



Arxiu històric FUNDACIÓ JAUME BOFILL

Pla d'actuació 1983

Departament de Promoció Cultural

Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat

FEBRER 1983

FUNDACIÓ
Fundació
JAUME
Jaume
BOFILL
Bofill

Sumari:

	<u>PAG.</u>
- INTRODUCCIÓ: Inici de reflexió entorn dels problemes de la política cultural a l'Hospitalet d'avui.....	2
- CAPÍTOL I: Servei d'Extensió Territorial.....	26
- CAPÍTOL II: Servei de Sectors Artístics.....	32
- CAPÍTOL III: Servei de Festes i Campanyes.....	36
- CAPÍTOL IV: Infraestructures i materials.....	44
- CAPÍTOL V: Estudis i documentació.....	46
- ANEX 1: Pla d'actuació de les Aules de Cultura.....	48
- ANEX 2: Campanya "Catalunya per tu".....	59
- ANEX 3: Experiència pilot "El Circ".....	74
- ANEX 4: Experiència pilot "Acció-vídeo".....	79
- ANEX 5: Convenis d'extensió territorial.....	86

INTRODUCCIÓ:

INICI DE REFLEXIÓ ENTORN DELS PROBLEMES DE
LA POLÍTICA CULTURAL A L'HOSPITALET D'AVUI

1. Tres segments de població.

Una política cultural de signe progressiu ha de tenir present i donar resposta als tres segments principals, no pas estancs, que configuren l'esfera de la població; ha de plantejar-se una acció congruent amb l'especificitat de cada segment per tal d'aconseguir una sintonia entre les capacitats d'uns i les necessitats d'altres al servei d'un objectiu comú de democratització cultural.

El primer segment, minoritari però fonamental com a teixit bàsic de la vida cultural comunitària, està format pels sectors més actius, per les persones i grups que generen iniciativa cultural i creativa. És un petit casquet al pol nord de l'esfera.

El segon segment, està format pels qui, sense generar iniciativa, són consumidors de la programació habitual de difusió cultural. Des dels límits del casquet, no arriba ni de lluny a l'equador de l'esfera.

El tercer segment està format per la resta de la població, generalment extranya a la programació cultural ordinària i submergida en el pantà de la cultura de masses d'arrel multinacional. Abarca la resta de l'esfera, bastant més de la seva meitat; és una gran bossa de població, allò que alguns sociòlegs, en l'anàlisi de les conductes col·lectives, n'han dit el país profund.

2. L'administració pública i la cultura.

I, enmig d'aquesta realitat, cal veure quín ha de ser el rol de l'administració pública, de l'Ajuntament, envers la societat.

L'objectiu està clar: aconseguir per a les persones i per a la comunitat en el seu conjunt els màxims nivells possibles de maduresa cultural, de capacitat crítica. És a dir, augmentar al màxim la capacitat de llibertat, la capacitat d'autonomia envers totes les tutel·les, inclosa la de l'aparell d'estar.

Aquesta voluntat, que ha de presidir totes les actuacions des de l'administració, no pot fer abstracció dels altres factors que, per activa o per passiva, operen sobre la societat; en aquest sentit, cal subratllar dos fets; a) la pressió omnipotent del colonialisme cultural generat pels centres de poder econòmics multinacionals; i b) l'estadi embrionari en què es troba encara la nostra societat civil pel que fa a les seves capacitats d'iniciativa cultural.

Des d'aquesta perspectiva, la intervenció pública és una necessitat de supervivència. En la defensa de les identitats culturals, encalçades per l'agressió colonitzadora. En la suplència i la promoció d'una societat civil encara massa feble.

L'Ajuntament apareix, així, com un centre d'iniciativa cultural fonamental, situat en el nucli de l'esfera i que, per una o altra raó, s'ha de projectar sobre els tres segments esmentats, si bé sense tenyir-los.

En aquesta triple projecció de la política cultural, cal evitar dues deformacions típiques i antitètiques: a) l'atenció exclussiva als sectors més actius i als consumidors de la programació cultural convencional (els dos primers segments esmentats), oblidant de fet la gran bossa de població, constitueix una política de signe clarament elitista; b) l'oblit dels sectors més actius com a en tramut bàsic que ha de permetre la major capacitat d'autonomia de la societat civil, aplicant en canvi una línia de "panem et circen sem" envers la gran massa de la població, constitueix una política de signe populista que aboca la societat a la minoria d'edat permanent.

3. Sintonitzar amb els més.

L'activitat cultural generada des dels estaments públics i des dels nuclis més progressius de la societat acostuma a arribar a un espectre de la població considerable, però mai massiu o només en comptades ocasions; potser la festa és l'única activitat cultural habitual que assoleix la massivitat. L'activitat cultural habitual arriba només als dos primers segments de població de què parlàvem, mentre la gran bossa acostuma a restar-ne al marge.

L'evolució tecnològica de la societat, sobretot la irrupció de la tecnologia de la comunicació, ha deixat enrera sectors importants de la iniciativa cultural, sectors de la producció cultural, però sobretot sectors de la gestió cultural. Mètodes i plantejaments que havien estat fonamentals han quedat defasats en gran part, han deixat de percutir en la societat, perquè la societat s'ha mogut, no és on era; la tecla ja no sona o sona molt poc. Altres sectors de la societat en canvi han copsat clarament per on anaven els trets; el món de la publicitat n'és el paradigma.

És evident que hi ha un problema de mitjans. Els resorts de la societat tecnològica són sovint inabastables si no és des de la prepotència econòmica. Això ha determinat que els fils de la cultura de masses estiguin avui en mans de les multinacionals de la cultura i de la comunicació, exponents màxims del sistema establert i de signe regressiu i alienant. Només una acció seriosa des del conjunt de l'aparell d'Estat pot fer front a aquesta realitat.

Però no és només un problema de mitjans. És també un problema de plantejament. Encara que no fos molt allò que des d'un Ajuntament o des de sectors no dominants de la societat es pogués fer, és evident que, si està ben orientat, si no fa abstracció de la realitat de la cultura de masses, farà diana. La correlació de forces serà encara desigual, però menys. Potser bastant menys si hi juga a fons la imaginació, si sabem donar la volta, si sabem aprofitar bé les esclertes. Mai no s'ha pogut assegurar que la guerrilla no guanyaria.

És des d'aquesta perspectiva que cal plantejar-se el tema dels nous espais o espais no habituals; aquells canals, moments, camps d'activitat, que acostumen a no figurar o al menys a no tenir un lloc rellevant en un plantejament clàssic de política cultural i

que en canvi els intuïm con espais que poden suscitar l'interès de la gran massa de població, com a vies a través de les quals promoure la seva participació cultural.

3.1. El llenguatge audiovisual ha esdevingut el llenguatge de la societat tecnològica, el més entenedor per a la globalitat de la població actual. És fonamental el treball en aquest camp des d'una perspectiva d'animació comunitària.

3.1.1. La incidència en els grans mitjans de comunicació, especialment la televisió, en funció d'una política de democratització i de participació cultural, és una necessitat immediata. Així que hi hagi possibilitats, caldrà emprendre experiències pilot que plantegin la programació televisiva en funció de l'animació comunitària. En aquest sentit, fóra determinant la televisió municipal o comarcal.

3.1.2. Més enllà del seu ús particular, cal pensar en l'ús comunitari de la televisió-vídeo. La tele és bàsicament un instrument de "saleta d'estar", és a dir aïllant; en aquest fet, que fa incontrastable i indiscutible el seu missatge, hi rau gran part de la seva funció aïllant, tant o més que en el propi missatge. Treure la televisió de context pot ser, doncs, una gimnàstica interessant. Com ho pot ser també la familiarització amb la tecnologia televisiva, mitjançant el vídeo, com a via de desacralització del medi; de la mateixa manera que escriure ajuda a relativitzar la "lletra impresa".

3.1.2.1. Hi ha ingredients de la programació general de RTVE que pot tenir interès aprofitar en exploracions fora de context, en directe o en diferit, en en monitor o pantalla, en un local o al carrer. El tractament podria consistir en un simple visió nat o bé en l'acompanyament d'alguna activitat complementària (un "Famós" relacionat amb el producte emès participa in person en un col.loqui, una activitat cultural complementària). La Lliga de fútbol i l'audiència massiva que genera constitueix el més gran repte per a la imaginació i l'audàcia.

3.1.2.2. El model "La Clave" i les cooperacions ràdio-televisió assenyalen la via de possibles operacions d'encadenat de mitjans. A partir d'un determinat

centre d'interès massiu, es selecciona un ingredient de la programació de RTVE que pugui servir com il·lustració; la ràdio municipal anuncia amb temps els passos de l'operació; a) visionat a la televisió del producte seleccionat, b) col·loqui radiofònic de famosos sobre el tema amb telèfon obert, c) activitats a nivell de barri en relació amb el tema.

3.1.2.3. L'acció vídeo es configura com una via important, malgrat el seu estadi encara experimental, de desacralització i de participació. El reportatge de barri en ocasió de qualsevol esdeveniment o problemàtica, emès a pantalla o monitor, genera el fenomen participatiu de "veure's a la tele". Els mateixos monitors de barri poden ser útils per a sessions reduïdes amb els veïns de l'entorn immediat. El vídeo-bus és una eina fonamental en aquest terreny perquè permet l'accés als grans fluxes de vianants (carrers, mercats, metro,...), com ho és també el taller vídeo local que permeti la manipulació àgil i econòmica del material, sobretot l'operació de muntatge. (II.7.3.; IV.11.3.).

3.1.3. La ràdio municipal, si aconsegueix d'arrelar en la població, és un instrument capdal d'incidència cultural. Cal subratllar dues línies de treball elementals amb aquest mitjà.

3.1.3.1. L'anunci permanent de la programació cultural de la ciutat, promovent la participació del ciutadà; en aquest sentit, més enllà de l'estricta anunci, cal l'explotació prèvia i posterior de tot esdeveniment cultural amb una certa entitat (entrevistes a artistes, opinions de la gent en relació al fet, etc...).

3.1.3.2. La producció d'un programa de barri, un per cada barri, i la seva emissió, a dia i hora fixa, amb ingredients d'actualitat veïnal de caràcter social o cultural i amb elements d'identitat històrico-cultural. No tant un producte informatiu lleuger, com un producte acabat i de qualitat, produït pel "grup de ràdio del barri".

3.1.4. El cinema, element capdal de la cultura de masses, tendeix a quedar reduït al mitjà televisiu, és a dir, a l'espectador aïllat. Les sales d'exhibició, fora de les grans sales de Barcelona, van enrera enfront de la televisió. Cal veure per quines vies seria possible de recuperar el cinema com a fet col·lectiu amb les possibilitats de diàleg i de major visió crítica que això suposa.

3.1.4.1. Una via important és la negociació d'acords amb les sales de barri supervivents per veure d'incidir en la programació i d'inserir-la en una acció cultural global que promogui l'assistència al cine del barri. (II.7.5.).

3.1.4.2. El cinema d'estiu, al carrer o en sala descoberta, és una pràctica a promoure. Veure la pel·lícula tot prenent la fresca, per sotre les estrelles, pot ser atractiu per a molta gent si es fa ben fet i constitueix un interessant context de relació i de conversa. (II.7.6.).

3.1.4.3. Fer-ho ben fet vol dir que, si l'objectiu és la gran massa de població, no val per a aquest capítol la lògica del "cine-fòrum". Hi ha dues plagues, en aquest sentit, que cal erradicar: la incomoditat i "les pel·lícules de pensar". No és admissible una pel·lícula per al gran públic que no es projecti en 35mm i sobre pantalla gran. La selecció del producte no es pot fer en funció del qui programa sinó del públic potencial; hi ha massa cine tènicament bo -ritme, color i música- perquè sigui justificable la freqüent i autocomplaent lata "político-pedagògica".

3.2. Anar a fora el cap de setmana és una necessitat higiènica que comporta la vida a la gran ciutat, imperi de l'asfalt, del soroll i del monòxid de carbó. Aquest fet, ben lògic, esdevé però un comportament massiu i compulsiu en el qual entren en joc altres aspectes (pater familias al mando del volant i del transistor, l'autopista, la tauleta plegable o les estoballes a terra, les caravanes del retorn, el dia de repòs que s'escola entre incomoditats). Per sota d'uns determinats standings, aquesta peregrinació és un dels comportaments més frustants d'avui. Intentar respos-

tes més compensadores en la mateixa direcció pot ser una via, l'aprofitament d'una fisura del mecanisme.

3.2.1. Pot tenir interès una campanya de sortides en autocar a marcs naturals o històrics, ben amanides d'alicients diversos; els "agermanaments entre ciutats pot ser una fórmula; també els itineraris aventurers per a joves. (III.6).

3.2.2. Algun espai no urbà i amb vegetació entorn de la ciutat, com a iniciativa municipal o intermunicipal, podria donar lloc a l'actualització de l'"anar a Les Planes". Es tractaria de promoure un lloc, instal·lant-hi els equipaments mínims (fugons i llenya i bancs, etc...), com a zona de cap de setmana, en la línia dels vells "merenderos". La major part de l'extensió lliure d'intromissions organitzades, de manera que s'hi pugui caminar lliurement com a la muntanya. En espais colaterals s'hi podrien preveure activitats culturals i esportives. (III.4.5.).

3.3. L'esport és l'activitat que, com a espectacle, centra l'atenció d'un major nombre de gent. És un camp en el qual caldrà madurar conjuntament amb el Patronat Municipal d'Esports incursions des de la política cultural. L'experiència de l'ARCHI italià és un punt de referència obligat.

3.3.1. L'esport com a ingredient dins l'esmentada idea del "merendero" (3.2.2.).

3.3.2. Treure de context el futbol televisat i complementar-lo amb altres ingredients és una idea ja insinuada (3.1.2.1.) i que cal madurar.

3.3.3. L'esport al carrer és una experiència exitosa (lliga de futbol entre carrers, curses massives, curses de patins, olimpiada popular,...). És en aquest terreny on es produeix la major inflexió de l'esport com a espectacle a l'esport com a pràctica popular. És un fenomen que té a veure amb els paràmetres de la festa; en aquest sentit, podria ser interessant una reflexió conjunta sobre el particular entre les àrees de cultura i d'esport:

3.3.4. El Club de Futbol de l'Hospitalet jugarà la Lliga en el Grup Sud de Segona Divisió. Això implica la visi-

ta a la ciutat d'equips procedents dels llocs d'origen de sectors de la població de l'Hospitalet. Encara es recorda la gran aflluència que es produí en ocasió de la vinguda del C.F. Badajoz. Cal madurar amb l'àrea d'esports la possibilitat d'activitats culturals colaterals (per exemple, d'agermanament entre ciutats). La Banda Ciutat de l'Hospitalet i els Gegants de la Ciutat són el tipus d'ingredient cultural que tindrien sentit en el marc d'un camp de futbol.

