural (entrades, llibres, etc.).
- Diversificar els continguts i garantir una representació inclusiva.
 - Assegurar que el contingut reflecteixi la diversitat cultural i social de Tarragona, amb especial atenció als col·lectius menys representats.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Identitat digital cultural clarament tarragonina. L'ús de l'abreviatura «TGN» a les xarxes socials (@tgncultura) presenta certes limitacions pel que fa a la identificació i el reconeixement extern. Tot i que aquest format s'inspira en casos d'èxit com @bcncultura, és important destacar que «BCN» és una abreviatura àmpliament reconeguda, fins i tot internacionalment, en referència a Barcelona. En canvi, tot i que pot ser familiar entre la població tarragonina, «TGN» no té la mateixa notorietat fora d'aquest àmbit. Això pot generar confusió entre usuaris que no associïn l'abreviatura directament amb Tarragona, i limitar així l'abast de la comunicació cultural i la connexió amb les audiències externes.

Altres ciutats catalanes, com Girona i Lleida, utilitzen noms d'usuari a les xarxes socials que inclouen el nom complet de la ciutat (@gironacultura i @cultura_lleida), cosa que facilita el reconeixement immediat i reforça la marca territorial. El perfil institucional oficial d'Instagram de l'Ajuntament de Tarragona (@tarragona_cat) segueix el mateix model, que assegura la claredat i la coherència. Per això, es planteja modificar el nom d'usuari de Tarragona Cultura de @tgncultura a @tarragonacultura, cosa que permetria una identificació més directa amb la ciutat, especialment entre públics externs que no coneixen l'abreviatura «TGN», seguint així l'estratègia de les principals ciutats catalanes per reforçar la seva comunicació cultural i el seu posicionament territorial.

Inicialment es mantindrà la marca actual i s'estudiarà la relació entre @tgncultura i @tarragonacultura per a la seva promoció més enllà de la ciutat.

Accions per a la implementació

- Actualitzar els noms dels perfils d'usuari a totes les xarxes socials.
 - Sol·licitar el canvi del nom d'usuari a Instagram, X, TikTok, Facebook i YouTube, passant de @tgncultura a @tarragonacultura.
- Comunicar el canvi internament i externament.
 - Informar els equips interns de comunicació sobre l'actualització i els motius que la justifiquen.
 - Fer una campanya de comunicació a través de les xarxes socials per anunciar el canvi de nom d'usuari i assegurar que els seguidors actuals continuïn connectats.
 - Incloure exemples com els casos de @gironacultura i @cultura_lleida per contextualitzar la proposta.
- Optimitzar l'estratègia SEO i les etiquetes.
 - Incorporar el nom «Tarragona» en les descripcions de perfil, els continguts i les etiquetes (#TarragonaCultura, #Tarragona) per reforçar la visibilitat i el posicionament en cercadors i xarxes del nom complet de la ciutat.
- Alinear la marca cultural amb la institucional.
 - Col·laborar amb l'Ajuntament per garantir coherència en la comunicació global, mantenint la línia del perfil institucional (@tarragona_cat) i reforçant el nom complet de la ciutat com a eix central de la marca cultural.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Monitorar i ajustar.
 - Mesurar l'impacte del canvi mitjançant mètriques com són l'augment de seguidors, les interaccions i el reconeixement de marca.
 - Estar atents a possibles confusions o reticències inicials per ajustar l'estratègia si cal.

Beneficis

- Identificació immediata. El nom «Tarragona» facilita la connexió emocional i el reconeixement geogràfic tant a escala local com externa.
- Coherència de marca. L'alineació amb el perfil institucional reforça la imatge unificada de la ciutat i segueix l'exemple d'altres ciutats com Girona i Lleida, que han consolidat la seva marca cultural.
- Millor posicionament digital. La claredat del nom permet que més usuaris associïn les xarxes socials directament amb Tarragona.
- Connexió amb nova ciutadania. Facilita l'arribada a audiències que desconeixen l'abreviatura «TGN» i amplia l'abast de les activitats culturals de la ciutat.

Amb aquesta actualització, Tarragona reforçarà la seva presència digital, consolidarà la seva identitat cultural en l'entorn digital i s'alinejarà amb bones pràctiques de comunicació territorial.

6.4. Altres accions d'àmbit general a desenvolupar

- Calendari cultural unificat.

Crear un calendari cultural unificat en línia que reuneixi totes les activitats culturals de Tarragona, complementat per un calendari físic de sobretaula que destaquï les principals cites culturals de la ciutat. Aquest sistema permetria als ciutadans accedir fàcilment a la informació cultural en el format que prefereixin, assegurant una millor planificació i participació.

Accions per la implementació

- Crear un calendari en línia integrat.
 - Plataforma centralitzada:
 - Desenvolupar un calendari digital integrat a la web de Tarragona Cultura o crear una pàgina específica per a la cultura de la ciutat. El contingut s'hauria de poder consultar des del dia 1 de gener de l'any nou.
 - Accessible des de qualsevol dispositiu (ordinador, mòbil o tauleta) i fàcil de trobar, que tingui un apartat visible en la pàgina principal.
 - Garantir la inclusió de la principal programació cultural local.
 - Incloure activitats d'interès general com fires o mercats culturals.
- Millorar l'agenda (app/web).
 - Integració amb entitats locals:
 - Oferir informació prèvia sobre l'accés a museus, teatres, associacions i altres agents culturals perquè puguin actualitzar directament les seves principals activitats amb un filtre de validació.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Filtres avançats.
 - Implementar filtres per tipus d'activitat, ubicació, edat, accessibilitat i preu.
- Subscriure's i rebre alertes.
 - Permetre als usuaris subscriure's a categories específiques i rebre notificacions.
 - Incloure eines com la integració amb Google Calendar per facilitar la gestió personal.
- Mapa interactiu.
 - Incloure un mapa amb les ubicacions de les activitats per facilitar la planificació.
- Calendari físic de sobretaula.
 - Disseny atractiu:
 - Crear un calendari físic amb imatges de qualitat i informació destacada dels esdeveniments més rellevants.
 - Exemple: il·lustracions de l'Associació d'Il·lustradores de Tarragona (AIT), potenciant artistes locals.
 - Distribució estratègica:
 - Repartir-lo per biblioteques, centres cívics, oficines de turisme i punts de gran afluència.
 - Incloure codis QR que dirigeixin al calendari en línia.
 - Focus en cites clau:
 - Destacar grans esdeveniments, com els actes que commemoren Tarragona com a Patrimoni de la Humanitat o el cicle festiu.
 - Integració entre formats.
 - Codis QR:
 - Incloure codis QR al calendari físic per accedir fàcilment a la versió en línia.
- Sinergia entre mitjans.
 - Promoure la versió digital a través de les activitats destacades en el calendari físic.
 - Assegurar que el calendari en línia reflecteixi els canvis o noves activitats en temps real.
- Crear la figura d'una persona interna tècnica de comunicació estratègica dins de l'Àrea de Cultura.

Actualment, l'Àrea de Cultura presenta una mancança estructural en l'àmbit de la comunicació, ja que no disposa de professionals específics dedicats exclusivament a aquesta funció. Aquesta absència limita la coordinació, la visibilitat i l'impacte de les activitats culturals, així com la coherència dels missatges difosos a través dels diferents canals.

En aquest Pla de comunicació es proposa incorporar la figura interna d'un tècnic de comunicació especialitzat en cultura, amb l'objectiu de centralitzar i optimitzar la

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

comunicació institucional i digital (d'aquest àmbit) i reforçar la relació entre la institució i la ciutadania.

Funcions del tècnic de comunicació:

- Disseny i execució d'un pla de comunicació anual. Elaborar i implementar una estratègia integral per a les activitats culturals, garantint una difusió eficient.
- Coordinació del Pla de comunicació del Pla estratègic Tarragona Cultura.
- La comunicació estratègica municipal de cultura.
- Assegurar la coherència visual i lingüística en tota la comunicació cultural.
- Planificació digital i de les xarxes socials. Supervisar l'estratègia i els continguts per a xarxes socials, web i altres plataformes digitals, per tal d'augmentar la interacció amb la comunitat, així com supervisar la TGN Agenda.
- Comunicació interna. Coordinar la informació dins de l'Àrea de Cultura, mantenint informats els equips sobre les activitats i els objectius estratègics.

Accions per a la implementació:

- Definir el perfil professional:
 - o Formació acadèmica en Periodisme, Comunicació, Publicitat o titulació universitària, amb experiència demostrada en el sector.
 - o Experiència en comunicació cultural, gestió de xarxes i redacció de continguts.
 - o Competències en estratègies digitals, relacions públiques i disseny gràfic bàsic.
- Integració al departament:
 - o Definició clara de funcions i responsabilitats.
 - o Formació inicial per familiaritzar-se amb els projectes i els objectius de l'àrea.
- Seguiment i avaluació:
 - o Establir indicadors clau (KPI) per mesurar l'impacte de la comunicació en termes de visibilitat i participació ciutadana.
 - o Avaluació anual per ajustar i millorar l'estratègia.

Beneficis esperats

La incorporació d'un tècnic de comunicació permetria incrementar la visibilitat i la difusió de les activitats culturals, cosa que afavoriria la participació ciutadana. Aquesta figura garantiria la coherència i la professionalització dels missatges, i asseguraria la seva uniformitat i alineació amb els valors del present Pla. A més, contribuiria a l'eficàcia digital amb estratègies adaptades a les tendències actuals, i fomentaria una millor connexió amb la ciutadania mitjançant canals de comunicació accessibles i inclusius, promovent així una participació ciutadana activa i diversa.

Conclusió

La incorporació d'un tècnic de comunicació dins de l'Àrea de Cultura és essencial per reforçar l'eficiència, la coherència i la visibilitat de les accions culturals municipals. Aquesta

figura no només optimitzarà la comunicació, sinó que contribuirà a generar una experiència cultural més enriquidora i participativa per a tota la ciutadania.

7. Comunicació i difusió del Pla estratègic

A continuació es detallen les accions específiques de comunicació destinades a acompanyar el desenvolupament del Pla estratègic Tarragona Cultura.

7.1. Creació d'una narrativa comuna

Tarragona és un lloc on convergeixen diverses disciplines culturals i patrimonials, que generen experiències enriquidores i transformadores. Una ciutat on sempre passen coses, desafiant l'estereotip que «a Tarragona no s'hi fa mai res» i afirmant el seu paper com a centre cultural i creatiu. Aquestes idees volen fer visibles l'energia i la diversitat cultural de la ciutat, i posicionar-la com a protagonista d'històries que connecten amb la seva comunitat i el seu entorn.

El relat de Tarragona Cultura s'ha de construir al voltant d'aquest concepte: «Tarragona: cultura en moviment» o «Tarragona: cultura viva per a tothom». Aquests exemples de lemes podrien reflectir perfectament la vitalitat i el dinamisme de la ciutat. Cada racó de Tarragona explica una història: des de les pedres romanes fins als teatres, els espais expositius o els carrers plens de música i festa. Aquesta narrativa situa les persones al centre, convidant-les a formar part d'un relat col·lectiu que abraça el passat i escriu el present i el futur.

Aquest relat principal actuarà com a eix vertebrador de totes les accions comunicatives, reforçant la idea d'una Tarragona que viu i respira cultura, amb la capacitat de despertar emocions, connectar amb les entitats culturals de la ciutat, generar coneixement i projectar-se com una ciutat que inspira.

Per altra banda, cal definir un relat autèntic i representatiu de la cultura local que sigui independent dels canvis polítics. Això garantirà que la ciutat mantingui una identitat cultural constant i que la ciutadania se senti part d'un projecte comú.

En definitiva, es tracta de desenvolupar un relat cultural unificat que connecti totes les accions i activitats culturals de Tarragona:

- Reforçar els principis del pla: destacar l'equitat, la diversitat, la inclusió i el gaudi com a pilars fonamentals.
- Promoure la cultura com a eix vertebrador: establir-la com un element central de la identitat tarragonina, enllaçant les diferents iniciatives amb una visió compartida que reforci el sentiment de pertinença.
- Fomentar la proximitat i la participació ciutadana: utilitzar un llenguatge proper i inspirador que involucri activament la ciutadania en els processos culturals.

Accions:

Per consolidar aquesta narrativa, es plantegen les accions estratègiques següents:

- Definir un lema o eslògan. Crear un missatge curt i potent que sintetitzi els valors del Pla i sigui fàcilment reconeixible.
- Identitat visual coherent. Desenvolupar una línia gràfica que transmeti unitat i reforci el relat cultural en tots els suports comunicatius.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Producció de continguts inspiradors. Generar històries, vídeos, pòdcasts i articles que expliquin el relat cultural a través de casos reals, experiències personals i èxits aconseguits gràcies a les mesures del Pla.

Aquesta narrativa es desplegarà mitjançant:

- Canals institucionals: web municipal, xarxes socials, butlletins electrònics i mitjans de comunicació locals.
- Espais públics i equipaments culturals: cartellera a l'espai públic, esdeveniments i activitats vinculades al relat.
- Col·laboració amb agents culturals: implicar artistes, entitats i associacions locals perquè adoptin i repliquin aquesta narrativa comuna, fent-la part de les seves pròpies iniciatives.

7.2. Campanya de visibilització dels valors culturals

Es proposa llançar una campanya multicanal, centrada en els valors del Pla (tradicions i arrelaments culturals, inclusió i diversitat, sostenibilitat, etc.), per generar identificació ciutadana. Eslògans com «Tarragona: cultura viva per a tothom» o «Tarragona: cultura en moviment» en podrien resumir l'essència i esdevenir el fil conductor de totes les accions de comunicació.

Aquesta campanya informativa utilitzaria cartells, tríptics, xarxes socials i mitjans de comunicació locals per donar a conèixer els espais de participació disponibles i explicar com formar-ne part, i tindria presència en múltiples canals:

- Web municipal.
- Xarxes socials: campanyes d'anuncis segmentats per arribar a diferents grups d'edat, interessos i zones de la ciutat. Es publicaran també continguts visuals i interactius (vídeos curts, infografies i enquestes).
- Mitjans locals: anuncis i reportatges especials en premsa escrita, ràdio i televisió per assegurar una cobertura extensa.
- Espais públics: instal·lació de cartells i pancartes, especialment en zones amb menys accés a equipaments culturals, per visibilitzar els valors de cohesió i inclusió.
- Vídeos promocionals: peces audiovisuals amb testimonis de creadors, gestors culturals i participants en activitats, explicant el valor que la cultura aporta a les seves vides i com contribueix a construir una Tarragona més viva i inclusiva.

7.3. Espais de participació ciutadana

En aquest punt, la mediació és una estratègia fonamental per activar els drets culturals i connectar el teixit social i la ciutadania amb els equipaments i els serveis culturals. Aquesta pràctica promou marcs de cocreació, reflexió i diàleg que fomenten la participació activa en la vida cultural de la ciutat. Mitjançant accions com la dinamització d'espais de trobada, la col·laboració amb centres educatius i la inclusió de col·lectius vulnerables, la mediació no només garanteix l'accés equitatiu a la cultura, sinó que també reforça els valors de diversitat, sostenibilitat i cohesió social. Aquest enfocament permet que la gestió cultural transiti cap a processos més oberts, compartits i planificats per impulsar una transformació social a través de les arts i la cultura.

Espais físics de participació:

- Taules rodones. Organització de debats presencials amb experts, representants institucionals i ciutadans, per reflexionar sobre els valors del Pla i com implementar les seves mesures. Aquestes trobades es poden dur a terme en equipaments culturals, centres cívics o espais públics de referència.
- Tallers participatius. Activitats pràctiques per a diferents segments de la població (infants, joves, adults, gent gran) que permetin conèixer en profunditat les accions del Pla i aportar idees creatives per a la seva aplicació.
- Punts informatius itinerants. Instal·lació de carpes en mercats, places i esdeveniments locals, amb personal preparat per respondre preguntes, recollir suggeriments i explicar els valors del Pla.
- Campanyes d'art públic. Visibilitzar els valors culturals a l'espai públic mitjançant murals, escultures o intervencions artístiques que involucrin artistes locals i veïns. Exemples: murals col·laboratius en barris amb missatges relacionats amb la cultura i la comunitat.
- Microexperiències culturals en barris. Apropar els valors culturals a cada barri mitjançant esdeveniments de petit format (música, teatre, poesia, exposicions) que reflecteixin la identitat i el patrimoni de Tarragona.

Espais virtuals de participació:

- Enquestes en línia. Creació de formularis interactius per recollir opinions i suggeriments sobre les accions en curs i les futures mesures. Aquestes enquestes poden estar vinculades a una campanya en xarxes socials per incrementar la participació.
- Plataforma digital participativa. Desenvolupament d'un espai web o app on la ciutadania pugui consultar el Pla, fer comentaris, respondre enquestes i proposar accions concretes. Aquest espai pot incloure fòrums temàtics per al debat entre ciutadans.
- Estríming d'actes públics. Retransmissió en directe de les taules rodones i els tallers, amb la possibilitat que els espectadors facin preguntes i comentaris en temps real.
- Ambaixadors locals. Involucrar entitats i figures reconegudes del territori com a ambaixadores del Pla, perquè puguin animar els seus seguidors i comunitats a participar-hi. Per exemple, crear una sèrie de microhistòries o entrevistes amb persones de la ciutat que representin els valors culturals del Pla.
- Difusió. Publicar-les en xarxes socials, blogs o a un apartat específic del web de Tarragona Cultura, i complementar-ho amb vídeos breus per a TikTok i Instagram Reels.

7.4. Jornades de portes obertes

Es proposa celebrar esdeveniments gratuïts en espais culturals emblemàtics, com són teatres, museus o biblioteques, per mostrar com es treballa en línia amb els valors del Pla. Aquestes jornades podrien incloure visites guiades, tallers i espectacles:

- Visites guiades. Rutes personalitzades que expliquin com l'espai cultural implementa els valors del Pla, posant èmfasi en exemples concrets, com la sostenibilitat, la inclusivitat o la innovació.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Tallers participatius. Activitats creatives, educatives o lúdiques per a totes les edats que reflecteixin els principis del Pla, com per exemple tallers d'art inclusiu, activitats que fomentin la sostenibilitat cultural o demostracions de tecnologia aplicada al patrimoni.
- Espectacles en viu. Presentacions teatrals, musicals o performàtiques que integrin els valors del Pla en la seva temàtica, contribuint a transmetre'ls d'una manera emocional.
- Exposicions temporals. Mostres que visibilitzin el treball fet en el marc del Pla, com ara projectes de transformació social mitjançant la cultura, iniciatives comunitàries o programes de recuperació del patrimoni.

