
Trabajo Final de Máster

Vanis i Fulken: fem fotografia, fem barri

Mónica Batlle

Sara Martos

Gabriela I. Rivera

María Rodríguez



Aquest TFM està subject a la licència [Reconeixement-NoComercial-SenseObraDerivada 4.0 Internacional \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Este TFM está sujeto a la licencia [Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 4.0 Internacional \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

This TFM is licensed under the [Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International \(CC BY-NC-ND 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Mònica Batlle - Sara Martos - Gabriela I. Rivera - María Rodríguez

Agradecemos a nuestras familias por
apoyarnos en esta travesía y
especialmente a nuestro tutor,
Manel Miró i Alaix, por acompañarnos
y guiarnos en el proceso.

índice

Parte 1. Bases contextuales

Presentación

Justificación del proyecto

1. Análisis interno

- 1.1. Finalidad
- 1.2. Objetivo estratégico
- 1.3. Misión
- 1.4. Visión
- 1.5. Valores

2. Análisis externo

- 2.1. Dinámica territorial
 - a. Horta
 - b. Demografía
 - c. Identidad colectiva
 - d. Edificio
- 2.2. Dinámica sectorial
 - a. Museos
 - b. Centros de fotografía

3. Conclusiones del diagnóstico

Parte 2. Definición del proyecto

Conceptualización

1. Objetivos

- 1.1. Objetivo específico
- 1.2. Objetivos estratégicos
- 1.3. Líneas estratégicas
- 1.4. Programas de actuación y acciones

2. Segmentos de públicos

3. Programa de actividades

Parte 3. Producción del proyecto

1. Espacios e infraestructura

- 1.1. Planta 0
- 1.2. Planta -1
- 1.3. Planta 1

2. Modelo de gestión

3. Equipo humano

4. Comunicación

- 4.1. Preinauguración
- 4.2. Inauguración
- 4.3. Comunicación general
- 4.4. Storytelling
- 4.5. Claims
- 4.6. Imagen

5. Recursos económicos

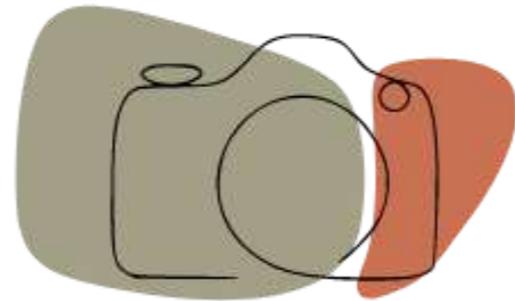
- 5.1. Presupuesto de inversión
- 5.2. Ingresos
- 5.3. Costes directos
- 5.4. Costes indirectos
- 5.5. Resultado del presupuesto
- 5.6. VAN y TIR

6. Evaluación

7. Calendario

8. Anexos

9. Bibliografía



VANIS i FULKEN
Fem fotografia, fem barri.



Parte 1: Bases contextuales

Presentación

El proyecto Vanis i Fulken propone dar un nuevo uso cultural al edificio, actualmente abandonado, situado en la Plaza Ibiza, que albergó el estudio fotográfico “Vanis” y la tienda “Fulken”.

El equipamiento cultural se guía por el modelo de museo de barrio y pretende poner en valor el patrimonio y la memoria local de Horta. Para alcanzar este objetivo, se utiliza un medio de expresión artística específico y arraigado en el barrio: la fotografía. Esto se materializa a través de **exposiciones temporales y semipermanentes** de fotografías generadas en tiempo presente por la comunidad, junto con aquellas albergadas en el Archivo Municipal del distrito de Horta-Guinardó, **visitas guiadas**, **actividades** comunitarias, **talleres didácticos**, **jornadas** patrimoniales y **residencias** artísticas.

Justificación del proyecto

La justificación del proyecto Vanis i Fulken se basa principalmente en la recuperación de un edificio histórico en riesgo de desaparición en el núcleo del barrio de Horta, partiendo del interés de recuperarlo manifestado por parte de la comunidad.

El uso de la fotografía como medio artístico central del proyecto se justifica por el pasado histórico del edificio y por la existencia de múltiples fondos fotográficos¹ en el barrio, albergados en el Archivo Municipal del distrito de Horta-Guinardó. Estos muestran el interés de los y las hortenses de expresarse mediante este arte.

¹ Fondo del Foment Hortenc (1850-2000), Fondo Jaume Caminal Serret (1940-2002), Fondo Felip Capdevila i Rovira (1800-1980), Fondo Desideri Díez i Quijano (1900-2002).

1. Análisis interno

Finalidad

Vanis i Fulken tiene como fin poner en valor el patrimonio histórico de Horta a través de la fotografía, insertándose en el tejido social y asociativo del barrio mediante un discurso intergeneracional apoyado en la propia comunidad.

Objetivo estratégico

El objetivo estratégico del proyecto Vanis i Fulken es crear un equipamiento cultural público vinculado a la comunidad y a la fotografía en el barrio de Horta.

Misión

La misión del proyecto es establecer un vínculo con el tejido social del barrio de Horta en un espacio histórico, donde los usuarios sean agentes activos y, con su propia voz, contribuyan a recordar y construir su historia comunitaria cultural mediante la inmortalidad de la fotografía.

Visión

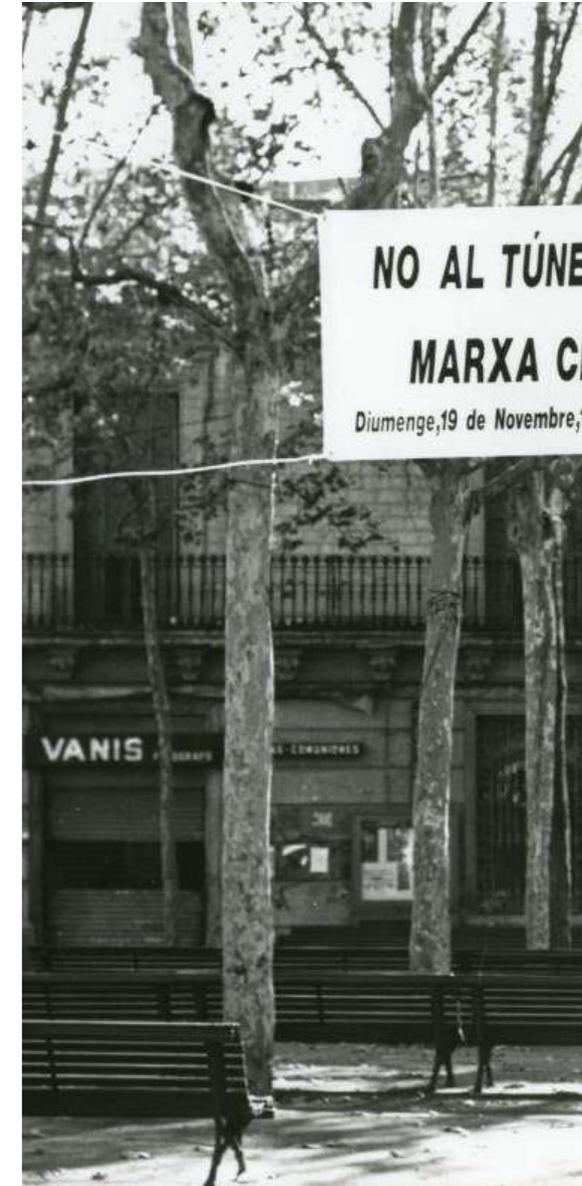
El proyecto, basándose en la necesidad de preservar y difundir la memoria local, quiere proclamarse y constituirse como un espacio de diálogo en el que Horta construya su propio relato resguardando su patrimonio fotográfico. Asimismo, aspira a reivindicar la existencia e importancia de la cultura de las periferias y salvaguardar el patrimonio histórico que estas poseen.

Valores

En Vanis i Fulken se considera la **comunidad** y su participación como ejes vertebradores de todas las acciones y proyectos. Se cree en la importancia de **conservar y preservar** el patrimonio cultural material e inmaterial de la sociedad, junto con su puesta en valor.

Además, promover una **visión pedagógica** de su patrimonio para que se mantenga en las generaciones venideras. Se quiere potenciar un espacio basado en el **respeto**, la **cercanía** y la **accesibilidad** con el objetivo de que todo el que esté interesado se sienta bienvenido.

Vanis i Fulken subraya la fuerza de **conectar generaciones** y personas de diferentes contextos para enriquecer el **diálogo cultural** ya existente en Horta.



2. Análisis externo

Dinámica territorial: Horta

Hallando las primeras referencias al territorio de "**Sant Joan d'Horta**" (nombre por el que era conocido el actual barrio de Horta) en el año 965, en torno al siglo XI se convirtió en una villa habitada por nobles y mercaderes. Aunque también se constituyó como un núcleo rural. Fue sitio de veraneo de señores de Barcelona, estableciéndose poco a poco como un barrio residencial de cierto nivel.

Actualmente, Horta es un barrio perteneciente al distrito de **Horta-Guinardó**, siendo este el tercero en extensión de la ciudad de Barcelona. El distrito está formado por los barrios de El Guinardó, Baix Guinardó, Can Baró, Font d'en Fargas, El Carmel, La Teixonera, la Clota, Horta, La Vall d'Hebrón, Montbau y Sant Genís dels Agudells. Dentro de estos once barrios, Horta se sitúa como el tercero en cuanto a población se refiere y el primero en el distrito en cuanto a extensión (3,08 kilómetros cuadrados). Colinda con los barrios de la Clota, La Vall d'Hebrón, Montbau, Carmel, la Font d'en Fargues, Turó de la Peira, la Guineueta, Canyelles y Vilapicina i la Torre Llobeta.

Desde 1960, el barrio de Horta goza de la llegada de la **línea cinco de la red de metro de Barcelona**, una de las más transitadas en la capital catalana, ubicadas sus paradas en los centros del barrio (Plaza Ibiza y Calle Tajo). Fue en el año 2001 cuando la **línea tres** conectó con el distrito de Horta-Guinardó abriendo la estación de Valldaura. Por otro lado, existen **líneas de autobuses** que conectan el distrito con prácticamente toda Barcelona: desde zonas como Sarrià-Sant Gervasi, hasta el Puerto Olímpico y la Barceloneta.

Es relevante para este proyecto mencionar la existencia del **Archivo Municipal del distrito de Horta-Guinardó** desde 1988. De los fondos que dispone destacan: el fondo del Foment Hortenc, compuesto por 576 fotografías (años 1850 y 2000) por antiguos socios de la Sección Fotográfica de la entidad; el fondo Jaume Caminal Serret, personaje reconocido en Horta por su afición a la fotografía y que dejó 955 instantáneas (años 1940 y 2000); el fondo Felip Capdevila i Rovira, el más antiguo, que incluye 1.044 (años 1800 y 1980); y, finalmente, el fondo Desideri Díez i Quijano que contiene 626 fotografías junto con documentación textual (años 1900 y 2002).² Por otro lado, el Centro Parroquial (hoy Lluïsos d'Horta) en 1961 formó el **Grupo Fotográfico de Horta** para promover el uso de este medio artístico en la asociación. Fue una agrupación que adquirió notoriedad en el barrio y se preocupó por el fomento de la fotografía con la construcción de un laboratorio en la entidad, impartiendo cursos y charlas, celebrando concursos, etc.³

² Archivo Municipal de Distrito Horta-Guinardó. (s.f.). *¿Qué documentación conservamos?* Ajuntament de Barcelona.

³ Contel, J.M. (s.f.). *Grupo Fotográfico de Horta*. Ajuntament de Barcelona.

Dinámica territorial: Demografía

Horta ha mantenido un número consolidado de población total rondando los **26.600 habitantes** desde 2013 hasta 2018. Fue a partir de este año cuando empezó a experimentar un notable crecimiento de población continuado hasta 2020 (alcanzando la cifra de **28.363**). Sin embargo, con el inicio de la pandemia, disminuyó levemente: el primer año decayó la población un 1,09% y, el segundo, un 1,72%.⁴

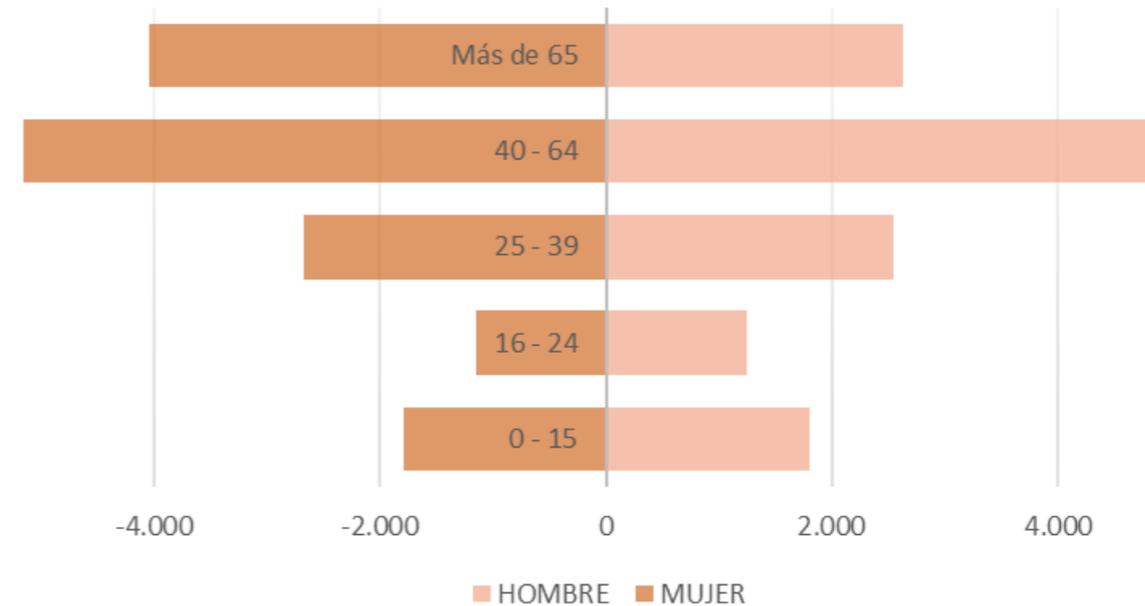
Se han realizado dos tipos de **pirámides de edad**: en primer lugar por **grandes grupos de edad** y, a continuación, por edad quinquenal:

La primera segmentación permite acotar los núcleos preponderantes en el barrio, siendo los dos grupos más significativos los que oscilan entre 40 y 64 años (36%) y el segmento de +65 (24%). Si el primer segmento mencionado se relaciona con aquellos entre los 0 y 24 años, se está aludiendo a los posibles núcleos familiares de Horta, por lo que son un 58% en lo global del barrio, lo que conduce a afirmar que se trata de un barrio residencial y familiar.