3.3.5. L'esport de defensa personal (karate, judo, etc,...) és un centre d'interès important entre la gent jove. Cal tenir-ho present en plantejar-se el tema de la joventut, especialment de la joventut del "cinturó industrial" (veure 3.6.1.1.).

3.4. El carrer és un dels marcs primordials de la cultura mediterrània. El clima de la zoná permet la vida de carrer durant llargues èpoques de l'any. Aquest és un factor ancestral i plenament vigent malgrat la situació en què ens han deixat les ciutats. Cal només un esforç per a crear les condicions materials que fagin el carrer més propici i acollidor; i alhora cal treballar les activitats i els esdeveniments més propis d'aquest marc.

3.4.1. Cal una tasca de reflexió conjunta amb l'àrea d'urbanisme sobre els espais urbans actuals o projectats per tal que puguin esdevenir veritables espais de convivència i de relació, és a dir, de cultura.

3.4.2. Als espais més idonis de cada barri per a l'activitat cultural, cal promoure-hi la instal·lació de preses fixes de llum i d'escenaris d'obra per a l'activitat cultural de carrer. (IV.10).

3.4.3. Les zones de vianants són un fet recent molt important i en relació a les quals urgeix una reflexió sobre les seves possibilitats.

3.4.4. En relació als dos punts anteriors, es fa urgent una posta en comú amb l'àrea de serveis per tal d'arribar a un acord pel que fa al disseny d'aquests espais urbans i als seus ingredients.

3.4.5. Un fet urbà bastant específic de l'Hospitalet i fins ara menytingut són els ponts que formen les vies del

tren en l'encreuament amb els carrers. Són vies que acomoden un gran fluxe de vianants. Les més extenses i de voravies més amples reclamen algun tipus de tractament i potser podrien encavir alguna mena de realització mural, artística o informativa.

3.4.6. El color i el moviment inusuals són elements que trenquen com cap altre la monotonia dels blocs i de l'asfalt. Constitueixen un esdeveniment urbà. Cal tenir-ho present en la voluntat de recuperar el carrer.

3.4.6.1. Els creadors en arts plàstiques tenen un rol important a jugar-hi. Els inflables i altres tipus de volums han estat experimentats àmpliament. Cal remarcar l'interès del tema dels grans murals cobrint parets mortes o fins i tot façanes; una acció en aquesta direcció es podria concertar amb Belles Arts, corrent a càrrec de l'Ajuntament els materials i reservant-se alhora l'aprovació prèvia dels projectes. És un tema a madurar amb l'àrea d'urbanisme. (II.6.5.).

3.4.6.2. En aquesta voluntat de regenerar el carrer és més important del que pugui semblar l'efecte d'una campanya de restauració de façanes.

3.4.6.3. Cal plantejar-se el tema de la comunicació de carrer -informació o propaganda- des d'aquesta mateixa perspectiva. Perquè compleixi la seva funció ha d'irrompre en el medi urbà. (I.1.5)

3.4.7. La festa, que hem esmentat com un dels pocs marcs habituals en la política cultural que aconsegueix respostes massives de la població, és l'esdeveniment de carrer per excel·lència. Hi dediquem un capítol sensè del nostre programa. Es tracta de subratllar ara, com alguns ingredients propis de la festa tindria sentit que ens els plantejéssim específicament donada la seva vistositat i per la seva entitat com a fets de carrer: els funambulistes, els actors de cantonada (mims, etc...), els titelles i marionetes, els músics de carrer (acordió, guitarra, violí, cançó, etc...); la processó i el cercavila, dues modalitats que cal diferenciar; etc...(III.2;III.3)

- 3.4.8. El sopar o el rressupó de carrer són figures amb tradició i que tornen a aparèixer en alguns indrets. Constitueix un marc de relació de gran interès. Les iniciatives de carrer que hi ha darrera d'esdeveniments d'aquesta mena són importants perquè impliquen un grau d'organització de la societat molt més real que el relatiu a barris o a ciutat. És un fenomen al qual cal fer atenció especial. (III.2.1.)
- 3.4.9. Els jocs de carrer són d'una gran varietat i podrien abarcar diverses edats; van des dels propis de "la canalla" fins els que tenen a veure més amb la necessitat d'afirmació física dels joves. La riquesa del seu ventall és extraordinària: la xerranca, fet a amagar, carreres de sacs, "la cicaña", trencar l'olla, les bales o "canicas", els estels, moros i cristians, el cavall fort, etc... Potser tindria sentit fer-ne una recopilació, recollint-ne de tots els orígens, i apuntant a una mena de "final" de jocs de carrers. La participació de l'àrea d'ensenyament fóra important per a relacionar-ho amb el fet escolar.
- 3.4.10. Els fets culturals pensats per al carrer no poden fer abstracció de quina mena de carrer es tracta i de la seva especificitat. Cal distingir-ne tres menes: a) la plaça, apropiada per a un esdeveniment quiet i amb durada; b) la voravia ampla, de molts vianants, apropiada per a esdeveniments quietos però de poca durada (model: el xarlatà dels carrers Pelai de Barcelona); c) el carrer pròpiament dit és sobretot per a defilar-hi (cercavila, processó, banda, etc.)
- 3.4.11. És fonamental el tema de les infraestructures mòbils al servei de l'esdeveniment de carrer: vídeo-bus, grades desmuntables, tanques, cadires, tarimes, megafonia, el.luminació, etc... Una infraestructura inexistent i que convindria inventar és l'exposició de carrer, que pugui ser instal·lada on hi ha o on passa la gent, fegint de l'exposició tancada. Aquesta infraestructura, reconvertible i resistent front a la pluja i al robatori, podria ser la base també d'esdeveniments multi-mèdia de caràcter monogràfic al carrer. (I.1.4.).

3.5. L'estiu és el període més desatès quant a oferta cultural. L'acumulació del temps de lleure a l'estiu, conseqüència de les vacances laborals i escolares, fa que amples sectors de població estiguin en una situació de disponibilitat única al llarg de l'any. Les vacances fora de la ciutat, a més, no atenuen aquest fet ja que no són un fenomen general ni molt menys i, en qualsevol cas, no afecten tot el període de vacances personal. És fonamental i prioritari omplir aquest immens forat. (III.4.).

3.5.1. Els "festivals d'estiu", sobre escenaris a l'aire lliure situats al llarg i ample de la ciutat, poden ser una plataforma única al llarg de l'any de difusió cultural massiva.

3.5.2. Les reflexions fetes a propòsit del cap de setmana (3.2) i sobre el carrer (3.4) tenen totes les seves virtualitats dins l'estació estiuenca.

3.5.3. Les vacances ciutadanes són un fet que afecta a sectors amplíssims de la població; tots els qui no se'n van fora. Organitzar un programa de serveis en aquesta direcció és important. Els "punts verds" a Itàlia són un precedent.

3.5.4. De la mateixa manera, fóra important d'oferir informació i previsió sobre viatges d'interès, de manera que la vehiculació de la demanda a través de l'Ajuntament permetés preus més assequibles i la garantia d'un acomboiament no gregari.

3.6. Una manera d'incidir en la gran bossa de població en relació amb la qual anem desgranant aquest capítol nº3, és també amb accions pensades en funció de sectors concrets d'aquesta població; no segments horitzontals sinó sectors verticals. Els sectors principals són els joves, les dones i els vells; sectors amplis, amb problemàtiques específiques i que reclamen atenció específica.

3.6.1. La joventut és un sector nombrosíssim en relació al conjunt i ho serà encara més al llarg dels vuitantes. Al mateix temps, el fet de l'atur manté sectors importants de la joventut fora del mercat de treball o bé en una situació de treball intermitent o de treball "negre". El perill de desarrelament i de marginalit-

zació és una constant que, tot i que només es produeix d'una forma radical en sectors no majoritaris, sí que impregna comportaments i sistemes de valors bastant més amplis. Malgrat que les solucions a aquesta situació no poden venir només de la política cultural, sí que des d'aquesta convé fer-hi especial atenció. És fonamental en aquest sentit donar resposta als centres d'interès que la joventut d'aquestes zones genera, evitant la dinàmica de replegament i de gueto, de rebuig global a una societat totalment estranya. La manca de resposta des dels poders públics i des de la societat condemna els joves a la consciència marginal envers la comunitat i a l'estricta dependència dels grans circuits del consum i de les trames més tèrboles.

3.6.1.1. L'entorn inhòspit i agressiu deu ser la causa que fa de la capacitat física un valor central d'afirmació personal del jove del "cinturó". L'esport i sobretot l'esport relacionat amb la "defensa personal" és, com dèiem a 3.3.5., en el terreny de la joventut.

3.6.1.2. No és només cosa de fortalesa; sinó també d'habilitat física allò que interessa; tot el que impliqui seguretat i autosuficiència. És significativa, en aquest sentit l'aparició de "castellers" o de "bastoners" a zones sense cap tradició (Bellvitge i La Florida). Estirant aquest fil, el circ ens apareix com un camp que aglutina moltes tècniques capaces de fer aquest fet. L'escola de circ, encara que de moment només fós en una fase embrionària, seria una experiència de gran interès de cara a sectors específics de la joventut. (II.4.9.).

3.6.1.3. En la societat tecnològica, la música ha esdevingut com mai el llenguatge de la joventut, especialment el rock. La proliferació de conjunts que es fan i es desfan és un fenomen important. La previsió de serveis que donguin suport a aquesta realitat és urgent. (II.5.8).

La guitarra és, sens dubte, l'instrument més extès entre la joventut. Segurament valdria la pena alguna operació de promoció al respecte.

La rumba, amb un tipus d'equipament musical molt assequible, i d'altra banda comú a les cultures autòctona i immigrades, és un gènere que podria tenir sentit d'intentar legitimar; l'hegemonia del rock convertida en ortodòxia tendeix massa sovint a nodrir-se de rumberos vergonyants.

Un projecte que hauria de lligar tots els fils de la música a l'Hospitalet i que s'hauria de treballar al llarg de l'exercici és el de l'escola de música. Aquest seria un fet important per als joves.

3.6.1.4. La situació especialment conflictiva que viu el jove d'avui i la crisi de codis espirituals determinen un considerable interès per les tècniques d'autoconeixement del cos i de la ment. La proliferació de mercaders en la matèria n'és un símptoma evident. Potser caldria a proveir una resposta seriosa a aquesta demanda creixent.

3.6.1.5. Entre determinats sectors de la joventut s'observa una considerable atracció pels corrents màgics i irracionals. És un fet propi de tot moment de crisi. La manipulació comercial i ideològica a què el fenomen està subjecte és d'evidència. Potser convindria pensar en activitats que abordessin seriosament la temàtica (astrologia, ovnis, para-psicologia, etc...), segurament abordant-la des de la dicotomia saber científic-saber màgic, des d'una posició honesta i no especulativa.

3.6.1.6. Potser l'espai més propi dels joves com a lloc de trobada és la discoteca. Segur que conté resorts que donen resposta a necessitats molt concretes. Caldria veure dissenyar una experiència que, donant resposta a les

mateixes necessitats, impliqui més possibilitats de promoció humana. (II.5.14.).

3.6.2. Pel que fa a la dona, caldria madurar més quín tipus d'acció específica és possible i convenient des de l'administració local. La primera hora de la tarda és la més idònia per a bastir serveis d'aprenentatge o tallers dels quals es puguin beneficiar les mares de família; el matí també fóra idoni. És una línia a desenvolupar sense por de caure en la cuina i en la confecció. Com a mínim serà un marc en el qual incidir continuada i progressivament. En matèries més agosarades es produeix encara la inhibició de la dona mitja; és el mateix fenomen que es produeix, per exemple, amb els serveis de planing familiar. És un sector que demana un treball lent però constant. Pot ser caldria considerar la conveniència d'accions tendents a fer prendre consciència a la globalitat de la població de les situacions de discriminació en què es troba la dona. Els serveis d'esplai paral·lels als moments d'oci pot ser també una mida concreta a anar introduint. En qualsevol cas, la problemàtica de la dona és un tema a anar madurant en diàleg permanent amb els nuclis de dones que es plantejen l'acció en aquest sector.

3.6.3. Els vells són un altre sector massiu de població. És l'edat en què la jubilació converteix totes les hores del dia en hores de lleure. Els viatges organitzats són una de les constants en el lleure dels vells, limitat només per l'economia personal. La "universitat de la tercera edat" és una experiència estrangera a considerar, destinada a facilitar l'estudi sobre temes diversos a qui ho ha pogut desitjar llargament sense haver tingut oportunitat des de la joventut. Cal també en aquest sector madurar possibilitats amb els nuclis organitzats existents.

4. La cultura a l'abast.

Una política de difusió cultural seriosa i sistemàtica és un ingredient essencial de tota política cultural democràtica. Constitueix l'eix d'actuació a través del qual s'ha de fer possible que el patrimoni cultural es fagi accessible a la gran majoria del poble. És a dir, es trenqui el segrestament que s'ha produït al llarg dels segles de la cultura per part dels sectors socials dominants, relegant generalment el poble a una suposada "cultura popular". L'objectiu és, doncs, posar a l'abast de tothom el producte cultural, la informació que ha de permetre a l'home concret entendre i interpretar el medi i a sí mateix, de transformar-lo i de transformar-se.

No es tracta, doncs, en primer lloc, d'un problema de continguts, sinó de desbrossar vies d'accés. És clar que cal una selecció del producte a difondre, però no per criteris estretament ideològics, sino fonamentalment per criteris de qualitat; és a dir, marginant sensiblement el subproducte cultural embrutidor, però mantenint a la cartellera Balzac i Pla -és un dir- encara que els podem considerar més o menys reaccionaris; allò que serà imprescindible en algun cas serà un esforç informatiu complementari de contextualització del producte.

El gran problema de la difusió cultural és la manca d'infraestructura adequades i sobretot la manca de suport per part dels grans mitjans de comunicació. L'espectre al qual s'arriba és minoritari. Com dèiem, però, en el punt nº3, el problema no és només de mitjans; cal un esforç per adequar els plantejaments a realitat de la societat d'avui; alguna de les línies encetades en el capítol esmentat són fonamentals des d'una òptica de difusió cultural.