Creació de materials de comunicació específics per a les jornades:

- Infografies i díptics. Explicacions visuals que detallin els objectius, els valors i les mesures del Pla, disponibles durant les jornades i per descarregar en línia.
- Vídeos i contingut audiovisual. Producció de vídeos breus que mostrin els preparatius, el desenvolupament i els impactes de les jornades, per difondre a través de xarxes socials i mitjans de comunicació.

Dinamització a través de les xarxes socials:

- Campanyes prèvies. Ús de les xarxes per generar expectació, amb tastos en vídeo, testimonis d'artistes i comunitats involucrades, o concursos per obtenir entrades especials.
- Cobertura en directe. Retransmissions i publicacions en viu durant les jornades per involucrar-hi també l'audiència digital.
- Testimonis i impacte postjornades. Compartir impressions de les persones assistents.
- Aliances amb agents culturals i mitjans de comunicació. Treballar conjuntament amb entitats culturals, creadors i mitjans locals per garantir una difusió més àmplia i la implicació activa dels agents del territori en les jornades.

7.5. Butlletí cultural mensual

L'enviament regular d'un butlletí electrònic cultural mensual general pot constituir una eina clau per establir una comunicació més fluida i efectiva amb la ciutadania, amb l'objectiu de transmetre els valors, les accions i les mesures del Pla. Aquest butlletí, dissenyat de manera atractiva i accessible, hauria d'incloure els continguts següents:

- Informació destacada sobre les accions en marxa. Una selecció de notícies, projectes i programes culturals rellevants en curs, presentats de manera clara i visual per facilitar la comprensió de l'impacte positiu que tenen en la ciutat.
- Testimonis de la ciutadania. Relats personals i experiències de persones que ja gaudeixen de la cultura a la ciutat. Aquestes històries ajudarien a humanitzar els projectes i a reforçar la connexió emocional amb la comunitat.
- Agenda d'activitats. Una recopilació d'activitats culturals destacades que es duuguin a terme en les pròximes setmanes. Cada activitat inclouria informació essencial com el nom, la data, l'hora, la ubicació i les instruccions per participar-hi o reservar-hi plaça, així com una breu descripció amb un llenguatge apte per a tota la ciutadania.

Funcionalitats interactives i personalització dels butlletins

Per fer el butlletí encara més útil per a cada usuari, es proposa incorporar-hi un apartat interactiu: «Entra al teu espai personal». Aquesta secció permetria a l'usuari personalitzar les seves preferències de recepció d'informació, és a dir, seleccionar els temes d'interès (arts escèniques, exposicions, activitats familiars, etc.) i rebre només la informació que s'ajusti als seus gustos i necessitats.

Fomentar la subscripció i la participació comunitària

Caldria promocionar la subscripció als butlletins electrònics de Tarragona Cultura per assegurar que la ciutadania pugui accedir a informació rellevant i actualitzada sobre la vida cultural i patrimonial de la ciutat. Aquest format pretén:

- Incrementar el sentiment de pertinença i participació en la comunitat cultural.
- Millorar la visibilitat de les activitats organitzades per l'Ajuntament i altres entitats culturals.
- Potenciar la imatge de proximitat, transparència i compromís de l'Ajuntament amb els valors culturals i socials.

Impacte esperat

La implementació del butlletí electrònic mensual no només contribuiria a informar, sinó que també reforçaria el diàleg amb la ciutadania mitjançant un canal efectiu per comunicar els valors del Pla i promoure una participació més activa en la vida cultural de la ciutat.

7.6. Infografies en llocs estratègics

Es proposa col·locar plafons i cartelleres, amb infografies atractives i accessibles, que expliquin de manera clara i sintètica els valors i les mesures del Pla. Caldria situar-los en espais de força trànsit, com la Rambla Nova, els mercats i els transports públics. Les accions principals serien:

- Disseny atractiu. Crear infografies amb tipografies clares, colors coherents i icones visuals en la imatge de Tarragona Cultura, que en facilitin la comprensió.
- Ubicació estratègica. Col·locar-les en llocs amb alta aflluència de persones (Rambla Nova, parades de transport públic, mercats, etc.) per garantir-ne la màxima visibilitat, però també en llocs on la cultura és menys visible.
- Adaptació a la ciutadania. Personalitzat el contingut segons l'espai i la diversitat de la ciutadania (temes específics per a cada entorn).
- Interactivitat. Incloure-hi codis QR per accedir a informació detallada i utilitzar tecnologies com ara pantalles digitals.
- Cohesió visual i missatge. Mantenir una línia visual consistent i missatges clars i motivadors per reforçar la identitat del Pla.
- Avaluació de l'impacte. Monitorar l'efectivitat de les infografies a través de la resposta ciutadana i observar l'impacte visual, per ajustar i millorar contínuament la comunicació.
- Estratègia multicanal. Complementar les infografies físiques amb versions digitals en xarxes socials i altres canals de comunicació.

7.7. Acostar-se a col·lectius específics

Desenvolupar accions personalitzades per a col·lectius específics (infants, joves, gent gran o persones amb diversitat funcional) garanteix que tota la ciutadania entengui els valors del Pla i hi connecti. Exemples: tallers en escoles, programes d'art incliusiu o rutes culturals guiades.

- Segmentant els col·lectius i definir els grups d'interès més importants:
 - o Joves: universitaris, estudiants de secundària
 - o Gent gran: jubilats, cuidadors
 - o Col·lectius vulnerables: persones amb discapacitat, en situació d'atur o amb risc d'exclusió social
 - o Comunitats nouvingudes: grups de diferents orígens culturals i idiomàtics
- Desenvolupar missatges personalitzats per a cada col·lectiu per ajustar el missatge i els canals de comunicació per a cada grup, de manera que sigui rellevant i fàcil d'entendre.
- Llenguatge adaptat, utilitzant un llenguatge senzill, clar i proper. Per exemple:
 - o Joves: missatges innovadors i dinàmics a través de xarxes socials, vídeos curts o influenciadors/es locals.
 - o Gent gran: missatges en formats fàcils de llegir (grans dimensions, colors contrastats) i utilitzant canals tradicionals, com ara cartells, butlletins o reunions presencials.
 - o Comunitats nouvingudes: utilitzar canals de comunicació pròxims a aquestes comunitats (associacions culturals, mitjans de comunicació locals, xarxes socials específiques).
- Temes d'interès. Focalitzar-se en els aspectes del pla que siguin més rellevants per cada col·lectiu.

8. Seguiment i avaluació

Les propostes per al seguiment i l'avaluació del Pla de comunicació de Tarragona Cultura, amb accions i eines concretes per fer un seguiment exhaustiu i obtenir resultats mesurables, podrien ser les següents:

1. Crear indicadors clars per mesurar l'impacte de les campanyes.

- Indicadors quantitatius:
 - o Participació i assistència: nombre d'assistents als esdeveniments (espectacles, concerts, festivals), comparant-lo amb l'aforament disponible i els anys anteriors.
 - o Interacció en xarxes socials: nombre de publicacions, comentaris, *m'agrada*, comparticions i visualitzacions a les diferents plataformes (Facebook, Instagram, X, TikTok, etc.).
 - o Taxa de conversió: percentatge de persones que, després de veure una campanya o informació, compren tiquets o participen en activitats.
 - o Increment del nombre de seguidors en els comptes institucionals o de Tarragona Cultura.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Visualitzacions de contingut multimèdia: nombre de visites, reproduccions i temps de visualització de vídeos, documentals o transmissions en directe.
- Indicadors qualitatius:
 - Satisfacció de la ciutadania: fer enquestes d'opinió als assistents a esdeveniments per recollir el seu nivell de satisfacció amb la comunicació, l'espectacle o l'activitat i l'organització en general.
 - Qualitat dels comentaris i interaccions: analitzar les converses en línia per identificar l'opinió de la ciutadania sobre els continguts promocionats, així com la percepció de la cultura local.
 - Impacte en la comunitat: mida de la implicació ciutadana, com el nombre de persones que participen activament en activitats prèvies o posteriors a l'esdeveniment, com ara tallers o debats.

2. Usar eines analítiques per optimitzar els recursos i adaptar les estratègies.

- Plataformes d'anàlisi digital:
 - Google Analytics. Per avaluar el trànsit web i la interacció amb la pàgina de Tarragona Cultura per entendre quins continguts són més populars i quins canals de difusió (correu electrònic, publicitat, socials) generen més trànsit.
 - Eines de monitoratge de xarxes socials. Plataformes com Hootsuite, Sprout Social o Buffer per gestionar i analitzar el rendiment en xarxes socials. Aquestes eines permeten planificar i revisar l'eficàcia de les publicacions, així com entendre les preferències de la ciutadania en temps real.
 - Anàlisi de sentiment. Utilitzar eines d'anàlisi de sentiment a les xarxes socials per avaluar la percepció pública dels esdeveniments, els artistes i les iniciatives de cultura popular.
- Recollida de dades a través de formularis i feedback directe:
 - Fer enquestes en línia, posteriors a l'esdeveniment (amb eines com Google Forms, Jotform, Typeform o SurveyMonkey), per obtenir opinions detallades sobre l'experiència dels usuaris i l'eficàcia de les campanyes comunicatives.
 - Fer servir formularis de suggeriments en els esdeveniments per aconseguir aportacions en temps real dels assistents, millorant la resposta immediata.

3. Revisar periòdicament els resultats i adaptar les estratègies.

- Anàlisi trimestral:
 - Dur a terme reunions trimestrals per revisar els resultats de les campanyes, basant-se en les dades quantitatives i qualitatives obtingudes a través de les eines d'anàlisi. Aquestes reunions haurien de ser participatives, implicant-hi els responsables de comunicació i màrqueting i les entitats culturals involucrades.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Definir KPI (indicadors clau de rendiment) i establir metes clares per a cada campanya o acció específica. Per exemple, si una campanya s'ha centrat a aconseguir més assistents a un espectacle, l'objectiu seria augmentar la taxa d'assistència en un cert percentatge comparat amb anys anteriors.
- Comitès de revisió i resposta de la ciutadania:
 - Crear un comitè de revisió que inclogui representants de diversos sectors (joves, persones grans, artistes locals, etc.) per proporcionar una perspectiva diversificada i garantir que les estratègies siguin inclusives.
 - En cada revisió, tenir en compte la resposta obtinguda a través de les enquestes i els comentaris en línia per ajustar les campanyes i millorar així la qualitat i la connexió amb els diferents segments de ciutadania.

4. Monitorar la percepció mediàtica i la comunitat.

- Anàlisi de cobertura mediàtica:
 - Fer un seguiment de la cobertura mediàtica a través de mitjans de comunicació locals i nacionals, incloent-hi ràdios, televisions, premsa escrita i en línia, per mesurar com es reflecteix la cultura de Tarragona als mitjans.
 - Utilitzar eines de monitoratge de mitjans per obtenir informes detallats sobre les mencions a Tarragona Cultura en notícies, blogs i xarxes socials.
- Mesurar la influència dels influenciadors locals:
 - Establir col·laboracions amb influenciadors locals que puguin ajudar a amplificar els missatges, analitzant l'impacte de les seves publicacions (comparticions, comentaris, mencions) com a part de l'estratègia de difusió.

5. Establir un sistema de retroalimentació contínua.

- Seguiment a llarg termini de l'impacte cultural. Fer un estudi d'impacte cultural a més llarg termini, mitjançant enquestes periòdiques als participants, per avaluar com han influït les activitats en el seu coneixement i apreciació de la cultura local i l'evolució de les seves preferències culturals.

6. Analitzar el rendiment de les col·laboracions i aliances.

- Impacte de les aliances i col·laboracions. Avaluar com les aliances amb entitats culturals, artistes o altres institucions han millorat la visibilitat de Tarragona Cultura. A través d'enquestes i entrevistes a col·laboradors, mesurar si aquestes aliances han sigut fructíferes per al creixement de la participació o la diversitat cultural de les activitats.
- Seguiment de les sinergies generades entre entitats culturals. Mesurar el grau d'interacció entre les diferents entitats culturals, els seus membres i la ciutadania per garantir que les sinergies entre les parts siguin eficients i productives.

9. Conclusions

El Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033 es presenta com una eina estratègica fonamental per transformar i consolidar la cultura com a motor de participació ciutadana i desenvolupament comunitari. Aquest Pla no només aborda les mancances detectades en la comunicació cultural de la ciutat, sinó que ofereix una visió integradora i sostenible per construir un relat comú que connecti ciutadania, institucions i agents culturals.

Un dels pilars centrals del Pla és la mediació cultural, entesa com un procés clau per facilitar la comprensió, l'accés i la participació activa de tota la ciutadania en la vida cultural de Tarragona. Mitjançant la reflexió, el diàleg i la col·laboració, la mediació fomenta una cultura inclusiva en què la ciutadania esdevé no només receptora, sinó també cocreadora d'experiències i narratives compartides, la qual cosa contribueix a enfortir el teixit social i a projectar una imatge de Tarragona com una ciutat dinàmica i accessible.

Aquest Pla, alhora, reforça valors fonamentals com l'equitat, la diversitat, la sostenibilitat i la innovació, amb accions que garanteixen l'accessibilitat a la cultura per a tothom, especialment per a aquells col·lectius tradicionalment menys representats. A través de processos de mediació endògens i exògens, es busca connectar les institucions amb el territori, i implicar, tant els professionals com els ciutadans, en la creació i el desenvolupament de projectes culturals.

El Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033 suposa un avenç significatiu en la manera com la ciutat concep, desenvolupa i difon la seva activitat cultural. Aquest document estratègic s'ha dissenyat per garantir una comunicació més eficaç, inclusiva i alineada amb les necessitats i les expectatives de la ciutadania, amb l'objectiu de consolidar Tarragona com una ciutat de referència en l'àmbit cultural i creatiu.

El Pla estableix un marc de treball que permet millorar la difusió i la visibilitat de la cultura local, i alhora fomentar la participació activa de la ciutadania i la col·laboració entre institucions, entitats i creadors culturals. A través de diverses accions, com la creació d'una plataforma digital unificada, l'ampliació dels canals de comunicació i la implementació de nous formats d'interacció amb el públic, Tarragona reforça la seva identitat cultural i facilita l'accés a la cultura a tota la població.

Aquest Pla adopta una visió que transcendeix la simple transmissió d'informació per esdevenir un model de comunicació participativa, en què la ciutadania no és només receptora de continguts, sinó també generadora d'idees i projectes culturals. La creació d'espais de diàleg i cocreació amb artistes, entitats i col·lectius permetrà potenciar la diversitat i la innovació en la programació cultural de la ciutat.

Un dels aspectes clau d'aquest Pla és la voluntat de fer la cultura més accessible per a tots els col·lectius, independentment de la seva situació socioeconòmica, edat o condició física. Les accions previstes asseguren la descentralització de les activitats culturals, per portar-les a tots els districtes de la ciutat i facilitar-hi l'accés a través de suports digitals, presencials i físics adaptats a diferents necessitats.

L'ús de tecnologies digitals, eines d'intel·ligència artificial i estratègies de comunicació segmentada permetrà adaptar els missatges i els continguts als diversos públics objectiu. Aquesta transformació digital és fonamental per aconseguir augmentar la interacció i el

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

compromís amb la ciutadania, especialment amb les noves generacions, que consumeixen cultura de manera diferent i a través de múltiples plataformes.

Per garantir l'efectivitat d'aquest Pla, s'ha establert un sistema d'avaluació i revisió constant que permetrà ajustar i millorar les accions de comunicació al llarg dels anys. A través d'indicadors de rendiment, enquestes de satisfacció i estudis d'impacte, es mesurarà l'abast i la influència de les estratègies implementades, per garantir que s'adaptin a les necessitats canviants de la ciutat.

Amb aquest Pla, Tarragona fa una aposta decidida per la cultura com a eix vertebrador de la seva identitat i cohesió social. El model de comunicació proposat contribuirà a enfortir el teixit cultural de la ciutat, connectar millor les institucions amb la ciutadania i generar noves oportunitats per als creadors i les entitats culturals. Aquesta estratègia no només millorarà la percepció i la difusió de la cultura tarragonina, sinó que també consolidarà Tarragona com una ciutat culturalment innovadora i accessible, oberta al món i en constant evolució.

En definitiva, el Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033 és una eina essencial per impulsar la dinamització cultural de la ciutat i garantir una comunicació més efectiva, inclusiva i participativa. La seva implementació marcarà una nova etapa en la relació entre cultura i ciutadania, fent que Tarragona esdevingui un model de referència en la gestió i la difusió cultural a escala local, nacional i internacional.

10. Cronograma

Fase 1. Preparació i diagnosi (2026-2027)

Gener-juny 2026:

- Elaborar un calendari cultural unificat.
- Definir les estratègies de comunicació per a diferents públics objectiu.
- Dissenyar un servei d'informació digital i presencial.

Juliol-desembre 2026:

- Establir punts d'informació físics estratègics (biblioteques, oficines de turisme, centres cívics).
- Fer proves pilot de nous canals de comunicació (pantalles digitals, aplicacions mòbils, xarxes socials).
- Executar les primeres accions de mediació cultural per fomentar la participació ciutadana.
- Crear un comitè de seguiment i avaluació del Pla.

2027:

- Fer enquestes i processos participatius per recollir l'opinió de la ciutadania.
- Primeres campanyes de sensibilització i promoció del pla.
- Millora de l'accessibilitat i usabilitat del calendari cultural digital.