⁴ Ver anexo 1.

⁵ Ver anexo 2.

En cuanto a la **edad quinquenal**, es interesante saber que es uno de los barrios con mayor número de población +85 (1.390).⁵ Por otro lado, nos ha permitido establecer la edad más numerosa: de 45 a 49 años (2.209), un segmento que acostumbra a tener hijos pequeños.



Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2021). *Edad por grandes grupos de edad. De la población por barrios.* Ajuntament de Barcelona.

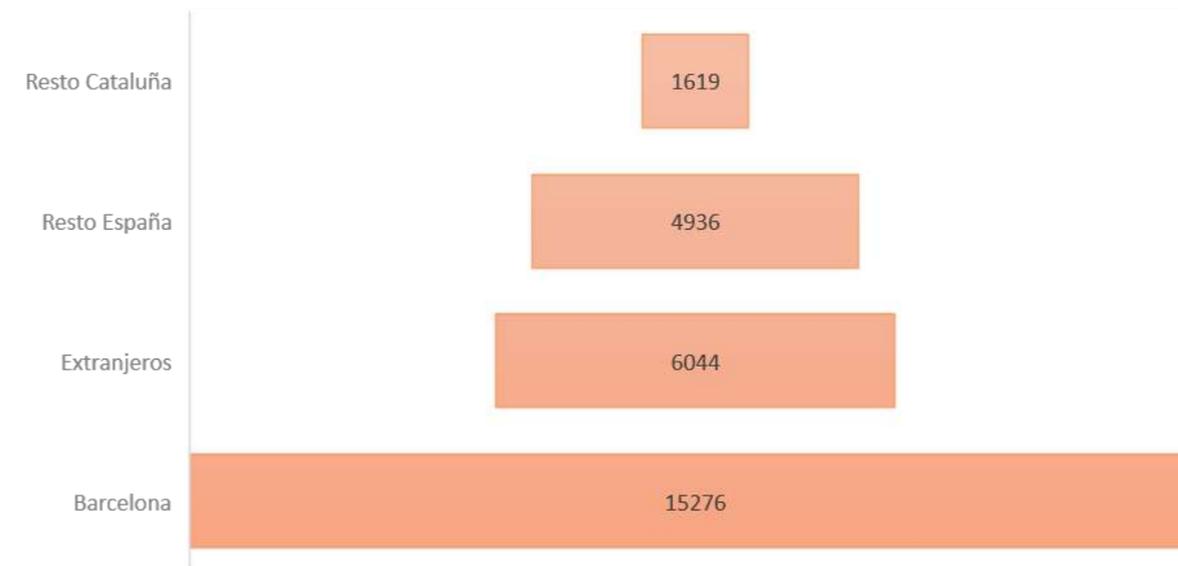
Siguiendo la **segmentación según su lugar de procedencia**, existen cuatro grandes grupos: población nacida en Barcelona, nacida en el resto de Cataluña, en el resto de España y del extranjero. Es una variante que permite saber el contexto cultural y social del barrio, tanto para decidir en qué idioma comunicar el proyecto como para encontrar el interés de algunas actividades relacionadas con otros territorios.

Como conclusión, se observa que el grupo más mayoritario es el nacido en **Barcelona** (54,80%), el cual se puede complementar con el del resto de **Cataluña** (17,71%), siendo, por tanto, la población catalana un total de 72,51%. Por otro lado, la población nacida en el **resto de España** consta de la presencia de un 5,81%, primando las comunidades autónomas de Aragón y Andalucía. Por último, la **población extranjera** consta con un 21,68% de Horta, siendo protagonistas los países como Honduras (568), Colombia (316) y Pakistán (298).

⁶ Ver anexo 3.

Los **datos sociológicos** resultan esenciales, ya que atienden a variables de nivel de instrucción y de tipos de discapacidad existentes:

El barrio de Horta consta con un **nivel de instrucción** elevado, ya que es tan solo el 2,79% de su población no posee estudios. Del porcentaje restante, la población se divide entre estudios máximos realizados, quedando 4.470 con la EGB como nivel de instrucción más elevado, 6.055 con estudios obligatorios, 6.688 con superiores y 6.086 que han alcanzado el nivel universitario o grado superior. Aproximadamente, por tanto, en torno a un 75% de los empadronados en el barrio de Horta, cuentan con un grado de escolarización superior a los estudios obligatorios.⁶



Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2022). *Nivel Académico de la población*. Ajuntament de Barcelona.

Los **tipos de discapacidad** son realmente interesantes para entender la diversidad del entorno, así como para habilitar el espacio acorde con las personas con necesidades diferentes. Encontramos que 2.038 personas en el barrio de Horta tiene una discapacidad, siendo la principal las de características físicas motrices (de estas 2.038, un 36% sufren esta discapacidad), características físicas no motrices (un 24%) y enfermedades mentales (20%). En menor medida, también se hallan discapacidades intelectuales (7%), visuales (7%) y auditivas (5%).

A continuación, se analizan algunos **indicadores económicos** para realizar la política de precios a posteriori:

Según los datos recogidos por el Ayuntamiento de Barcelona en cuanto al **nivel de renta per cápita** en Horta desde el año de 2015, hay una tendencia ascendente culminando en el último año recogido (2019) con una media de 19.947€/anuales, siendo esta algo inferior a la media de Barcelona (22.229€/anuales) y colocando a Horta, por tanto, como barrio de renta media.

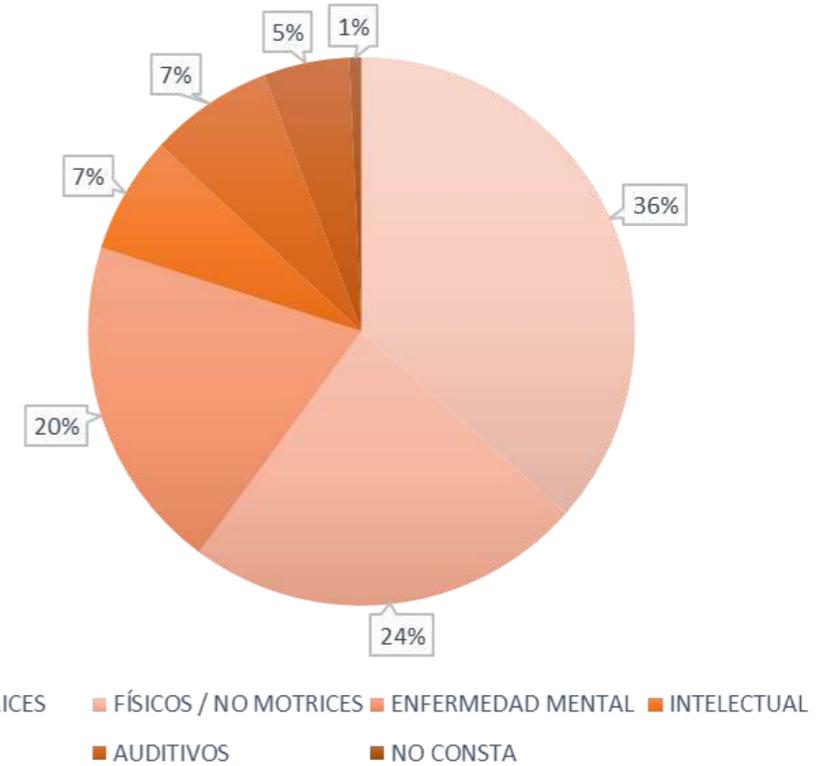
7

El **paro registrado** en Horta a cifras del año 2022, según el Ayuntamiento de Barcelona, alcanza la cifra de 1.210 (4, 34%). La cifra de demanda de ocupación, no obstante, es superior: 1.644 (5,90%), y la demanda de no parados, 435 (1,56%) respecto a la población total.

8

7 Ver anexo 4.

8 Ver anexo 5.



Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2016). *Por tipo de discapacidad.* Ajuntament de Barcelona.

Dinámica territorial: Identidad colectiva

La ciudad de Barcelona como se concibe en la actualidad deriva de un proceso denominado **agregaciones municipales**. Entre 1897 y 1921, ocho municipios fueron anexionados a la ciudad. El decreto de 1897⁹ acoge las siguientes poblaciones: Sants, les Corts, Sant Gervasi de Cassoles, Gràcia, Sant Andreu de Palomar y Sant Martí de Provençals, y no es hasta 1904 cuando Sant Joan d'Horta,¹⁰ el actual barrio d'Horta, se une a Barcelona. Sin embargo, la ciudad tal y como se proyecta ahora, no sucede hasta 1921 con la agregación del actual barrio de Sarrià.

El proceso de anexiones es esencial para entender el carácter y la identidad de estos ocho barrios, y en Horta esta cuestión se encuentra muy impregnada, de una forma inconsciente, en la manera de habitar el barrio. Por ello, la singularidad de esta comunidad debe ser comprendida desde este contexto global que sucedió a principios del siglo XX.

Esta singularidad tiene su materialización en el extenso tejido asociativo y social del barrio, factores que han forjado el

carácter de los y las hortenses. Además, al investigar sobre esta cuestión, se observa que se trata de una red que ha conseguido responder correctamente a las diferentes necesidades culturales de los ciudadanos.

Se ha realizado una tabla¹¹ en la que se registran los equipamientos del barrio según su especialidad para visualizar, de una forma aproximada, la amplitud de este tejido asociativo. También se han llevado a cabo dos entrevistas distendidas, una con el director del Centro Cívico Matas i Ramis, (22 de marzo de 2023) y otra con la gerente del Ateneu Lluïssos d'Horta (24 de marzo de 2023), donde se han tratado aspectos acerca del propio equipamiento, el entorno asociativo, Vanis i Fulken y, por último, Horta.

Centro cívico Matas i Ramis

El centro cívico Matas i Ramis es un referente cultural sobre música y artes visuales en el barrio de Horta. **Xavier Gimeno**, el director del equipamiento, señaló que uno de los objetivos del centro cívico es especializarse en la canción de autor, además de los comisarios emergentes y las residencias artísticas.



⁹ Sants-Montjuïc. (s.f.). *Hace 124 años que Sants es Barcelona*. Ajuntament de Barcelona.

¹⁰ Horta-Guinardó. (s.f.). *La situación de Horta*. Ajuntament de Barcelona.

¹¹ Ver anexo 6.



La diferenciación que marca con otros equipamientos de la zona es fundamental, ya que se debe a dos cuestiones: a la evolución de este tipo de instituciones de ser meramente divulgativos a **ejercer los derechos culturales**, y a la cuestión de **no establecer competencia** con los demás equipamientos, sino intentar identificar las necesidades de los ciudadanos y ofrecer actividades acordes a ello.

Se recalcó la existencia de **vínculos** con equipamientos del barrio, pero sobre todo con los espacios públicos como la Biblioteca Can Mariner, el Casal de Gent Gran d'Horta y la Ludoteca El Galliner. Cabe destacar que el Centro mantiene una relación cercana con los Lluïsos d'Horta, una "relación de vecindad" dada su proximidad.

Aun con todo esto, en palabras del propio director: "Las entidades de base asociativa ya tienen suficiente faena dinamizando su propio equipamiento, como para ir más allá de su propio ámbito". Es decir, el poco nexo que existe entre el centro cívico y los diferentes ateneos se debe al poco tiempo y mucho trabajo que poseen. El director comunicó la existencia de la **coordinadora de entidades** del barrio, la cual es una institución con mucho peso, y que, como su propio nombre indica, coordina las diferentes entidades que existen en Horta y la manera en que se gestionan las relaciones entre ellos.

Xavier Gimeno mencionó la excepcionalidad de Horta a nivel cultural en la ciudad de Barcelona, además de destacar la oferta cultural tan potente que existe en un espacio tan concreto. La convivencia de distintos equipamientos como los tres ateneos, el Centro Cívico o el Casal de Gent Gran d'Horta en una zona tan reducida, ha conseguido generar esta dinámica asociativa tan particular del barrio.

Aunque se trata de un polo de atracción para personas que viven en el distrito, la mayoría de personas que acuden al centro cívico son de Horta, y como mencionó el director del centro, el sentimiento de identidad y pertenencia de los usuarios es muy fuerte.