Al marge dels marcs especials en què es pot produir una divulgació cultural massiva (la festa, l'estiu, etc...), cal abordar un programa ordinari de difusió cultural que contempli tot el curs, d'octubre a juny, i que abarqui fonamentalment el teatre espectacle, la música i el cinema, a més de les arts plàstiques i la informació monogràfica a través del mitjà exposició.

4.1. És important de crear hàbit entorn del programa de difusió cultural. D'altra banda, només el públic molt específic admeten cicles especialitzats concentrats en el temps. De totes dues

observacions, es desprèn la necessitat de distribuir la programació de cada branca al llarg del curs, si bé en la mida del possible en dies fixes dins de cada mes (els primers dissabtes de mes teatrals, per exemple). Aquest espaiament, d'altra banda, no ha de suposar un goteig inconexe, sinó la plasmació dosificada d'un cicle coherent en cada matèria.

- 4.2. En una ciutat com la nostra, en què els barris tenen una vida molt pròpia, en què la trama urbana per ara incentiva aquest fet i, en què no existeix un centre que alhora sigui nús de comunicacions, es fa del tot imprescindible aplicar un model de difusió de caràcter horitzontal més que concèntric; la realitat física de l'Hospitalet imposa aquesta opció, sense necessitat d'entrar en el típic debat de fons sobre aquests dos models. És a dir, encara que no sigui a nivell de cada barri, cal establir una sèrie de punts difusors al llarg i ample de la ciutat.
- 4.3. És important de no restringir la difusió cultural a un local determinat que pot ser idoni per a uns productes i no per a uns altres. Per a segosn què, pot ser més adequada l'aula d'una escola, el local d'una entitat, el mateix carrer, el cine del barri, que no pas el local de l'Aula de Cultura. L'adequació del lloc al producte és important per a l'edicàcia difusora, com ho és la comoditat de l'espectador.
- 4.4. Per a la difusió cinematogràfica ja hem esmentat la necessitat de negociar amb les sales exhibidores l'ús dels seus locals (3.1.4.1.).
- 4.5. Un dels problemes de la difusió cultural és l'elevat cost de les contractacions sobretot si s'apunta a uns estàndards de qualitat acceptables. La contractació comuna de diversos municipis pot ser una via per a l'abaratiment de costos.
- 4.6. L'exposició de carrer ja esmentada, així com l'esdeveniment multimèdia, ja esmentats a 3.4.11., estan cridats a ser importants instruments de difusió.
- 4.7. Pel que fa a les infraestructures de difusió cultural, la situació a l'Hospitalet és pròpia del "tercer món". De fet, només el teatre del Centre Catòlic és homologable i encara. És vital una acció mancomunada entre les administracions del país per tal de resoldre aquesta situació de ghetto.
 - 4.7.1. El projecte de teatre municipal al carrer Mestre Candi,

ha de ser un primer pas, juntament amb el projecte de teatre-auditori en el lloc que ocupava el vell cinema Joventut. (II.4.2.;II.4.3.).

4.7.2. Nova la zona nord-oest de la ciutat, però, formada pels populosos barris de La Florida, Pubilla Casas i Can Serra, està completament desbestida. Cal pensar, amb caràcter d'urgència amb una solució a aquest problema; de moment, amb alguna solució provisional d'emergència i, a mig termini, amb una solució estable de nova planta.(IV.6.)

5. Promoure la creació.

L'aprenentatge dels llenguatges artístics és una funció que, en un primer estadi, es produeix als tallers de les Aules de Cultura i en el sí d'algunes entitats. Aquest nivell ja és un objectiu en sí mateix, sobretot atenent a les persones que no pretenen l'especialització, sinó uns primers coneixements de tècniques. D'alres, però, es plantejen com objectiu l'especialització i l'aventura creadora en algun llenguatge concret. Donar resposta a aquesta voluntat és important, és una de les maneres de promoure la creació. Cal tenir present, d'altra banda, que la demanda en aquesta direcció no és només la que sorgeix d'Aules i entitats, sinó que és previsible en persones que no participen ara d'aquestes experiències. La resposta a aquesta realitat no és altra que la idea genèrica de "l'escola municipal especialitzada". Pel que fa als grups artístics existents, és evident l'interès que per a ells pot suposar una iniciativa d'aquestes característiques i alhora la col.laboració que poden prestar en la plasmació del projecte que, alhora, ha de ser un generador de creadors individuals i de nous grups artístics.

5.1. Pel que fa als tallers d'aprenentatge artístic, cal tendir a que siguin una realitat a tots els barris de la ciutat. On hi ha Aula de Cultura, en el seu sí; on no n'hi ha, mitjançant la signatura de convenis amb entitats arrelades al barri. Entenem per llenguatges artístics els que entren en algun dels quatre capítols següents: teatre-espectacle, música, plàstica, imatge.

5.2. Pel que fa als grups artístics, cal una labor de suport i de promoció. Cal articular relació amb cada un d'ells, de manera que, en l'objectiu de la seva maduració, s'objectivi un sistema d'ajut i de contrapartides. També a nivell d'Aules de Cultura. En els casos en què tinguin una solidesa suficient, podran accedir a possibles convenis amb l'Ajuntament que impliquin l'entrada als circuits ciutadans de difusió, així com la seva promoció enfora de la ciutat.

5.3. Les "escoles municipals especialitzades" tenen sentit en els quatre sectors esmentats: teatre-espectacle, música, plàstica, imatge. La que en aquests moments apareix com a prioritària, entre altres raons per les apuntades a 3.6.1.3., l'escola municipal de música. (II.5.9.).

6. L'associacionisme.

La consistència de l'entramat associatiu és un signe de la maduresa de la societat civil. La realitat associativa al nostre país, va patir un fort sotrac en ocasió de la transició política. La funció de resistència política que havia cobert i la vitalitat que en aquesta comesa havia demostrat, no eren suficients per a abordar la nova etapa. Calia afrontar ara el repte de sintonitzar amb sectors més amplis de la població, i d'articular-los en funció dels seus centres d'interès. La mutació que les circumstàncies exigien era majúscula, mentre els sectors més actius i més preparats per a conduir-la tendien ara a desplaçar-se cap a noves ocupacions de caràcter polític. El fet és que el moviment associatiu va entrar en una fase d'estancament i de devallada de la qual encara no se n'ha acabat de sortir. La necessitat de reprendre el procés és evident. Des de l'administració caldrà estar-hi amatent i ajudar a crear les condicions que ho fagin possible. La política de convenis ja esmentada ha de ser un instrument en aquesta direcció.

7. La identitat cultural.

El tema de la identitat cultural és capdal en la nostra societat i especialment en una ciutat com l'Hospitalet, conformada per l'especulació del sòl i composada per homes i dones procedents en gran part de la immigració.

En un moment de gran pressió colonitzadora dels subproductes anglosaxons, és imprescindible que la persona es doti d'un sistema de referències propi que li permeti de filtrar i de pair aquest embats. La identitat cultural és el calaix de les eines que permet a la persona manipular els productes que li arriben en lloc d'ofegar-s'hi.

7.1. Pel que fa al fet immigratori, cal en primer lloc no caure en la simplificació d'atribuir a tota la població immigrada unes senyes d'identitat comunes. Les procedències de la immigració són diverses i són diversos els paràmetres culturals de les cultures d'origen. En aquest sentit, cal partir del reconeixement de les senyes d'identitat pròpies de cada grup immigrat com a qüestió de principi i el seu dret a conrear-les.

7.1.1. Hi ha un fet que tendeix a ser comú al conjunt de la població immigrada: la seva procedència rural. D'aquest fet arrenca el veritable trauma immigratori; de l'impacte i de la desorientació integral que suposa l'arribada del camp a la ciutat, sobretot a una ciutat infradotada i agressiva com a marc físic, sense mecanismes previstos d'acollida i d'incorporació. La crisi d'identitat que això suposa i la situació de desarrelament que genera clamen al cel.

7.1.2. En el context descrit, un comportament freqüent i regressiu és la fugida nostàlgica, la tendència a reproduir "in vitro" esdeveniments i situacions propis del marc rural d'origen. Aquest és un fet que cal mirar de reconvertir.

7.1.3. El context urbà dóna el que dóna: cultura urbana. Hi ha vells significats de cultura rural, tant autòctona com immigrada, que poden prendre nous significats urbans; no més en la mida que això es produeixi tenen validesa i no esdevenen regressius. Si això no es produeix, esdevenen

cloques sense rovell, refugi d'estancament i d'involució personal.

- 7.1.4. Hi ha un fet cultural, propi de la immigració andalusa, que té una entitat considerable: les penyes flamenques. És urgent una política de l'Ajuntament envers el conjunt de les penyes, destinada a facilitar la seva activitat i a incorporar-les més visiblement a la vida cultural ciutadana; això ha de fer possible neutralitzar dinàmiques de tancament nostàlgic. El conveni amb el conjunt de penyes pot ser una eina adequada en aquest objectiu. (II.5.7.)
- 7.1.5. Fóra interessant, en la línia de la tasca feta a Can Serra, dissenyar alguna operació que impliqués l'explicitació comunitària del fet immigratori. Potser mitjançant un esdeveniment multimèdia (3.4.11.) que plasmés els diversos trajectes immigratoris en totes les seves vessants (geogràfica, econòmica, antropològica, psicològica, etc.). La seva funció d'ajudar a prendre consciència pública del propi trajecte, d'assumir-lo, pot tenir indubtables i benèfiques conseqüències gairebé terapèutiques i alliberadores de pesos inconscients.
- 7.1.6. Cal que l'administració posi a l'abast del ciutadà procedent de la immigració l'accés a la cultura autòctona, tant en la dimensió nacional com en la local, de manera que tingui possibilitat de conèixer i dominar tots els recursos i moure's amb la mateixa fluïdesa que un ciutadà autòcton. La possibilitat de fer aquest camí hi ha de ser, mai l'obligació; la decisió ha de ser estrictament personal. Ens referim, és clar, a l'immigrant adult, aliè ja, a l'aparell escolar. (Anex nº2).
- 7.1.6.1. Les classes de català per a adults és un imperatiu en la direcció esmentada. Cal fer un esforç d'ampliació de cursos fins que la demanda s'extingueixi.
- 7.1.6.2. Pot ser un servei també en aquesta direcció l'establiment d'un programa de viatges organitzats de descoberta de marcs històrics i naturals del país (3.2.1.; III.6).
- 7.1.6.3. El reforçament de la identitat ciutadana, tant històrica com actual, -incorporant-hi els trets d'origen immigratori- és una línia de treball

capçal en l'objectiu d'arrelament al país de la població immigrada. El procés d'incorporació no és possible si no comença per produir-se a la comunitat immediata, és a dir, al barri i a la ciutat.(III.5).

7.2. La ciutat de l'Hospitalet està feta per a no existir, trossejada per dins i desdibuixada per fora. Els trens i la zona industrial configuren la ciutat a base de compartiments estancs. D'altra banda, l'immens germà siamès que és Barcelona tendeix a xuclar-li del tot la sang. Les cartes de la sort semblen irremisiblement destapades.

El ciutadà concret, però, segueix necessitant marcs assequibles i abastables, a la mida de la persona humana. Això no ho pot ser una conurbació metropolitana, i sí que pot ser-ho una ciutat mitjana. En aquest sentit, cal preservar i promoure el fet ciutat, com a comunitat real o virtual de relació, d'història, de cultura; en definitiva, de senyals de referència.

Enfront del fat advers, una voluntat de ser, legitimada en la necessitat. Aquest és l'estat de la qüestió.

Així plantejades les coses, és quan apareix més clarament l'evidència que cal una operació de redisseny ciutadà mancomunada que contempli tots els vessants (urbanisme, cultura, serveis, etc...); aquesta és una condició "sine qua non" per a la pervivència del fet ciutat, per a la consolidació d'una identitat local.(II.5.).

7.2.1. La necessitat de reforçar la identitat ciutadana no ha de menystenir la realitat dels barris de la ciutat, més vigents avui que la mateixa ciutat. Tot al contrari. L'objectiu ha de ser que cada barri, amb la seva personalitat, se senti part integrant de la ciutat. En aquesta direcció, cal emprendre accions de recuperació i explicitació de les senyes d'identitat històriques i culturals de cada barri. El programa radiofònic de barri (3.1.3.2.), la publicació de monografies de divulgació sobre el barri, etc..., són possibilitats de treball entre altres.(III.5.5).

7.2.2. Sobre el conjunt de la ciutat, cal emprendre iniciatives de promoció d'imatges concretes de l'Hospitalet, endins i enfora de la ciutat (pel·lícula, concurs fotogràfic,

quadern d'imatges de la pedra i de la vida, etc...).

La promoció d'alguna publicació ciutadana de quiosc realment a l'alçada seria important. Com ho és la consolidació de la ràdio municipal, i la possibilitat de la televisió local. (III.5.).

CAPITOL I:

SERVEI D'EXTENSIO TERRITORIAL

En una ciutat com l'Hospitalet es fa imprescindible que les principals funcions de la política cultural prenguin cos de manera horitzontal, al llarg i ample de la trama urbana, no només des de l'aparell central de l'Ajuntament; en la mida del possible, des de la realitat de cada barri de la ciutat. La vitalitat del fet barri i la inarticulació de la ciutat com un tot fan d'aquest plantejament una necessitat ineludible.

Quatre són les funcions bàsiques que han de ser objecte d'aquest tractament:

- a) La difusió cultural o programa destinat a posar a l'abast de tothom els productes culturals, tant locals com universals.
- b) La promoció artística i associativa o programa destinat a incentivar la germinació i cristallització tant de grups artístics i artistes com d'entramat associatiu.
- c) Els serveis d'aprenentatge o programa destinat a oferir a la població la possibilitat d'accedir, al menys en un primer estadi, a llenguatges artístics, tècniques i coneixements.
- d) Les festes del curs de l'any o programa d'assaig d'implantació de les festes del calendari a tots els barris.

La implantació territorial d'aquestes funcions bàsiques ha de tenir lloc en el marc dels nuclis d'extensió territorial que poden ser de dues menes:

- A) L'Aula de Cultura o infraestructura municipal d'implantació i de projecció de barri.
- B) On no hi hagi Aula de Cultura, una entitat de barri amb la qual s'estableixi un conveni destinat a cobrir aquestes funcions.