Fase 2. Implementació progressiva (2028-2030)

2028:

- Ampliar el calendari cultural amb integració en Google Calendar i l'aplicació mòbil TGN Agenda.
- Crear continguts audiovisuals per a xarxes socials i mitjans digitals.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Aplicar estratègies de difusió en col·laboració amb influenciadors culturals i mitjans locals.
- Organitzar les primeres jornades de portes obertes i activitats de mediació cultural.

2029:

- Expandir la difusió cultural a través de mitjans tradicionals i digitals.
- Millorar el servei d'informació cultural (més punts físics, actualització del web).
- Llançar campanyes de participació ciutadana i cocreació cultural.
- Avaluar l'impacte de les accions implementades i fer ajustaments segons les necessitats detectades.

2030:

- Dur a terme la primera revisió global del Pla i reajustar les estratègies.
- Implementar eines de comunicació intel·ligent basades en IA per personalitzar continguts.
- Consolidar la col·laboració amb entitats locals i artistes per a una comunicació més propera.

Fase 3. Consolidació i avaluació final (2031-2033)

2031-2032:

- Optimitzar els canals de comunicació amb noves tecnologies i estratègies de segmentació d'audiències.
- Crear un programa formatiu en comunicació cultural per als professionals del sector.
- Revisar l'impacte del Pla mitjançant dades recollides i resposta ciutadana.
- Executar una nova campanya per a la internacionalització de Tarragona com a ciutat cultural de referència.

2033:

- Redactar un informe final amb resultats i aprenentatges del Pla.
- Fer propostes per a la continuïtat i la sostenibilitat del model comunicatiu cultural.
- Celebrar un congrés sobre comunicació cultural per compartir experiències i bones pràctiques.

(La redacció i l'articulació de continguts d'aquest Pla de comunicació ha anat a càrrec de Laia Marín, consultora en comunicació i màrqueting digital. Aquest Pla s'ha pogut dur a terme gràcies al treball conjunt i als continguts sorgits en la diagnosi del Pla estratègic Tarragona Cultura, l'anàlisi de la situació de la comunicació cultural a la ciutat, reunions de treball amb personal tècnic municipal i altres espais participatius, etc.)

Annexos

Annex 1. Recomanacions per a la comunicació cultural adreçades als serveis municipals

Acció cultural social i comunitària

Per potenciar la cultura com a eina transformadora i inclusiva a Tarragona, cal posar en pràctica una comunicació basada en la participació activa de la ciutadania, amb especial atenció als col·lectius més vulnerables i joves. Això inclou la promoció de la diversitat cultural, la creació de xarxes comunitàries i la utilització de canals innovadors per connectar amb tots els públics. L'objectiu és fer la cultura més accessible i inclusiva, donant veu als col·lectius en la programació i generant espais que fomentin el diàleg cultural.

1. Atracció i inclusió dels joves i altres col·lectius.

Cal generar estratègies que assegurin la participació activa de la joventut i altres grups amb qui es connecta amb més dificultat i que garanteixin una comunicació que integri la perspectiva de gènere, la inclusió i l'accessibilitat en totes les accions culturals.

Accions:

- Impulsar laboratoris de creació cultural juvenil en col·laboració amb artistes locals.
- Organitzar itineraris culturals comunitaris que reflecteixin la diversitat de Tarragona.
- Fomentar la implicació activa de col·lectius culturals mitjançant tallers participatius o mostres col·laboratives d'art.

2. Coordinació i integració de serveis municipals.

La cultura pot actuar com a pont per unir serveis municipals (Joventut, Serveis Socials Igualtat, Polítiques Feministes i LGTBI+, etc.) per optimitzar recursos i ampliar la difusió cultural.

Accions:

- Desenvolupar xarxes internes de comunicació entre departaments municipals per planificar esdeveniments conjunts.
- Crear fòrums trimestrals amb entitats socials i culturals per compartir estratègies.
- Elaborar materials compartits de difusió que incloguin tota l'oferta cultural local.

3. Fomentar la participació cultural amb equitat.

Per garantir la igualtat d'accés i participació, és clau utilitzar llenguatges inclusius i canals diversos per arribar a tots els col·lectius.

Accions:

- Crear guies culturals amb pictogrames i llenguatge simplificat per a persones amb discapacitat cognitiva.
- Oferir visites culturals tàctils i amb audiodescripcions.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Promoure festivals inclusius, amb espais reservats per a la diversitat funcional.

4. Ús innovador de les xarxes socials per al públic jove.

Les xarxes socials i les noves tecnologies són fonamentals per generar connexions més fortes amb la joventut.

Accions:

- Crear campanyes participatives amb el format de narrativa de marca (*storytelling*) interactiva.
- Oferir formacions per a joves sobre com utilitzar les xarxes socials per a la creació cultural.
- Llançar un canal de difusió cultural a Discord per fomentar la interacció constant.

5. Espais de diàleg cultural comunitari.

Fomentar l'organització d'espais on la ciutadania pugui expressar-se i cocrear projectes culturals en un marc participatiu.

Accions:

- Obrir cafès culturals mensuals amb taules rodones temàtiques.
- Establir un banc d'idees obert per a propostes ciutadanes a través d'una plataforma digital.
- Facilitar un cicle de debats intergeneracionals per fomentar la comprensió cultural.

6. La cultura com a motor d'empoderament social.

És fonamental que la cultura sigui una eina de visibilització i empoderament per a aquells col·lectius en risc d'exclusió o que necessiten més espais d'expressió.

Accions:

- Dissenyar projectes artístics que donin veu a experiències invisibilitzades (per exemple, murals comunitaris).
- Col·laborar amb associacions per cocrear obres teatrals de temàtica social.
- Oferir tallers de narrativa autobiogràfica per a dones i joves en risc d'exclusió.

7. Crear un pòdcast.

La finalitat és explicar què es cou a Tarragona en l'àmbit cultural i enganxar els joves, acostant-los la cultura de Tarragona d'una manera dinàmica, entretinguda i actual. La ciutat té una oferta cultural rica i variada, però sovint costa arribar al públic juvenil. Per això, aquest format àgil i accessible pot ser una eina clau per aconseguir-ho.

Estructura i continguts:

El pòdcast es podria estructurar en episodis curts (15-30 minuts) i amb diferents seccions:

- Agenda cultural: repàs d'esdeveniments destacats de la setmana o el mes (concerts, exposicions, festes populars, teatre, etc.)
- Entrevistes: converses amb artistes, organitzadors i joves creadors de Tarragona
- Secció «Off the record»: anècdotes curioses del panorama cultural local

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Participació juvenil: espai perquè els joves recomanin activitats, comparteixin experiències o proposin temes

Difusió i impacte:

Per garantir l'èxit del pòdcast, caldria una bona estratègia de difusió:

- Publicació en plataformes com Spotify, Apple Podcasts i YouTube.
- Presència activa en xarxes socials (Instagram, TikTok), amb clips curts i continguts atractius.
- Col·laboracions amb entitats culturals, escoles i universitats per arribar a més joves.

Cultura i educació**1. Integrar la cultura en el pla educatiu.***Accions:*

- Col·laborar amb els centres educatius per integrar la cultura local en activitats dins del pla educatiu. Per exemple, crear un projecte interdisciplinari en què els alumnes investiguin sobre el patrimoni històric i cultural de Tarragona, com ara les muralles romanes, els festivals locals o la gastronomia tarragonina.
- Desenvolupar materials educatius i recursos digitals interactius sobre la cultura local i el patrimoni per ser utilitzats a les aules. Això inclou vídeos, jocs didàctics i aplicacions mòbils que facilitin l'accés a la cultura de manera entretinguda i educativa.

Exemple concret: Crear una plataforma digital amb recursos interactius sobre la història de Tarragona, amb jocs, vídeos i activitats, que els mestres puguin utilitzar a classe com a part de les assignatures d'història i art.

2. Campanyes de sensibilització sobre la importància de la cultura en l'educació.*Accions:*

- Llançar campanyes de comunicació pública (a través de xarxes socials, cartelleria, etc.) que remarquin els beneficis de la cultura com a eina educativa i transformadora, mostrant exemples concrets de com la cultura influeix en l'aprenentatge i el desenvolupament personal i social dels joves.
- Incloure missatges a les xarxes socials municipals (Instagram, TikTok) que mostrin com la cultura pot esdevenir un motor de canvi social, potenciant les habilitats socials, creatives i crítiques de la joventut.

Exemple concret: Crear una sèrie de publicacions a Instagram i TikTok amb testimonis de joves que expliquin com participar en activitats culturals ha influït en el seu desenvolupament personal, acadèmic o social.

3. Establir espais de diàleg i col·laboració entre educadors i agents culturals.*Accions:*

- Crear taules de treball o fòrums entre professionals de l'educació i agents culturals per compartir coneixements i recursos i definir programes educatius i activitats

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

conjunes. Aquests espais poden tenir un format presencial (reunions de treball, jornades de formació) o virtual (seminaris web).

- Organitzar sessions de formació i capacitació per als mestres i educadors sobre com integrar la cultura a les aules, oferint-los eines per fer-ho d'una manera creativa i eficaç.

Exemple concret: Organitzar una jornada anual de treball entre educadors i artistes locals, amb tallers pràctics de com implementar projectes culturals dins de l'aula.

4. Fomentar la participació juvenil en projectes culturals locals.

Accions:

- Establir espais de participació activa on les persones joves puguin formar part del disseny i la creació de projectes culturals locals. Pot ser a través de concursos, assemblees o grups de treball sobre temes culturals (com el patrimoni, les festes populars, etc.).
- Oferir beques o ajuts per a joves creadors perquè puguin desenvolupar els seus propis projectes culturals (artístics, musicals, literaris, etc.), i així generar un sentit de comunitat i pertinença entre el jovent de Tarragona.

Exemple concret: Crear un concurs anual de creació cultural (fotografia, vídeo, escriptura) o de disseny de nous esdeveniments culturals, amb el suport de l'Ajuntament per a la seva producció i difusió.

5. Crear xarxes de difusió de les activitats culturals per a persones joves.

Accions:

- Establir una plataforma digital dedicada a la difusió d'activitats culturals dirigides a joves, on es pugui consultar el calendari d'esdeveniments, així com informació sobre programes educatius, beques i recursos per a la formació artística.
- Utilitzar xarxes socials i aplicacions mòbils per fer arribar la informació d'una manera dinàmica i atractiva per als joves. Les actualitzacions sobre activitats culturals han de ser immediates i accessibles.
- Crear un pòdcast mensual amb entrevistes a joves que expliquin com les activitats culturals han influït en el seu desenvolupament acadèmic i creatiu. Aquest pòdcast es pot compartir a través de Spotify, Apple Podcasts i altres canals.

Exemple concret: Utilitzar un compte d'Instagram o TikTok per difondre activitats i recursos culturals per a joves, amb informació directa sobre concerts, exposicions, festivals i tallers.

6. Integrar la cultura local en el món virtual i ludificació de l'aprenentatge.

Accions:

- Desenvolupar eines interactives com ara jocs educatius en línia o apps que permetin als estudiants conèixer el patrimoni cultural de Tarragona de manera lúdica i entretinguda. Aquestes eines podrien incloure reptes de geocerca (perquè les persones joves descobreixin llocs d'interès cultural) o trivials interactius sobre la història i la cultura local.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Impulsar experiències digitals immersives, com la realitat augmentada (AR) o la realitat virtual (VR), per fer accessibles els espais patrimonials i les obres d'art a través de les noves tecnologies. Aquestes experiències poden ser utilitzades en escoles i museus locals.

Exemple concret: Desenvolupar una aplicació que utilitzi la realitat augmentada per descobrir el patrimoni arquitectònic de Tarragona mentre els estudiants interactuen amb elements històrics a través del seu dispositiu mòbil.

7. Crear espais culturals inclusius per a tot l'alumnat.

Accions:

- Garantir que les activitats culturals siguin inclusives, fomentant la participació de tots els sectors socials, especialment dels més vulnerables. Això pot incloure programes específics per a estudiants amb discapacitats i joventut nouvinguda o en situació de vulnerabilitat.
- Organitzar activitats culturals de caràcter intergeneracional per fomentar la cohesió social a través de la cultura i l'educació.

Exemple concret: Fer una exposició en què les persones joves puguin explorar temes com la diversitat cultural i la inclusió social, amb activitats per a estudiants de diferents orígens i capacitats.

Cultura popular i patrimoni immaterial

1. Les entitats de cultura popular són el cor i l'ànima de les nostres tradicions, ja que preserven i promouen un patrimoni immaterial que dona identitat i cohesió a la comunitat.

Acció:

- Valorar la seva tasca. Una acció de comunicació efectiva seria dedicar una publicació setmanal a les xarxes socials per destacar cadascuna d'aquestes entitats. Aquestes publicacions podrien incloure una breu explicació sobre qui són, la seva història, els valors que representen i la seva contribució al teixit cultural i social. Aquesta iniciativa no només donaria visibilitat a la seva feina, sinó que també fomentaria l'orgull col·lectiu i implicaria la ciutadania en la seva preservació i suport.
2. Campanya en xarxes socials «Explica la teva festa», amb la finalitat de fomentar la participació ciutadana en la difusió de les festes de Tarragona mitjançant la creació de contingut generat per usuaris. Amb una crida inicial en xarxes socials, s'animarà la ciutadania i els membres del Seguici a compartir històries, vivències i emocions personals vinculades a les festes, utilitzant les etiquetes #ExplicaLaTevaFesta, #FestesDeTarragona i #SeguiciPopularTGN. A més, es podria col·laborar amb entitats i col·lectius festius per compartir testimonis destacats a través de vídeos breus (*reels* i TikTok), fotografies i entrevistes, donant visibilitat a la riquesa cultural i la identitat col·lectiva de les festes tarragonines.
3. Compte enrere permanent per a Santa Tecla. Es proposa la creació d'un espai permanent de compte enrere perquè comenci Santa Tecla, la festa gran de Tarragona, amb una pantalla que mostri els dies, les hores i els minuts restants fins a l'inici de la celebració.

On i com?

- Instal·lar una pantalla fixa en un lloc emblemàtic, com la Rambla Nova, el Balcó del Mediterrani, la plaça de la Font o un punt central de la Part Alta.
- També es poden utilitzar les pantalles dels voltants del Mercat Central i altres punts estratègics per reforçar la visibilitat.

Funcionalitats i impacte:

- Aixecar expectació durant tot l'any i crear una sensació d'il·lusió col·lectiva.
- Potenciar el sentiment de pertinença a la festa i la cultura popular.
- Aprofitar la pantalla per mostrar informació cultural, imatges d'edicions passades o anuncis d'actes destacats.
- Possibilitat d'integrar elements interactius (codi QR per accedir a informació addicional, compte enrere personalitzat en xarxes socials, etc.).

4. Selecció d'influenciadors culturals. Triar creadors de contingut vinculats a la cultura popular, com youtubers, tiktokers i bloguers amb audiència jove i interès per les tradicions.

Activitats proposades per l'Àrea de Cultura:

- Assistir a un assaig de castells. Convidar-los a participar en un assaig per mostrar l'emoció i la tècnica d'aquesta tradició. Crear contingut que expliqui l'esforç i el treball en equip.
- Explicar el Seguici des de dins. Permetre'ls conèixer i participar en un Seguici festiu (cercaviles, danses) per compartir l'experiència de manera autèntica i emocional.
- Documentar el dia de la festa. Cobrir festes populars, com una festa major o una diada castellera, capturant el moment i històries personals dels participants.

Objectius:

- Connectar emocionalment amb els joves, mostrant la cultura popular com una part viva i atractiva.
- Fomentar la participació activa en les festes i tradicions.

Arts escèniques i música*Accions:*

- Xarxes socials i continguts digitals. Crear vídeos promocionals i entre bastidors (*behind the scenes*) a Instagram, TikTok, i YouTube per atreure els joves. També es recomana l'ús de campanyes publicitàries segmentades per xarxes i tipus de ciutadania, i classificades per interessos, per promocionar espectacles i festivals.
- Col·laboracions amb influenciadors i mitjans locals. Convidar influenciadors locals a cobrir esdeveniments i fer entrevistes en mitjans locals per ampliar l'abast de la comunicació i fomentar una connexió més personalitzada amb la ciutadania.
- Promoció presencial i festivals. Organitzar esdeveniments de màrqueting de carrer o de guerrilla, com poden ser performances en espais públics, i festivals híbrids (en viu i en línia) per fer arribar la cultura a tota la ciutadania.
- Accions educatives i participatives. Crear tallers de música i teatre per a joves i escoles, i oferir activitats educatives que connectin la cultura amb el món escolar i familiar, com ara concerts escolars i tallers de creació musical.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Interacció amb la ciutadania. Fomentar la participació activa de la ciutadania a través d'enquestes i formularis d'opinió posteriors a l'esdeveniment per adaptar la comunicació a les seves necessitats i preferències.

Arts visuals*Accions:*

- Creació d'una base de dades d'artistes locals. Desenvolupar una plataforma digital en un apartat específic al web de Tarragona Cultura per donar visibilitat als artistes locals i facilitar la seva connexió amb la ciutadania i altres professionals del sector cultural.
- Jornades de portes obertes i exposicions col·laboratives. Organitzar activitats interactives, com ara jornades de portes obertes i exposicions temporals, per fomentar la participació ciutadana i l'intercanvi entre creadors i ciutadania.
- Incorporació de noves tecnologies. Integrar experiències digitals i exposicions en línia per ampliar l'abast de les obres i internacionalitzar la ciutat com a referent en arts visuals.
- Programació inclusiva i comunicació interseccional. Garantir una representació diversa en la programació cultural, reflectint la diversitat social i cultural de Tarragona, i utilitzar canals de comunicació accessibles a ciutadania diversa.
- Aliances amb institucions educatives. Establir aliances amb escoles, instituts i l'Escola d'Art de la Diputació de Tarragona per integrar les arts visuals en els processos educatius mitjançant tallers, concursos i programes conjunts.
- Campanyes de comunicació digital i xarxes socials. Utilitzar les xarxes socials per promocionar els artistes locals i les seves obres i generar converses al voltant de les arts visuals mitjançant contingut atractiu i interactiu.
- Suport a la creació artística local. Oferir beques, subvencions i espais de difusió per als artistes locals, per afavorir la seva creació i projecció pública.