Els Lluïsos d'Horta

Desde 1866, los Lluïsos d'Horta (anteriormente el Centro Parroquial) han sido uno de los grandes equipamientos culturales del barrio, no solo por su historia e implicación con el mismo, sino también por su manera de comprender lo que es un ateneo.

Nuria Font, la gerente del espacio, señaló que como institución no dinamizan actividades para ofrecerlas a sus usuarios, sino que son los propios **socios** los que sugieren y llevan a cabo las diferentes propuestas o prácticas culturales que consideran adecuadas y necesarias (siendo, por tanto, un espacio modélico de gestión comunitaria).

El tejido asociativo ha conseguido nutrir en Horta un sentimiento de pertenencia que mantiene, a lo que Nuria afirmaba: "Aún bajamos a Barcelona".

Aunque los Lluïsos d'Horta colaboran con los diferentes equipamientos y entidades del barrio, como por ejemplo el Foment Hortenc, la gerente de la institución señalaba la importancia que tiene la **coordinadora de entidades**. Ejemplo de ello son las reuniones mensuales que se llevan a cabo con todo el tejido asociativo del barrio para hablar y discutir sobre temas relacionados con Horta: desde cuestiones sobre cultura, hasta aquellas vinculadas con el urbanismo, tal y como el director del centro cívico mencionó.

Nuria Font concluyó la conversación remarcando la idea de que Horta se anexionó a Barcelona hace poco más de cien años. Es importante comprender que aunque es un territorio que forma parte de la ciudad, las generaciones más mayores han vivido muy de cerca esta unificación y tienen muy presente aún "**la vila d'Horta**".

Jo sóc d'Horta

El carácter e identidad del barrio de Horta se percibe en las asociaciones; sin embargo, cabe destacar que la identidad de los y las hortenses es una cuestión impregnada en diferentes ámbitos sociales, que van más allá del tejido asociativo. Hay una **materialización** del orgullo de ser y habitar en el territorio en diferentes prácticas. Aunque las personas no se cuestionen directamente que implica ser del barrio, sí que estas prácticas aluden a la existencia del sentimiento.

La tradición ayuda a ello, de nuevo, el hecho de que Horta era un municipio independiente de Barcelona persiste en la memoria colectiva durante generaciones. Por ello, pese a que la pregunta de la identidad pueda quedar abierta para muchos vecinos y vecinas, las acciones llevan a pensar que subyace de ellos esas emociones que conectan con la identidad y la pertenencia.

En primer lugar, existe un **grupo de Facebook**, el cual se denomina: “jo també sóc del barri d' Orta, o d' Horta”, en él los vecinos y vecinas del barrio comparten desde fotografías antiguas de Horta hasta información sobre las fiestas mayores, los comercios locales, datos sobre el barrio... Es indicativo el hecho de que exista una comunidad online tan activa, la cual cuenta con **6.000 miembros**, y que además los temas de las publicaciones sean tan variados, ya que demuestra la implicación de los usuarios, en compartir información sobre el barrio, sobre negocios de proximidad o bien otros que se acercan más a lo emocional y nostálgico. Por ello, el sentimiento de pertenencia se ve reflejado en esta comunidad.

En segundo lugar, destacar **El Pou**, el grupo de estudios de la Vall de Horta y la Montaña Pelada, una asociación creada en 2009 que estudia y divulga tanto la historia como el patrimonio del distrito de Horta-Guinardó. Entre sus acciones más destacadas se encuentran la revista EL POU, en la que constantemente se redactan artículos relacionados con el barrio y sus alrededores. La existencia de esta asociación vuelve a ser una cuestión que pone en valor la importancia de identidad y pertenencia que los y las hortenses demuestran cada día.





Dinámica territorial: Edificio

Joan Giol Huguet mandó construir en 1891 el edificio de estilo neoclásico en las tierras de “l’hort d’en Pere Pau” de las cuales era propietario y que se ubicaban en la actual Plaza Ibiza y Calle Fulton.

La primera planta¹² pasó a ser la casa donde vivía la familia Giol, mientras que en la planta baja instalaron su negocio de producción de chocolate y productos de confitería. Más tarde, el negocio pasó a ser de turrónes y café. Cuando la familia Giol se mudó a la torre del Paseo Maragall, la planta baja del edificio pasó a ser una pastelería (Pastisseria Sant Jordi) con su obrador; y posteriormente el estudio fotográfico Vanis y la tienda Fulken, negocios de los cuales se mantienen los carteles; y una tienda de ultramarinos llamada Ca la Liseta o Llegums can Benesey. En el año 2004 el edificio fue ocupado hasta 2017 (14 años), un hecho que propició su estado actual de deterioro.

Según el artículo “Les cases Giol a Horta”¹³ de Carme Martín, a finales de 2021 el Ayuntamiento de Barcelona, incluyendo el Departamento de Patrimonio, y el propietario ya disponían de la licencia de obras para restaurar el edificio. Actualmente está disponible para alquilar con la inmobiliaria Engel & Völkers.

¹²Ver anexo 7.

¹³Martín, C. (2021). Les cases Giol a Horta. EL POU, publicació del Grup d'Estudis de la Vall d'Horta i la Muntanya Pelada, 11, p. 25-29.

¹⁴Portal d'informació urbanística (s. f.). Catàleg de patrimoni arquitectònic. Ayuntamiento de Barcelona. Ver anexo 8.

El edificio está ubicado en la Calle Fulton, 19 con Plaza Ibiza, 1 y 1 bis. Su localización es muy céntrica dentro del barrio de Horta. Contemplando los dos pisos, la superficie ocupa unos 505 metros cuadrados y la altura del techo es de 3,83 metros. La fachada comprende un total de 33 metros lineales, 21 metros en la Plaza Ibiza y 12 metros en la Calle Fulton.

El conjunto de edificios de Plaza Ibiza, entre ellos el edificio en cuestión, se incorporó en el catálogo de patrimonio con el nivel de protección C (de bienes con elementos de interés), pues se considera que “han configurado un espacio central en la vida de Horta”¹⁴.





En lo que refiere a los antecedentes, en 2015 se llevó a cabo un encuentro organizado por el partido político CUP con plataformas del barrio de Horta para la preservación del patrimonio del barrio. Uno de los asistentes era la Plataforma en defensa de Can Vanis, que estaba en proceso de constituirse, y reclamaba “convertir esta casa protegida en un equipamiento cultural para todas las entidades del barrio”.¹⁵ En las actas del “Consell del barri” de Horta de noviembre del año 2015¹⁶ y del mismo mes de 2019¹⁷ se expresa la voluntad por parte de los vecinos de activar el edificio con algún uso público.

¹⁵Candidatura d'Unitat Popular. (Noviembre, 2015). *Acta de la trobada de lluites pel patrimoni d'Horta-Guinardó*.

¹⁶Ajuntament de Barcelona. (Noviembre, 2015). *Acta de Consell de Barri d'Horta*.

Dentro del Programa de actuación Municipal 2016-2019 se constituyó la plataforma ciudadana “Decidim.Barcelona”,¹⁸ en la cual hay diferentes peticiones por parte de asociaciones vecinales y entidades de Horta en el año 2018 que hacen referencia a la rehabilitación del edificio, y su adquisición por parte del Ayuntamiento para convertirlo en un equipamiento cultural y darle el uso que elijan los vecinos.

Finalmente, Carme Martín (27 de febrero de 2023) autora de varios artículos en la revista El Pou, publicación del Grup d'Estudis de la Vall d'Horta i la Muntanya Pelada, y autora también del blog “Memòria dels barris”, afirmó, que en Horta se requieren proyectos que recuperen y pongan en valor toda la memoria cultural e histórica que posee el barrio. Especialmente, transmitió la necesidad de recuperar y rehabilitar edificios como el que atañe al proyecto, que contienen mucha historia, y se encuentran abandonados y en mal estado.

¹⁷Ídem. (Noviembre, 2019).

¹⁸Decidim.Barcelona. (Abril, 2018; Noviembre, 2018). Ajuntament de Barcelona.



Dinámica sectorial: Museos

A continuación, se enumeran una serie de museos comunitarios y/o de barrio que se consideran referentes para la base del proyecto Vanis i Fulken, ya sea por sus objetivos o por la manera en la que se han ido conformando. Principalmente, son influyentes por la forma de poner en perspectiva a la comunidad local y cómo esta conforma un eje esencial y activo de dichos espacios.

Primeramente, está el **Museo del Barrio en Harlem, Nueva York**, fundado en 1969.¹⁹ Conformado mayoritariamente por latinos (centroamericanos y sudamericanos), es un espacio que busca darle visibilidad a los artistas caribeños y latinoamericanos que no habían sido acogidos en otras instituciones museísticas. De este modo, se organizan proyectos artísticos en donde esta comunidad se pueda expresar dentro de las temáticas de género y etnicidad, entre otros, para así poner de manifiesto su diversidad e identidad cultural. De este modo, es un museo que inspira a centrar las acciones de Vanis i Fulken en torno al propio barrio y principalmente en sus agentes, reforzando la identidad colectiva y teniendo en cuenta a las futuras generaciones, uno de los objetivos primordiales del proyecto.

Por otra parte, es relevante el **Museo de la Favela en Brasil**, fundado en 2008, y en el que se abarcan las memorias y herencia cultural de las favelas. Su colección gira en torno a los residentes de estos espacios y sus estilos de vida (en Río de Janeiro).²⁰



Como entidad, busca romper las barreras de esta comunidad con relación al resto del país y, sobre todo, conservar la memoria colectiva, de modo que sea una comunidad visible para el país y para el mundo general. De este modo, es un referente en cómo proteger la memoria histórica de un colectivo, cuidando y dando a conocer las vivencias de estos sin borrarla de la historiografía de dichos territorios.

¹⁹El Museo del Barrio. (s.f.). *History & Mission*.

²⁰Museu de Favela. (s.f.). *Home*.

El **Museo del Norte de Amsterdam** está situado en un edificio antiguo de 1919, que antes era conocido como “La antigua casa de baños”. Se inauguró en 2009, en el barrio de Vogeldorp (Pueblo de Aves), y actualmente es un pequeño museo de interés público que posee una sala de exhibición donde se realizan exposiciones culturales e históricas sobre Ámsterdam Norte.²¹ Además, posee una colección histórica del barrio y una sala de conferencias donde se desarrollan temas relacionados con el mismo. Por tanto, sirve como referente de espacio cultural e histórico que busca salvaguardar y poner en perspectiva una comunidad concreta, sin dejar de lado la conservación de un patrimonio importante para la propia comunidad.

En Barcelona existe el **Museu de L’Hospitalet**, que en 1972 se inaugura como museo local con el objetivo de conservar y difundir el patrimonio cultural de este territorio. Así mismo, busca “convertirse en un polo de atracción que motive la participación de las asociaciones y personas del Hospitalet con la voluntad de construir un futuro basado en la conciencia de una identidad urbana colectiva.”²² Por consiguiente, es un referente cercano al proyecto en donde se pone en valor el acervo cultural y patrimonial de un territorio y de sus habitantes.



²¹ Museum Amsterdam Noord. (s.f.). *About us*.

²² Museu d L’Hospitalet. (s.f.). *Orígenes y creación*.

Dinámica sectorial: Centros de fotografía

Esta selección de centros que se dedican a la difusión del patrimonio fotográfico sirven de guía para el desarrollo de actividades, exposiciones y sobre todo, para el manejo de esta rama artística en la que se basa el proyecto.

En primer lugar, el **Archivo fotográfico de Barcelona**. Fue fundado oficialmente en 2009, pero su trayectoria va desde 1931. Este archivo ubicado en la ciudad de Barcelona busca conservar, tratar, describir y difundir el patrimonio fotográfico de la metrópoli. Su eje principal está centrado en la conservación de más de tres millones de fotografías desde 1844 hasta la actualidad.²³ Algunas de sus actividades son: las exposiciones, las visitas guiadas y la educación en línea. Este referente cercano geográficamente sirve como red de apoyo en el manejo, desarrollo y en la enseñanza de actividades relacionadas con la fotografía, pero en un formato más cerrado territorialmente como es Horta.

En segundo lugar, el **George Eastman Museum** ubicado en la ciudad de Nueva York, EE.UU. Se fundó en 1947 y es uno de los museos de fotografía más antiguos del mundo. Se encargan de la conservación y preservación fotográfica, y sus exhibiciones siguen la línea de la fotografía y el cine.²⁴

Están localizados en una mansión histórica del filántropo George Eastman, poniendo en valor el contexto histórico en el que se desarrolló Eastman.

De este modo, realizan exposiciones sobre la vida artística de George Eastman, sus artefactos, la historia de la fotografía en general, entre otros. Por tanto, es un referente por estar en un edificio histórico y, primordialmente, por su compromiso con la construcción y la restauración de este; trayectoria que puede ser consultada en su página web.²⁵



²³Arxiu Fotogràfic de Barcelona (s.f.). ¿Quiénes somos? Ajuntament de Barcelona.

²⁴George Eastman Museum. (s.f.). About.

²⁵George Eastman Museum. (s.f.). Home.