En aquesta perspectiva d'extensió cultural, a més de definir els esmentats nuclis, cal establir també els punts concrets on es produirà la difusió cultural, refusant els que no reuneixin condicions suficients i mirant d'aprofitar, cas d'haver-n'hi, punts de difusions específiques (teatral, cinematogràfica, etc...).

En el gràfic que segueix hi ha la relació, per barris, de tres conceptes: nuclis d'extensió cultural; punts de difusió de música i espectacle; i punts de difusió de cinema.

Infraestructures d'Extensió Territorial

Difusió cultural

Barris	Nuclis d'extensió cultural	Punts de difusió: música teatre	Punts de difusió: cinema
Bellvitge	Aula de Cultura	<u>Sala de l'AC Bellvitge</u>	Lumière
Gornal	Conveni amb l'Escola d'Adults (l'AV).		
Santa Eulàlia	Aula de Cultura	<u>Sala Coop. "Respeto Mútuo"</u> <u>Sala de l'AC Sta Eulàlia</u>	Victòria
Collblanc-Torrassa	Aula de Cultura	<u>Sala de l'AC Collblanc-T</u> <u>Sala Centre Moral Ap.</u>	Alhambra
La Florida	Aula de Cultura	<u>Sala de l'AC La Florida</u>	Florida
Pubilla Casas	Futura Aula de Cultura (Bòbila) Conveni amb la Coordinadora.	<u>Carpa</u>	Navarra
Can Serra	Conveni amb l'Associació de V.	<u>Teatre de l'Institut</u>	
Sanfeliu	Aula de Cultura		
Centre	Conveni amb el Cau	<u>Sala de Plens Ajuntament</u> <u>Teatre del Centre Catòlic</u>	Oliveres
Sant Josep	Aula de Cultura	<u>Sala de l'AC Sant Josep</u>	Stadium

I.1. Difusió cultural.

I.1.1. Teatre-espectacle ("Escena'83"): Una actuació per mes a cada un dels sis punts de difusió. Espectacle fonamentalment para-teatral donades les característiques dels escenaris disponibles. Contractació global.

I.1.2. Música ("Música'83"): Un concert per mes a cada un dels punts de difusió. Amb ingredients de caràcter escènic o pedagògic per tal de facilitar l'accés al llenguatge musical. Contractació global.

X I.1.3. Cinema: A concretar segons els resultats de la negociació amb les sales exhibidores de la ciutat.

I.1.4. Exposicions (3.4.11.):

I.1.4.1. Disseny i construcció d'una infraestructura d'exposició de carrer, ambulant i a prova de pluja i d'agressió.

I.1.4.2. Esdeveniment multi-mèdia anual, potser en relació amb el tema immigratori.

X I.1.4.3. Establiment d'una exposició cada trimestre, de caràcter didàctic (és a dir, no "de producte") i ambulant.

I.1.5. Suports bàsics per a la propaganda (3.4.6.3.):

I.1.5.1. Establiment en els punts més transitats de cada barri d'uns mòduls amb funcions de cartellera cultural del barri, de vigència mensual.

I.1.5.2. Instal·lació als trajectes més transitats de cada barri de "banderoles" per a la propaganda d'actes específics especialment importants; un o dos per mes.

I.1.5.3. Servei que tingui com a missió l'actualització puntual de cartelleres mensuals i "banderoles".

I.2. Promoció artística i associativa.

I.2.1. Elaboració i actualització permanent de la relació de grups i entitats de cada barri.

I.2.2. Establiment d'acords de cooperació entre els nuclis d'extensió cultural i els grups embrionaris del barri que tendeixen a esdevenir grups artístics o associatius; possible coordinador de grup retribuït en casos excepcionals.

I.2.3. Inclusió dels grups artístics més solvents als circuits ciutadans de difusió, en els caps de setmana lliures de programació general.

I.2.4. Elaboració d'un catàleg ciutadà de grups artístics d'interès per tal de promoure'ls, més enllà del municipi. Possibles acords d'intercanvi amb altres municipis.

I.2.5. En la perspectiva del "programa radiofònic de barri", impuls de grups de ràdio a tots els barris.

I.3. Serveis d'aprenentatge o tallers.

I.3.1. Els nuclis d'extensió han d'incloure tallers relatius als quatre sectors artístics bàsics: teatre-espectacle, música, plàstica, imatge.

I.3.2. Són d'especial interès, possibles tallers adreçats a tres sectors de població: joves, dones, vells. El seu caràcter és experimental.

I.3.3. Els tallers relatius a ciència-tècnica són també una possibilitat experimental de cara a completar el ventall d'oferta cultural.

I.3.4. En funció de la demanda d'un nombre determinat de persones, es pot plantejar la creació de tallers atípics, prèvia valoració de la proposta i del seu sentit en el conjunt.

I.3.5. El preu de matrícula del taller s'estableix en 200 ptes/mes, per al curs 1982-83. Els aturats i els jubilats, només pagaran el 50%.


I.3.6. El monitor de taller cobrarà 1.200 ptes/hora durant el curs 1983.

X I.3.7. En el capítol d'estudis, s'inclou el treball d'aprofundiment metodològic conjunt dels monitors de cada matèria.

I.4. Festes del curs de l'any. (Veure III.3)

I.5. A més de les funcions esmentades (difusió, promoció artística i associativa, serveis d'aprenentatge, festes del curs de l'any), les Aules de Cultura, en la mida que constitueixen una infraestructura material i humana estable, han de complir també una funció de trobada i d'inter-relació entre els agents culturals del barri.

En forma d'annex, s'adjunta un esboç del programa d'actuació de cada Aula de Cultura. Caldrà afegir-hi el programa de la futura AC de Sant Josep.

I.6. Elaboració i edició de materials d'informació al ciutadà sobre els principals serveis que té a l'abast. En concret: un prospecte sobre les Aules de Cultura, incluint-hi la referència als convenis d'extensió territorial; i un prospecte que abarqui tots els serveis que genera el Departament. 

CAPITOL II:

SERVEI DE SECTORS ARTÍSTICS

X II.1. Obrir un procés de converses dins de cada sector de manera que tots els qui estiguin relacionats amb la matèria s'incorporin al procés de maduració d'alternatives.

II.2. Estudiar per quí model podria passar la cristallització d'escoles municipals de música, (d'imatge, de teatre i de plàstica. La de música és prioritària.

X II.3. Estudiar la possibilitat de posar en marxa una edició periòdica de premis d'art "Ciutat de l'Hospitalet".

II.4. Teatre-espectacle-dansa.

II.4.1. Establiment de tallers i promoció de grups a nivell de barri.

II.4.2. Primera fase de construcció del teatre del Parc de La Sepp. Estudi del projecte de conveni relatiu a la gestió d'aquest teatre municipal amb el Grup d'Acció Teatral. (4.7.1.; IV.3.).

II.4.3. Aprovació del projecte i primera fase de la construcció del teatre-auditori municipal al vell cinema Joventut. (4.7.1.; IV.4.).

II.4.4. Programa ordinari de difusió teatral d'extensió territorial.

X II.4.5. Programa especial de difusió teatral a l'estiu.

II.4.6. Conveni per a la creació i per a la difusió teatral central amb el Grup d'Acció Teatral.

II.4.7. Conveni amb l'Esbart Sant Isidre.

X II.4.8. Possible "marathó" ciutadà d'estiu, de teatre i de dansa a partir dels tallers existents.

II.4.9. Experiència pilot, adreçada a sectors de joventut importants en els barris de La Florida i Pubilla Casas, consistent en assajar una primera fase en l'objectiu cap a una possible escola de circ. (Veure projecte anex nº 3.4.3.6.1.2.).

II.5. Música.

II.5.1. Establiment de tallers i promoció de grups a nivell de barri.

- II.5.2. Projecte de teatre-auditori municipal (II.4.3.)
- II.5.3. Programa de difusió musical ordinari d'extensió territorial.
- II.5.4. Programa especial de difusió musical a l'estiu.
- II.5.5. Conveni amb la Banda "Ciutat de l'Hospitalet".
- II.5.6. Programa de ballades de sardanes: cada mes, un dissabte nit a la Plaça de l'Ajuntament; matinals de diumenge als barris. Amb l'assistència convinguda dels sardanistes de la ciutat a tot el programa. Conveni amb La Cobla Principal de Collblanc i contractació d'altres cobles.
- II.5.7. Converses i política envers el conjunt de les penyes flamenques. ((7.1.4)).
- II.5.8. Converses i política envers el conjunt dels grups de rock. (3.6.1.3).
- II.5.9. Posar les bases d'una Escola Municipal de Música per al curs 1983-84. (5.3.).
- II.5.10. Possible "marathó" ciutadà d'estiu a partir dels tallers existents.
- X II.5.11. Possible promoció ciutadana de la guitarra.
- P II.5.12. Possible operació entorn de la "rumba".
- II.5.13. Atenció especial al món coral.
- X II.5.14. Estudi projecte d'una "discoteca" plantejada com a servei públic (experiència pilot). (3.6.1.6).

II.6. Plàstica.

- II.6.1. Establiment de tallers i promoció de grups a nivell de barri.
- II.6.2. Conveni amb el Taller de Pubilla Casas.
- X II.6.3. Exposició ambulat d'autors locals.
- X II.6.4. Buscar una sortida per a posar a l'abast del ciutadà el fons de pintura del Museu d'Història.
- II.6.5. Posar en marxa, mitjançant acord amb l'Escola Superior de Belles Arts o amb grups plàstics, una operació de murals urbans. (3.4.6.1).
- II.6.6. Establir projectes definitius en relació amb les do

nacions a la ciutat del pintor Junyer.

II.7. Imatge.

- II.7.1. Establiment de tallers i promoció de grups a nivell de barri.
- II.7.2. Creació d'uns fons fotogràfics de la ciutat i possibles exposicions ambulants a partir dels grups de fotografia dels barris. Coordinació amb el fons fotogràfic del Museu d'Història. ?
- II.7.3. Experiència pilot, al barri de Santa Eulàlia, entorn del mitjà vídeo. Plantejar-se la creació progressiva d'un taller municipal d'imatge (infraestructura vídeo). Veure annex nº 4. (3.1.2.3).
- II.7.4. Posar en marxa l'elaboració d'un projecte de televisió pública local.
- II.7.5. Programa ordinari de difusió cinematogràfica, mitjançant negociació amb les sales d'exhibició comercials. (3.1.4.1).
- II.7.6. Programa especial de difusió cinematogràfica a l'estiu; cinema al carrer. Possible cine d'estiu al "Local de l'Oli" del carrer Mas. (3.1.4.2.).
- II.7.7. Conveni amb Cine-Club de l'Hospitalet. Projecte del Ier. Festival de curtmetratges.
- II.7.8. Promoure la realització d'un curtmetratge sobre l'Hospitalet, en el marc del conveni existent entre l'Institut del Cinema Català, l'Ajuntament de Barcelona i la Generalitat.
- II.7.9. Concurs fotogràfic sobre "L'Hospitalet Ciutat" (III.5.11).

II.8. Lletres.

- II.8.1. Conveni amb el (Servei d'Acció Cultural).
- II.8.2. Promoció especial del llibre entorn de Sant Jordi.
- II.8.3. Possible conveni amb la revista "Progrés" per tal de consolidar-la com a publicació local estable.
- II.8.4. Promoció de la creació literària d'autors locals.

CAPITOL III:

SERVEI DE FESTES I CAMPANYES

III.1. Conveni amb el Grup de Geganters. Enllestir la restauració dels Gegants de la Ciutat i plantejar-se la restauració de la parella nova de gegants, així com la creació d'un indret propi dels gegants amb una exposició d'història dels mateixos. Estudiar la possible construcció de "gegants" de barri.

III.2. Festes Majors: Sant Josep i Santa Eulàlia, el mes de maig; Can Serra, Pubilla cases, Centre, La Florida, Sanfeliu i Collblanc-Torrassa, el mes de juny; Gornal, el mes de juliol; i Bellvitge, el mes de setembre. (3.4.7).

III.2.1. Obrir, de cara a les Festes Majors de 1983, un procés de redisseny de la festa, protagonitzat per les Comissions de Festes. Passos:

- a) Reunió de la Comissió de Festes amb assistència d'algú del PMC.
- b) Reunió conjunta de les Comissions al Patronat MC.
- c) Si és d'interès per a les Comissions, celebrar uns seminaris o jornades sobre la Festa Major i la seva actualització.

Aquest procés de redisseny ha d'orientar-se en funció dels següents criteris i objectius:

- La Festa Major només té el seu sentit i només pot reeixir com a iniciativa de la societat; l'Ad^{mi}nistració no pot fer altra cosa que oferir el seu suport en aquesta direcció. En aquest sentit, cal crear les condicions perquè les Comissions de Festa s'enforteixin i s'erigeixin en màxims respon^ssables de la Festa. Això passa necessàriament per impulsar la seva capacitat d'autofinançament a par^tir del barri (exponent màxim de la seva capacitat de mobilització i de la seva autonomia); i per im^pulsar la seva capacitat d'elaboració d'un model de Festa adequat al barri.

- La Festa Major té sentit com expressió d'una co^mmunitat. Un marc massa gran i heterogeni -ciutat- o massa petit -carrer- donen un altre mena de pro^{du}cte, perquè no constitueixen allò que entenem per una comunitat. Considerem, doncs, com a Festa

Major la que es proposa com a àmbit un barri de la ciutat.

- La Festa Major de barri pot no acabar-ho de ser perquè els qui la organitzin no vulguin o no sàpi guen incorporar-hi totes les realitats del barri. En aquest sentit, cal fer especial atenció als nuclis de veïns amb iniciativa pròpia (carrers, blocs, etc...,) i promoure un model de Festa que els incorpori. La participació i la creació de condicions que la promoguin són elements definitoris de la Festa. (3.4.8.).

III.2.2. Suport a les Comissions de Festa:

III.2.2.1. Oferiment de grups locals interessants amb els quals hi ha acords a nivell de barri.

III.2.2.2. Contractació municipal d'uns determinats ingredients comuns de la Festa (per ex.: cobla, grup escènic, banda-orquestra de ball, gegants, esbart, etc...).

III.2.2.3. Possible persona contractada que, a cada festa fagi funcions de gestor tècnic (matí), suggerida per la Comissió corresponent. O qualsevol altra fórmula que absorbeixi el pes tècnic de la Festa, permetent a la Comissió un treball més de fons. A concretar en el procés de converses.

III.2.2.4. Buscar solució al problema del bar de la Festa.

III.2.2.5. Les Aules de Cultura, on n'hi ha, en la mida de les seves possibilitats, donen suport logístic a la Comissió. El grau de suport es definirà en funció de la realitat de cada barri.

