



## MOCIÓ DEL GRUP MUNICIPAL D'ALTERNATIVA D'UNITAT POPULAR (AUP-AMUNT):

Política de difusió i promoció de les diverses programacions que impulsa el Teatre Municipal La Sala.

### Antecedents / Exposició de motius

El Teatre Municipal La Sala és l'**equipament escènic de referència** de Rubí. Té un aforament de 548 butaques i és l'encarregat de programar els principals espectacles d'arts escèniques, música i cinema de la ciutat.

El Teatre La Sala s'encarrega de la programació de la **temporada estable** de teatre, dansa, música i cinema de Rubí. **Es tracta d'una programació àmplia i variada on tenen cabuda la major part de gèneres artístics.** El públic **infantil i familiar** també està representat amb una oferta pròpia i específica, organitzada conjuntament amb l'entitat La Xarxa. En la programació de La Sala també s'inclou els projectes **Rubí a escena** que promou els espectacles de companyies de teatre, dansa i música locals i **Entre Bambolines** que dóna cabuda als espectacles de petit format.

La temporada estable d'espectacles es desenvolupa en dos períodes (setembre - gener i febrer - juny) i molt sovint permet veure alguns de les principals obres que roden per l'escena catalana i espanyola del moment. Uns 16 espectacles entre les dues temporades conformen aquesta programació.

La programació infantil i familiar s'organitza juntament amb La Xarxa, entitat de referència en aquest àmbit, i també permet gaudir d'una selecció d'espectacles de bona qualitat.

Per tal de donar resposta a la manca de sales de **cinema** a la ciutat, el Teatre Municipal la Sala s'ha posicionat per acollir algunes propostes cinematogràfiques de renom. Per exemple, des de fa dos anys és una de les sales que projecta el Cicle Gaudí, cicle que recull mensualment una pel·lícula de producció catalana i d'estrena molt recent a preus ajustats. Tot sovint també completa la programació amb altres propostes en V.O.S.

Més enllà de les seves programacions obertes al públic, La Sala també s'ha posicionat com a **espai de residència** per a companyies professionals de teatre o dansa, fet que ha possibilitat negociar intercanvis per als quals la ciutat ha pogut gaudir de pre-estrenes o assaigs oberts de projectes escènics que després han fet el salt a la cartellera barcelonina. Aquesta oferta també ha permès, en algun cas, enriquir la programació.

**No obstant, tot i aquesta relativa bona salut pel que fa als espectacles que es poden veure a La Sala, la seva comunicació i difusió és clarament deficitària.** Considerem que caldria invertir molts més recursos i fer molt més eficient la gestió per tal que les diverses programacions arribin a tots els públics.

És especialment significativa la **manca de web pròpia** del principal equipament escènic de Rubí, que reculli tota la informació de la programació i la faci atractiva a tots els segments a qui va dirigida.

El **tiratge de programes en paper** amb l'explicació de les diverses programacions (i la seva diferenciació gràfica) és significativament **curt** si tenim en compte el volum d'espectadors i espectadores potencials en una ciutat de 75.000 habitants. Així mateix, la **promoció al carrer**, a través de mitjans gràfics (anuncis a la premsa local, banderoles, opis, etc.) és molt **mins** i sense una línia comunicativa clara; tot sovint són les companyies o els promotors dels espectacles qui fan la cartelleria i la reparteixen per la ciutat. Només la programació infantil i familiar gaudeix fa un tiratge important de fulletons que es reparteixen per totes les escoles de la ciutat dies abans de la funció.

La difusió dels espectacles i la seva promoció a través de les principals **xarxes socials** -facebook, twitter, instagram, etc. - (també pensant en els diversos segments de públic) és **tot sovint inexistent**.

Els **canals de venda de localitats** també són molt **pobres**. De forma anticipada només es poden comprar entrades dos dies a la setmana (dijous i divendres), amb un horari d'obertura limitat, de 17 a 20 h, i un únic punt de venda presencial (la taquilla del propi teatre). Els espectacles infantils no es venen de forma anticipada.

La venda a través d'Internet es fa a través d'una pàgina web externa (no pròpia del Teatre), i que no recull tots els espectacles. Això suposa perdre l'oportunitat de gestionar la venda directament.

La **política de descomptes és clarament insuficient** i no respon a una política clara de segmentació i diversificació de públics. Per exemple, no hi ha informació clara de quins descomptes existeixen (només s'informa telefònicament) i l'Ajuntament, a través del Servei de Cultura, es reserva el dret de no aplicar-los en alguns casos. El Teatre La Sala **no participa del programa Apropa Cultura**, un projecte que reuneix diversos equipaments culturals de Catalunya que obren les seves portes a població en situació de vulnerabilitat. Es tracta, per tant, d'una oportunitat perduda per fer arribar les diverses programacions al públic adolescent i jove, la gent gran, les famílies, persones amb diversitat funcional, etc.

A part d'una política de descomptes, destaca la **manca d'una línia d'abonaments** que podria incloure altres equipaments culturals de la ciutat; altra vegada, es perd la possibilitat de fidelitzar les persones espectadores i d'establir-hi vincles d'identificació.

Finalment, els **serveis d'atenció** també són notablement **deficitaris** per a un equipament com La Sala. El servei de restauració del mateix teatre fa anys que està tancat; i tampoc s'ha establert cap acord amb els serveis de restauració que hi ha al voltant. Així mateix la informació sobre l'accés amb transport públic o les possibilitats d'aparcament no consten enlloc. Tampoc s'ofereix informació sobre aspectes importants com l'accessibilitat de la sala per persones amb mobilitat reduïda o possibles adaptacions per discapacitats sensorials.

**Per tot l'anterior exposat, el grup municipal de l'AUP proposa al plenari els següents acords,**

1. Millorar la difusió de les programacions del Teatre Municipal La Sala a través d'una web pròpia, una bona presència a xarxes socials, l'increment de la cartelleria i els programes de mà i una bona línia comunicativa que els hi doni coherència.
2. Realitzar un estudi de segmentació de públics del Teatre Municipal La Sala i adaptar-ne la programació.
3. Desenvolupar una política clara de descomptes i abonaments per a col·lectius específics i per a la població en general que acostin les diverses programacions que es duen a terme a La Sala a la població de Rubí.
4. Incorporar el La Sala a l'Apropa Cultura
5. Desenvolupar la cartera de serveis que s'ofereix al públic tot pensant en aspectes importants com l'accessibilitat, els canals per a la venda d'entrades, la informació rellevant de l'entorn, restauració, etc.
6. Dotar els recursos necessaris per tal de dur a terme les accions dels punts anteriors.