A més, es recomana incloure la interseccionalitat en tots els aspectes de la creació i la programació cultural, assegurant que es reflecteixi la diversitat de la ciutat. Aquestes indústries, amb les seves capacitats tecnològiques, poden desenvolupar noves formes d'interacció amb la ciutadania, aprofitant canals més dinàmics com són les aplicacions mòbils, els pòdcasts o espais publicitaris innovadors, que acostin la cultura a la nova ciutadania i n'incrementin la participació.

A tall d'exemple, una acció amb l'Escola d'Art de la Diputació de Tarragona, que es podria traslladar als ens o departaments municipals:

- Col·laboració amb l'Escola d'Art. Impulsar programes conjunts amb l'Escola d'Art per crear tallers, exposicions i concursos que involucrin tant els estudiants com els artistes locals professionals. Això pot incloure la creació d'un circuit d'exposicions itinerants que permeti als estudiants presentar les seves obres en diferents espais públics i culturals de la ciutat.
- Formació i mentoria. Establir un programa de mentoria entre artistes locals i estudiants de l'Escola d'Art, oferint als joves una oportunitat de creixement i aprenentatge directe al costat de creadors professionals.

Patrimoni històric i arxiu

Per millorar la comunicació del patrimoni històric, es recomana unificar els esforços de divulgació entre els diferents serveis municipals implicats en la gestió del patrimoni. Això pot incloure la creació de materials didàctics i digitals, amb continguts accessibles per a tota la ciutadania (des de nens fins a persones grans).

També és essencial modernitzar la manera en què es presenta la informació en els espais patrimonials, utilitzant noves tecnologies (audioguies digitals o aplicacions mòbils interactives) per oferir una experiència més atractiva i accessible.

Accions:

- Cohesió de marca i unificació del relat.
- Crear una identitat unificada. El Museu d'Història de Tarragona (MHT) es percep de manera fragmentada. Es recomana reforçar-ne la imatge com un «museu a l'aire lliure», destacant els elements patrimonials que configuren la ciutat com un conjunt monumental únic.
- Eslògan distintiu. Desenvolupar un eslògan que reflecteixi la proposta de valor únic de Tarragona, centrant-se en la seva importància com a antiga capital romana d'Hispania.

Ús d'eines digitals:

- Millorar el lloc web. Cal incorporar-hi elements interactius, recursos pedagògics i experiències personalitzades. A més, es recomana optimitzar el SEO per augmentar el trànsit i facilitar la compra d'entrades.
- Ludificació i apps. Desenvolupar aplicacions i activitats ludificades per implicar ciutadania jove i fomentar-ne la participació.

Col·laboració institucional:

- Treballar amb altres agents culturals. Vincular el relat del MHT amb altres institucions (Arquebisbat, MNAT, MAMT...) per crear una experiència patrimonial més cohesiva.

Biblioteques i activitats literàries

Les biblioteques són un punt central de dinamització cultural, per la qual cosa és fonamental comunicar adequadament les activitats literàries que s'hi organitzen. Es recomana centralitzar totes les activitats literàries en una agenda comuna, accessible tant a través de canals digitals com de mitjans tradicionals, i difondre-les activament a través de les xarxes socials. També es poden establir col·laboracions amb autors locals, editorials i associacions literàries per promocionar la creació literària i impulsar esdeveniments com ara premis literaris, presentacions de llibres i clubs de lectura.

A més, es pot explorar la creació d'una plataforma digital per compartir les obres d'autors locals, facilitant així la descoberta i el consum literari de manera interactiva i moderna.

1. Connectar literatura i patrimoni històric.

- Biblioteques en espais patrimonials. Crear biblioteques temporals o punts de lectura en monuments emblemàtics, amb seleccions temàtiques de llibres que relacionin el lloc amb la història o la literatura.

2. Digitalització i divulgació.

- Audioguies literàries. Desenvolupar una app amb relats o fragments literaris que expliquin la història de cada monument, per complementar la visita amb una experiència immersiva.
- Club de lectura històric. Crear un espai, físic o virtual, per debatre obres literàries vinculades al patrimoni de Tarragona.

3. Activitats intergeneracionals i participatives.

- Tallers d'escriptura creativa. Dirigits a infants, joves i adults, amb temàtica basada en el patrimoni històric o els mites romans de Tàrraco.
- Concursos literaris. Promoure concursos en què els participants expliquin històries inspirades en monuments o espais històrics.

4. Promoció transversal.

- Biblioteques com a punts d'informació cultural. Establir les biblioteques com a espais on la ciutadania pugui accedir a informació sobre la història de Tarragona, amb exposicions, xerrades o materials de divulgació.
- Col·laboració amb festivals. Integrar activitats literàries en el programa de festivals culturals com Tarraco Viva, potenciant la vinculació entre història i literatura.

5. Promoció digital.

- Campanyes temàtiques. Promocionar en xarxes esdeveniments amb etiquetes específiques que uneixin literatura i patrimoni (#HistòriesdeTàrraco, per exemple).
- Microrelats en línia. Publicar microrelats ambientats en espais patrimonials a través de xarxes socials per atreure una ciutadania digital.
- Caldria crear una agenda literària accessible que centralitzés totes les activitats vinculades a la literatura (presentacions de llibres, clubs de lectura i esdeveniments amb escriptors), facilitant-ne la difusió a través de xarxes socials i mitjans municipals.

6. Accessibilitat i inclusió.

- Lectures dramatitzades inclusives. Promoure activitats accessibles (lectures dramatitzades o audiollibres) per apropar el patrimoni literari i històric a persones amb diversitat funcional.

7. Experiències ludificades.

- Escape rooms literaris. Crear jocs interactius en biblioteques o espais històrics, amb trames inspirades en històries reals o fictícies del passat.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Passaports culturals. Incentivar la visita a monuments i biblioteques amb un sistema de recompenses que inclogui lectures recomanades o activitats literàries.

Suport a la creació i a la pràctica cultural

El suport a la creació i a la pràctica cultural requereix una estratègia comunicativa que promogui la participació en les diferents activitats i serveis municipals. S'ha d'incentivar la creació de projectes culturals a través de canals de comunicació que expliquin clarament les opcions de suport (espais, formació, assessorament, difusió) i facilitin l'accés als recursos. A més, es poden crear espais de trobada per a la col·laboració i la coproducció de projectes culturals entre diversos sectors, des de l'educació fins a les arts visuals o la música. Això afavoriria la creació d'un ecosistema cultural més ric i divers.

1. Crear una identitat comunicativa forta.

- Desenvolupar un eslògan inspirador que condensi l'essència del programa, com ara «Cultura per a tothom, creació amb tothom».

2. Usar canals de comunicació diversificats.

- Enviar un butlletí electrònic mensual/trimestral amb informacions sobre esdeveniments, convocatòries i testimonis de participants.

3. Posar el focus en la comunitat.

- Compartir experiències personals de creadors, artistes i col·lectius que han rebut suport, destacant l'impacte positiu en les seves trajectòries.
- Mostrar persones i equips que treballen en el programa per humanitzar-lo i crear empatia amb la ciutadania.

4. Organitzar esdeveniments de visibilització.

- Obrir els espais gestionats pel programa amb jornades de portes obertes perquè la ciutadania conegui els serveis que s'ofereixen.
- Organitzar festivals comunitaris amb actuacions, tallers i exposicions que mostrin els projectes impulsats pel programa.

5. Digitalització i innovació.

- Crear un portal web interactiu on es mostrin els recursos disponibles, les convocatòries actives i els projectes realitzats.
- Produir vídeos promocionals sobre el funcionament i l'impacte del programa, difonent-los en xarxes socials i mitjans locals.

6. Fomentar la participació activa.

- Organitzar tallers oberts i gratuïts en què qualsevol persona pugui experimentar disciplines artístiques amb el suport d'artistes locals.
- Impulsar accions participatives en què la ciutadania pugui contribuir amb idees per a nous projectes o activitats culturals.

7. Treballar en xarxa amb altres agents culturals.

- Establir col·laboracions amb associacions culturals, centres educatius i altres entitats per amplificar la difusió del programa.
- Incloure el programa en projectes culturals de gran impacte local, com ara festivals o iniciatives destacades.

8. Accessibilitat i inclusió.

- Garantir que la informació estigui disponible en llenguatge senzill, àudio i braille, i traduir materials a diversos idiomes per arribar a tothom.
- Portar activitats culturals a barris i zones amb menys accés a l'oferta cultural per assegurar-ne la inclusió.

9. Indicadors d'impacte i avaluació.

- Comunicar les fites assolides (projectes impulsats, persones beneficiades, activitats realitzades) amb infografies i informes visuals.
- Difondre resultats qualitius que mostrin com el programa contribueix a la transformació social a través de la cultura.

Departament de Comunicació Institucional (fins ara anomenat Gabinet de Premsa i Comunicació Corporativa)**1. Implementar una base de dades amb IA per a la gestió de contactes.**

- Utilitzar una plataforma com ara Sprai.io, que permet gestionar una base de dades de periodistes i mitjans de comunicació de manera dinàmica.
- Automatitzar l'enviament de notes de premsa segmentades, segons temàtica, territori i perfil del periodista.
- Monitorar l'impacte de les notes de premsa mitjançant l'anàlisi de dades en temps real.

2. Personalitzar i optimitzar els enviaments de notes de premsa.

- Integrar eines d'intel·ligència artificial per adaptar el contingut a cada periodista, segons el seu historial d'interès.
- Facilitar l'accés a notes de premsa mitjançant un portal digital exclusiu per a mitjans.
- Oferir un sistema d'alertes personalitzades per informar en temps real de les novetats culturals més rellevants.

3. Crear un espai de premsa digital.

- Dissenyar un centre de recursos per a periodistes amb accés a notes de premsa, imatges en alta qualitat i materials audiovisuals.
- Incloure un sistema de cita prèvia automatitzada per a entrevistes amb responsables culturals i artistes.

4. Avaluació i millora contínua.

- Fer servir eines com Google Analytics i quadres de comandament (*dashboards*) d'IA per mesurar l'impacte de la comunicació amb els mitjans.
- Establir reunions periòdiques amb periodistes per ajustar l'estratègia segons les seves necessitats informatives.

Patronat Municipal de Turisme de Tarragona

1. Crear una marca cultural i gastronòmica unificada.

- Desenvolupar una identitat visual i narrativa cohesionada que uneixi cultura i gastronomia sota una mateixa estratègia de promoció.
- Potenciar el concepte de «Tarragona, ciutat de cultura i sabor», vinculant l'herència romana, medieval i moderna amb la seva tradició culinària.

2. Estratègia digital i xarxes socials.

- Crear contingut audiovisual d'alta qualitat sobre festivals, patrimoni històric i gastronomia per compartir en xarxes socials.
- Potenciar Instagram, TikTok i YouTube amb vídeos curts de receptes tradicionals, entrevistes a xefs i esdeveniments culturals.
- Implementar campanyes d'influenciadors especialitzats en turisme, cultura i gastronomia per generar interès global.

3. Millorar la difusió i l'accessibilitat de la informació.

- Desenvolupar una app turística interactiva amb informació sobre activitats culturals i restaurants recomanats.
- Crear un portal web unificat que inclogui activitats culturals, restaurants amb cuina local i ofertes gastronòmiques especials.
- Establir pantalles digitals en punts estratègics (estacions, oficines de turisme) per mostrar l'agenda cultural i gastronòmica en temps real.

4. Avaluar i adaptar l'estratègia.

- Mesurar l'impacte de les accions amb dades de turistes i interacció digital per adaptar la comunicació a les tendències.
- Fer enquestes de satisfacció en punts turístics i restaurants per millorar l'experiència dels visitants.
- Mantenir reunions periòdiques amb agents culturals i gastronòmics per ajustar l'estratègia segons les necessitats del sector.

Annex 2. Orientacions específiques sobre com comunicar qualsevol activitat cultural des de l'Ajuntament

1. Adaptar la comunicació al públic destinatari.

- Identificar el perfil del ciutadà objectiu (edat, interessos, necessitats) i adaptar-hi el llenguatge, el format i el canal de comunicació.

Annex 15. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

- Garantir la inclusió, utilitzant un llenguatge respectuós i no discriminatori i facilitant l'accés a la informació a persones amb discapacitats.
2. Crear una narrativa atractiva i coherent.
- Vincular l'activitat cultural amb el relat general de Tarragona Cultura, basant-se en valors com la identitat, la diversitat i l'accessibilitat.
 - Utilitzar un lema o missatge central clar i memorable per promocionar l'activitat.
3. Optimitzar els canals digitals.
- Xarxes socials. Publicar contingut visual i atractiu (imatges, vídeos curts, històries) destacant moments clau de l'activitat i utilitzant etiquetes oficials per millorar la visibilitat.
 - Web municipal i TGN Agenda. Actualitzar-ne la informació amb dades clares i accés directe a enllaços per a reserva d'entrades o inscripcions.
 - Butlletins electrònics. Enviar comunicats personalitzats a les llistes de subscriptors pertinents.
4. Integrar i millorar l'experiència dels canals tradicionals.
- Utilitzar cartelleria física en punts estratègics de la ciutat (Rambla Nova, centres cívics, biblioteques).
 - Difondre informació a través de la premsa local, ràdios i TV (TAC12, *Diari de Tarragona*).
 - Distribuir fullets en espais culturals i comercials.
5. Fomentar la participació comunitària.
- Implicar associacions, escoles i entitats locals en la promoció i la realització de l'activitat.
 - Organitzar activitats prèvies, com tallers o xerrades, que connectin la comunitat amb l'activitat cultural.
6. Garantir l'accessibilitat i la diversitat.
- Proporcionar materials en diversos formats (lectura fàcil, àudio, idiomes diferents) i assegurar l'accessibilitat física als espais.
 - Incloure perspectives diverses en el contingut, donant visibilitat a col·lectius poc representats.
7. Avaluar l'impacte.
- Recollir dades sobre l'assistència, l'abast en xarxes i la resposta de la ciutadania per millorar futures comunicacions.
 - Publicar resultats per generar transparència i confiança entre la ciutadania.

Annex 16 Marc de referència per al càlcul pressupostari

Planificació dels recursos econòmics mínims

El desenvolupament del Pla estratègic Tarragona Cultura implica la necessitat de planificar les polítiques públiques i, per tant, també els recursos econòmics convenients per dur-les a terme. L'objectiu de la planificació estratègica pressupostària és assolir i establir el pressupost cultural en el 3 % del total de les despeses municipals, considerant aquest percentatge com el mínim necessari per mantenir l'estructura bàsica dels serveis culturals, sense establir un límit màxim.

El 2025, durant la redacció d'aquest Pla, la previsió de despesa total al llarg de l'any (amb un pressupost inicial situat en un 2,49 % del pressupost total i una previsió inicial d'incorporacions de modificacions de crèdit d'un 0,16 % d'increment respecte del pressupost total) és, aproximadament, d'un 2,63 % respecte del pressupost total municipal.

Per tant, per a l'any 2026 es proposa assolir el 2,65 % en el pressupost inicial (sobre el pressupost total municipal de despeses) i, a partir d'aquí, assolir un increment anual d'un 0,1 % el 2027 i el 2028 i arribar al 3 % el 2029, amb la finalitat de complementar l'entrada en vigor i l'execució de les subvencions dels projectes culturals. A partir del 2029, durant el segon quadrienni i amb la finalització del Pla Estratègic, es mantindrà almenys el 3 % per tal de materialitzar i establir els programes i les accions.

** En els càlculs pressupostaris no es computa el Concurs de Castells per la seva biennalitat. Tampoc en formen part els costos de les activitats culturals dels patronats i les empreses municipals, encara que la demanda és mantenir la mateixa tendència en els imports aportats a aquestes accions culturals.*

Percentatge de mediació cultural transversal

Una de les línies estratègiques per al desenvolupament del Pla estratègic Tarragona Cultura és la implementació de la mediació cultural com una metodologia de treball mitjançant la qual es vetlla pel dret d'accés a la cultura.

Cal, doncs, una partida específica per impulsar projectes de mediació propis. Dins d'aquest bloc es promouran accions complementàries per impulsar projectes transversals. Per aquest motiu, almenys el 3 % del pressupost de les accions culturals (el 3 % del 3 % cultural) es destinarà a promoure accions transversals de mediació cultural, fomentant la interdepartamentalitat i la cooperació entre sectors o àmbits culturals en l'impuls d'accions de mediació. El primer any, 2026, se'n preveurà el 60 % de l'import anual, ja que el conjunt de projectes estarà en fase inicial, i el 100 % de l'import s'assolirà el 2027. És del tot necessària la incorporació, el 2026, de la vacant de la persona coordinadora del programa de mediació cultural especificat a l'annex de Recursos Humans. A partir d'aquest any ja s'haurà d'incorporar el 3 % del 3 % cultural.