III.2.2.6. Préstec dels següents màxims de material per cada barri: un empostissat de 10x3, dues-centes cadires, cinc quarsos, una presa de corrent de 50w. A més de tanques

i megafonia, a determinar.

III.2.2.7. Ajut econòmic variable, segons cada cas, atenent a diversos criteris: existència o no d'Aula de Cultura, nombre de població, interès del projecte de Festa presentat en funció del barri, situació organitzativa de la Comissió, etc... S'establirà també un percentatge de subvenció que incentivi la movilització de recursos econòmics del barri per la Comissió, fent abstracció de "caixes", firaires i institucions. La tramitació de l'ajut econòmic es produirà pels mecanismes de la subvenció o del conveni.

III.2.2.8. Assessorament per al disseny i muntatge de la Festa.

III.2.2.9. Intentar una política de subvenció a les Comissions per part de les "caixes" del barri, de la Diputació i de la Generalitat.

III.2.2.10. Regular la presència dels firaires a les festes.

III.2.2.11. Confegir i finançar la propaganda de la Festa.

III.2.3. Convocatòria per l'Ajuntament i la Comissió d'un concurs per a cada Festa, dotat en metàl·lic i destinat a seleccionar i promoure projectes d'habilitació-decoració de l'espai central de cada Festa.

III.3. Festes del curs de l'any(3.4.7): Carnaval, Sant Jordi, Castanyada, Cicle de Nadal. L'organització parteix dels nuclis d'extensió territorial i ha d'incorporar tots els agents possibles en cada cas.

III.3.1. Calendari de reunions d'estudi de cada festa per tal d'establir quins són els seus ingredients vigents a l'Hospitalet d'avui, tant els tradicionals com els nous que s'hi hagin integrat o s'hi puguin integrar. Amb la participació de: entitats interes

sades en una determinada festa, Aules de Cultura i entitats que compleixen per conveni funcions d'extensió cultural, escoles-instituts; també hi han d'assistir com a invitats especialistes en cada festa.

III.3.2. Elaboració de dossiers previs sobre cada festa, adreçats als gestors de cada festa.

III.3.3. El Carnaval apareix com una festa amb possibilitats en el conjunt de la ciutat. Subvenció als carnestoltes de barri. Encàrrec a Els comedians d'un projecte de Carnaval -1984, previ estudi del de 1983.

III.3.4. Les Festes de Primavera han estat celebrades darrerament com a Festa de la Ciutat. Donar continuïtat a la Fira de llibres, flors i terrissa de La Rambla. Establir tres o quatre fets de difusió cultural massiva. I accentuar al màxim el seu caràcter estacional: arribada del bon temps i eclosió de l'art al carrer; establiment d'espais a cada barri amb aquest objectiu. Acció de cartells fets pels

III.3.5. Sant Joan: subvenció als barris que no tenen Aula de Cultura. Contractació municipal de l'orquestra i del castell de focs de cada barri.

III.3.6. Elaborar projecte i realització de la Cavalcada 1984.

III.3.7. La Castanyada i el Nadal-Cap d'Any s'impulsaran en els barris on hi hagi Aula de Cultura i, opcionalment, a la resta de barris.

X III.4. Estiu(3.5.):

III.4.1. Festivals d'estiu: programa extraordinari de difusió cultural al carrer: teatre, música, cinema, exposicions.

III.4.2. "Marathons" sectorials a partir dels assistents als tallers.

III.4.3. Informació i condicions especials (econòmiques i d'acomboiament) sobre viatges.

III.4.4. "Punts verds" de vacances urbanes: aprenentatges diversos, informació sobre activitats possibles.

III.4.5. Estudiar la possibilitat d'emprendre una experiència pilot intermunicipal consistent en un "merendero" de cap de setmana. Espai de l'Ermita i camps circumdants. (3.2.2).

III.5. Identitat ciutadana(7.2.):

III.5.1. Conveni amb el Grup d'Història de l'Hospitalet.

III.5.2. Exposicions sobre senyes d'identitat històriques de la ciutat.

III.5.3. Subvenció a David Ventura per a la realització d'una sèrie d'imatges de la ciutat en cartró.

III.5.4. Calendari o quadern d'"Imatges de l'Hospitalet".

III.5.5. Quaderns monogràfics sobre la Història i la realitat actual de cada barri, ubicant-lo en el conjunt ciutadà. (7.2.1).

III.5.6. Constitució de Grups de Ràdio en la perspectiva dels programes radiofònics de barri.

III.5.7. Esdeveniment multi-mèdia sobre els processos migratoris.

III.5.8. Còmic-collage sobre la història de l'Hospitalet.

III.5.9. Potenciació de la revista "Progrés".

III.5.10. Sèrie de monografies oberta a tot treball sobre algun aspecte relacionat amb la identitat de la ciutat o dels seus habitants.

X III.5.11. Concurs fotogràfic ben dotat sobre "L'Hospitalet Ciutat"; edició única. (II.7.9).

III.5.12. Promoure la filmació d'un curt-metratge de la sèrie de l'ICC sobre l'Hospitalet.

III.5.13. Itineraris ciutadans (III.6.1.).

X III.6. Conèixer Catalunya: Campanya d'itineraris, coberts en autocar i dotats de documentació complementària, destinats a possibilitar el coneixement del país, especialment a la població immigrada. Veure annex nº 2; (7.1.6.2).

III.6.1. Itineraris de descoberta de l'entorn immediat: la ciutat i les comarques del Baix Llobregat i el Barcelonès.

III.6.2. Itineraris de descoberta de marcs històrics i naturals de tot Catalunya. (3.2.1.).

X III.7. Promoció exterior.

III.7.1. Correu cultural: fulls informatius sobre l'activitat cultural a l'Hospitalet, adreçats a la premsa escrita, radiofònica i televisiva. Prèvia operació de relacions personals amb els responsables de cada espai cultural.

III.7.2. Confegir llistat de persones i entitats del país, de l'Estat i estrangeres a qui adreçar periòdicament informació del PMC.

III.7.3. Possible operació d'instal·lació de murals distintius de cada Aula de Cultura fets per primeres figures de la plàstica.

III.7.4. Esdeveniment sobre "l'Hospitalet cultural", amb presència de tota la realitat cultural de la ciutat i en especial de les Aules de Cultura. Indicativament, es podria apuntar a les Festes de Primavera, potser relacionant-ho amb una primera fase del teatre municipal; potser també coincident amb la presentació del mapa cultural de la ciutat.

III.7.5. Celebració a l'Hospitalet d'unes possibles jornades de primera magnitud sobre política cultural municipal, com a culminació del procés de promoció de "l'Hospitalet cultural". Possibles premis "Ciutat de l'Hospitalet" sobre política cultural.

III.7.6. L'edició dels prospectes informatius dels serveis que s'ofereixen (vid. I.6.) en pot complir també una evident funció de promoció exterior.

X III.8. "Cinturó" cultural: Trobada dels regidors de cultura i de joventut de tot el cinturó industrial de Barcelona a l'Hospitalet en l'objectiu d'arribar a acords sobre: a) contractació comuna per a la difusió cultural; b) promoció i intercanvi de grups artístics; c) plantejament comú pel que fa al dèficit d'infraestructures i de serveis, envers Diputació i Generalitat; d) plantejament comú en demanda de cooperació a l'Ajuntament de Barcelona; etc...

A

III.9. Normalització lingüística: a part de la funció a mig-llarg termini pròpia de l'escola, la normalització passa fonamentalment per:

- a) posar a l'abast dels ciutadans la possibilitat d'aprendre el català.
- b) normalitzar l'ús públic del català.

Tots dos eixos, en una ciutat com l'Hospitalet, de població majoritàriament immigrada, només són abordables en una dinàmica cultural més global que possibiliti el coneixement del país i de la cultura autòctona. Tots aquests aspectes són agrupats en una campanya dissenyada conjuntament amb l'Àrea d'Ensenyament de l'Ajuntament, sota l'eslogan "Catalunya per tu", a subvencionar mitjançant conveni amb la Generalitat. (Anex nº 2).

CAPITOL IV:

INFRASTRUCTURES I MATERIALS

- IV.1. Elaboració d'un mapa cultural de la ciutat que contempli: habilitació d'espais d'activitat cultural tant a l'aire lliure com tancats; construccions de nova planta necessàries; etc...
- IV.2. Estudiar l'espai urbà de Bellvitge i veure quin tractament festiu i de difusió permet.
- IV.3. Primera fase de la construcció del teatre del Parc de la Serp. (4.7.1.; II.4.2).
- IV.4. Aprovació del projecte i primera fase de la construcció del teatre-auditori al vell cine Joventut. (4.7.1.; II.4.3).
- IV.5. Projecte de l'Aula de Cultura de Pubilla Casas (Bòvila).
- IV.6. Instal·lació d'una infraestructura provisional de difusió cultural a Pubilla Casas-La Florida. Carpa. (4.7.2).
- IV.7. Restauració i habilitació, en una primera fase, com a punt de difusió de la Cooperativa "El Respecte Mutu".
- IV.8. Posta en marxa de l'Aula de Cultura de Sant Josep.
- IV.9. Pla progressiu d'adequació de les Aules de Cultura.
- IV.10. Promoure l'establiment d'empostissats d'obra i de preses de llum fixes als punts més idonis de cada barri. (3.4.2).
- IV.11. Materials.
- IV.11.1. Creació d'una infraestructura d'exposició de carrer.
- IV.11.2. Creació de suports d'identificació per als "punts difusors".
- IV.11.3. Elaboració d'un projecte de Taller d'Imatge de la ciutat, amb taula de muntatge-vídeo, vídeo-bús, etc... amb altres àrees de l'Ajuntament (3.1.2.3).
- IV.11.4. Creació d'un servei de retolació serigràfica i d'actualització dels suports de propaganda esmentats.
- IV.11.5. Establiment de sistemes de control en el préstec de materials.
- IV.11.6. Establiment de mecanismes regulars de conservació i reciclatge dels materials.
- IV.11.7. Estudiar la conveniència d'adoptar una política de compra de material en lloc de l'actual política de lloguer en les situacions de major demanda.

CAPITOL V:

ESTUDIS I DOCUMENTACIO

- V.1. Banc de documentació de totes les procedències: normativa, de reflexió, informativa sobre experiències puntuals. Possible articulació amb bancs internacionals.
- V.2. Fitxer de persones i d'entitats especialitzades, aptes per a l'assessorament.
- V.3. Banc de recursos per a la difusió cultural en tots els camps.
- V.4. Seminaris sobre cada festa del curs de l'any.
- V.5. Seminari o jornades sobre les Festes Majors per a les Comissions de Festa Major dels barris.
- V.6. Seminaris per a monitors d'una mateixa matèria: aprofundiment de metodologies sobretot pel que fa als sectors artístics.
- V.7. Seminari metodològic de mestres de català.
- V.8. Possibles demandes sorgides de les Aules de Cultura en la seva funció de lloc de trobada: xerrades o seminaris especialitzats, etc...
- V.9. Viatge d'estudi a Grenoble (França) i a Milano-Torino, Bologna (Itàlia), per tal de veure d'aprop els models de política cultural i en concret els models de casa de cultura. Destinat a l'Equip de Direcció del Departament.
- V.10. Obrir sèries de monografies sobre temes relacionats amb la ciutat (vid. III.5.10).
- V.11. Possibles jornades sobre política cultural (vid. III.7.5.).
- V.12. Possible assistència a trobades de treball sobre política cultural.
- V.13. Obrir capítol d'estudis sobre la problemàtica cultural de l'Hospitalet.

ANEX No 1:

PLA D'ACTUACIO DE LES AULES DE CULTURA

INTRODUCCIÓ.

El projecte de cada Aula de Cultura s'adapta a la realitat del seu barri, si bé respon a un plantejament general, comú al conjunt de les Aules i coherent amb la funció que aquestes han de complir. Aquest plantejament general conté els següents eixos:

1. Difusió cultural: programacions d'iniciativa de l'Aula, alienes a les programacions generals (cicles de música i d'espectacle, excursions, ballades de sardanes, exposicions temàtiques).
2. Promoció de grups: Treball permanent de recopilació i de relació amb els grups que surgeixin del barri. Completar llistes i elaboració de possibles "convenis d'Aula".
3. Tallers o serveis d'aprenentatge.
4. Festes del curs de l'any: Destriar els possibles agents de cada festa al barri, adreçar-los als seminaris previstos, incorporar-los a l'elaboració del projecte de festa dirigit per l'Aula.
5. Trobada: Inter-relació entre els usuaris de l'Aula, inter-relació entre els agents culturals del barri. Dinàmica de formació associativa indirecta. Possibles iniciatives puntuals de formació (debat, seminari, etc). La sala-bar és el suport que dóna permanència a aquesta funció.

A. Aula de cultura de BELLVITGE.

1. Difusió:

- 1.1. Programació de cine-fòrum, replantejable en funció dels resultats de la negociació amb les sales de cinema comercials.
- 1.2. Algun esdeveniment complementari de difusió entorn de les ballades de sardanes.
- 1.3. "Cafè-cantant de Bellvitge".
- 1.4. Espectacle teatral a càrrec del grup de teatre de l'Aula.
- 1.5. Exposicions d'obra artística.
- 1.6. IIIers. Jocs Florals de Bellvitge.

2. Promoció de grups:

2.1. Grups artístics:

- 2.1.1. ARRELS, grup de folk.
- 2.1.2. Grup Sardanista Bellvitge.
- 2.1.3. Taller audiovisual (ràdio, vídeo).
- 2.1.4. ROCK EXPRESS (*).
- 2.1.5. HERMES, grup de jazz.
- 2.1.6. Grup de Gegants i Diables (*).
- 2.1.7. ZEUS, grup de rock (*).
- 2.1.8. Quant a valors personals, cal fer atenció a la veu de Carmen Ruiz (*).

Movius?

2.2. Grups associatius:

- 2.2.1. Escacs.
- 2.2.2. Jardineria (*).
- 2.2.3. Grup de Coneixement de la Història de l'Hospitalet.
- 2.2.4. "Peña Flamenca".

(*) de genesi exterior a l'Aula.

3. Tallers:

3.1. En el sector del teatre-espectacle:

- 3.1.1. Teatre.
- 3.1.2. Dansa 1.
- 3.1.3. Dansa 2.

3.2. En el sector de la música:

- 3.2.1. Guitarra.