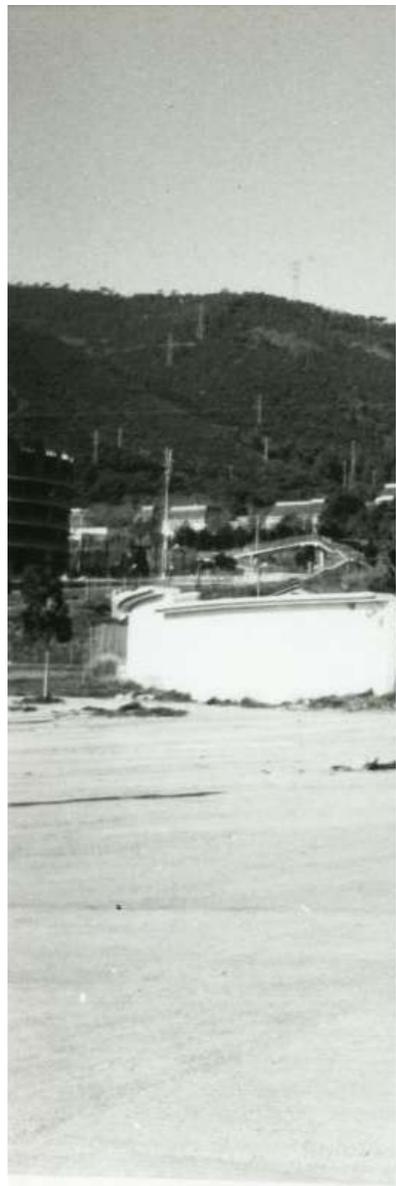
3. Conclusiones del diagnóstico

El **edificio** en el que se quiere establecer el proyecto Vanis i Fulken tiene mucha historia en el barrio, es decir, contiene una memoria reciente de Horta que combina patrimonio material (relacionado con el edificio y las fotografías conservadas) e inmaterial (los recuerdos de varias generaciones de hortenses y hortensas) que se debe conservar, ya que en él se han establecido numerosos negocios conocidos y frecuentados por los habitantes del barrio de Horta. Por ello y por su estado deplorable actual, los vecinos han manifestado la necesidad de establecer en él un equipamiento cultural con una finalidad comunitaria.

A su vez, es un edificio cuya fachada está integrada en el catálogo de patrimonio de Barcelona, por lo que se considera un patrimonio arquitectónico a salvaguardar. Por lo tanto, es un edificio del cual se puede sacar mucho partido para un uso cultural por su ubicación céntrica, bien comunicada y por el hecho que es conocido por la gente del barrio de Horta que lleva años pidiendo que se le dé un uso cultural.

El **análisis territorial y demográfico** de Horta ha esclarecido algunos factores que pueden resultar determinantes a la hora de establecer, proyectar y ejecutar el proyecto. Partiendo de la base de la importancia que ejerce la pirámide de edad en el desarrollo de las actividades, se ha concluido que principalmente Horta está compuesto por familias y núcleos de personas de avanzada edad (siendo incluso uno de los barrios con más población +85 de toda Barcelona); a todo esto, se suma que las características de este último segmento de edad se pueden relacionar con las discapacidades físicas motrices y no motrices desarrolladas posteriormente, hecho que condicionará la accesibilidad del espacio y cómo se proyecte el mismo.

También se ha llegado a la conclusión de que Horta, a pesar de que cuenta con una población inmigrante aproximada a un 21%, es un barrio con una tradición de mayoría local catalana que puede llegar a influir en relación con la comunicación, el lenguaje y actividades que se realicen desde el proyecto. Por último, siguiendo el análisis de la situación económica de los y las hortenses, se percibe que es un barrio de renta media, lo que ayudará a proporcionar una política de precios adecuada a sus situaciones laborales, teniendo además en cuenta a la gente parada residente en el barrio.





Horta, como se ha mencionado en diversas ocasiones, posee unas dinámicas culturales muy interesantes y el **tejido asociativo** del barrio ha profundizado en esta cuestión. Han sido los principales promotores en indagar en el sentimiento de pertenencia e identidad de Horta, y las relaciones que se han establecido de cooperación entre las diferentes entidades han generado una detección de las necesidades culturales de los y las hortenses. Además, han conseguido coordinarse para que los equipamientos ofrezcan diferentes servicios sin competir entre ellos de una forma directa. Es importante destacar aquellas realidades más materiales que hacen poder identificar estas dinámicas del barrio tan propias como son el **grupo de Facebook** o el **POU**, y que el tejido asociativo tiene mucha consideración.

Para concluir, el tejido asociativo del barrio ha hecho de Horta un lugar muy particular a nivel cultural y comunitario; el orgullo hortenc y la tardía anexión del barrio a Barcelona, han ayudado a que este sentimiento se vea potenciado. Por ello, cuando las diferentes instituciones mencionan el sentimiento identitario del barrio, debe entenderse como algo muy tangente y material.

Teniendo en cuenta los factores anteriores (ámbito territorial, y mayormente edificio y tejido asociativo), es importante destacar que los **referentes** que se han previsto comparten en gran medida las características y valores del proyecto. De esta manera, se han podido mostrar una serie de equipamientos tanto públicos como privados, de pequeña como de gran trascendencia, que reflejan y modelan las estrategias y actividades que Vanis i Fulken quiere alcanzar. Priorizando sobre todo el barrio y sus agentes, la identidad colectiva de un territorio y/o comunidad específica, y finalmente, la utilización cultural de un espacio patrimonial.

Del mismo modo, aunque no sean proyectos totalmente idénticos con el que se pretende realizar, son una muestra que sirven de guía al momento de organizar y llevar a cabo actividades en las que se pretende priorizar una colectividad particular y su legado histórico-patrimonial.

Parte 2: Definición del proyecto

Conceptualización

El proyecto *Vanis i Fulken: fem fotografia, fem barri* se quiere establecer como un museo de barrio en la tradición de El Museo del Barrio en Harlem, Nueva York. Lo que define el proyecto, es la creación de un museo fundamentado en la gestión directa de la comunidad, entendiéndose como un proceso participativo en el que se garantice el diálogo y la interacción para poder entender las necesidades del colectivo comunitario. Además, esta gestión busca empoderar a la comunidad de modo que sean protagonistas y líderes de su propia realidad y, acompañados por profesionales en la gestión cultural, puedan fortalecer su comunidad.

Es así como Vanis i Fulken se convierte en una herramienta social por y para la comunidad que refuerza el sentido identitario, las conexiones intergeneracionales y crea nuevas narrativas colectivas sobre el pasado, presente y futuro de Horta.

Por otro lado, además del carácter social, la singularidad de Vanis i Fulken recae en la utilización de la **fotografía**, una expresión artística presente en el barrio y actualmente albergada en el Archivo Municipal del distrito Horta-Guinardó. Esta práctica, a mitad del siglo XX, tuvo una fuerte acogida por parte de los y las hortenses, llegando incluso a crearse el Grupo Fotográfico de Horta o la Sección Fotográfica del Foment Hortenc. La relación entre el barrio de Horta y la fotografía ha cambiado notablemente, ya que actualmente la actividad se centra únicamente en la recopilación y conservación de las fotografías. Entendiendo que se podría explotar más este legado histórico-artístico, el proyecto Vanis i Fulken aspira a construir un puente entre esta herencia y el barrio, para así redescubrir el valor identitario y la tradición que estas poseen.





1. Objetivos

Para el proyecto Vanis i Fulken se ha escogido un **objetivo específico** del cual se desprenden tres **objetivos estratégicos**. Estos se basan en el legado histórico, la herencia fotográfica y por último, la identidad y la cohesión social del barrio de Horta. Los objetivos vienen dados por la misión y visión de la institución y, sobre todo, son una guía para orientar el desarrollo de Vanis i Fulken.

Como consecuencia, nacen una serie de líneas estratégicas que son fundamentales para la ejecución de los objetivos propuestos. Estas proponen una manera de proceder para desarrollar los proyectos más específicos de la institución y se concretan en las líneas de actuación.



Líneas estratégicas

1. Ofrecer un espacio donde la ciudadanía pueda atesorar su legado histórico-cultural.

Activando un edificio histórico integrado en el imaginario colectivo de los habitantes de Horta.

2. Construir y preservar la herencia fotográfica de Horta.

Creando un equipo de gestión para establecer un museo en el barrio de Horta.

3. Fortalecer la identidad y la cohesión social del barrio.

Incorporando a la comunidad en las distintas dimensiones del proyecto.





Programas de actuación y acciones

EDIFICIO

- **Rehabilitación** del edificio “Can Vanis” situado en Plaza Ibiza nº 1 y 1 bis y Calle Fulton nº 19.
- Generación de un **nuevo uso cultural** en el edificio “Can Vanis”.
- Impulso y **puesta en valor** de un bien patrimonial e histórico.

MUSEO

- **Colección** de fotografías actuales del barrio de Horta realizadas por la comunidad.
- **Conservación** del fondo fotográfico recopilado.
- **Documentación** del fondo fotográfico adquirido.
- **Investigación** del pasado fotográfico de la comunidad.
- **Interpretación** de la memoria histórica colectiva.
- **Exposición** del patrimonio fotográfico de Horta.
- **Difusión** del pasado fotográfico y la identidad de la comunidad de Horta.

COMUNIDAD

- Concienciación sobre la importancia del mantenimiento de la **identidad patrimonial**.
- Fomento de una **conexión intergeneracional** entre los habitantes de Horta.
- Creación de **programas de residencias artísticas** para fotógrafos y fotógrafas.
- Promoción de **colaboraciones** entre el equipamiento y otras entidades.

2. Segmentos de públicos

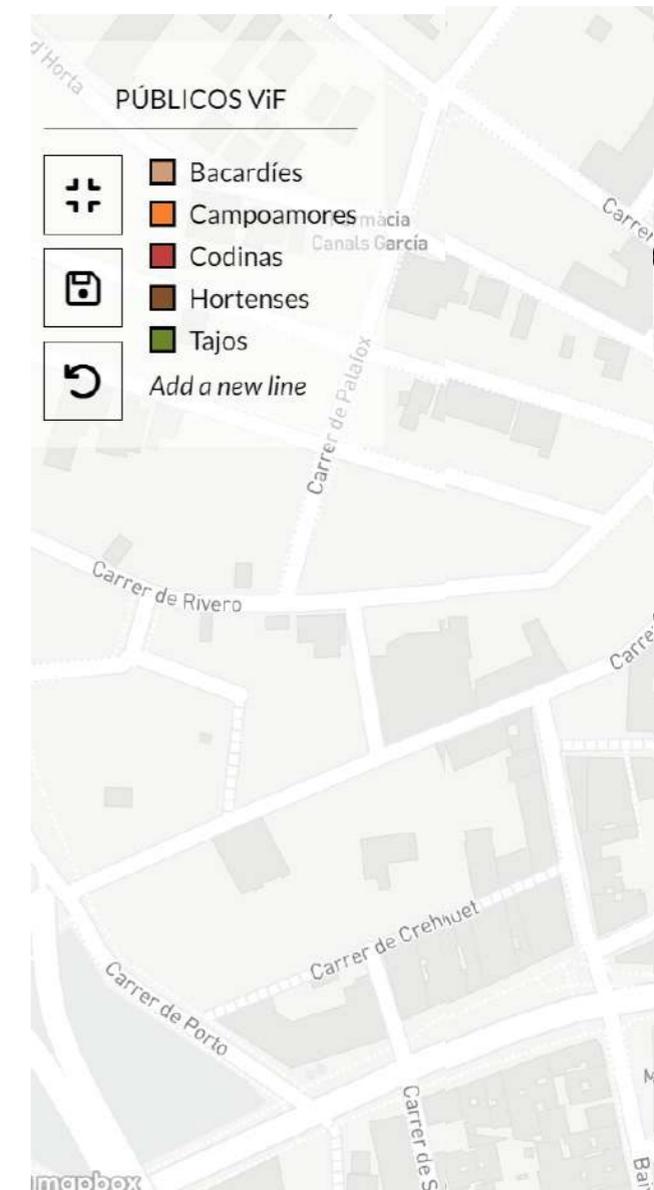
Vanis i Fulken pretende abarcar como público a toda la comunidad de Horta. Entendiendo que es complicado en una primera etapa, se ha segmentado según variables sociodemográficas y psicográficas.

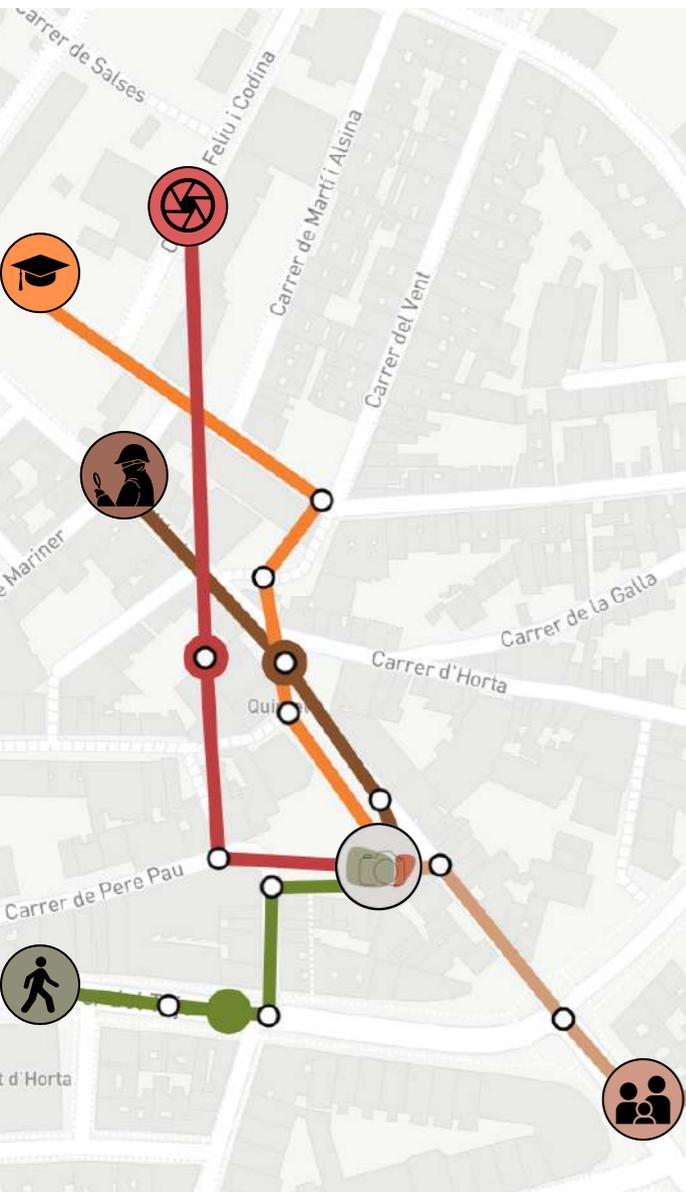
A partir de los datos demográficos extraídos en el análisis, se han considerado relevantes las variables de **edad**, **familias con o sin hijos**, y **situación laboral** (ocupada, parada, jubilada, estudiante, etc.) para formar segmentos de público. Para perfilarlos, se añaden variables psicográficas a tener en cuenta como el estilo de vida y los intereses.