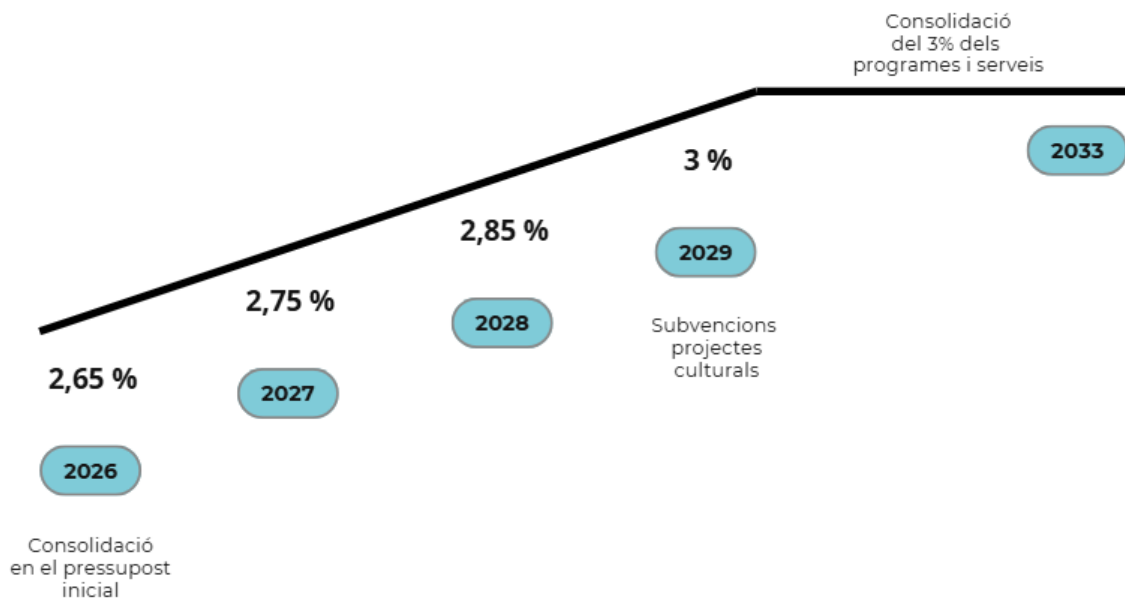
Per poder anticipar la quantitat en el moment inicial del disseny del pressupost, l'import de la partida específica de mediació cultural es calcularà a partir de l'import del pressupost de l'any anterior, que serà el 0,09 % (el 3 % del 3 %). Com a exemple, el pressupost de mediació cultural transversal del 2027 serà el 0,09 % del total del pressupost municipal de l'any 2026.

Aquesta partida només es refereix a projectes específics de mediació artística i cultural, ja que la mediació de cadascun dels àmbits del Pla estarà prevista en les partides de cada àmbit i de cada programació o servei cultural.

Annex 16. Marc de referència per al càlcul pressupostari

Els indicadors que s'aplicaran per avaluar els recursos econòmics són els següents:

- Increment pressupostari total.
- Compliment del % pressupostari inicial respecte a l'objectiu establert.
- Compliment del % pressupostari destinat a projectes transversals de mediació cultural.



Per fer el càlcul, es parteix de les partides predeterminades (capítols 2 i 4), i es mantenen com a sistema per establitzar el càlcul que es desenvolupa a continuació.

Pressupostos per a accions culturals

Les partides del pressupost municipal que es tenen en compte per al càlcul pressupostari de les accions culturals són les següents:

SERVEI MUNICIPAL DE CULTURA

MEMÒRIA DEMOCRÀTICA	100 %
APORTACIÓ PERIFÈRIA CREATIVA	100 %
DESPESES ESPECÍFIQUES D'ESPAYS CULTURALS, CONSERVACIÓ I MANTENIMENT	100 %
ARTS VISUALS / CENTRE D'ART / DIRECCIÓ ARTÍSTICA CENTRE D'ART	100 %
SERVEI MUNICIPAL DE BIBLIOTEQUES	100 %
PLA TARRAGONA CULTURA	100 %
PRÀCTIQUES I FORMACIÓ DUAL CULTURA	100 %
OFICINA DE PROMOCIÓ DEL CATALÀ	100 %
CICLES DE CINEMA	100 %
COL·LABORACIÓ AMB ENTITATS	100 %
ACCIONS DE SUPORT A LA CREACIÓ I LA PRÀCTICA CULTURAL	100 %
ACCIONS DE DIFUSIÓ I PROJECCIÓ CULTURAL	100 %

Annex 16. Marc de referència per al càlcul pressupostari

TARRAGONA SONA FLAMENC	100 %
TARRAGONA SONA FLAMENC (DIPTA)	100 %
SCAN I PROMOCIÓ AUDIOVISUAL	100 %
ACTIVITATS LITERÀRIES	100 %
FESTIVAL D'ESTIU	100 %
ARTS ESCÈNIQUES I MÚSICA	100 %
FESTIVAL DIXIELAND TARRAGONA	100 %
GESTIÓ DE FONS FOTOGRÀFICS	100 %
DESPESES GENERALS DE L'ARXIU MUNICIPAL	100 %
CONTRACTE DE RECOLLIDA I ELIMINACIÓ DE DOCUMENTACIÓ	100 %
DIGITALITZACIÓ DEL FONS MUNICIPAL	100 %
APORTACIÓ DE LA QUOTA DE LA RED (TEATRES)	100 %
APORTACIÓ DE LA QUOTA DE LA XARXA TRANSVERSAL D'ACTIVITATS CULTURALS	100 %
APORTACIÓ AL CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA	100 %
LA IMAGINADA ASSOCIACIÓ CULTURAL	100 %
ASSOCIACIÓ CULTURAL LA TERRASSETA	100 %
AGRUPACIÓ D'ASSOCIACIONS DE SETMANA SANTA	100 %
COL·LECTIU DE TEATRE TRONO VILLEGAS (FITT)	100 %
ESBART SANTA TECLA	100 %
FESTIVAL REC (PLAY ACCIÓ CULTURAL)	100 %
COOPERATIVA OBRERA TARRACONENSE	100 %
ASSOCIACIÓ COR CIUTAT DE TARRAGONA	100 %
JOVENTUTS MUSICALS	100 %
BANDA UNIÓ MUSICAL	100 %
ASSOCIACIÓ DE MÚSICS DE TARRAGONA (AMT)	100 %
TRONO SERVEIS CULTURALS, SL	100 %
AGRUPACIÓ SARDANISTA TARRAGONA DANSA	100 %
ESBART DANSAIRE	100 %
CASAL TARRAGONÍ	100 %
COR GREGAL (CARMELLES)	100 %
PUNCH THE CLOCK SL	100 %
SUBVENCIÓ CAMERA MUSICAE, SLU	100 %
ASSOCIACIÓ AMICS DEL TEATRE LÍRIC DE TARRAGONA	100 %
GREMI DE PAGESOS DE SANT LLORENÇ I SANT ISIDRE	100 %
APORTACIÓ A APROPA CULTURA (TEATRES)	100 %
MEDIACIÓ I ACCIÓ CULTURAL COMUNITÀRIA	100 %
PATROCINI D'ACTIVITATS CULTURALS	100 %
FESTES	100 %
MANTENIMENT DEL SEGUICI POPULAR	100 %
DESPESES COMUNES PER A ACTIVITATS FESTIVES	100 %
DESPESES DE MAGATZEM REIAL I REIS	100 %
CONCURS INTERNACIONAL DE FOCS ARTIFICIALS I ALTRES	100 %
DESPESES DE CARNESTOLTES	100 %
DESPESES DE SANT MAGÍ	100 %
DESPESES DE SANTA TECLA	100 %
DESPESES DE SANT JOAN I CORPUS	100 %
CASA DE LA FESTA	100 %

Annex 16. Marc de referència per al càlcul pressupostari

CONFRARIA DE SANT MAGÍ MÀRTIR (PORTANTS D'AIGUA)	100 %
CASTELLS	100 %
ACCIONS DE PROMOCIÓ I DIFUSIÓ DEL MÓN CASTELLER	100 %
ACTIVITATS DE COLLES CASTELLERES	100 %
PATRIMONI HISTÒRIC	100 %
FESTIVAL TARRACO VIVA I ALTRES	100 %
ATENCIIONS PROTOCOL·LÀRIES MHT	100 %
DESPESES DIVERSES DE FUNCIONAMENT DE PATRIMONI	100 %
CONSERVACIÓ DE PATRIMONI HISTÒRIC	100 %
REDACCIÓ DEL PLA DE GESTIÓ DEL MHT	100 %
DESPESES DE DIVULGACIÓ I ACTIVITAT DEL MHT	100 %
ACTES DE DECLARACIÓ DE TARRAGONA PATRIMONI MUNDIAL 25 ANYS	100 %
QUOTA GRUP CIUTATS PATRIMONI MUNDIAL	100 %
QUOTA ORG. CIUTATS PATRIMONI MUNDIAL (OCPM)	100 %
QUOTA ICOMOS	100 %
REIAL SOCIETAT ARQUEOLÒGICA	100 %
ICAC (INSTITUT CATALÀ D'ARQUEOLOGIA CLÀSSICA)	100 %
PARTIDES DE SERVEIS A LA CIUTADANIA	
IGUALTAT, POLÍTQUES FEMINISTES I LGTBI+	75 %
ACTIVITATS PER A LA DISCAPACITAT	50 %
ESPAI JOVE KESSE	68 %
ESPAI LA PALMERA I CICLES CULTURA DE CARRER	100 %
DESENVOLUPAMENT I EXPRESSIÓ	50 %
PROGRAMA DE LLEURE EDUCATIU I ALTRES	50 %
PROJECTE TEATRE JOVE	100 %
ACTIVITATS I PROGRAMES DE CENTRES CÍVICS	50 %
COOPERACIÓ DIRECTA	30 %
PARTIDES DE SERVEIS EDUCATIUS	
DESPESES DE FUNCIONAMENT DE L'ESCOLA DE MÚSICA I PROJECTES MUSICALS	100 %
SERVEI D'ARTS I EDUCACIÓ	100 %

Exemple de càlcul sobre el pressupost 2025

SERVEI MUNICIPAL DE CULTURA		2.554.565,68 €
MEMÒRIA DEMOCRÀTICA	100 %	10.000,00 €
APORTACIÓ PERIFÈRIA CREATIVA	100 %	10.000,00 €
DESPESES ESPECÍFIQUES D'ESPAYS CULTURALS, CONSERVACIÓ I MANTENIMENT	100 %	20.000,00 €
ARTS VISUALS / CENTRE D'ART / DIRECCIÓ ARTÍSTICA CENTRE D'ART	100 %	155.000,00 €
SERVEI MUNICIPAL DE BIBLIOTEQUES	100 %	72.000,00 €

Annex 16. Marc de referència per al càlcul pressupostari

PLA TARRAGONA CULTURA	100 %	60.000,00 €
PRÀCTIQUES I FORMACIÓ DUAL CULTURA	100 %	4.000,00 €
OFICINA DE PROMOCIÓ DEL CATALÀ	100 %	65.000,00 €
CICLES DE CINEMA	100 %	25.000,00 €
COL·LABORACIÓ AMB ENTITATS	100 %	2.000,00 €
ACCIONS DE SUPORT A LA CREACIÓ I LA PRÀCTICA CULTURAL	100 %	80.000,00 €
ACCIONS DE DIFUSIÓ I PROJECCIÓ CULTURAL	100 %	70.000,00 €
TARRAGONA SONA FLAMENC	100 %	38.000,00 €
TARRAGONA SONA FLAMENC (DIPTA)	100 %	25.965,68 €
SCAN I PROMOCIÓ AUDIOVISUAL	100 %	40.000,00 €
ACTIVITATS LITERÀRIES	100 %	90.000,00 €
FESTIVAL D'ESTIU	100 %	350.000,00 €
ARTS ESCÈNIQUES I MÚSICA	100 %	850.000,00 €
FESTIVAL INTERNACIONAL DIXIE	100 %	60.000,00 €
GESTIÓ DE FONS FOTOGRÀFICS	100 %	1.000,00 €
DESPESES GENERALS DE L'ARXIU MUNICIPAL	100 %	4.000,00 €
CONTRACTE DE RECOLLIDA I ELIMINACIÓ DE DOCUMENTACIÓ	100 %	4.000,00 €
DIGITALITZACIÓ DEL FONS MUNICIPAL	100 %	10.000,00 €
APORTACIÓ DE LA QUOTA DE LA RED (TEATRES)	100 %	1.500,00 €
APORTACIÓ DE LA QUOTA DE LA XARXA TRANSVERSAL D'ACTIVITATS CULTURALS	100 %	3.700,00 €
APORTACIÓ AL CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA	100 %	110.000,00 €
LA IMAGINADA ASSOCIACIÓ CULTURAL	100 %	20.000,00 €
ASSOCIACIÓ CULTURAL LA TERRASSETA	100 %	20.000,00 €
AGRUPACIÓ D'ASSOCIACIONS DE SETMANA SANTA	100 %	70.000,00 €
COL·LECTIU DE TEATRE TRONO VILLEGAS (FITT)	100 %	40.000,00 €
ESBART SANTA TECLA	100 %	18.000,00 €
FESTIVAL REC (PLAY ACCIÓ CULTURAL)	100 %	25.000,00 €
COOPERATIVA OBRERA TARRACONENSE	100 %	14.000,00 €
ASSOCIACIÓ COR CIUTAT DE TARRAGONA	100 %	17.000,00 €
JOVENTUTS MUSICALS	100 %	12.000,00 €
BANDA UNIÓ MUSICAL	100 %	15.000,00 €
ASSOCIACIÓ DE MÚSICS DE TARRAGONA (AMT)	100 %	25.000,00 €
TRONO SERVEIS CULTURALS, SL	100 %	21.400,00 €
AGRUPACIÓ SARDANISTA TARRAGONA DANSA	100 %	7.000,00 €
ESBART DANSAIRE	100 %	7.000,00 €
CASAL TARRAGONÍ	100 %	7.000,00 €
COR GREGAL (CARMELLES)	100 %	1.000,00 €
PUNCH THE CLOCK SL	100 %	8.000,00 €
SUBVENCIÓ CAMERA MUSICAE, SLU	100 %	30.000,00 €
ASSOCIACIÓ AMICS DEL TEATRE LÍRIC DE TARRAGONA	100 %	10.000,00 €
GREMI DE PAGESOS DE SANT LLORENÇ I SANT ISIDRE	100 %	6.000,00 €
APORTACIÓ A APROPA CULTURA (TEATRES)	100 %	1.000,00 €
MEDIACIÓ I ACCIÓ CULTURAL COMUNITÀRIA	100 %	14.000,00 €
PATROCINI D'ACTIVITATS CULTURALS	100 %	5.000,00 €
FESTES	100 %	1.307.000,00 €
MANTENIMENT DEL SEGUICI POPULAR	100 %	10.000,00 €
DESPESES COMUNES PER A ACTIVITATS FESTIVES	100 %	60.000,00 €

Annex 16. Marc de referència per al càlcul pressupostari

DESPESES DE MAGATZEM REIAL I REIS	100 %	35.000,00 €
CONCURS INTERNACIONAL DE FOCS ARTIFICIALS I ALTRES	100 %	165.000,00 €
DESPESES DE CARNESTOLTES	100 %	100.000,00 €
DESPESES DE SANT MAGÍ	100 %	146.000,00 €
DESPESES DE SANTA TECLA	100 %	705.000,00 €
DESPESES DE SANT JOAN I CORPUS	100 %	25.000,00 €
CASA DE LA FESTA	100 %	49.000,00 €
CONFRARIA DE SANT MAGÍ MÀRTIR (PORTANTS D'AIGUA)	100 %	12.000,00 €
CASTELLS	100 %	241.000,00 €
ACCIONS DE PROMOCIÓ I DIFUSIÓ DEL MÓN CASTELLER	100 %	1.000,00 €
ACTIVITATS DE COLLES CASTELLERES	100 %	240.000,00 €
PATRIMONI HISTÒRIC	100 %	745.800,00 €
FESTIVAL TARRACO VIVA I ALTRES	100 %	315.000,00 €
ATENCIIONS PROTOCOL·LÀRIES MHT	100 %	1.000,00 €
DESPESES DIVERSES DE FUNCIONAMENT DE PATRIMONI	100 %	74.700,00 €
CONSERVACIÓ DE PATRIMONI HISTÒRIC	100 %	150.000,00 €
REDACCIÓ DEL PLA DE GESTIÓ DEL MHT	100 %	7.000,00 €
DESPESES DE DIVULGACIÓ I ACTIVITAT DEL MHT	100 %	10.000,00 €
ACTES DE DECLARACIÓ DE TARRAGONA PATRIMONI MUNDIAL 25 ANYS	100 %	100.000,00 €
QUOTA GRUP CIUTATS PATRIMONI MUNDIAL	100 %	70.000,00 €
QUOTA ORG. CIUTATS PATRIMONI MUNDIAL (OCPM)	100 %	6.100,00 €
QUOTA ICOMOS	100 %	4.000,00 €
REIAL SOCIETAT ARQUEOLÒGICA	100 %	4.000,00 €
ICAC (INSTITUT CATALÀ D'ARQUEOLOGIA CLÀSSICA)	100 %	4.000,00 €
PARTIDES DE SERVEIS A LA CIUTADANIA		357.870
IGUALTAT, POLÍTIQUES FEMINISTES I LGTBI+	75 %	157.500
ACTIVITATS PER A LA DISCAPACITAT	50 %	15.000
ESPAI JOVE KESSE	68 %	34.120
ESPAI LA PALMERA I CICLES CULTURA DE CARRER	100 %	20.000
DESENVOLUPAMENT I EXPRESSIÓ	50 %	14.000
PROGRAMA DE LLEURE EDUCATIU I ALTRES	50 %	17.500
PROJECTE TEATRE JOVE	100 %	40.000
ACTIVITATS I PROGRAMES DE CENTRES CÍVICS	50 %	50.000
COOPERACIÓ DIRECTA	30 %	9.750
PARTIDES DE SERVEIS EDUCATIUS		43.000
DESPESES DE FUNCIONAMENT DE L'ESCOLA DE MÚSICA I PROJECTES MUSICALS	100 %	30.000
SERVEI D'ARTS I EDUCACIÓ	100 %	13.000
Total promoció cultural		5.249.236
Total pressupost municipal 2025		211.107.230,20
% destinat a promoció cultural		2,49

% incorporant previsió modificatius 2025

2,63

Annex 17 Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

El quadre de comandament es basa en les accions sorgides dels reptes. El quadre que relaciona els objectius generals amb els objectius específics i els reptes es pot trobar al punt 5.2. del Pla estratègic Tarragona Cultura, on es detallen les accions a desenvolupar en cada pla d'acció. Per aquest motiu, les accions es desenvoluparan i se'n farà seguiment a partir dels diferents plans d'acció. A continuació s'adjunta el quadre de comandament per a cada pla d'acció, que respon als reptes i els objectius esmentats. Se'n fa una relació seguint l'ordre dels plans segons el Pla estratègic:

1. Pla d'acció de cultura i educació 2029	509
2. Pla d'acció sociocultural 2029.....	514
3. Pla de foment de la lectura 2029	518
4. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029	524
5. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029	528
6. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27	532
7. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026	548
8. Pla d'acció cultural transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029	559
9. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033	570

1. Pla d'acció de cultura i educació 2029

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Afavorir la comunicació i el treball conjunt estable educació-cultura i connectar el sector artístic amb l'educació reglada.	Nombre de reunions del grup motor de cultura i educació								
	Nombre de projectes que es treballen en el binomi cultura - educació reglada								
	Nombre de centres participants en projectes i activitats de cultura i educació reglada								
	Nombre d'alumnes participants en projectes i activitats de cultura i educació reglada								
Donar suport als centres educatius per acollir projectes per promoure les arts i la cultura a les aules, més enllà de l'ensenyament obligatori.	Nombre de projectes de promoció de les arts i la cultura a les aules, més enllà de l'ensenyament obligatori								
	Nombre de centres participants en els projectes de promoció de les arts i la cultura a les aules, més enllà de l'ensenyament obligatori								
	Nombre d'alumnes participants en projectes de promoció de les arts i la cultura a les aules, més enllà de l'ensenyament obligatori								
Impulsar projectes destinats a connectar la cultura popular i els centres educatius, per tal de fomentar l'aprenentatge de les tradicions i elements del cicle festiu de la ciutat.	Nombre de projectes de promoció de la cultura popular, les tradicions i els elements festius								
	Nombre de centres participants en els projectes de promoció de la cultura popular, les tradicions i els elements festius								

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
	Nombre d'alumnes participants en projectes de promoció de la cultura popular, les tradicions i els elements festius								
Promocionar projectes d'educació i formació culturals i d'oci educatiu en l'àmbit no reglat.	Nombre de projectes d'educació i formació culturals i d'oci educatiu en l'àmbit no reglat								
	Nombre de participants en projectes educatius i formatius i d'oci educatiu en l'àmbit no reglat i cultural (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
Impulsar projectes de mediació de cultura i educació.	Nombre de projectes de mediació cultural								
	Nombre de participants en projectes de mediació cultural (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							

ACCIONS TRANSVERSALS DEL PLA D'ACCIÓ DE CULTURA I EDUCACIÓ

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, desagregat per gènere	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.		Total							
		Homes							

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Dones								
		No binari								
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?									
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles									
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?									