3.3. En el sector de la plàstica:

- 3.3.1. Plàstica.

3.4. En el sector de la imatge:

- 3.4.1. Audiovisuals.

3.5. Adreçats a sectors específics de població:

3.5.1. Tèxtil.

3.5.2. Castellans.

3.6. Sorgits d'una demanda valorada d'interès;

3.6.1. Història.

3.7. Relatius a ciència o tecnologia;

3.7.1. Ciència-ecologia.

4. Festes del curs de l'any:

4.1. Carnaval.

4.2. Sant Jordi.

4.3. Sant Joan.

4.4. Castanyada.

4.5. Cicle de Nadal: Fira del Joc i la Joguina, Festa de Nadal.

5. Trobada:

5.1. LLAR. "Divendres a la Llar".

5.2. Activitats entitats, i grups.

5.3. Carnaval de l'Aula.

5.4. "El Aula hoy 83".

B. Aula de Cultura de COLLBLANC - LA TORRASSA.

1. Difusió:

- 1.1. AULA JAZZ.
- 1.2. Exposicions d'obra artística.
- 1.3. Cine, a replantejar després de la negociació amb les sales d'exhibició.
- 1.4. Complement d'"Escena'83" amb l'orquestra pròpia de l'Aula Cabaret.

2. Promoció de grups:

2.1. Grups artístics:

- 2.1.1. ROCK JARD (*).
- 2.1.2. ROCK SALSA (*).
- 2.1.3. Grup de plàstica (*).
- 2.1.4. Atenció a la guitarra d'Enrique Hernández.
- 2.1.5. Estudi d'ambients que poden contenir o generar grups: música (), teatre (*).
- 2.1.6. Dansa.
- 2.1.7. Fotografia.

2.2. Grups associatius:

- 2.2.1. Grups ràdio-revista.
- 2.2.2. Estudi ambient excursionisme (*).

(*) de gènesi exterior a l'Aula.

3. Tallers:

3.1. En el sector del teatre-espectacle:

- 3.1.1. Dansa 1.
- 3.1.2. Dansa 2.
- 3.1.3. Teatre.

3.2. En el sector de la música:

- 3.2.1. Guitarra.

3.3. En el sector de la plàstica:

- 3.3.1. Plàstica.
- 3.3.2. Còmic.
- 3.3.3. Cartró.

3.4. En el sector de la imatge:

- 3.4.1. Fotografia 1.
- 3.4.2. Fotografia 2.

3.5. Adreçats a sectors específics de població:

- 3.5.1. Cuina.

4. Festes del curs de l'any:

- 4.1. Carnaval.
- 4.2. Sant Jordi.
- 4.3. Sant Joan.
- 4.4. Castanyada.
- 4.5. Cicle de Nadal.

5. Trobada:

- 5.1. Bar: 4art. trimestre de l'any.
- 5.2. Debats.

C. Aula de Cultura de LA FLORIDA.

1. Difusió:

- 1.1. PUB LA JAULA.
- 1.2. Mercat d'Art.
- 1.3. Exposicions d'obra artística.
- 1.4. Cine, a replantejar en funció de la negociació amb les sales d'exhibició.

2. Promoció de grups:

- 2.1. Grups artístics:
 - 2.1.1. IMAGINARI, grup de mim.
 - 2.1.2. Grup de Bastoners La Florida.
 - 2.1.3. Grup de música de cambra.
 - 2.1.4. Grup vocal i instrumental (*).
 - 2.1.5. Grup de fotografia.
 - 2.1.6. Grup de percussió.
 - 2.1.7. Casal de la dona.
- 2.2. Grups associatius:
 - 2.2.1. Grup d'excursionisme.
 - 2.2.2. Grup de ràdio.

(*) de gènesi exterior a l'Aula.

3. Tallers:

- 3.1. En el sector del teatre-espectacle:
 - 3.1.1. Mim-teatre.
 - 3.1.2. Dansa 1.
 - 3.1.3. Dansa 2.
- 3.2. En el sector de la música:
 - 3.2.1. Guitarra 1.
 - 3.2.2. Guitarra 2.
 - 3.2.3. Guitarra iniciació.
- 3.3. En el sector de la plàstica:
 - 3.3.1. Plàstica.
- 3.4. En el sector de la imatge:
 - 3.4.1. Fotografia.
- 3.5. Adreçats a sectors específics de la població:
 - 3.5.1. Manualitats.

4. Festes del curs de l'any:

- 4.1. Carnaval.
- 4.2. Sant Jordi.
- 4.3. Sant Joan.
- 4.4. Castanyada.
- 4.5. Cicle de Nadal.

5. Trobada:

- 5.1. Assemblea trimestral.
- 5.2. Debats.
- 5.3. Tertúlia setmanal.
- 5.4. Sopar de fi de curs i ball.

D. Aula de Cultura de SANFELIU.

1. Difusió:

- 1.1. Pub.
- 1.2. Exposicions d'obra artística.
- 1.3. Cine, a replantejar segons vagin les negociacions amb els cinemes.
- 1.4. Concerts en el marc de la Parròquia.

2. Promoció de grups:

- 2.1. Grups artístics:
 - 2.1.1. Grup d'animació.
 - 2.1.2. Grup de Rumba.
 - 2.1.3. Grup de Salsa.

3. Tallers:

- 3.1. En el sector del teatre-espectacle:
 - 3.1.1. Dansa.
- 3.2. En el sector de la música:
 - 3.2.1. Guitarra.
- 3.3. En el sector de la plàstica:
 - 3.3.1. Plàstica.
- 3.4. En el sector de la imatge:
 - 3.4.1. Fotografia.
- 3.5. Adreçats a sectors específics de la població;
 - 3.5.1. Cuina.

4. Festes del curs de l'any:

- 4.1. Carnaval.
- 4.2. Sant Jordi.
- 4.3. Sant Joan.
- 4.4. Castanyada.
- 4.5. Cicle de Nadal.

5. Trobada:

- 5.1. Tertúlia bar.
- 5.2. Seminaris.

E. Aula de Cultura de SANTA EULÀLIA.

1. Difusió:

- 1.1. Festivals de rock.
- 1.2. Sessions jazz
- 1.3. Exposicions d'obra artística.
- 1.4. Cine, a replantejar en funció de la negociació amb les sales de cinema.

2. Promoció de grups:

2.1. Grups artístics:

- 2.1.1. Grup de cine.
- 2.1.2. Grup de fotografia.
- 2.1.3. CENDRA, grup de rock.
- 2.1.4. PLÀSTIC, grup de rock.
- 2.1.5. Grup de diables.
- 2.1.6. Grup de vídeo.
- 2.1.7. Esbart Sant Isidre (*).
- 2.1.8. Estudi d'ambients que poden contenir o generar grups: Provençana (*),
parròquies (*).

2.2. Grups associatius:

- 2.2.1. Cooperativa "Respeto Mútuo" (*).
- 2.2.2. Grup d'ecologia.
- 2.2.3. Grup d'escacs.
- 2.2.4. Grup d'estudis de barri.
- 2.2.5. Grup de ràdio.

3. Tallers:

3.1. En el sector del teatre-espectacle:

- 3.1.1. Expressió corporal.

3.2. En el sector de la música:

- 3.2.1. Guitarra.

3.3. En el sector de la plàstica:

- 3.3.1. Pintura-dibuix.
- 3.3.2. Ceràmica.

3.4. En el sector de la imatge:

- 3.4.1. Fotografia.
- 3.4.2. Collage-imatge.

3.5. Adreçats a sectors específics de la població:

3.5.1. Cuina.

3.5.2. Decoració.

4. Festes del curs de l'any:

4.1.

4.2. Sant Jordi.

4.3. Sant Joan.

4.4. Castanyada.

4.5. Cicle de Nada..

5. Trobada:

5.1. Mostra trimestral dels tallers de l'Aula.

5.2. Assemblea trimestral, amb assistència d'entitats.

5.3. Tertúlia-bar.

CATALUNYA PER TU

CAMPANYA DE NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA
A L'HOSPITALET DE LLOBREGAT

Introducció

L'Estatut d'Autonomia de Catalunya, d'acord amb la Constitució Espanyola, estableix, al seu article nº 3, que:

- "1. La llengua pròpia de Catalunya és el català.
2. El català és l'idioma oficial de Catalunya, així com també el castellà, oficial a tot l'Estat espanyol.
3. La Generalitat garantirà l'ús normal i oficial d'ambdós idiomes, i prendrà les mesures necessàries per tal d'assegurar el seu coneixement, i crearà les condicions que permetin d'arribar a la seva plena igualtat quant als drets i als deures dels ciutadans de Catalunya".

Es sobre aquest fonament que formulem els principis que han de conformar l'acció de normalització lingüística que ens proposem:

1. Donar progressivament al català el paper que li correspon a tots els nivells com a llengua pròpia del país fins a assolir el seu ple restabliment.
2. Promoure l'ús públic del català, garantir la seva efectivitat en tots els àmbits i poders públics i fomentar la seva normalització als mitjans de comunicació.
3. Garantir els drets lingüístics de la persona en totes dues llengües oficials, combatent qualsevol forma de discriminació per raó de llengua. Establir un tractament del fet lingüístic a l'administració pública que garanteixi el dret de participació de tot ciutadà.
4. Impregnar totes les mesures de normalització lingüística d'un imperatiu pedagògic adreçat a fomentar la comprensió del fet lingüístic i els comportaments tolerants, fent front a les actituds d'un o altre signe que poguessin esdevenir generadores de conflicte lingüístic.
5. Crear les condicions perquè tothom que vulgui pugui accedir primer a la comprensió i després al coneixement del català. Promoure aquest procés d'aprenentatge.
6. Crear les condicions escolars necessàries perquè les noves generacions surtin de l'escola dominant ambdues llengües, sigui quina sigui la llengua habitual de cada persona.

Aquests principis han de materialitzar-se en una col·lectivitat humana -els homes i dones de l'Hospitalet de Llobregat- procedent de la immigració o castellanoparlant en la seva gran majoria. Una col·lectivitat que viu en un medi urbà que té com a principals característiques la seva inarticulació i uns dèficits infraestructurals desorbitats; uns condicionants que no fan fàcil el necessari procés d'arrelament de les persones al país.

En aquest sentit, a més d'avençar en una política d'emergència adreçada a superar els esmentats dèficits, es fa imprescindible d'emmarcar qualsevol acció de normalització lingüística, que no es vulgui quedar en el pur gest, en una dinàmica més global que creï un marc de contacte i d'interès envers la cultura catalana i que promogui el coneixement i la identificació de les persones amb la ciutat i amb el país.

La campanya CATALUNYA PER TU, constitueix el conjunt d'accions i de mesures que, a la llum dels principis i reflexions anteriors, han de configurar una política de normalització lingüística efectiva, adreçada a la realitat concreta de l'Hospitalet de Llobregat:

1. Estudi socio-lingüístic.
2. Accés al coneixement del català.
 - Català a l'escola.
 - Català per a adults: cursos.
3. Accés a la cultura catalana i coneixement del país.
 - Conèixer l'entorn: la ciutat i la comarca natural.
 - Conèixer Catalunya.
 - Accés a la cultura catalana: Teatre-espectacle, cinema, cançó, llibre, folklore, publicacions.
 - Festes de Primavera-Sant Jordi.
4. Ús públic del català.
 - Servei Municipal de Traducció i Consulta.
 - Català a l'Ajuntament.
 - Català als serveis públics i als establiments.
 - Català al carrer.
 - Català als mitjans de comunicació.

1. Estudi sòcio-lingüístic.

Per tal d'abordar amb rigor una campanya de normalització lingüística, cal partir d'una aproximació científica a la realitat sòcio-lingüística local.

1.1. Edició d'un resum de la tesi doctoral de Marcelino Rodríguez Oria, sobre "La llengua en l'àmbit escolar (alumnes, pares i professors) de l'Hospitalet de Llobregat: una exploració sòcio-lingüística-actitudinal". A presentar a la II Setmana pedagògica de l'Hospitalet, els 24 - 29 de gener de 1983.

1.2. Elaboració i edició d'un estudi sòcio-lingüístic de la població de l'Hospitalet, a partir de les dades del padró municipal d'habitants de 1981.

2. Accés al coneixement del català.

El treball en aquest terreny es concreta en dos àmbits d'actuació: la població escolar i la població adulta. L'actuació envers la població escolar es proposa de normalitzar l'aprenentatge de la llengua catalana i de progressar en l'objectiu de restituir al català la condició de llengua de l'ensenyament en el marc d'una escola culturalment i científicament arrelada al país. L'actuació envers la població adulta es proposa de compensar el dèficit d'oportunitats d'aprenentatge del català per part de la població adulta, autòctona o immigrada, de manera que tot hom tingui opció al seu coneixement.

2.1. Adició d'instruments de treball diversos per als mestres de la ciutat, introduint el català, com a vehicle de treball i de documentació dels equips de mestres. Dossiers de coneixement de diverses comarques del país (dossiers "Escola-Natura": Ogasa, Corberà del Llobregat), de la ciutat (tres Quaderns Urbans: l'administració de la ciutat, dades bàsiques de l'Hospitalet, itinerari vegetal del Parc de Can Boixeres), i de les festes tradicionals i costumari.

1.2. Increment dels cursos de català, de manera que l'oferta abarqui tots els barris de la ciutat. El total de cursos per al 1982-83, es situa entorn de la seixantena, adreçats a uns 1.200 alumnes, objecte de conveni específic amb la Direcció General de Política Lingüística. Els alumnes dels cursos són la base on es fonamenten les línies d'actuació de "Catalunya per tu" com a destinataris primers i com a amplificadors de la campanya.

2.3. Elaboració, gravació i posada en marxa d'una programació radiofònica pensada com a complement dels cursos de català.

3. Accés a la cultura catalana i coneixement del país.

Tal com afirmàvem en les reflexions introductòries, l'accés de l'immigrat a la llengua catalana es fa indestriable d'un procés integral d'accés de la persona al país com a comunitat nacional. Llengua, paisatge i cultura constitueixen una mateixa realitat. La llengua, en aquest sentit, a més d'un instrument de comunicació, és camí d'accés a aquesta realitat. És per això que una campanya de normalització lingüística ha d'abordar necessàriament totes les vessants, des de l'arrelament a la pròpia ciutat i comarca fins al coneixement i la vivència de les expressions culturals autòctones. Aquesta labor ha de ser, a més, un element fonamental de suport per a la tasca dels cursos de català.