Además, se ha dividido en **públicos primarios** y **secundarios**, es decir, a los que se va a dirigir de modo directo el proyecto y los que pretende alcanzar de modo indirecto o en segundo término.

Finalmente, la **nomenclatura** de cada segmento proviene de las distintas calles que conforman el barrio de Horta y que comparten características con cada público. Se ha elegido la **calle Tajo** por ser el núcleo donde se ubica el mercado junto a otros comercios, sitios concurridos por las personas de entre 45 y +85 años que vivieron el negocio de Vanis i Fulken. La **plaza Bacardí** por ser una plaza donde se reúnen familias y que contiene un parque infantil. La calle **Campoamor** destaca por tener un centro educativo, por lo que le da nombre a este último público primario.

La **calle Feliu i Codina**, donde se ubica la entidad cultural Lluïsos d'Horta con su antiguo grupo fotográfico, da nombre al público formado por fotógrafos o interesados en la fotografía; y, finalmente, la **calle Horta** con la Biblioteca Can Mariner da nombre al segmento que incluye a historiadores y gente con curiosidad por el pasado histórico de su comunidad.





PRIMARIOS



BACARDÍES

- Están activos laboralmente.
- Buscan actividades de ocio para hacer en un entorno familiar los fines de semana.
- Valoran realizar actividades en su propio barrio.



CAMPOAMORES

- Buscan salidas o actividades complementarias que estén relacionadas con los temas y contenidos que imparten.
- Optan por actividades culturales atractivas, motivadoras y participativas.
- Se inclinan por contenidos educativos que fomenten la reflexión y el conocimiento.



TAJOS

- Jubilados que viven en residencias, centros de días o en sus respectivas casas.
- Están acostumbrados a habitar centros sociales y culturales tradicionales en Horta.
- Pueden tener algún tipo de discapacidad y/o enfermedad.
- Pueden tener nietos y/o nietas.
- Los activos laborales tienen tiempo los fines de semana.

SECUNDARIOS



HORTENSES

- Tienen interés por la historia.
- Les gusta leer y formarse.
- Están informados sobre actividades relacionadas a temas de interés, como por ejemplo: conferencias, exposiciones.



CODINAS

- Les gusta aprender de su campo.
- Buscan relacionarse en ambientes artísticos.
- Les interesa conectar con personas con sus mismos intereses.
- Están actualizados respecto a las actividades relacionadas con la fotografía.



3. Programa de actividades

DES DELS ULLS DELS PETITS

La actividad consiste en que, un grupo de quince niños aproximadamente, acompañados de familiares y por los educadores del centro, paseen por el barrio de Horta fotografiando aquello que más les llame la atención. Con estas fotografías queremos acercar la práctica a los más pequeños y darles un espacio donde puedan expresar aquello que más les llama la atención en su día a día, conociendo un poco más de la fotografía analógica.

Tras ello, se recopilará el material para realizar una exposición conjunta en la que los autores sean los propios niños.

Se compartirá, vía email, una carpeta a cada tutor legal que proporcione sus datos en el centro para compartir las fotografías que se han realizado.

- Surge del objetivo específico número 2: "**Construir y preservar la herencia fotográfica de Horta**".
- Parte de la acción del programa de actuación Museo: "**Colección de fotografías actuales del barrio de Horta realizadas por la comunidad.**"
- El público al que se dirige la actividad es hacia **familias** del barrio de Horta.
- Se realizará **cuatro veces** al año.
- Tendrá una duración aproximada de **90 - 120** minutos.





TU TAMBE POTS SER FOTÒGRAF

En redes sociales (Instagram y Facebook) y durante todo el año, se podrán ir subiendo fotografías con el hashtag #TutambePotsserFotograf o #FotoVanis para postularse a los dos concursos anuales que el centro Vanis i Fulken se celebrarán.

En este, se elegirá popularmente al ganador, a quien se le adjudicará el premio de una cámara Nikon.

- Surge del objetivo específico número 2: **"Construir y preservar la herencia fotográfica de Horta"**.
- Parte de la acción del programa de actuación Museo: **"Colección de fotografías actuales del barrio de Horta realizadas por la comunidad."**
- Se dirige a **todo el público** interesado en participar.
- Se realizará durante **todo el año** y habrá **dos convocatorias** a concurso anuales.



VEUS DEL BARRI

Un podcast que constará de cuatro temporadas que girarán alrededor de los temas de patrimonio, fotografía y vida en Horta, se irán invitando a ponentes para charlar durante aproximadamente de 60 a 90 minutos en un ambiente distendido para crear contenido digital sobre Horta.

- Surge del objetivo específico número 2: **"Construir y preservar la herencia fotográfica de Horta"**.
- Parte de la acción del programa de actuación Museo: **"Interpretación de la memoria histórica colectivamente con la comunidad para la generación de relatos"**.
- Se dirige al **público que haya vivido experiencias vitales** en Horta.
- **Dos capítulos al mes** durante todo el año.

EXPOSICIONES

Las exposiciones programadas seguirán las líneas de interés planteadas siguiendo los objetivos específicos:

- **Semipermanente**

Exposiciones que girarán en torno al edificio, principalmente sobre: historia, restauración, habilitación y patrimonio.

- **Temporales**

Exposiciones con el fondo fotográfico (fotos físicas y/o digitales hechas por gente del barrio, donadas al equipamiento o incluso préstamos) con temáticas de: espacios en el barrio (ej. plazas, equipamientos, etc), estilo de vida y festividades.

SEMIPERMANENTE

- Surge del objetivo específico número 1: **"Ofrecer un espacio donde los usuarios puedan atesorar su legado histórico-cultural."**
- Parte de la acción del programa Edificio: **"Impulso y puesta en valor de un bien patrimonial e histórico"**.
- La duración de cada exposición será de **seis meses**.
- Dirigido a **público general**.

TEMPORALES

- Surge del objetivo específico número 2: **"Construir y preservar la herencia fotográfica de Horta"**
- Parte de la acción del programa de actuación Museo: **"Exposición del patrimonio fotográfico de Horta"**.
- La duración de cada exposición será de **cuatro meses**.
- Dirigido a **público general**.





VISITAS GUIADAS

Recorridos por las exposiciones del equipamiento en las que, conducidos por un/a guía, se les brinde conocimiento a los participantes sobre las obras expuestas, su contexto y sobre las narrativas expositivas elaboradas.

- Surge del objetivo específico número 2: **"Construir y preservar la herencia fotográfica de Horta"**.
- Parte de la acción del programa de actuación Museo: **"Interpretación de la memoria histórica colectivamente con la comunidad para la generación de relatos"**.
- La duración será de **60 minutos**.
- Se realizarán **82 visitas anuales**.
- Dirigida al **público adulto de Horta** (18 - 64 años).



TALLERES DIDÁCTICOS

Visita dinamizada con juegos en relación a la exposición. El educador repartirá a los niños fotografías actuales del barrio para que identifiquen a qué sitio de las que están expuestas corresponden, debatiendo así cómo ha cambiado Horta con los años y cómo era la vida antiguamente. Otra versión puede incluir elementos como oficios, un autobús, el tranvía, el cine, etc.

- Surge del objetivo específico número 2: **"Construir y preservar la herencia fotográfica de Horta"**.
- Parte de la acción del programa de actuación Museo: **"Investigación del pasado fotográfico de la comunidad"**.
- La duración de cada taller será alrededor de **60 minutos**.
- Se realizarán **73 visitas** de grupos anuales.
- Dirigida a **centros educativos**.

CONSTRUEIX EL TEU PATRIMONI

Mediante el material facilitado por el equipamiento, se pretende que los participantes construyan su propio *collage* siguiendo una temática central como, por ejemplo, representar lo que es el patrimonio cultural o cómo es el patrimonio de Horta desde la subjetividad de cada persona.

- Surge del objetivo específico número 3: **"Fortalecer la identidad y la cohesión social del barrio"**.
- Parte de la acción del programa Comunidad: **"Concienciación sobre la importancia del mantenimiento de la identidad patrimonial"**.
- Dirigida a un **público general**.
- La duración del taller serán de **60 a 90 minutos**.
- Se realizarán **cuatro veces al año**.



CONEIX EL TEU BARRI

Esta actividad se basa en realizar tours guiados por el barrio en los que se recorran las calles de Horta haciendo hincapié y explicando el patrimonio cultural y material del mismo. Este tour estará guiado por un guía turístico especializado que podrá recibir, a su vez, aportaciones e información para las rutas de parte de los vecinos y las vecinas.

- Surge del objetivo específico número 3: **"Fortalecer la identidad y la cohesión social del barrio"**.
- Parte de la acción del programa Comunidad: **"Concienciación sobre la importancia del mantenimiento de la identidad patrimonial"**.
- Dirigida a un **público general**.
- La duración oscilará alrededor de los **60 minutos**.
- Se realizarán **cuatro veces al año**.

HORTA CONVERSA

Jornadas patrimoniales en colaboración con la Biblioteca Can Mariner. Se propondrán diferentes mesas redondas para debatir temas sobre la actualidad y el pasado patrimonial de Horta y, a su vez, reflexionar sobre el futuro del barrio. Además, incorporarán una serie de actividades intergeneracionales en las que se da espacio a las personas mayores para que cuenten sus experiencias y vivencias en el barrio (oralidad, patrimonio inmaterial) junto a recreaciones de esas historias por parte de los más jóvenes.

- Surge del objetivo específico número 3: **"Fortalecer la identidad y la cohesión social del barrio"**.
- Parte de la acción del programa Comunidad: **"Fomento de una conexión intergeneracional entre los habitantes de Horta"** y **"Promoción de colaboraciones de la institución con entidades"**.
- Dirigida a un **público general**.
- La duración serán **seis horas al día** aproximadamente.
- Se realizarán **dos veces al año**.



LA FOTOGRAFIA impHORTA

Las residencias artísticas de fotógrafos nacionales e internacionales en Vanis i Fulken pretenden fomentar el intercambio cultural, artístico y profesional entre el o la participante y los diferentes agentes relacionados con la fotografía en Barcelona.

Por otro lado, mediante una estrecha colaboración con los residentes visuales del Centro Cívico Matas i Ramis, se generará una exposición en la que se retrate Horta y su esencia.

- Surge del objetivo específico número 3: **"Fortalecer la identidad y la cohesión social del barrio"**.
- Parte de la acción del programa Comunidad: **"Creación de programas de residencias artísticas para fotógrafos y fotógrafas"** y **"Promoción de colaboraciones de la institución con entidades"**.
- Dirigida al público secundario de fotógrafos.
- Duración de **un mes**.
- Se realizará una residencia **al año**.