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

2. Pla d'acció sociocultural 2029

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Impulsar un marc comú entre els equips que promoguin projectes socioculturals en l'àmbit municipal.	Nombre de reunions de la Comissió Tècnica Transversal								
Impulsar projectes de mediació entre l'àmbit cultural i els contextos comunitaris, projectes de desenvolupament cultural comunitari, construïts amb entitats i ciutadania.	Nombre de projectes de mediació desenvolupats								
	Nombre de participants en els projectes de mediació (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Fomentar la pràctica artística de les arts escèniques, la música i les arts visuals arreu del territori.	Nombre d'entitats i col·lectius implicats en projectes de mediació								
	Nombre de projectes de pràctica artística fomentats arreu del territori								
	Nombre de participants en projectes de pràctica artística arreu del territori								
Fomentar la pràctica artística i cultural així com programes culturals generats des de perspectives socials específiques, com són la territorialitat, les diversitats cognitives i funcionals, les accions per a joves i gent gran i la diversitat cultural i de gènere.	Nombre d'entitats i col·lectius implicats en projectes de pràctica artística arreu del territori								
	Nombre de projectes de suport a la pràctica artística i cultural formatius								
		Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
	Nombre de projectes de suport a la pràctica artística i cultural d'exhibició								
	Nombre de participants (artistes) en els projectes de suport a la pràctica artística i cultural d'exhibició (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							

ACCIONS TRANSVERSALS DEL PLA D'ACCIÓ SOCIOCULTURAL

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, desagregat per gènere	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles								
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

3. Pla de foment de la lectura 2029

ACCIONS	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Impulsar el pla de lectura i posar en marxa els seus òrgans de governança, amb la participació de diversos agents promotores de la lectura.	Nombre d'accions de foment de la participació en la governança participativa	Total								
	Nombre de participants en les accions de foment de la participació en la governança participativa (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Desenvolupar eines de participació ciutadana en relació amb l'accés a la cultura.	Nombre d'accions de participació ciutadana en relació amb l'accés a la cultura									
	Nombre de participants en les accions de participació d'accés a la cultura (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Impulsar recursos de suport adreçats a centres educatius i potenciar les biblioteques escolars.	Nombre d'accions i recursos de suport a les biblioteques escolars									
	Nombre de participants en les accions i recursos de suport a les biblioteques escolars (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Implantar nous suports de difusió permanent que agrupin l'oferta d'activitat de foment de la lectura que genera la ciutat.	Nombre de suports de difusió permanent que agrupen l'activitat de foment de la lectura									
Crear un equip de joves interessats en la promoció de la creació (literària en un sentit ampli) que de manera autogestionada puguin proposar i desenvolupar projectes a la ciutat que responguin als objectius i estratègies del Pla.	Nombre de reunions de l'equip jove de foment de la lectura	Total								
	Nombre de participants en l'equip jove de foment de la lectura (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Dur a terme accions de foment de la lectura adreçades específicament a la infància (6-16) i la joventut (17-30).	Nombre d'accions de foment per a la infància (6-16)								
	Nombre de participants en accions de foment per a la infància 6-16 (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
	Nombre d'accions de foment per a joves (17-30)								
	Nombre de participants en accions de foment per a la infància 17-30 (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Convocar espais de participació específics adreçats al col·lectiu jove	Nombre de participants en espais de participació específics per a joves (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Desenvolupar programes per connectar escriptors i escriptores del Camp de Tarragona amb la població de 14-16 anys.	Nombre de programes per connectar escriptors i escriptores del Camp amb joves (14-16 anys)								
	Nombre de participants en programes per connectar escriptors i escriptores del Camp amb joves (14/16 anys) (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Crear esdeveniments atractius que fomentin les relacions entre joves al voltant de la lectura i la creació literària: festivals o festes de lectura.	Nombre d'esdeveniments atractius adreçats a joves								
	Nombre de participants en esdeveniments atractius adreçats a joves (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Dur a terme projectes lectors comunitaris que aprofitin espais de diversos equipaments públics de proximitat.	Nombre de projectes lectors comunitaris en equipaments de proximitat	Total								
	Nombre de participants en projectes lectors comunitaris en equipaments de proximitat (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
Impulsar projectes específics que responguin a criteris d'equitat d'accés, interculturalitat i reforç de la comprensió lectora	Nombre de projectes que responen a criteris d'accessibilitat, interculturalitat i reforç de la comprensió lectora									
	Nombre de participants en projectes que responen a criteris d'accessibilitat, interculturalitat i reforç de la comprensió lectora (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
Promoure la prescripció lectora amb persones influents properes al públic objectiu.	Nombre d'accions de prescripció lectora									
	Nombre de prescriptors lectors (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
Desenvolupar accions específiques relacionades amb l'oralitat, la lectura en veu alta i la dramatització.	Nombre d'accions relacionades amb l'oralitat, la lectura en veu alta i la dramatització									
	Nombre de participants en accions relacionades amb l'oralitat, la lectura en veu alta i la dramatització (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
Programar jornades literàries als centres educatius amb autors i autores de proximitat, preferentment.	Nombre de jornades literàries als centres educatius amb autors i autores de proximitat									
	Nombre d'autors i autores de proximitat participants en centres educatius (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS	INDICADORS	2026 2027 2028 2029 2030 2031 2032 2033								
		No binari								
Dur a terme una programació d'activitats, incorporant-hi els llenguatges artístics i les tecnologies.	Nombre d'activitats que incorporen llenguatges artístics i tecnologies									
		Total								
	Nombre de participants en activitats que incorporen llenguatges artístics i tecnologies (desagregat per gènere)	Homes								
		Dones								
		No binari								
Fomentar la creació literària mitjançant els premis.	Nombre de participants en la convocatòria de premis (desagregat per gènere)									
		Homes								
		Dones								
		No binari								

ACCIONS TRANSVERSALS DEL PLA DE FOMENT DE LA LECTURA

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS	2026 2027 2028 2029 2030 2031 2032 2033								
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, segregat per gènere	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles								
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

4. Pla d'acció del cicle festiu, la cultura popular d'arrel tradicional i el patrimoni immaterial 2029

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Fomentar la participació cultural, donant valor a les iniciatives populars existents a la ciutat.	Nombre d'iniciatives culturals populars incorporades en les programacions								
	Nombre d'accions realitzades fora dels espais festius tradicionals								
	Nombre d'accions de suport a associacions i entitats								
	Nombre d'accions de mediació realitzades amb les entitats, les associacions i els col·lectius								
Dur a terme accions de mediació cultural en l'àmbit educatiu.	Nombre d'accions de mediació cultural en l'àmbit educatiu realitzades								
	Nombre d'escoles implicades en accions de mediació cultural								
Desenvolupar i difondre el calendari festiu de cultura popular d'arrel tradicional.	Nombre d'accions de difusió del calendari festiu								
	Nombre d'accions adreçades a la generació de noves centralitats festives								
Dissenyar accions específiques en l'àmbit de la cultura popular amb l'objectiu de fomentar l'accessibilitat, la inclusió i les diversitats: culturals, d'origen, de gènere, d'edat o funcionals, entre d'altres.	S'han promogut accions per fomentar l'accessibilitat, la inclusió i les diversitats culturals?								
Fomentar espais participatius de consulta, intercanvi i reflexió al voltant del cicle festiu.	Nombre de convocatòries dels òrgans de participació ciutadana estables								
	Nombre de taules participatives o espais de reflexió i debat oberts a la ciutadania								
Impulsar la Casa de la Festa com a espai de difusió i de trobada.	Nombre d'accions realitzades a la Casa de la Festa								
	Nombre de visites guiades realitzades a la Casa de la festa								
	Total								
	Homes								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
	Nombre de visites realitzades a la Casa de la Festa (desagregat per gènere)	Dones							
		No binari							

ACCIONS TRANSVERSALS DEL PLA D'ACCIÓ DEL CICLE FESTIU, LA CULTURA POPULAR D'ARREL TRADICIONAL I EL PATRIMONI IMMATERIAL

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, segregat per gènere	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles								
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

5. Pla de divulgació del patrimoni i la història 2029

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Impulsar un marc de treball comú per desenvolupar projectes culturals en l'àmbit municipal al voltant del patrimoni i la història.	Nombre de reunions de la Comissió Tècnica Transversal								
	Nombre de projectes plantejats conjuntament de forma transversal								
Impulsar projectes i activitats educatives al voltant de la divulgació del patrimoni i la història.	Nombre de projectes educatius desenvolupats								
	Nombre de participants en els projectes educatius (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
	Nombre de centres educatius participants en els projectes								
	Nombre d'alumnes participants en els projectes								
Nombre d'entitats i col·lectius implicats en projectes de mediació									
Impulsar projectes que destaquin el paper de la dona al llarg de la història.	Nombre de projectes que destaquen el paper de la dona al llarg de la història								
	Nombre de participants en els projectes que destaquen el paper de la dona al llarg de la història (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
No binari									
Fomentar la sensibilització i la formació sobre el valor del patrimoni i la història, així com sobre la necessitat de conservar-los i difondre'ls.	Nombre d'accions de promoció dels valors del patrimoni i la història								
	Nombre d'espais de debat i reflexió al voltant del patrimoni i la història								
	Nombre de participants en els espais de debat i reflexió al voltant del patrimoni i la història (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
No binari									

ACCIONS TRANSVERSALS DEL PLA D'ACCIÓ DE DIFUSIÓ DEL PATRIMONI I LA HISTÒRIA

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, desagregat per gènere	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles								
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

6. Pla d'acció d'arts escèniques i música Pla Escena TGN27

ACCIONS	INDICADORS	Valors	Compromisos mínims	Indicacions	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Garantir una programació estable.	Nombre de funcions d'art en viu professional d'iniciativa municipal	Igual o superior a	140	Cal incloure les funcions de tota la programació professional, tant de la programació estable com de festivals i altres cicles. Queden excloses les funcions escolars.								
Destinar els recursos suficients a caixets.	Despesa total destinada a caixets	Igual o superior a		Despesa total destinada a caixets de la programació estable i altres cicles, excepte la programació escolar. Es poden computar els ingressos previstos de taquilla que es destinaran a les contractacions a taquilla. Aquest import correspon a la suma dels conceptes caixet parcials c1, c2, c3, c5 i c6 del pressupost. El total sumat consta a la casella C del pressupost.								
Incloure en la programació espectacles per al públic jove.	Percentatge de programació destinada a públic jove / total	% de funcions per a públic jove	0,33									
Incloure en la programació espectacles per al públic general.	Percentatge de funcions per a públic general respecte al total	% de funcions per a públic general	0,49									
Incloure en la programació espectacles per al públic familiar / tots els públics.	Percentatge de funcions per a públic familiar / tots els públics respecte al total	% de funcions per a públic familiar / tots els públics	0,17									
Programar diferents gèneres	Percentatge mínim de funcions dels diferents	a6.1 % teatre	0,27	La suma de tots els percentatges de tots els gèneres no ha d'arribar al 100 %.								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS	INDICADORS	Valors	Compromisos mínims	Indicacions	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
(teatre, dansa, música, circ i interdisciplinari).	gèneres respecte al total	a6.2 % música	0,29									
		a6.3 % dansa	0,19									
		a6.4 % circ	0,14									
		a6.5 % altres gèneres	0,04									
Organitzar programes educatius específics o participar-hi.	Nombre d'activitats pedagògiques	Igual o superior a	19	Els programes educatius comprenen aquelles activitats que fomenten la participació a través de les arts escèniques. No s'hi inclouen les exhibicions professionals de teatre, música i dansa adreçades a escolars.								
Oferir una programació específica per al públic escolar.	Nombre de funcions per al públic escolar	Igual o superior a	49									
Destinar els recursos suficients a programació escolar.	Despesa destinada a caixets		-	Si és a través d'un conveni o contracte, cal indicar-ho. Aquest indicador correspon al concepte c3 del pressupost.								
Organitzar activitats comunitàries amb valor social o participar-hi.	Nombre d'activitats comunitàries	Igual o superior a	24	Activitats i programes d'arts escèniques i música on es potencien les relacions amb la comunitat i amb sectors específics de la ciutadania (teatre incluiu, Apropa Cultura...).								
Destinar els recursos suficients a activitats comunitàries i programes educatius.	Despesa destinada a activitats comunitàries i programes educatius	Igual o superior a		Despeses d'activitats educatives i programa comunitari de valor social, que potenciïn relacions amb la comunitat, sectors específics de la ciutadania, així com la participació i la col·laboració amb centres educatius.								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS	INDICADORS	Valors	Compromisos mínims	Indicacions	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Organitzar activitats per potenciar el coneixement des de la programació i la dinamització de la ciutadania.	Nombre d'accions programades	Igual o superior a	30	Accions de promoció de públics i tasques de fidelització del públic existent, accions de presentació i difusió de la programació.								
Destinar els recursos necessaris per a comunicació.	Despesa destinada a activitats de comunicació i públics	Igual o superior a		Suma de les despeses de comunicació i activitats destinades al foment i la fidelització de públics. Aquest indicador correspon als conceptes f1 i f2 del pressupost.								
Fomentar l'assistència a l'espai escènic.	Nombre d'assistents	Igual o superior a		Es refereix al públic assistent a totes les funcions d'art en viu professional d'iniciativa municipal (excloses les funcions escolars).								
Assolir una òptima ocupació de l'espai escènic.	Percentatge d'ocupació sobre el total d'afora-ment	% mitjà d'ocupació de l'espai escènic	0,52									
Assolir una ocupació òptima de sala amb entrades de pagament.	Percentatge d'entrades venudes sobre el total d'assistents	% entrades venudes	0,85									
Fomentar la venda d'entrades mitjançant serveis de venda no presencials.	Percentatge d'entrades venudes amb servei no presencial de venda d'entrades respecte el total	% entrades venudes amb servei no presencial	0,76									
Promoure la creació, la producció escènica i la recerca a les arts escèniques.	Nombre de produccions o coproduccions impulsades anualment.	Igual o superior a										
	Nombre de residències tècniques o accions de suport anuals.											