3.1. Conèixer l'entorn: la ciutat i la comarca natural.

3.1.1. Itineraris preparats i comentats, amb elaboració prèvia de materials: nucli antic i raval; Collblanc-La Torrassa i Santa Eulàlia (el creixement perifèric de Sants); Pubilla Casas-La Florida i Les Planes; La Marina. Per a posar en marxa el mes de maig.

3.1.2. Edició del llibre "Els noms de les escoles" on es descriu el significat del nomenclator de les escoles públiques de la ciutat, per a ús escolar i en general, ciutadà.

3.1.3. Exposició ambulants sobre els aspectes principals de la identitat històrica de la ciutat.

3.1.4. Realització d'una sèrie de maquetes "d'imatges de l'Hospitalet". La marxa de la campanya "Catalunya per tu" ha de coincidir amb l'elaboració visible d'aquestes obres de manera que culminin amb la cloenda de la campanya.

3.1.5. Elaboració d'uns quaderns "d'imatges de l'Hospitalet" en color, destinats a la divulgació massiva de senyes d'identitat locals; que, reflectint la realitat específica de cada barri, l'integrin en una visió global de ciutat; i que situin la ciutat dins el context nacional de Catalunya.

3.1.6. Confecció d'audiovisuals per a utilitzar a les escoles i adreçables també a la població en general: "L'Hospitalet: de municipi rural a aglomeració suburbial" i "Els efectes d'un urbanisme especulatiu" (a raó de trenta-sis diapositives cada muntatge); i "La Casa de la Vila" (de vuitanta diapositives).

3.2. Conèixer Catalunya.

3.2.1. Excursions de coneixement del país:

Campanya d'excursions en autocar, d'una jornada de durada, en l'objectiu de facilitar un coneixement plaent i estimul·lant del país, amb continguts de caràcter geogràfic, històric, econòmic, artístic i popular; i amb activitats de caràcter lúdic, gastronòmic, participatiu i privat. Inserir en un procés previ d'elaboració de materials i de motivació, contempla un total de nou itineraris:

La Catalunya verge: Sant Celoni, Santa Fe, Turó de l'Home, Riells, Breda.

La Catalunya verda: Besalú, Castelfollit, Clot, Santa Pau, Banyoles.

La Catalunya abacial o dels orígens: Vic, Ripoll, Sant Joan de les Abadesses.

La Catalunya solemne: Santes Creus, Poblet, Vallbona de les Monges, Montblanc.

La Catalunya artesanal: La Bisbal, Palamós, Peretallà, Ullestrèt.

La Catalunya de la costa: Sitges, Vilanova.

La Catalunya del vi: Sant Sadurní, Sant Pere de Riudebitlles, Vilafranca del Penedés.

La Catalunya fluvial: El Llobregat, Cardona, Martorell, La Colònia Güell.

La Catalunya industrial: Terrassa, Sabadell.

Aquests itineraris, minuciosament treballats, han de sortir de quatre punts de la ciutat, és a dir, sumant un total de trenta-sis excursions formades per dos autocars cada una.

3.2.2. Intercanvi inter-ciutats

Intercanvi d'alumnes d'ensenyament mitjà entre l'Hospitalet i altres poblacions de Catalunya, en l'objectiu d'establir vasos comunicants entre diferents formes de vida, de conèixer altres comarques del país, d'estimular l'ús lingüístic del català. A partir d'una experiència encetada al curs 1982-83 per L'INB Margarida Xirgo, a iniciativa del seu professor de català. Quatre torns de trenta alumnes.

3.3. Accés a la cultura catalana.

3.3.1. Teatre-espectacle en català.

3.3.1.1. Inclusió a les programacions de difusió teatral municipals i autònoms d'obres teatrals en català. Avençaments econòmics per als alumnes de català i per als estudiants d'Ensenyament Mitjà (subvenció de dues terceres parts de l'entrada; quinze funcions per a BUP i FP). Suport a la programació teatral en català del Grup d'Acció Teatral (G.A.T.); reducció del preu d'entrada de la seva programació infantil de cap de setmana.

3.3.1.2. Inclusió al Cicle de Teatre-Escola, d'obres teatrals en català i edició del dossier corres-

ponent. Per a alumnes de 7è i 8è curs d'EGB; els inscrits al curs 1982-83 són 5.455, corresponents a 28 centres públics i 18 centres privats. Dues obres previstes: "Les històries de HAKIM" (Norberto Ávila) i un espectacle sobre textos de Ruzante; a raó de 30 representacions per obra. Elaboració de dossiers per al mestre, cartell i publicitat.

3.3.1.3. Actuacions de titelles en català a les escoles, durant el tercer trimestre escolar, per als cicles inicial i mitjà d'EGB.

3.3.2. Cinema en català.

Conveni amb les sales d'exhibició comercial que suposi la programació de cinema en català organitzada conjuntament amb el Cine-Club de l'Hospitalet. Avençatges econòmics per als alumnes de català i per als estudiants d'Ensenyament Mitjà.

3.3.3. Cançó en català.

Inclusió a les programacions de difusió musical -municipals i autònomes- de cantants i corals en català.

3.3.4. Llibre.

3.3.4.1. Conveni amb el Servei d'Acció Cultural (llibrers), destinada a fomentar la lectura del català, mitjançant accions específiques de promoció d'obres i d'autors, especialment entorn de Sant Jordi. Dotació progressiva, amb les col·leccions "les millors obres de la literatura catalana" i "les millors obres de la literatura universal" d'Ed. 62. La Caixa, a Instituts d'Ensenyament Mitjà, biblioteques i Aules de Cultura.

3.3.4.2. Campanya de difusió de la GEC, del Diccionari General de la Llengua Catalana i del Diccionari Català-Castellà de F. de B. Moll, a les escoles, INEM i FP, Aules de Cultura, biblioteques i principals entitats ciutadanes, amb motiu del cinquantenari de la 1a. edició del Fabra. Oferta especial de la GEC i lots d'obsequi dels diccionaris Fabra i Moll.

3.3.5. Folklore.

3.3.5.1. Programació de ballades de sardanes al llarg de l'any de comú acord amb la Coordinadora Sardanista de l'Hospitalet i amb la contractació preferent de la Cobla La Principal de Collblanc.

Ballades mensuals de dissabte vespre a la Plaça de l'Ajuntament, i ballades de diumenges al matí als barris en els quals les colles Sardanistes de la ciutat ensenyaran a ballar sardanes.

Campanya d'ensenyament de la sardana a les escoles, per grups, en dissabtes matí, a càrrec de monitors de la Coordinadora Sardanista de l'Hospitalet, amb una ballada conjunta de totes les escoles implicades a final de curs.

3.3.5.2. Actuacions als barris de l'Esbart Sant Isidre, de l'Hospitalet de Llobregat.

3.3.5.3. Inclusió de castellers i bastoners als programes de festes.

3.3.6. Publicacions

3.3.6.1. Adició d'uns quaderns de divulgació cultural sobre temes monogràfics d'interès immediat per al ciutadà i de caràcter formatiu (quaderns de "Cultura i Ciutat").

3.3.6.2. Elaboració de dossiers relatius a les festes tradicionals del curs de l'any, per a informar i orientar la tasca de les Comissions de Festes que, formades per entitats diverses, tendeixen a esdevenir-ne els motors.

3.4. Festes de Primavera-Sant Jordi.

La festa, en general, constitueix un element capdal de cohesió social, d'arrelament individual en uns referents de significació col·lectiva; i també, pel seu caràcter participatiu, un marc idoni i excepcional on projectar accions massives de divulgació cultural. Les Festes de Primavera-Sant Jordi volen materialitzar aquestes dues funcions genèriques de la festa en dos conceptes precisos: identitat nacional i divulgació de la producció en català. Constitueixen, així, donat el seu caràcter massiu i participatiu, el marc únic i paradigmàtic on cristal·litzen els principals mòbils de la campanya.

Concebudes, pel seu caràcter estacional, com eclosió de la cultura al carrer, es proclamen el dissabte, dia 16 d'abril, i s'allargen fins el diumenge, dia 24 d'abril. El projecte d'enguany, pensat en funció de la campanya, es basa en l'establiment d'uns àmbits festius bàsics de carrer a tres punts diferents de la ciutat, a partir dels quals han de prendre cos manifestacions semi-espontànies de música, arts para-teatral, arts plàstiques, etc...; també, competicions esportives de carrer i concursos de jocs infantils de carrer. Un mòdul essencial de les festes el constitueix la "Setmana Pedagògica", amb activitats a les biblioteques (amb presència d'autors, il·lustradors i editors); col·loquis per a mestres, pares d'alumnes i públic interessat, a les Cases de Cultura; circuits infantils de descoberta de la ciutat, fent especial atenció al llibre (imprentes, editorials, llibreries) i a la rosa (cultius, floristeries); inici de cursets de sardanes a les escoles; teatre escolar al Centre Catòlic; etc... Entorn dels dos caps de setmana, se situen els principals esdeveniments de difusió cultura: Teatre de la Bohèmia, La Llàntia Encantada, Vol Ras, Bufaplanetes, Esbart Sant Isidre, habaneres, espectacle rock amb actuació de grups locals (Zeus, Cendra i Plàstic), ballades de sardanes amb la Cobla La Principal de Collblanc, Bastoners de La Florida, castellers, Diablers de Vilanova, Banda de Música "Ciutat de l'Hospitalet", gran recital de cançó, fira de titelles, etc... Té un especial interès el marc central de la festa: la Rambla Just Oliveres, amb la gran fira de llibres, flors i terrissa popular, que ha de constituir el punt de referència per al conjunt de la ciutat sobretot el dia

de Sant Jordi a la tarda. El mateix dia al matí i tot l'endemà, s'organitzaran fires de llibres i de flors a diversos barris de la ciutat, amb activitats complementàries de difusió del llibre català.

4. Ús públic del català.

Es fa imprescindible una acció destinada a la normalització de l'ús del català en els àmbits públics: administració, establiments, carrer, mitjans de comunicació. És a dir, una acció que es proposi la recuperació per al català del terreny perdut durant molts anys de prohibició expressa o implícita, el restabliment de l'ús públic que correspon a la llengua pròpia del país.

En aquest objectiu, cal tenir present que una normalització plena de l'ús públic del català no es produirà fins que no tingui els seus efectes la lenta tasca des de les escoles envers les noves generacions. Allò que es tracta de fer ara i que és possible d'aconseguir és un primer estadi en què com a mínim es trenquin les inèrcies viciades que va crear la repressió i que, si no es corregissin, podrien esdevenir una enfermetat crònica i progressiva per a la llengua catalana.

Cal, però, filar prim en aquest terreny, perquè és on amb més facilitat es pot generar el conflicte lingüístic. En aquest sentit, cal un esforç especialment enèrgic per tal mantenir a ratlla possibles voluntarismes irresponsables i nocius; i deixar ben clars en tot moment i garantir els drets lingüístics de la persona. És a dir, no només del catalanoparlant, sinó també de l'immigrat castellanoparlant, assentat a Catalunya generalment en condicions greus de dèficit i d'aïllament i que, a diferència del seu fill, ja no tindrà ocasió de passar per l'escola del país.

4.1. Serveis Municipals de Traducció i Consulta.

Plataforma de suport especialitzat a les iniciatives de normalització lingüística en tots els camps. Cal perfilar, a la vista d'altres experiències similars, els serveis que contingui i la mecànica de funcionament.

4.2. Català a l'Ajuntament.

Aquesta és una tasca encetada des del primer dia de l'Ajuntament democràtic, bé que sempre incompleta donada la seva envergadura i les dificultats de readaptació que comporta. Donar un nou impuls a aquesta labor és un ingredient fonamental de la present campanya, no només perquè obeeix a una necessitat evident, sinó també per la funció exemplar que això ha de suposar envers altres realitats ciutadanes. Són elements a tractar dins d'aquest capítol els següents:

- Senyalització de locals municipals.
- Atenció al públic.
- Impresos, propaganda i bans.
- Llibre d'actes i acords municipals.
- Cursos de català per a funcionaris.
- Butlletí municipal.

4.3. Català als serveis públics i als establiments.

- 4.3.1. Estimular l'ús del català, sobretot pel que fa a retolació, informació escrita, etc...
- 4.3.2. Promoció dels llenguatges específics de rams i serveis. Elaboració i edició de materials amb aquest objectiu.

4.4. Català al carrer.

- 4.4.1. Renovació progressiva dels rètols dels noms dels carrers. Elaboració i publicació d'un nomenclàtor.
- 4.4.2. Renovació progressiva de la senyalització viària.
- 4.4.3. Elaboració i explotació de materials de llenguatge col·loquial elemental propi de situacions quotidianes tipus (al matí, als àpats, al vespre-nit, al metro o a l'autobús, etc...). Pensat fonamentalment en funció de facilitar l'accés al català del castellanoparlant adult. Possible tractament a través de la ràdio municipal.
- 4.4.4. Elaboració de materials per al tractament de situacions lingüístiques, amb una funció pedagògica envers el conjunt de la població, en l'objectiu de clarificar les coses, de combatre prejudicis i d'evitar equívocs i

tensions generadors de conflicte. Possible tractament a través de la ràdio municipal. La idea és posar-hi a treballar la Ma. Aurèlia Capmany i en Francisco Can del.