Parte 3: Producción del proyecto

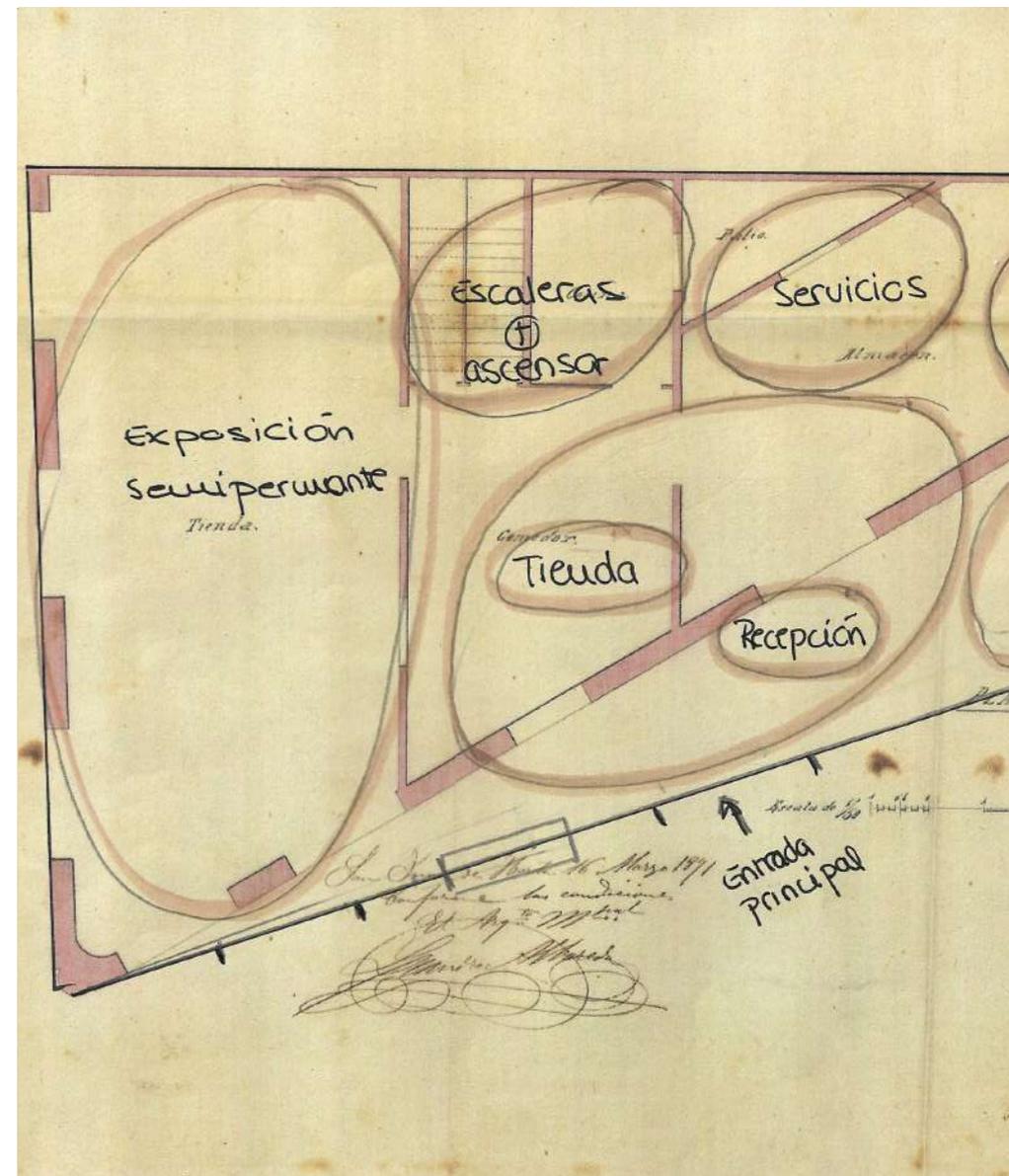
1. Espacios e infraestructura²⁶

El **edificio** en el que se sitúa el proyecto de Vanis i Fulken se encuentra en Plaza Ibiza nº1 y Ibis, y Calle Fulton nº19. Como se ha ido desarrollando en el análisis, se trata de un edificio histórico y patrimonial, pero que en la actualidad se encuentra en un estado de conservación delicado. A través de las líneas estratégicas y acciones que se han trazado para el proyecto, se han planteado una serie de necesidades espaciales que se deben tener en cuenta para elaborar el diseño arquitectónico del edificio y, así, rehabilitarlo. Se debe tener en cuenta que la fachada tiene protección de tipo C, por ello es inalterable y solo se puede restaurar para su conservación. El interior, al encontrarse en pésimas condiciones, permite la construcción de nuevos espacios.

La **participación de la comunidad** es esencial para el equipamiento, en virtud de ello el espacio debe respetar esa colaboración activa por parte de los usuarios. No obstante, al diseñar el interior se debe tener en cuenta que se trabaja con la fotografía y se requiere de unos espacios adecuados para poder exponerla.

Se trata de un inmueble privado, por ello no se ha tenido acceso a los planos actuales, por lo que a través de los planos originales se han esbozado unos esquemas del espacio, y mediante esta esquematización se ha desarrollado un **organigrama funcional**.

Al tratarse de un edificio de tres plantas se debe contemplar la existencia de las escaleras, y sobre todo de un ascensor para la total accesibilidad de los usuarios.



²⁶Ver anexo 9.



PLANTA 0

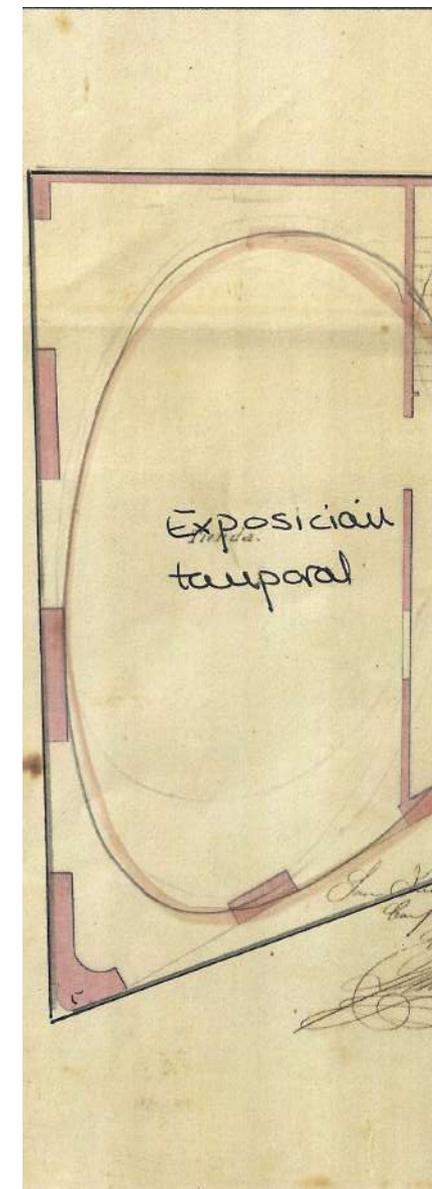
En la planta baja del edificio se proyectan los siguientes espacios:

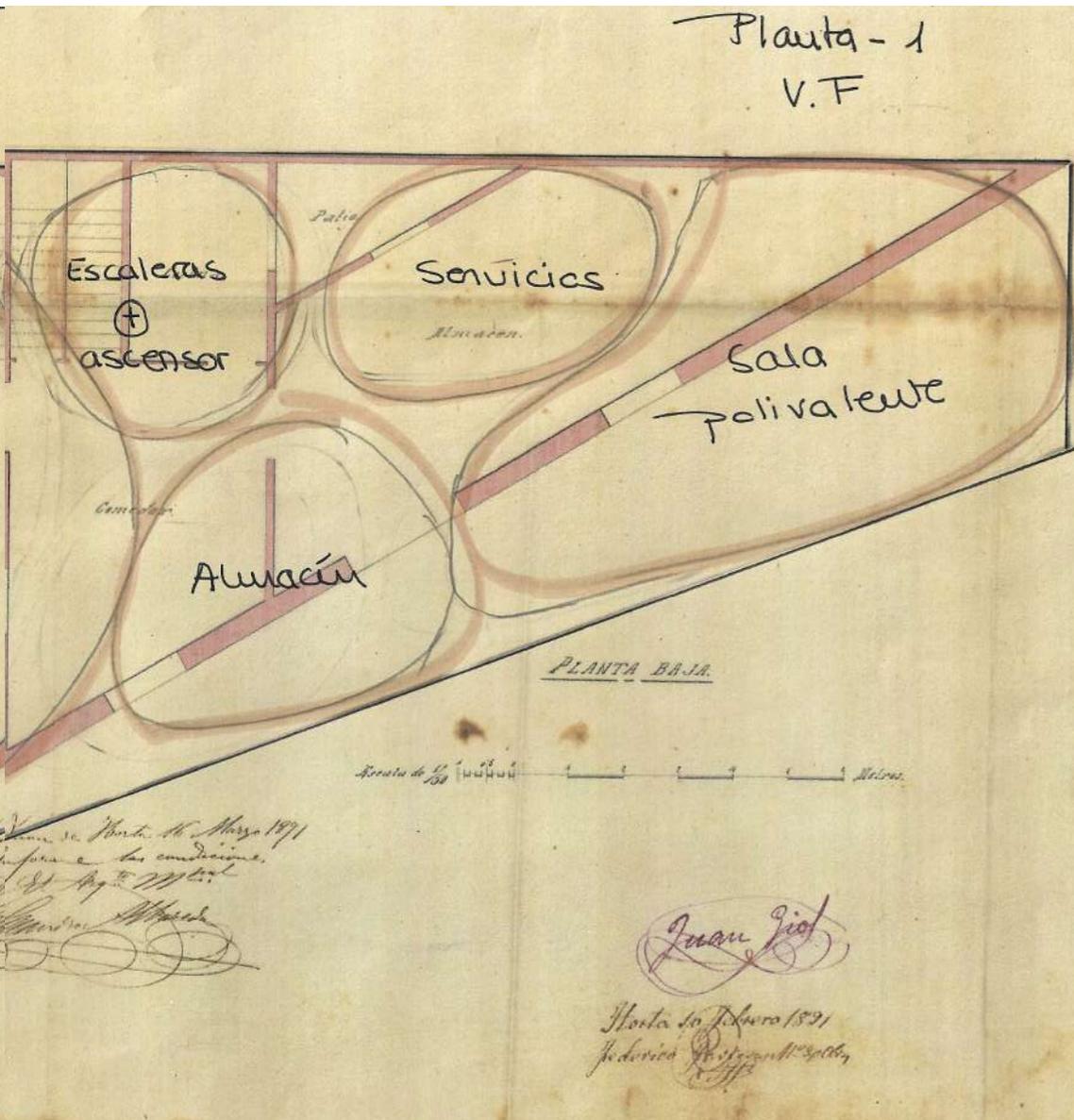
Vestíbulo: Será el punto neurálgico de la planta 0, que conectará con todos los otros espacios. Se situará la recepción, con un punto de información para posibles dudas, y el espacio de la tienda, con una gama de productos relacionados con el equipamiento (fotografías, postales, camisetas, tazas...).

Espacio podcast: Se proyecta como una amplia sala en la que se podrán acoger un total de dieciséis personas, entre ocho a doce oyentes presenciales del programa, tres participantes del podcast y un moderador.

Espacio educativo: Esta sala será utilizada para aquellas actividades que se realicen con el público educativo (profesores y alumnos). Se tratará de un espacio de mayor dimensión que el podcast debido a que los colegios suelen ser grupos con una media de veinticinco alumnos por clase.

Sala de exposición semipermanente: De las dos salas de exposiciones que tendrá el museo, esta será la menos modificable durante el año. Por ello, se instalará en la planta principal, primeramente porque no se verá interrumpido reiteradamente el espacio por cambios que se lleven a cabo en la exposición, como sucede en las temporales y, en segundo lugar, por la accesibilidad del espacio.





PLANTA -1

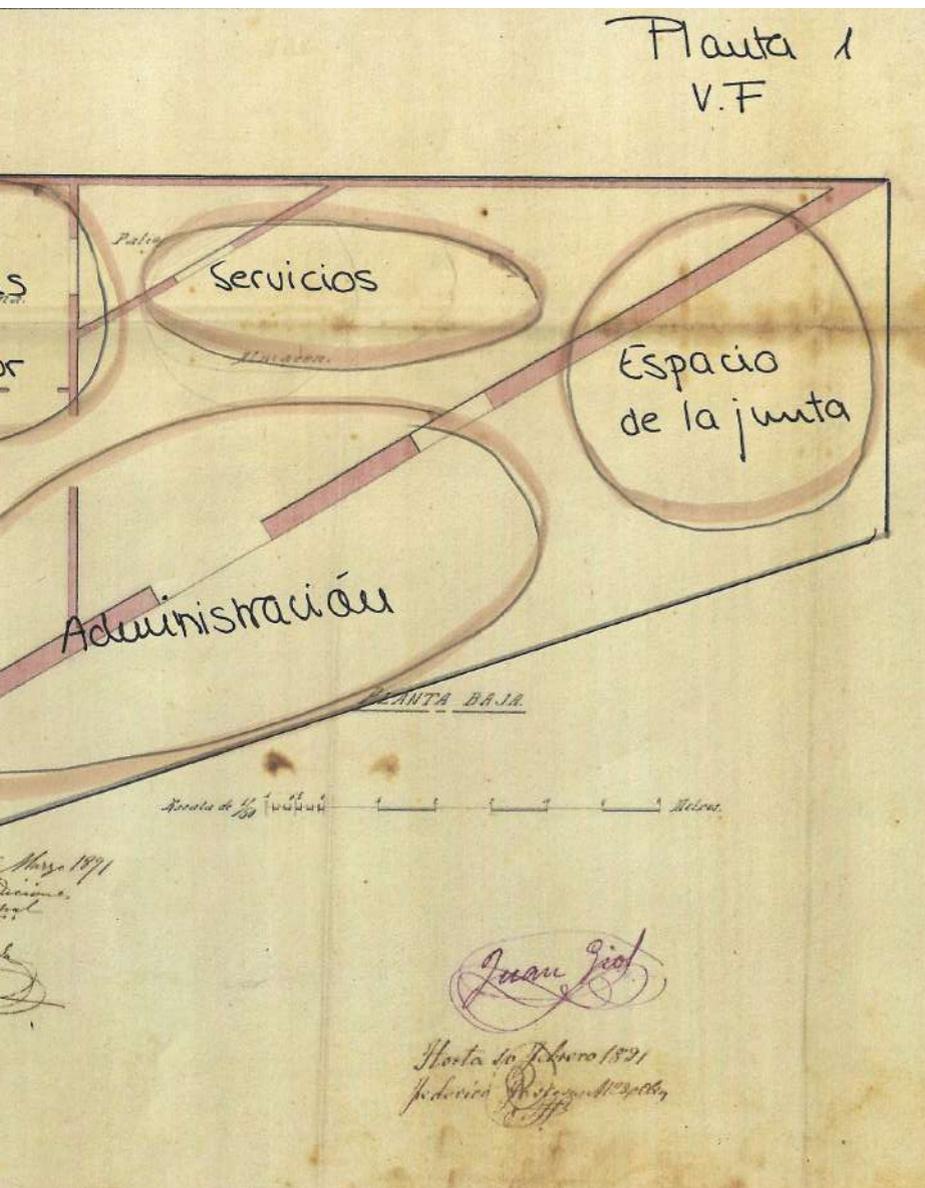
Por otro lado, en el **semisubterráneo** del edificio existirán los siguientes espacios:

Sala polivalente: Este espacio tendrá como objetivo adaptarse a las diferentes actividades y necesidades de los usuarios de Vanis i Fulken. Por ello, se proyecta como un lugar diáfano que tenga todo tipo de posibilidades a nivel espacial. Además, esta adaptabilidad será perfecta para poder alquilar la sala.