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS	INDICADORS	Valors	Compromisos mínims	Indicacions	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
	Nombre d'accions de recerca promogudes											
Dur a terme accions en benefici d'altres equipaments o públics d'altres municipis que també estiguin integrats a l'SPEEM.	Nombre de serveis prestats entre equipaments escènics i musicals de la mateixa demarcació territorial	Igual o superior a	2									
Fomentar l'accessibilitat.	Nombre d'accions orientades a l'accessibilitat de persones amb necessitats especials.	Igual o superior a	7									
Fomentar la sostenibilitat.	Nombre d'accions orientades a fomentar la sostenibilitat	Igual o superior a	3									
Fomentar polítiques d'igualtat de gènere.	Nombre d'accions que integrin polítiques de gènere	Igual o superior a	5									

ACCIONS TRANSVERSALS DEL PLA D'ACCIÓ D'ARTS ESCÈNIQUES I MÚSICA

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Elaborar estudis periòdics per avaluar la situació de gènere en les arts escèniques a Tarragona, identificant àrees de millora.	Nombre d'estudis i diagnòstics realitzats en un període determinat								
	Identificació d'indicadors clau de desigualtat de gènere								
	Propostes d'accions correctores derivades dels estudis								
Organitzar sessions formatives sobre perspectiva de gènere dirigides a tot el personal implicat en les arts escèniques, incloent-hi programadors, tècnics i artistes	Nombre de sessions formatives realitzades anualment.								
	Percentatge de personal que ha assistit a les formacions.								
	Nivell de satisfacció dels participants mitjançant enquestes posteriors a les sessions								
Designar una persona responsable de vetllar per la implementació i el seguiment de les polítiques de gènere en l'àmbit de les arts escèniques.	Designació de la figura referent								
	Nombre de reunions i accions coordinades per aquesta figura								
	Informe anual d'activitats i resultats relacionats amb la perspectiva de gènere								
Assegurar una representació equilibrada de dones i homes en la programació d'espectacles, tant pel que fa a les companyies com als equips creatius.	Percentatge d'espectacles programats dirigits per dones								
	Percentatge de companyies liderades per dones en la programació anual								
	Evolució anual de la paritat en la programació								
Garantir que les programacions estables es facin de manera paritària, vetllant en cada programa per assegurar aquesta paritat i recollint el percentatge de dones integrants de les companyies i formacions convidades.	Nombre de dones integrants en les representacions artístiques de cada programa o festival respecte del total de participants								
Programar accions que destaquin la creació femenina i LGBTI.	Nombre d'activitats específiques programades								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

Garantir que el material promocional i de comunicació reflecteixi una representació equilibrada de gèneres, evitant estereotips sexistes.	Anàlisi qualitativa de les imatges utilitzades en materials promocionals								
	Percentatge de materials que compleixen els estàndards de representació paritària								
	Resposta del públic sobre la percepció de la representació de gènere en la comunicació								
Adoptar un llenguatge inclusiu en totes les comunicacions internes i externes, assegurant que no es perpetuïn biaixos de gènere.	Revisió periòdica dels materials de comunicació utilitzats								
	Nombre de correccions fetes per adaptar el llenguatge a criteris inclusius								
	Formació específica en llenguatge inclusiu per al personal de comunicació								
Recollir i analitzar dades desagregades per gènere sobre participació, contractació i altres aspectes rellevants en les arts escèniques.	Disponibilitat de dades desagregades per gènere en els informes anuals								
	Anàlisi de les tendències i identificació de possibles desigualtats								
	Implementació de mesures correctores basades en les dades analitzades								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	Unitat de mesura / forma d'avaluació	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Reservar localitats destinades a persones amb mobilitat reduïda.	Nombre de localitats reservades per a persones amb mobilitat reduïda de cadascun dels equipaments/activitats	% del total de l'aforament								
Oferir activitats amb mesures d'accessibilitat.	Activitats que inclouen serveis com ara bucle magnètic, subtitulació, llengua de signes, etc.	% del total d'activitats anuals								
Conèixer l'ús real de les mesures d'accessibilitat.	Persones que utilitzen els nostres serveis d'accessibilitat (les que reserven específicament + 60 % de l'aforament real en què hi hagi sobretitulació/subtitulació)	Nombre de persones que ens demanen algun servei d'accessibilitat								
Tenir a disposició altres mesures d'ajudes tècniques o físiques.	Existència de recursos físics o digitals per facilitar la participació (cadires de rodes d'atenció al públic, préstec de binocles, etc.)	Sí/No i nombre total								
Elaborar suports de comunicació física, accessible, de la programació.	Nombre de programacions culturals que incorporen formats accessibles (lectura fàcil, cos de lletra i contrast adequat, etc.)	% del total de materials de comunicació físics								
Elaborar suports de comunicació digital i per a xarxes socials, accessible, de la programació.	Nombre de comunicacions digitals amb format accessible (documents accessibles, vídeos subtitulats, web accessible, etc.)	% del total dels materials de comunicació digital								
Col·laborar amb entitats de diversitat funcional.	Projectes i activitats coorganitzades o codissenyades amb entitats del sector	Nombre d'accions anuals								
Calcular el grau de satisfacció del públic amb diversitat funcional.	Enquesta específica o valoracions rebudes de persones amb discapacitat sobre barreres percebudes i experiència cultural	Quantitat de valoracions positives / negatives anuals								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

Destinar una partida pressupostària al foment i l'aplicació de mesures d'accessibilitat.	Quantitat econòmica prevista i executada dins del pressupost cultural destinada a mesures d'accessibilitat (inclou comunicació, producció, difusió, etc.)	% respecte del total pressupost anual								
Disposar d'un referent d'accessibilitat per a cada equipament escènic.	Existència i funció activa de figures de referència en accessibilitat cultural a cada espai	% d'equipaments amb referent actiu								

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

Accions del Festival Dixieland

ACCIONS	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Crear xarxa amb les entitats, les administracions i el sector professional.	Nombre de coorganitzadors									
	Nombre de col·laboradors									
	Nombre de patrocinadors públics									
Promocionar el sector musical local.	Percentatge d'artistes participants del territori									
	Nombre d'escoles de dansa i música participants									
Distribuir la programació per tot el municipi.	Nombre d'activitats als barris no cèntrics									
	Nombre de barris amb activitats									
	Nombre d'escoles ubicades en barris no cèntrics que hi han participat									
Acostar el festival al públic jove.	Percentatge de menors de 35 anys als espectacles de pagament									
	Nombre de concerts en espais joves									
	Nombre d'escoles assistents									
Crear coproduccions i estrenes d'espectacles.	Nombre de coproduccions									
	Nombre d'estrenes absolutes									
	Nombre d'estrenes al territori									
	Nombre d'estrenes a Catalunya									

ACCIONS TRANSVERSALS DEL FESTIVAL DIXIELAND

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, desagregat per gènere	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles								
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

Accions del Festival Sona Flamenc

ACCIONS	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Promoure l'enxarxament amb les entitats locals.	Nombre d'entitats locals participants									
Promoure el sector musical local i fomentar els nous talents.	Percentatge d'artistes participants del territori	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
	Nombre d'escoles de dansa i música participants									
Distribuir la programació per tot el municipi.	Nombre d'activitats als barris no centrals									
	Nombre de barris amb activitat									
	Nombre d'escoles ubicades a barris no centrals que han participat									
Acostar el festival a nous públics, en especial el jove.	Nombre d'accions de car-rer									
	Percentatge de menors de 35 anys als espectacles de pagament									
	Nombre de concerts en espais joves									
	Nombre d'escoles assis-tents									
Fomentar la formació entre tota la ciutadania.	Nombre de de classes obertes									

ACCIONS TRANSVERSALS DEL FESTIVAL SONA FLAMENC

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, desagregat per gènere	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles								
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

7. Pla d'acció d'arts visuals 2025-2026

ACCIONS	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Impulsar un marc de treball comú i un espai de cooperació en l'estratègia de les arts visuals.	Nombre de reunions de la Comissió Tècnica Transversal									
	Nombre de reunions de coordinació entre agents municipals amb implicació en l'impuls de les arts visuals									
Fomentar les iniciatives creatives i les produccions gestades al territori.	Nombre de projectes i accions que reben suport									
	Nombre de creadors implicats en els projectes que reben suport (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Donar suport a projectes de mediació cultural, especialment en la formació, els espais de reflexió, la comunitat educativa i col·lectius diversos.	Nombre de projectes de mediació desenvolupats									
	Nombre de participants en els projectes de mediació (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
	Nombre d'entitats i col·lectius amb que es treballen projectes de mediació cultural									
Proposar una oferta educativa que connecti la ciutadania amb les arts visuals i en promogui el reconeixement com a espai de creació, pensament i reflexió crítica.	Nombre de centres educatius implicats en projectes de mediació									
	Nombre d'alumnes assistents als projectes de mediació									
Crear una xarxa local i territorial d'agents de les arts visuals.	Nombre de reunions per coordinar i establir la xarxa d'agents visuals									
	Nombre d'agents de les arts visuals amb els quals es treballa en xarxa									

ACCIONS TRANSVERSALS DEL PLA D'ACCIÓ D'ARTS VISUALS

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, desagregat per gènere	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles								
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

Accions del Pla d'acció de Mèdol

ACCIONS

INDICADORS

2026 2027 2028 2029 2030 2031 2032 2033

Generar accions educatives entre escoles i educació formal, entorns educatius no formals i informals i museus i centres culturals.	Nombre d'accions educatives realitzades								
	Nombre de centres educatius (reglada) amb els quals s'impulsen accions educatives								
	Nombre d'alumnes participants en les accions educatives (reglada)								
	Nombre d'accions realitzades amb entorns no educatius no formals								
	Nombre de participants en les accions educatives no formals								
	Nombre d'accions educatives realitzades entre museus i centres culturals								
	Nombre de participants en les accions educatives entre museus i centres culturals								
	Nombre de visites amb artistes realitzades								
	Nombre de participants en les visites amb artistes (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
	Nombre de tallers i xerrades amb artistes								
	Nombre de participants en tallers i xerrades amb artistes (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

Generar espais de treball col·laboratiu i en xarxa territorial en les arts visuals.	Nombre de reunions mantingudes en l'àmbit territorial									
	Nombre d'accions realitzades en col·laboració amb el territori									
Consolidar les residències artístiques com a pràctica fonamental de l'art contemporani.	Nombre de residències artístiques impulsades									
	Nombre de participants en les residències artístiques (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Suport a la professionalització en el treball cultural des de la formació, l'acompanyament i l'assessorament.	Nombre d'accions formatives de suport a la professionalització en el treball cultural									
	Nombre de participants en les accions formatives de suport a la professionalització en el treball cultural (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
	Nombre d'assessoraments tècnics a artistes									
	Nombre de persones ateses en els assessoraments tècnics a artistes (desagregat per gènere)									
	Nombre de participants en les accions formatives de suport a la professionalització en el treball cultural (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Impulsar projectes culturals d'arts visuals que situïn els joves com a protagonistes.	Nombre d'accions que han situat els joves com a protagonistes									
	Nombre de participants en les accions culturals que han situat els joves com a	Total								
		Homes								
		Dones								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

	protagonistes (desagregat per gènere)	No binari								
Fomentar accions culturals multidisciplinàries (fora de les exposicions).	Nombre d'accions i activitats multidisciplinàries realitzades									
	Nombre de participants actius en les accions i les activitats multidisciplinàries (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
	Nombre de participants com a assistents a les accions i les activitats multidisciplinàries (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Impulsar les convocatòries, els premis i les accions de divulgació de les arts visuals.	Nombre d'accions en relació amb les convocatòries, els premis i les accions de divulgació de les arts visuals									
	Nombre de participants en les convocatòries, els premis i les accions de divulgació de les arts visuals (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Impulsar les exposicions i les coproduccions internacionals.	Nombre d'exposicions internacionals									
	Nombre de participants en les exposicions internacionals (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
	Nombre de coproduccions internacionals									
	Nombre de participants en les coproduccions internacionals (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Diversificar i policentralitzar les accions d'arts visuals.	Nombre d'accions realitzades fora de Mèdol									

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

	Nombre de participants en les accions realitzades fora de Mèdol									
	Nombre de participants com a assistents a les accions realitzades fora de Mèdol									
Fomentar la creació i l'exhibició artística en les arts visuals.	Nombre de produccions realitzades									
	Nombre d'exposicions realitzades									
	Nombre d'artistes participants en les exposicions realitzades (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
	Nombre de persones que visiten les exposicions (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Divulgar i comunicar les actuacions expositives i performatives en les arts visuals contemporànies.	Nombre d'accions de divulgació i comunicació de les actuacions expositives i performatives en les arts visuals contemporànies									
Desplegar accions i activitats amb especial atenció a l'accessibilitat en les arts visuals.	Nombre d'accions i activitats amb especial atenció a l'accessibilitat en les arts visuals									
	Nombre de participants en les accions i les activitats amb especial atenció a l'accessibilitat en les arts visuals									
Desplegar accions i activitats al voltant de la sostenibilitat i la sensibilització mediambiental.	Nombre d'accions i activitats al voltant de la sostenibilitat i de sensibilització mediambiental									

ACCIONS TRANSVERSALS DE MÈDOL

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, desagregat per gènere	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles								
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

8. Pla d'acció cultural transversal i de suport a la creació i la pràctica cultural 2029

Acció transversal

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Dur a terme taules participatives sectorials anuals.	Taules participatives anuals sectorials realitzades								
	Nombre d'assistents a les taules participatives (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Convocar i fer el seguiment de la Comissió Tècnica Transversal.	Nombre de convocatòries de la Comissió Tècnica Transversal								
Dur a terme formació interna.	Nombre de formacions internes								
	Nombre d'assistents a les formacions internes (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Generar espais de pensament i coneixement.	Nombre de jornades de reflexió realitzades								
	Nombre d'assistents a les jornades (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Dur a terme taules participatives sectorials anuals.	Taules participatives anuals sectorials realitzades								
	Nombre d'assistents a les taules participatives (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Convocar i fer el seguiment de la Comissió Tècnica Transversal.	Nombre de convocatòries de la Comissió Tècnica Transversal								
Dur a terme formació interna.	Nombre de formacions internes								
	Nombre d'assistents a les formacions internes (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
Generar espais de pensament i coneixement.	Nombre d'assistents a les jornades (desagregat per gènere)	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Coordinar i fer el seguiment de les estratègies de comunicació.	Nombre de jornades de reflexió realitzades	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Elaborar una memòria anual per adequar les línies de treball a la seva evolució natural i millorar la seva projecció.	Grau de compliment del Pla de comunicació	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Impulsar l'avaluació qualitativa en les accions sectorials.	S'ha elaborat la memòria anual?	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Fer enquestes de consums culturals.	Grau de compliment dels objectius establerts en el Pla d'acció	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Fer enquestes de consums culturals.	Grau de millora dels eixos transversals	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Fer enquestes de consums culturals.	Sectors en els quals s'ha implementat l'avaluació qualitativa	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Fer enquestes de consums culturals.	Nombre d'enquestes qualitatives fetes	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Fer enquestes de consums culturals.	Nombre d'enquestes individuals	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Fer enquestes de consums culturals.	Nombre de col·lectius que han contestat	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

Crear subvencions de concurrència competitiva.	Compliment del calendari de creació de subvencions de concurrència competitiva									
	Nombre de convocatòries de concurrència competitiva									
	Nombre de projectes presentats a les subvencions de concurrència competitiva									
	Nombre de participants en els projectes de concurrència competitiva									
Incrementar el pressupost fins al 3 % del pressupost municipal de despeses.	Increment pressupostari total									
	Compliment del % pressupostari inicial respecte a l'objectiu establert									
Incrementar el pressupost en mediació cultural fins el 3 % del 3 % cultural.	Compliment del % pressupostari destinat a projectes transversals de mediació cultural									
Crea i proveir una plaça per coordinar els programes de comunicació (a incorporar l'any 2026)	S'ha creat i proveït la plaça per coordinar els programes de comunicació?									
Crear i proveir una plaça de mediació cultural (a incorporar l'any 2026).	S'ha creat i proveït la plaça de mediació cultural?									
Crear i proveir una plaça per coordinar els serveis d'informació cultural (a incorporar l'any 2027).	S'ha creat i proveït la plaça per coordinar els serveis d'informació cultural?									
Elaborar i aprovar el Pla d'equipaments culturals 2028-2041.	Compliment del calendari d'elaboració del Pla d'equipaments									

ACCIONS TRANSVERSALS DEL PLA D'ACCIÓ TRANSVERSAL I DE SUPORT A LA CREACIÓ I LA PRÀCTICA CULTURAL

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Promoure mecanismes de prevenció, detecció i abordatge de les discriminacions per raó de gènere de manera coordinada amb Igualtat i Feminismes.	Nombre d'assistències a la Comissió Tècnica Transversal de gènere								
	% de dones que treballen a Cultura								
	% de càrrecs directius dones a Cultura								
Vetllar per la promoció de l'equitat en el treball municipal i la corresponsabilitat en els usos del temps.	El personal que integra els diferents equips té assignades tasques equitatives?								
	El personal que integra els diferents equips té assignades tasques corresponsables amb els usos del temps?								
Formar i sensibilitzar els agents culturals en la coeducació i la promoció de valors i models igualitaris i en el reconeixement de possibles conductes sexistes i micromasclismes, i contribuir a una resposta efectiva davant de situacions no igualitàries.	Nombre de formacions realitzades en l'àmbit de la perspectiva de gènere i feminismes								
	Nombre d'assistents a les formacions de perspectiva de gènere i feminismes								
	S'ha programat alguna acció dedicada a la promoció de valors i models igualitaris?								
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, desagregat per gènere	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Mantenir el sistema estadístic d'indicadors de participació cultural, desagregat per gènere, i difondre'n els resultats	El sistema estadístic incorpora el desglossament per gènere?									
Fer un seguiment del Pla d'acció amb perspectiva de gènere.	Existència de documents que recullen indicadors relatius a cada acció									

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles								
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

Acció de suport a la creació i la pràctica cultural

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Ofertir atenció i assessorament.	Nombre de projectes que s'han acompanyat o assessorat								
	Nombre de persones ateses pel que fa a assessorament i acompanyament (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
Donar suport a projectes de mediació.	Nombre de projectes de mediació	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Donar suport a projectes de mediació cultural que situïn els joves al centre.	Nombre de participants els projectes de mediació (desagregat per gènere)	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Donar suport a projectes de mediació cultural que situïn els joves al centre.	Grau de satisfacció dels participants en els projectes de mediació cultural	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							
Donar suport a projectes de mediació cultural que situïn els joves al centre.	Nombre de participants en projectes de mediació per a joves (desagregat per gènere)	No binari							
		Total							
		Homes							
		Dones							

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

	Grau de satisfacció dels participants en els projectes de mediació cultural per a joves									
Fomentar la formació i l'educació.	Nombre d'accions formatives									
	Nombre de participants en les accions formatives (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
	Nombre de càpsules autoformatives									
Impuls al mapatge de recursos culturals com a eina de visibilització, suport i difusió.	Nombre de recursos i serveis culturals inscrits al mapa									
Impulsar la programació que incideix en espais de reflexió i diversitat.	Nombre de programacions i accions realitzades a «L'Alternador»									
	Nombre d'assistència a «L'Alternador» (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Impulsar la cessió dels espais (distribuïts pel territori).	Nombre total d'usuaris donats d'alta									
	Nombre d'ús dels espais									
	Nombre d'ús per part de les entitats									
	Nombre d'ús per part de particulars									
	Nombre d'assistents a cada acte o activitat (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
	Nombre de tràmits de cessió d'espais distribuïts pel territori	No binari								