4.5. Català als mitjans de comunicació.

4.5.1. La normalització del català a la ràdio municipal.

4.5.2. Impuls de la premsa local en català. Revista "Progrés".

PRESCUPOST

1. Estudi sòcio-lingüístic		
1.1.(Adició resum tesi).....	300.000' -	
1.2.(Estudi padró).....	200.000' -	

		500.000' -
2. Accés al coneixement del català		
2.1.(Materials mestres).....	2.450.000' -	
2.2.(Cursos català adults). Fora de conveni.		
2.3.(Ràdio-cursos català).....	200.000' -	

		2.650.000' -
3. Accés a la cultura catalana i coneixement del país.		
3.1.Conèixer l'entorn		
3.1.1.(Itineraris).....	1.000.000' -	
3.1.2.("Els noms de les escoles")	1.000.000' -	
3.1.3.(Exposició).....	540.000' -	
3.1.4.(Maquetes).....	370.000' -	
3.1.5.(Quaderns "Imatges").....	2.000.000' -	
3.1.6.(Audiovisuals).....	640.000' -	
3.2.Conèixer Catalunya		
3.2.1.Excursions.....	7.736.000' -	
3.2.2.Intercanvi.....	384.000' -	
3.3.Accés a la cultura catalana		
3.3.1.Teatre-espectacle		
3.3.1.1.(Programació teatral)..	5.475.000' -	
3.3.1.2.(Teatre-Escola)	4.800.000' -	
3.3.1.3.(Titelles).....	2.400.000' -	
3.3.2.Cinema.....	1.000.000' -	
3.3.3.Cançó.....	350.000' -	
3.3.4.Llibre		
3.3.4.1.(S.A.C.).....	825.000' -	
3.3.4.2.(GEC,DGLLG,etc...).	750.000' -	
3.3.5.Folklore		
3.3.5.1.(Sardanes).....	2.795.000' -	
3.3.5.2.(Esbart).....	600.000' -	
3.3.5.3.(Castellers,etc...).	1.500.000' -	

3.3.6.Publicacions	
3.3.6.1.(Cultura i Ciutat).	541.000' -
3.3.6.2.(Dossiers festes)..	200.000' -
3.4.Festes de Primavera-Sant Jordi...	6.100.000' -

	41.006.000' -
4. Ús públic del català	
4.1.SM traducció i consulta.....	200.000' -
4.2.Català a l'Ajuntament. Fora de conveni	
4.3.Català als serveis públics i esta bliments	
4.3.1.(Estímol de l'ús).....	
4.3.2.(Llenguatges específics)...	500.000' -
4.4.Català al carrer	
4.4.1.(Retolació)	
4.4.2.(Senyalització viària)	
4.4.3.(Llenguatges situacions)...	500.000' -
4.4.4.(Contra el conflicte).....	500.000' -
4.5.Català als mitjans de comunicació	
4.5.1.(Ràdio municipal)	
4.5.2.(Premsa local).....	200.000' -

	1.900.000' -
5. Organització i Coordinació	
5.1.Personal.....	2.000.000' -
5.2.Publicitat, despeses grals.....	2.000.000' -

	4.000.000' -
=====	
TOTAL.....	50.056.000' -
=====	

ANEX Nº 3:

EXPERIÊNCIA PILOT "EL CIRC"

Consideracions generals.

- El circ ha estat qualificat d'espectacle total, i aquest és el marc en el qual es pot entendre el què és un espectacle per a la gran majoria de la població, que arriba i agrada a la gent de tots els orígens i de totes les edats.
- L'objectiu de "el més difícil encara" és el fil conductor de la majoria d'arts que configuren un espectacle complet de circ. La consecució dels nivells de qualitat tècnica, de domini profund de una o altra tècnica "circense" ha estat una auto-exigència col·lectiva entre els artistes professionals de circ, i la qualitat artística difícilment ha pogut deslligar-se'n.
- Els alts nivells de domini d'una o altra tècnica exigeix un aprenentatge llarg, del que hi ha poquíssimes experiències, tret dels marcs tradicionals del circ: la família d'artistes de circ. Es tracta, doncs, d'un conjunt d'arts que no tenen uns marcs institucionalitzats d'aprenentatge (tret a la U.R.S.S. i potser algun altre país).
- Per últim, assenyalar que no es pot parlar del circ, sense tenir en compte la crisi en la que actualment es troba immers. Sen se pretendre analitzar-la a fons, sols n'apuntarem els aspectes més determinants: la competitivitat fortíssima que suposen el cinema i la T.V.; el cost econòmic de l'espectacle i la seva infraestructura, ja de per sí considerables, han anat augmentant; l'introducció, cada dia més habitual de personatges del cinema o la T.V. als espectacles de circ han suposat una progressiva adulteració artística i està implicant una baixa en la qualitat. (Potser la més recent mostra d'aquesta crisi és el suïcidi a Madrid del clown blanc dels germans Tonetti, propietaris del circ Atlas.). En aquest terreny fora molt important que entrés en vigor al nostre país una llei de protecció al circ, en general, i al circ familiar en especial, seguint els precedents de França i Itàlia, per exemple, país, aquest últim, amb una forta tradició de circs familiars.

El circ i els sectors de joves i nanos més marginats.

-La mostra pública de situacions de risc i de "el més difícil encara" és un dels camins entorn al que hi ha una predisposició personal per parts d'aquests sectors marginats, per aconseguir un reconeixement personal.

L'aprenentatge de diferents arts que han anat configurant el circ pot ser, per tant, un centre d'interès potencial per aquests sectors de joves i nanos. Algunes experiències que coneixem fan pensar que és una via amb moltes possibilitats, però quasi per encetar: el barri de Vallecas, a Madrid, i l'incorporació de nanos-joves a diferents circs professionals; el C.I.J. de Bellvitge i el seu muntatge de circ al carrer.

Proposta d'experiències pilot a alguns barris de l'Hospitalet:

- Organització de Tallers diaris i a l'aire lliure (tenint possibles locals per quan plougui) per a l'aprenentatge de:
 - Jocs malabars, trapecí, fonambulisme, equilibrisme, etc...
 - Jocs de màgia adaptables a l'espectacle de circ.
 - El clown blanc, l'august: paròdies, gags, interpretació, etc...
 - Possible introducció d'animals: cavalls, per exemple, anant als orígens del circ.
- Acondicionament d'espais a l'aire lliure, on fer aquests tallers: espais vallats, encara que les valles no fossin fixes, a les hores en que es fessin els tallers.
- Personal per muntar i treure les valles, si no fossin fixes, i per preparar i recollir el material que s'emprés.
- Relacionar el material mínim necessari per a començar i fer previsions posteriors, ambdues coses amb la col.laboració dels professionals que s'encarreguessin dels tallers.

- Entrar en contacte amb els professionals que podrien fer-se'n càrrec, i recollir l'experiència de l'Escola d'Actors de Barcelona, en el seu intent de formar una escola de pallassos amb el germà Rivel.

Previsions econòmiques possibles per 1983.

- Sous professors (2) i coordinador general (1); 11 mesos; 2h. diaries; 5 dies setmana.....	250.000
- Material.....	600.000
- Assegurances mèdiques i d'accidents.....	
- Personal per vigilàncies, conservació, instal.lació i recollida de material: 3h.setmana; 11 mesos= 165 h. a preu de conserje.....	_____
TOTAL.....	

(Cas de fer-ho a 2 zones -Pubilla Casas-Florida/Bellvitge-Gornal- caldria multiplicar els costos per dos).

Perspectives a mig termini:

- Arribar a formar una escola de circ a l'Hospitalet.
- Posar en funcionament la Carpa dels primers festivals d'estiu, uns mesos a l'any, inicialment, amb espectacles de circ, interpretats per gent de l'escola de circ de l'Hospitalet i professionals espanyols i estrangers.
- Donar sortida als nombres "squetx" que es preparin des de l'escola de circ, als cerca-viles, "merenderos", i animació al carrer, de tots els barris de l'Hospitalet.

- Donar-hi sortida a espectacles de difusió cultural, a espais interiors, per aquells nombres que puguin també ser d'interior (aules, teatres, etc...).

ANEX № 4:

EXPERIENCIA PILOT "ACCIO-VIDEO"

SUMARIO:

- 1.- Reseña de la experiencia llevada a cabo del 5-81 al 10-82.
- 2.- Análisis.
- 3.- Proyecto 81 - 82.
- 4.- Grupo, equipo.
- 5.- Presupuesto.

1.- RESEÑA EXPERIENCIA DE MAYO DEL 81 A OCTUBRE DEL 82.

- 1.1.-Mayo 81 - Se graban reportajes de la Fiesta Mayor.
 - Tomas del público y las actuaciones.
 - Visionado posterior en el Aula.
- 1.2.-Junio 81- Circuito cerrado con cabina en el Aula.
 - La gente se vé. A todos les gusta.
- 1.3.-Curso 81-82- Realización de los siguientes reportajes:
 - Carnaval.
 - Fiesta Mayor.
 - Reportaje actividades Aula.
 - Reportaje del montaje del grupo de expresión corporal.
 - Visionado en el Aula.
- 1.4.-Manipulación de material televisivo.
 - Nadal 81 - Montaje de publicidad navideña.
(incluído en expo-Nadal)
- 1.5.-Acto Fiesta Mayor-82: "La foto al carrer".
 - Expo. de fotos y carteles de cine en la Plaza.
 - Circuito cerrado con monitor en la Plaza. La gente se vé.
- 1.6.-Septiembre-Octubre 82.
 - Espots publicitarios del Aula.

REPORTAJES EN ARCHIVO: Fiesta Mayor 81, NADAL-81, Carnaval-82
Fiesta Mayor 82, Curso Aula 81-82, La incomunicación (Expresión corporal).

2.- ANALISIS DE LA EXPERIENCIA.

- 2.1. Consideración de la limitación de medios técnicos con que se han trabajado.
- 2.2. A todos les interesa VER-SE y ver al vecino y OIRSE.
(Consideraciones: propia imagen -seguridad; ridículo-)
- 2.3. Imagen móvil, fusión de distintos puntos de vista.
- 2.4. El vídeo y la fiesta. El público protagonista.
- 2.5. El vídeo como espectáculo participativo.
- 2.6. Acercamiento y lectura de la imagen T.V.E..
- 2.7. Paisaje urbano, imagen contexto, niveles de análisis.
- 2.8. Visionados colectivos con luz-ambiente.
(Posibilidades: pantalla grande; monitores).
- 2.9. Vídeo-calle-vídeo-happening-provocación.
- 2.10. Vídeo-difusión cultural
 - Vídeo-animación
 - Vídeo-creación
 - Vídeo-auxiliar (ejemplo: teatro)
- 2.11. Vídeo-"bolsa" población
 - lenguaje habitual (horas TVE, encuesta).
 - mensaje con interés cercano.
- 2.12. Espacio propio vídeo. (Canal nuevo: publicidad, reportajes, informativos.). Interrelación:
 - Vídeo/sectores artísticos: auxiliar, "eina", potenciador.
 - Vídeo/foto, dispositivas, publicidad revistas y vallas.

(Por limitación de tiempo se enuncian ideas-eje, que todas ellas generan explicaciones y elementos no desarrollados).

3.- PROYECTO 81 - 82.

3.1. LUGARES DE VISIONADO:

- BAR SERRA: pantalla grande; mucho público.
- 3 o 4 Bares más, televisores normales.
- Calle Parets (isla peatonal) y Pl.Avis.
- Aula (bar,y,o, sala actos).
(En estudio posibilidad de pase en bloques que tienen TV por cabeza).

3.2. MATERIAL A VISIONAR: realización de un programa de 1h. al mes.

3.2.1. Partes del programa (sub-programas):

- Publicidad Aula, general y mensual.
- Reportajes actos Aula y fiestas.
- Reportajes entidades.
- Fútbol y deportivos, barrio.
- Informativos barrio.
- Temas monográficos (alquilados o realizados).
- Manipulación material T.V.E.(cortos de 10 min. o 15 min. de cada tema.).

3.2.2. Circuitos cerrados: verse, oirse.

- En torno a un tema.
- En torno a un hecho.
- Lúdico.

3.3. COMO PUBLICIDAD DEL AULA: monitor en furgoneta con megafonía en plazas y lugares de gente.

3.4. COMO SÍNTESIS DE OTROS SECTORES: rock, teatro.

5.- PRESUPUESTO.

5.1. Tener en cuenta precios mercado:

ejemplos: vídeo spot -oferta: 3000pts/minuto editado de re-
portaje.

-alquiler equipo 1/2 pulgada 10.000pts/día

-alquiler equipo U-Mátic 20.000pts/día

-precio medio sala editaje: 35.000pts/día.

-vídeo comunitario: 1 técnico/día: 7.000pts

-sala editaje: 20.000-25.000pts/día

(día = 7h.)

5.2. Considerar las diferencias de calidad de realizaciones en 1/2" VHS o Betamax y las U-Mátic 3/4"

-precio cinta de 3h. VHS o Betamax no llega a 3000pts.

-precio cinta U-Mátic 20 minutos: 3000pts. (9 veces más caro)

5.3. La realización de 1 hora de programación mensual, (quedaría en archivo, se podrían hacer copias, etc...) y que supone bastantes más horas de guión, rodaje y editaje, según tema, y teniendo en cuenta la utilización de los 2 sistemas 1/2" y 3/4", según el caso, y con alquiler de sala de editaje en algunas ocasiones, rotulación, sonido, etc., pienso que exige:

-Cintas 1/2", 3, de 2h.-----2.500 -----7.500pts/mes.

-Cintas 3/4", 4 de 20 min-----3.000 -----12.000pts/mes.

-Editaje, 2 jornadas-----25.000 -----50.000pts/mes.

69.500pts/mes.

-Asesoría posible a convenir (2 tardes)----25.000pts/mes.

-Alquiler de equipos, 4 de 1/2"-----40.000pts/mes.

1 de 3/4"-----20.000pts/mes.

-Horas de trabajo, 20 horas, 2 personas, a

1.000pts/h. (pases incluidos)-----40.000pts/mes.

194.500pts/mes.

-Con material propio:

194.500 - 50.000 - 60.000 = 34.500 pts/mes.

ANEX № 5:

CONVENIS D'EXTENSIO TERRITORIAL

Els convenis d'extensió territorial es proposen, a més d'ajudar l'entitat o entitats de barri signants, garantir uns mínims pel que fa a les principals línies d'actuació definides (Capítol I). A partir d'aquesta voluntat i de les possibilitats econòmiques del present exercici, els convenis es definiran en funció de l'especificitat de cada barri i de la capacitat de gestió de l'altra part. Les línies bàsiques seran les següents:

1. Oferiment a la població de serveis d'aprenentatge o tallers, donant prioritat als relatius als quatre sectors artístics (escena, plàstica, música i imatge) i a l'ensenyament del català.
2. Promoció i suport organitzatiu dels cicles de difusió "Música'83" i "Escena'83", així com de la difusió cinematogràfica i de les altres accions de difusió que puguin emprendre's (sardanes, exposicions ambulants, etc...).
3. Atenció als possibles grups artístics i associatius del barri. Confecció de fitxes, seguiment i suggeriment de vies de suport per a la seva maduració.
4. Organització i impuls de les festes del curs de l'any, especialment Carnaval i Sant Joan. Participació en els processos de reflexió i d'elaboració que s'emprenquin sobre cada festa.

Sobre la base d'aquestes línies de treball, es planteja d'establir convenis d'extensió relatius als següents barris:

A) Can Serra	Associació de Veïns
B) Pubilla Casas	Coordinadora d'Entitats
C) Gornal	Escola d'Adults
D) Centre	Cau

La previsió és que aquests quatre convenis completin aquest annex nº 5 dins el primer trimestre d'enguany.