Almacén: Se depositarán sobre todo materiales y muebles, de modo que conecta directamente con la sala polivalente y con la sala de exposiciones.

Sala de exposición temporal: Se proyecta como un gran espacio diáfano, en el que se puedan adaptar los espacios para las diferentes exposiciones que se acojan. Debido al cambio recurrente de estas exposiciones, esta sala conectará con el almacén.





PLANTA 1

Finalmente, en la planta superior se sitúan las siguientes salas:

Administración: En esta área se encuentran los despachos, la sala de reunión, el espacio técnico y archivo con documentos internos del museo. Por lo tanto, se plantea como un espacio para los trabajadores del centro que se conectará directamente con el archivo y el espacio de la junta.

Espacio de la junta: La junta de gobierno de Vanis i Fulken necesitará un lugar donde poder reunirse para tratar temas relacionados con el equipamiento. También se posiciona este espacio cerca de la administración para facilitar la comunicación entre trabajadores y la asociación o fundación.

Sala de consulta: Se trata de un espacio en el que los usuarios podrán consultar documentos y fotografías del archivo, es decir, la colección del museo, y algunos catálogos y manuales que el propio centro posea.

Archivo: En este espacio estarán registrados todos los documentos, fotografías y publicaciones con las que se desarrollarán las exposiciones. Parte del archivo es digital, por lo que en este espacio habrá equipos informáticos para la consulta del fondo.

2. Modelo de gestión

El modelo de gestión de Vanis i Fulken tiene su base en los habitantes del barrio de Horta, sus necesidades y voluntades, con el propósito de alcanzar una colaboración con el Ayuntamiento de Barcelona para el establecimiento del proyecto en cuestión.

Se toma como referente el modelo de gestión de la **Fundación Julio Muñoz Ramonet**,²⁷ la cual parte del legado de Muñoz Ramonet. Este establece que su propiedad y colección de arte sea gestionada por una fundación a su nombre, con la finalidad de mantener y conservar tanto el edificio como la colección que alberga para que pueda ser visitada y disfrutada por la ciudad de Barcelona. Al descubrir la existencia de este legado, el Ayuntamiento de Barcelona intervino para hacerlo posible, creando finalmente la Fundación Julio Muñoz Ramonet.

Por lo que la gestión de Vanis i Fulken se basa en este proceso invertido en el cual no es el Ayuntamiento el que impone la creación de la fundación o museo a la sociedad, sino que se parte de una necesidad civil que se comunica y, a su vez, logra fomentar la colaboración entre ambos agentes para el desarrollo del proyecto.

²⁷Fundación Julio Muñoz Ramonet. (s.f.). *Historia*. Ajuntament de Barcelona.



En el caso particular del proyecto Vanis i Fulken este proceso sigue unos pasos fundamentales:

1. En una primera fase, es esencial **implicar a la sociedad civil**, reuniendo a la gente del barrio para exponer el proyecto.
2. Seguidamente, se forma la **Asociación Vanis i Fulken** que reúne a personas interesadas en que la compra del edificio, su posterior rehabilitación y adecuación para uso cultural se lleve a cabo.
3. Con este fin, se emprende una **iniciativa de crowdfunding** o **financiación colectiva** entre los miembros de la Asociación y de la comunidad de Horta que muestre interés en que se siga adelante con el proyecto.
4. Teniendo una cantidad suficiente como para demostrar la necesidad en el barrio de implementar el museo Vanis i Fulken, se presenta la propuesta al **Ayuntamiento de Barcelona** para que contribuya a financiar la compra del edificio, su restauración y adecuación con el objeto de establecerse como equipamiento cultural de utilidad pública.
5. En última instancia, el **Ayuntamiento de Barcelona** cede el edificio y su gestión a la Asociación Vanis i Fulken, la cual con la propiedad se convierte en Fundación.

En conclusión, es una gestión establecida en colaboración entre dos agentes principalmente: una asociación de carácter civil como es la **Asociación Vanis i Fulken** (posteriormente una fundación) y una entidad pública que es el **Ayuntamiento de Barcelona**.



3. Equipo humano

La estructura del equipo humano comienza bajo el modelo de gestión denominado como **Junta de Gobierno** del cual se desprenden cuatro departamentos principales: **Gerencia y administración, Archivo y conservación, Difusión y Actividades.**

Gerencia y administración:

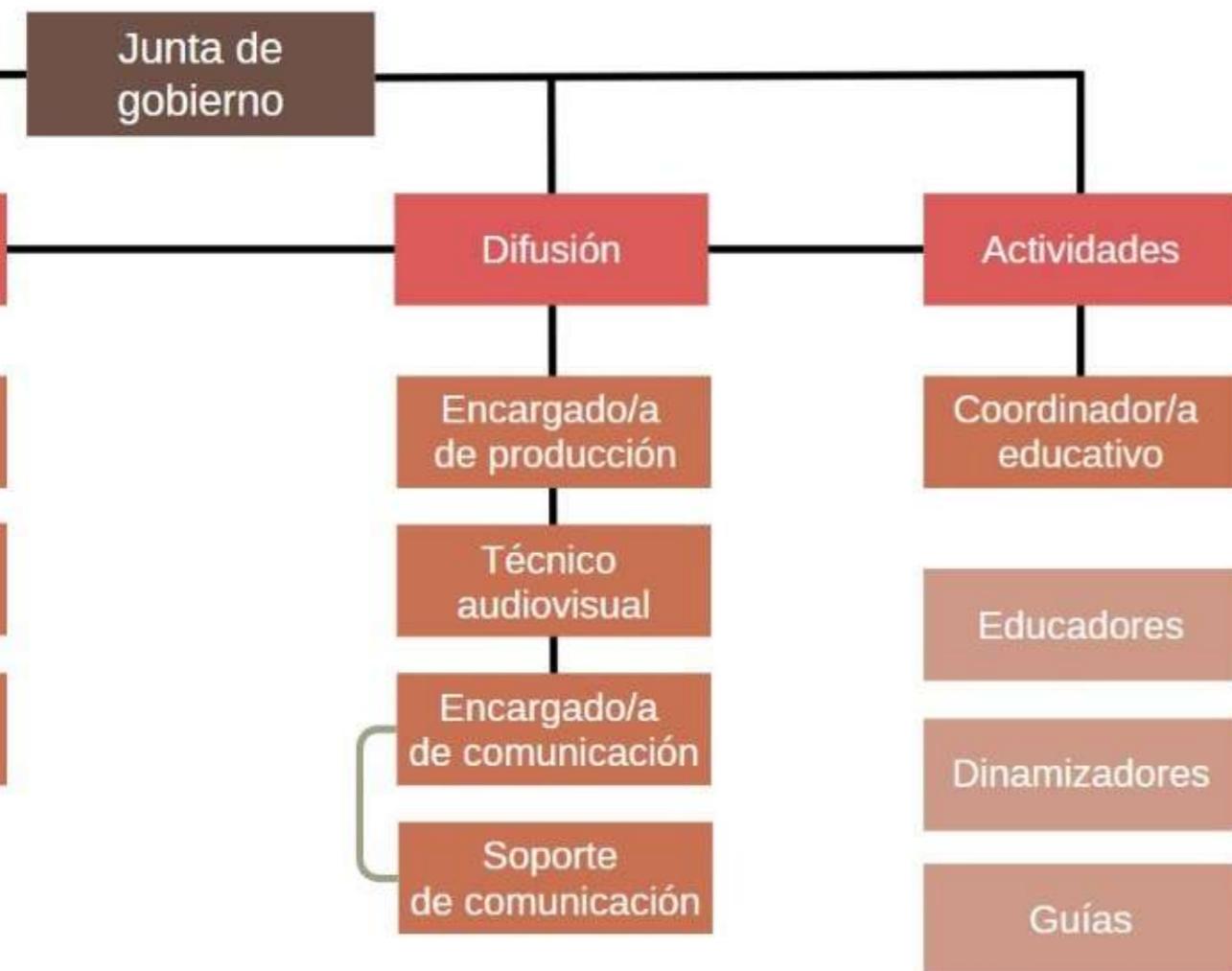
- **Director/a:** Responsable de velar por el desarrollo general del proyecto, de las gestiones burocráticas y de la contratación externa.
Personal fijo. Cantidad: 1
- **Administrativo:** Responsable de manejar documentos administrativos incluyendo tema económico. Da soporte al director/a.
Personal fijo. Cantidad: 1
- **Recepcionistas:** Se encargan de recibir y orientar a los visitantes. Realizan la venta de entradas y del *merchandising* de la tienda.
Personal fijo. Cantidad: 2
- **Personal de seguridad:** Se encargan de velar por la seguridad y el orden del equipamiento.
Personal externo. Cantidad: 3

- **Personal de limpieza:** Se encargan de gestionar la limpieza de los distintos espacios del equipamiento.
Personal externo. Cantidad: 2

Archivo y conservación:

- **Jefe/a de colección:** Responsable de velar por la conservación de la colección del equipamiento e intervenir en la curaduría de las exposiciones.
Personal fijo. Cantidad: 1
- **Archivero/a:** Encargado/a de registrar y documentar las obras recibidas en el equipamiento.
Personal fijo. Cantidad: 1
- **Soporte de archivero/a:** Encargado/a de asistir al archivero/a y de brindar apoyo a los visitantes en la sala de consultas.
Personal fijo. Cantidad: 1





Actividades:

- **Coordinador/a educativo:** Responsable de coordinar las actividades educativas del equipamiento. (talleres didácticos, actividades patrimoniales, entre otras)
Personal fijo. Cantidad: 1
- **Educadores:** Encargados/as de presentar, dirigir e instruir las actividades educativas que se realicen en el equipamiento.
Personal externo. Cantidad: 3
- **Dinamizadores:** Encargados/as de guiar las actividades no estrictamente educativas que se realicen en el equipamiento. (ejemplo: jornadas patrimoniales).
Personal externo. Cantidad: 2
- **Guías:** Encargados/as de dirigir y controlar los grupos de visitantes en las visitas guiadas.
Personal externo. Cantidad: 2

Difusión:

- **Encargado/a de producción:** Responsable de coordinar, en colaboración con los demás departamentos, la producción de las distintas actividades que se realicen desde el equipamiento.
Personal fijo. Cantidad: 1
- **Técnico audiovisual:** Responsable de gestionar el material audiovisual del equipamiento que incluye: micrófonos, altavoces, luces, proyecciones, entre otros.
Personal fijo. Cantidad: 1
- **Encargado/a de comunicación:** Responsable de coordinar los contenidos y toda la comunicación del proyecto, tanto en vías online como offline.
Personal fijo. Cantidad: 1
- **Soporte de comunicación:** Responsable de dar apoyo en las tareas de comunicación.
Personal fijo. Cantidad: 1



4. Comunicación e Imagen

El plan de comunicación de Vanis i Fulken responde a las líneas estratégicas del proyecto; sin embargo, se han establecido dos objetivos generales:

- **Consolidar e incorporar la marca** Vanis i Fulken en el entorno cultural y asociativo del barrio de Horta.
- Posicionar la marca Vanis i Fulken en la mente de los usuarios de Horta en relación con los conceptos de **comunidad**, puesta en valor del **patrimonio** material e inmaterial y la **fotografía**.

En el primer año de Vanis i Fulken existen dos momentos claves para comunicar: la **preinauguración** y la **inauguración**. Se ha desarrollado unas acciones y un cronograma para ambas campañas.²⁷

Preinauguración

La primera campaña sucederá durante el periodo final de la rehabilitación del edificio, y finalizará con la inauguración del proyecto, unos seis meses aproximadamente. Los objetivos que buscará serán los siguientes:

- Generar **expectación** en torno al proyecto que se formula en el edificio.
- **Incorporar** la marca "Vanis i Fulken" en el barrio.
- Promocionar el proyecto en el **tejido cultural** del barrio a través de los diferentes equipamientos.

Los objetivos específicos se formulan a continuación:

- **Aumentar** el número de "Amics de Vanis i Fulken" en un 25%.
- **Organizar** tres conferencias en colaboración con tres equipamientos del barrio.
- Conseguir una subida del **30% de seguidores en redes sociales** (Instagram y Facebook).
- Generar impacto en tres medios de comunicación tradicionales de la ciudad de Barcelona, como por ejemplo *Betevé*.