ACCIONS TRANSVERSALS DE SUPORT A LA CREACIÓ I LA PRÀCTICA CULTURAL

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS		2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Vetllar per la paritat en els òrgans participatius estables.	Nombre d'integrants dels òrgans participatius estables (desagregat per gènere)	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Fomentar la composició equilibrada en paritat de gènere en les programacions culturals.	Nombre d'actuant en les programacions culturals, segregat per gènere	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Potenciar la programació amb perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives.	Nombre de programacions sobre perspectiva de gènere i dissidències sexuals i afectives	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Planificar i reorientar les accions culturals (horaris, cures...) per pal·liar la bretxa existent.	% nombre d'accions culturals facilitadores de la conciliació	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								
Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Total								
		Homes								
		Dones								
		No binari								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Promoure la incorporació d'activitats adaptades o accessibles.	Nombre d'activitats adaptades o accessibles								
Promoure accions culturals en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes actives.	S'han promogut accions en què les persones amb discapacitat siguin creadores, artistes o protagonistes?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Disposar de mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica.	S'han activat mecanismes amb preus accessibles per a col·lectius en situació de vulnerabilitat socioeconòmica?								
Disposar de mesures d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió.	S'han impulsat vies d'accés a la cultura per a persones en situació de risc d'exclusió?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (incloent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

9. Pla de comunicació de Tarragona Cultura 2033

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Informar i difondre l'activitat cultural de manera accessible i respectuosa amb la diversitat.	Nombre d'accions de difusió de l'activitat cultural								
	S'ha tingut en compte la diversitat en les accions de difusió de l'acció cultural?								
	Nombre d'accions concretes adreçades a comunicar l'activitat cultural de manera específica a col·lectius diversos								
Crear una figura tècnica de comunicació estratègica dins de l'Àrea de Cultura.	Es compta amb la figura tècnica específica de comunicació estratègica dins de l'Àrea de Cultura?								
Impulsar accions de difusió dels valors del Pla estratègic.	Nombre d'accions específiques de difusió dels valors del Pla estratègic								
Crear un calendari anual de continguts amb temàtiques fixes i adaptats a cada xarxa.	S'ha creat el calendari anual de continguts adaptats a cada xarxa?								
Fomentar la comunicació interna, mantenint informats els equips sobre activitats i objectius estratègics.	Nombre d'accions de comunicació interna en relació amb activitats i objectius estratègics								
Impulsar la participació ciutadana amb accions i dinàmiques d'interacció directa.	Nombre d'accions realitzades per impulsar la participació ciutadana								
	Nombre d'interaccions rebudes en les accions d'impuls a la participació								
Potenciar les xarxes socials amb una presència activa, coherent i interactiva.	Nombre de publicacions, comentaris, m'agrada, comparticions i visualitzacions a les diferents plataformes (Facebook, Instagram, X, TikTok, etc.)								
	Increment del nombre de seguidors en els comptes institucionals o de Tarragona Cultura								
	Visualitzacions de contingut multimèdia: nombre de visites, reproduccions i temps de visualització de vídeos, documentals o transmissió en directe								

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

ACCIONS	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Establir un calendari cultural anual unificat.	S'ha elaborat el calendari cultural anual unificat?								
Desenvolupar un servei d'informació cultural integral mitjançant una plataforma web centralitzada i millorada.	S'ha implementat la millora del servei d'informació web amb la informació centralitzada?								
Establir punts d'informació físics i presencials amb escolta activa i constant interacció.	S'ha establert un punt d'informació cultural físic?								
	Nombre d'interaccions rebudes en el punt d'informació físic (desagregat per gènere)	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Millorar l'agenda TGN Agenda amb notificacions personalitzades, mapes interactius i inscripcions a esdeveniments.	S'ha millorat l'agenda TGN Agenda pel que fa a notificacions personalitzades, mapes interactius i inscripcions a esdeveniments?								
Establir una línia de comunicació específica per acompanyar la implantació i el desenvolupament de la mediació cultural.	Nombre de comunicacions fetes per acompanyar la implementació i el desenvolupament de la mediació cultural								
Dinamitzar la comunicació per donar suport a creadors locals.	Nombre d'accions de dinamització i difusió de suport a creadors i creadores locals								
Fer enquestes d'opinió i satisfacció als participants en esdeveniments.	Nombre d'enquestes d'opinió i satisfacció als participants en esdeveniments								
Fer un seguiment de la cobertura mediàtica a través de mitjans de comunicació per mesurar com es reflecteix la cultura de Tarragona als mitjans.	S'ha fet el seguiment de la cobertura mediàtica de les accions culturals als mitjans?								

ACCIONS TRANSVERSALS

ACCIONS AMB PERSPECTIVA DE GÈNERE	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Promoure la igualtat de gènere en els procediments de contractació pública.	% nombre de contractacions amb criteris de gènere respecte al total publicades	Total							
		Homes							
		Dones							
		No binari							
Formar en l'ús del llenguatge inclusiu i vetllar perquè s'apliqui en les comunicacions internes i	Grau de compliment de les comunicacions que incorporen el llenguatge inclusiu	Total							
		Homes							

Annex 17. Quadre de comandament d'indicadors d'avaluació

de projecció externa, en els missatges i els formats: comunicació escrita, verbal, no verbal, visual i digital.	Reconèixer, comunicar favorablement i visibilitzar els rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals.	S'ha programat alguna acció dedicada a la visibilització dels rols de les dones i altres dissidències sexuals en les creacions i les accions culturals?	Dones										
			No binari										
			Total										
			Homes										
			Dones										
			No binari										

ACCIONS D'ACCESSIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Facilitar eines i mecanismes accessibles que millorin l'accés de les persones amb diversitat funcional o dificultats d'interacció amb l'entorn on se situa l'acció cultural.	Hi ha hagut disponibilitat d'eines i mecanismes accessibles?								
Establir mecanismes de comunicació amb els col·lectius de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius i associacions de persones amb diversitat funcional i sensorial per conèixer-ne les necessitats específiques?								
Elaborar material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives.	S'ha elaborat material informatiu o educatiu adaptat a les necessitats físiques i cognitives?								
Comunicar l'accessibilitat de les programacions.	S'ha comunicat l'accessibilitat de les programacions, els actes i les accions?								
Establir mecanismes de comunicació i diàleg amb col·lectius per afavorir la diversitat cultural.	S'ha mantingut comunicació amb col·lectius amb altres pràctiques culturals?								

ACCIONS DE SOSTENIBILITAT	INDICADORS	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033
Incorporar mesures de sostenibilitat a l'hora de desenvolupar l'activitat o el projecte.	Nombre de mesures de sostenibilitat (inclouent-hi també les relatives a les contractacions de serveis)								
Promoure l'ús de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte.	S'han seguit les indicacions de la «Guia per aplicar la perspectiva basada en la protecció de la natura, la justícia social i la cultura democràtica a les produccions culturals» en el desenvolupament de l'activitat o el projecte?								
Promoure accions o activitats per difondre noves narratives o el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient.	Nombre d'accions o activitats per divulgar el paper de la cultura en relació amb la protecció del medi ambient								

Annex 18 Marcs teòrics i referències bibliogràfiques

Ajuntament de Barcelona. «Fem Cultura, un pla para garantir els drets culturals de la ciutadania».

Recuperat de:

<<https://www.barcelona.cat/culturaviva/sites/default/files/2021-05/Pla%20Drets%20Culturals.pdf>>

Ajuntament de Granollers. «Coenzims».

Recuperat de:

<<https://www.teatreauditoridegranollers.cat/ca/coenzims.html>>

Ajuntament del Prat de Llobregat. «IntersECCions».

Recuperat de:

<<https://www.elprat.cat/interseccions/que-es-interseccions>>

Ajuntament del Prat de Llobregat. «L'Artesà. Projecte cultural i Arts en Viu».

Recuperat de:

<<https://www.teatrelartesa.cat/projecte-cultural-i-arts-en-viu>>

Ajuntament de Terrassa. «Guia de comunicació inclusiva».

Recuperat de:

<<https://www.terrassa.cat/guia-de-comunicacio-inclusiva>>

Ajuntament de Vic. «Pla d'Acció Cultural 2018-2025».

Recuperat de:

<<https://www.vic.cat/serveis/cultura/cultura/pla-daccio-cultural/pac-de-vic-diagnostic-pla-daccio.pdf>>

Assemblea General de la ONU (1948). «Universal Declaration of Human Rights»

[resolució de l'Assemblea General 217 [III] A]. París.

Recuperat de:

<<http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/>>

Auditorio de Tenerife. «Planificación estratégica 2022-2025».

Recuperat de:

<https://www.auditoriodetenerife.com/wp-content/uploads/2024/09/Planificacion_estrategica_2022-2025-1.pdf>

Auditorio de Tenerife. «Educativa y social».

Recuperat de:

<<https://www.auditoriodetenerife.com/es/educativa-y-social/>>

Ayuntamiento de A Coruña. «Teatro Rosalía de Castro».

Recuperat de:

<<https://www.coruna.gal/web/es/actualidad/agenda/agenda-eventos/evento/teatro-rosalia-de-castro/entidad/1150819583294?argIdioma=es>>

Ayuntamiento de Bilbao. «Plan estratégico de Cultura de Bilbao 2023-2033».

Recuperat de:

<https://www.bilbao.eus/cs/Satellite?cid=1279224016667&language=es&pagename=Bilbaonet/Page/BIO_contenidoFinal>

Ayuntamiento de Gea de Albarracín. «Rural Integra: cultura comunitaria y mediación cultural».

Recuperat de:

<<https://www.geadealbarracin.org/actividades/rural-integra-cultura-comunitaria-y-mediacion-cultural/>>

Ayuntamiento de Murcia.

Recuperat de:

<<https://www.murciacultura.es/es/proyectos/reactivos-culturales>>

Ayuntamiento de Pamplona. «La primera edición del programa municipal de mediación artística Taldeka afronta la recta final».

Recuperat de:

<<https://www.pamplona.es/actualidad/noticias/la-primera-edicion-del-programa-municipal-de-mediacion-artistica-taldeka>>

Barbieri, N. (2015). «Drets culturals: què són, com s'han desenvolupat a Catalunya i quin tipus de polítiques demanen?». Estat de la cultura i de les arts 03_2015: Repensant les polítiques culturals. Reptes i reflexions.

Recuperat de:

<https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2015/146188/drets_culturals.pdf>

Boj, C. (2012). «Acaso, M. (coord.), V.V.A.A. (2011): Perspectivas: situación actual de la educación en los museos de Artes Visuales. Madrid: Ariel». Arte, Individuo y Sociedad, 24(1), 159.

Recuperat de:

<<https://doaj.org/article/619670be6f9d4fad8d367e49994ab6a6>>

Centro Cultural Maria Victoria Atencia.

Recuperat de:

<<https://www.centroculturalmva.es/>>

ComuArt, art sense límits.

Recuperat de:

<<https://comuart.com/ca/>>

«Constitución Española». Boletín Oficial del Estado, 311 (29 desembre 1978).

Recuperat de:

<<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1978-31229>>

Diputació de Barcelona. «Cultura 311+. Pla de drets culturals de la Diputació de Barcelona».

Recuperat de:

<<https://www.diba.cat/ca/web/drets-culturals/>>

Diputació de Barcelona. «La regidoria de cultura. Espai de formació de l'electe».

Recuperat de:

Annex 18. Marcs teòrics i referències bibliogràfiques

<https://formawiki.diba.cat/pub/electes/759dd3c1_la_regidoria_de_cultura/index.html>

Diputació de Tarragona. «33a edició. Escola d'Estiu. Cicle de vida i polítiques locals transformadores. Comunitat, diversitat i interseccionalitat».

Recuperat de:

<https://formawiki.diba.cat/pub/sostenibilitat_social/8a5acaff_33a_edicio_escola_d_estiu._cicle_de_vida_i_politiques_locales_transformadores/002.html>

Federación Española de Municipios y Provincias. «Nueva guía para la evaluación de las políticas culturales locales». 2022.

Recuperat de:

<[nuevaguia_indicadoresculturalocal_r.pdf](#)>

Generalitat de Catalunya. «Avantprojecte de Llei de drets culturals».

Recuperat de:

<<https://governobert.gencat.cat/ca/transparencia/normativa-i-informacio-interes-juridic/normativa/normativa-en-tramit/clt/en-tramit/llei-drets-culturals>>

Generalitat de Catalunya. Biblioteques públiques de Catalunya. «Mapa de la Lectura Pública de Catalunya».

Recuperat de:

<<https://biblioteques.gencat.cat/ca/el-servei-de-biblioteques/linies-dactivitat/planificacio-bibliotecaria/mapa-de-la-lectura-publica-de-catalunya/>>

Generalitat de Catalunya. Consell Nacional de la Cultura i de les Arts - CoNCA. «Origen i funcions».

Recuperat de:

<<https://conca.gencat.cat/ca/el-conca/origen-i-funcions/>>

Generalitat de Catalunya. Consell Nacional de la Cultura i les Arts - CoNCA. «Avaluació estratègica. Model teòric i aplicació». 2014.

Recuperat de:

<https://conca.gencat.cat/ca/detall/publicacio/IC7_pub_avaluacio_estrategica_model_teoric>

Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. «Guia per a la incorporació dels criteris del Codi d'accessibilitat de Catalunya als àmbits escènics, musicals, d'arts visuals, de l'audiovisual, del llibre i la lectura».

Recuperat de:

<https://icec.gencat.cat/web/.content/05_serveis_tramits/07accessibilitat/GuiaAccessibilitat.pdf>

Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. «PECCat 2010-2020» [Pla d'Equipaments Culturals].

Recuperat de:

Annex 18. Marcs teòrics i referències bibliogràfiques

<https://cultura.gencat.cat/ca/departament/estructura_i_adreces/organisme_s/dgpcc/subdireccio_general_de_promocio_cultural/Equipaments/peccat_2010-2020/>

Generalitat de Catalunya. Institut Català de les Empreses Culturals. «Pla C* Cultura pel Clima. Pla de sostenibilitat ambiental per a les empreses culturals».

Recuperat de:

<https://icec.gencat.cat/ca/sectors/pla_c/>

Gobierno de España. Ministerio de Cultura. «Plan de Derechos Culturales».

Recuperat de:

<<https://planderechosculturales.cultura.gob.es/portada.html>>

Gobierno Vasco. «Plan Estratégico Cultura 2028».

Recuperat de:

<https://bideoak2.euskadi.eus/2023/03/14/news_84253/PLAN ESTRATEGIC O CULTURA 2028.pdf>

Huerta, R. (2011). «Maestros, museos y artes visuales. Construyendo un imaginario educativo». *Arte, Individuo y Sociedad*, 23(1), 55-72.

Recuperat de:

<https://doi.org/10.5209/rev_aris.2011.v23.n1.5>

«Llei orgànica 3/2007, de 22 de març, per a la igualtat efectiva de dones i homes».

Recuperat de:

<<https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=555974>>

«Llei 11/2014, del 10 d'octubre, per a garantir els drets de lesbianes, gais, bisexuals, transgèneres i intersexuals i per a eradicar l'homofòbia, la bifòbia i la transfòbia».

Recuperat de:

<<https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=672704&validity=1830027&traceability=02&language=ca>>

«Llei 13/2014, del 30 d'octubre, d'accessibilitat».

Recuperada de:

<<https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=673958>>

«Llei 15/2022, de 12 de juliol, integral per a la igualtat de tracte i la no-discriminació».

Recuperada de:

<<https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=973689>>

«Llei 17/2015, del 21 de juliol, d'igualtat efectiva de dones i homes».

Recuperat de:

Annex 18. Marcs teòrics i referències bibliogràfiques

- <<https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=698967>>
- «Llei 19/2020, del 30 de desembre, d'igualtat de tracte i no-discriminació».
- Recuperat de:
- <<https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=890227&validity=1886381&traceability=02&language=ca>>
- López Martínez, E. (2009). *¿Profesiones de la educación en el museo? Estudio sobre la formación y la profesionalización de los educadores de museos españoles*. Universitat de Barcelona.
- Matadero Madrid. Centro de creación contemporánea.
- Recuperat de:
- <<https://www.mataderomadrid.org/>>
- Mörsch, C.; Holland, A. (2013). *Time for Cultural Mediation*. Zurich: Institute for Art Education of Zurich University of the Arts (ZHdK).
- Naciones Unidas (2016). «Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad».
- Recuperat de:
- <<https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>>
- Naciones Unidas. «La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible».
- Recuperat de:
- <<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>>
- Organización Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (2004). «Agenda 21 de la Cultura».
- Recuperat de:
- <<https://www.agenda21culture.net/es/documentos/agenda-21-de-la-cultura>>
- Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales [adoptat el 16 de desembre de 1966, va entrar en vigor el 3 de gener de 1976], resolució 2200 A (XXI), art 15.
- Padró Puig, C. (2000). «La función educativa de los museos: un estudio sobre las culturas museísticas». Universitat de Barcelona.
- Recuperat de:
- <<https://portalrecerca.csuc.cat/109083274>>
- Pedagogías Invisibles. Arte + educación. Pulso. Foto fija.
- Recuperat de:
- <<https://www.pedagogiasinvisibles.es/publicaciones/>>
- Proyecto 43-2.
- Recuperat de:

Annex 18. Marcs teòrics i referències bibliogràfiques

<<https://proyecto432.com/>>

«Reial decret legislatiu 1/2013, de 29 de novembre, pel qual s'aprova el text refós de la Llei general de drets de les persones amb discapacitat i de la seva inclusió social».

Recuperat de:

<<https://portaljuridic.gencat.cat/ca/document-del-pjur/?documentId=932711>>

Trilla, J. (1997). *Animación sociocultural: Teorías, programas y ámbitos*. Ariel. UNESCO. «El Sector de la Cultura».

Recuperat de:

< <https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-economic-social-and-cultural-rights> >

United Nations (1995). «Declaración y Plataforma de Acción de Beijing».

Recuperat de:

<<https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/Publicaciones/2015/9853.pdf>>

Universitat Oberta de Catalunya (28 juny 2016). «¿Qué es un gestor cultural?».

Recuperat de:

<<https://blogs.uoc.edu/gestiocultural/es/que-es-un-gestor-cultural-gestion-cultural/>>

** Aquesta relació no conté tots els plans, documents, webs i informacions diverses del mateix Ajuntament de Tarragona, ni tampoc les referències dels plans d'acció sectorials.*