La comunicación tiene como público objetivo **toda la comunidad del barrio de Horta**, ya que se busca llegar al mayor público posible. Sin embargo, con esta campaña se busca impactar sobre todo a tres grupos: **personas activas socialmente alrededor de Plaza Ibiza, usuarios de otros equipamientos culturales y gente que vivió el negocio de Vanis y de Fulken**.

²⁷Ver anexo 10, 11 y 12.





Inauguración

En la inauguración se desplegará la segunda campaña, debido a que es un evento muy concreto, las acciones serán puntuales y para ese mismo día, ya que con la primera comunicación se habrá hecho un proceso más intenso de promoción del proyecto. Los objetivos que se pretenden conseguir son los siguientes:

- **Dar a conocer** la totalidad del proyecto.
- Mostrar el **nuevo edificio** y la **rehabilitación** que se ha llevado a cabo.
- **Promocionar** “Amics de Vanis i Fulken” y dar a conocer su implicación en el proyecto.

Los objetivos específicos de esta comunicación son:

- Aumentar un **25% de seguidores** en redes sociales (Instagram y Facebook).
- Alcanzar una **asistencia del 20%** de habitantes de barrio al evento
- Conseguir que el **35%** de los asistentes a la inauguración se hagan socios de “**Amics de Vanis i Fulken**”.
- Determinar mediante un focus group compuesto de asistentes del evento, si se ha comunicado correctamente el proyecto durante la inauguración.

El **público** de esta comunicación es muy determinado, ya que será para aquellas personas que asistan al evento. La inauguración se hará en abierto para toda la comunidad.

Cabe destacar que los **socios de “Amics de Vanis i Fulken”** tendrán dos invitaciones, debido a su implicación directa con el proyecto, y, además, se reservarán algunas para los asistentes de la actividad preinaugurativa titulada: “Amics de Vanis i Fulken a...”. Todos los vecinos y vecinas que no tengan invitación deberán apuntarse en el formulario que habrá en la página web o que recibirán por correo electrónico.

Comunicación general

Una vez inaugurado el museo, la comunicación será una herramienta constante para establecer relaciones con los usuarios e informar sobre las diferentes actividades, proyectos y exposiciones, que se desarrollarán en el equipamiento cultural.

Mediante **métodos offline** se pretende utilizar un canal de comunicación próximo y directo con los residentes del barrio de Horta.



Además, dado que las personas mayores no utilizan con tanta asiduidad métodos online, se planteará una estrategia basada en una **comunicación más tradicional**: diferentes diseños de cartelería y *flyers* para repartir no solo por las calles del barrio de Horta, sino también por las distintas entidades del tejido asociativo del barrio (potenciando la idea de unión y colaboración con ellos) y en diferentes comercios.

Por otro lado, también se hará **publicity**, redactando comunicados de prensa, facilitando imágenes y generando noticias (sobre la inauguración, la programación mensual, etc.) para los medios de comunicación locales (revistas locales como el POU, cadena de televisión Betevé, revistas o boletines de las asociaciones culturales de Horta, etc.).

Finalmente, será imprescindible la **transmisión verbal** del proyecto mediante el “boca a boca” ya sea por prescriptores culturales y/o orgánicos. Si bien es cierto que esta es una cuestión que no se puede monitorizar, se recopilará las reseñas escritas en internet, como por ejemplo Google Maps, y se solucionarán aquellas cuestiones negativas y se potenciarán las positivas.

Los **métodos online** de comunicación serán principalmente tres: la página web, Instagram y Facebook. En la página web, se generará un calendario con las diferentes actividades programadas, próximas exposiciones y eventos, además de tener un espacio para que las personas pregunten sobre cuestiones prácticas del equipamiento, como horarios, precios, accesibilidad, entre otras. También tendrá una sección de contenido audiovisual.

Por otro lado, se hará un intenso uso de las redes sociales, especialmente de **Facebook e Instagram**; en primer lugar, Facebook facilitará llegar a una población más adulta que interactúa con los grupos de Horta ya existentes en la misma plataforma. Para información más específica sobre programación, se les redirigirá a la **página web**. Por otro lado, Instagram será utilizado para el segmento de público más familiar, y sobre todo tendrá una funcionalidad de mostrar lo que se hace y no exclusivamente informativa.

En cuanto a la comunicación más personalizada, se realizará mediante **mailing y newsletter**. De este modo, se conseguirá a su vez una base de datos de los usuarios, que permitirá generar y comunicar mensajes más específicos. El *mailing* se pretende hacer semanalmente, mientras que la *newsletter* se enviarán cada dos semanas. En ellos se recogerán datos curiosos sobre el museo, promociones, nuevas exposiciones, actividades, contenido audiovisual, entre otros.



Storytelling

La construcción del storytelling se desarrollará a través de conceptos claves como: el **edificio, Vanis i Fulken** y **tejido asociativo**, pues se pretende consolidar y posicionar el proyecto en el imaginario colectivo de Horta.

El proyecto de Vanis i Fulken se fundamenta en la **comunidad** en la que se encuentra, siendo la narración de los relatos compartidos a través de la **fotografía**, uno de los pilares en el que se sostiene la marca. No se puede separar este proyecto de su propio ámbito territorial, ya que es esencial tenerlo en cuenta para poder comprender el relato comunicativo.

Se utilizará la **recuperación del espacio patrimonial**, puesto que se trata de un espacio tan único que, sin lugar a dudas, debe ser un elemento constituyente para desarrollar la comunicación de la marca. El proyecto pretende recuperar un edificio abandonado y destruido, situado en pleno centro del barrio, a su vez un espacio público en el que la comunidad se siente representada y participe.

El proyecto tiene establecido un nombre propio, el cual es **Vanis i Fulken**. No es una elección fortuita, pues como ya se ha mencionado anteriormente, ambos negocios se establecieron en el mismo espacio y esto generó un posicionamiento en la mente de las personas del barrio que se sigue manteniendo en la actualidad a pesar de los años que llevan cerrados los negocios. La utilización de estos nombres propios genera una idea clara en el barrio sobre qué encontrarán en su interior, siendo por tanto el ADN de lo que será el proyecto.



Posicionarse a través de las **relaciones** que se establezcan con el **tejido asociativo** del barrio de Horta es un aspecto clave para la marca, ya que hay una búsqueda constante de colaboración con los diferentes equipamientos. Sin embargo, se debe destacar que este posicionamiento no se llevará a cabo a través de ninguna acción comunicativa, sino que se pretende establecer la relación de una manera cercana y familiar.

Claims

Los claims para la comunicación del proyecto serán los siguientes:

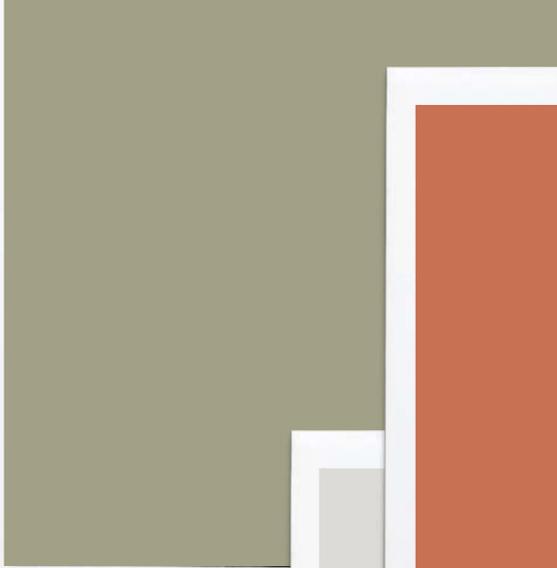
- Descubre tu pasado, fotografía tu presente y contruye su futuro.
- Forma parte del pasado, presente y futuro de la historia visual e identidad de Horta.
- Arrela't en el passat, present i futur del patrimoni i la història visual d'Horta.
- Fem fotografia, fem barri.

"Fem fotografia, fem barri"

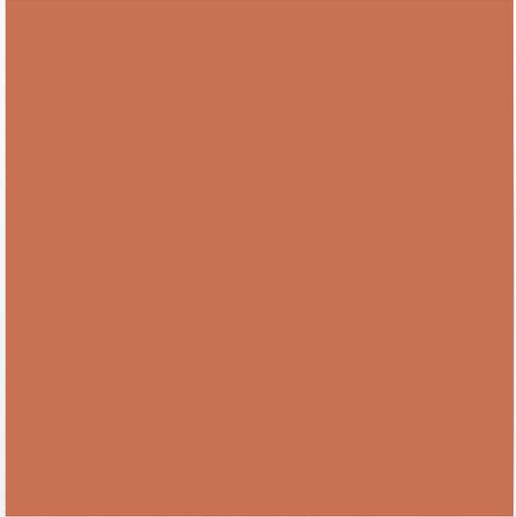
Imagen

Con el objetivo de construir la **identidad visual del proyecto**, nos hemos centrado en tomar diferentes aspectos de la identidad de la propia Plaza Ibiza y del patrimonio de Horta.

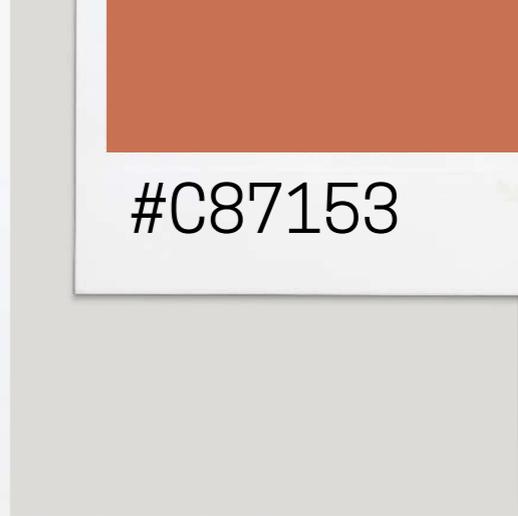
En primer lugar, la **gama cromática** elegida se sitúa entre verdes, grises cálidos y tonos tierra. Teniendo Plaza Ibiza sus orígenes en un antiguo huerto (el barrio de Horta ha sido conocido por sus potentes recursos de agua que facilitaban la existencia de diferentes huertos y zonas verdes), el centro neurálgico del barrio de Horta se ha mantenido firme en el mantenimiento de vegetación dentro de la misma. Por tanto, consideramos que el **verde (#A2A187)** y el **color tierra (#C87153)**, haciendo honor a este aspecto, deben ser las gamas cromáticas principales de Vanis y Fulken.



#A2A187



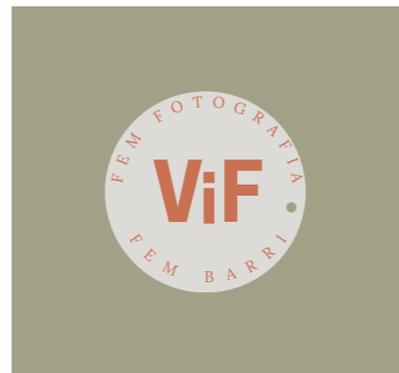
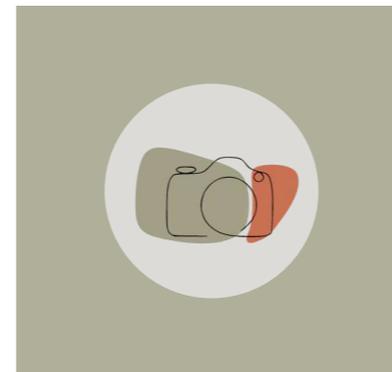
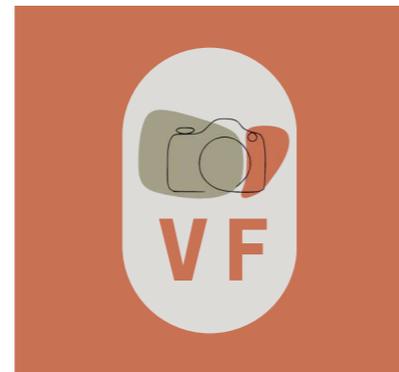
#C87153



#DDDBD8

Por otro lado, es interesante remitir a estas tonalidades marrones debido a que anteriormente, en el mismo edificio, albergó anteriormente una fábrica de turrónes y de café, por lo que podría ser una forma adicional de honrar a la memoria del mismo. Por último, siendo conscientes de que los edificios que envuelven la plaza Ibiza tienen sus fachadas que se acercan a un **gris cálido** (incluida la de Vanis y la de Fulken), se consideró apropiado incluirlo entre nuestras gamas (#DDDBD8). Cada uno de estos colores ha sido asociado a un programa de actuación que fundamenta el proyecto: el verde con **comunidad**, el marrón con **museo** y el gris cálido con el **edificio**.

La gama cromática se acerca en la paleta de colores hacia tonalidades cálidas para potenciar el sentido de **cercanía, familiaridad** y fomentar un espacio de **diálogo** para que todos los habitantes de Horta se sientan atraídos y bien recibidos desde la estética.



La **tipografía** está escogida en relación con una estética vintage que pueda unir las últimas generaciones con las más antiguas, por lo que nos acogeremos al estilo de letra **Lora**. No obstante, para los títulos nos hemos inclinado más por una estética similar a la que el propio cartel de Vanis ofrece, eligiendo, por tanto, la tipografía conocida como **Cooper Hewitt**.

Tanto la gama de colores como la tipografía se verá reflejada a lo largo de toda la comunicación online y offline. Por ejemplo, en el material gráfico como flyers, folletos informativos..., que se distribuyan desde el centro Vanis i Fulken, pero también acompañarán a la estética interior y redes sociales.

En cuanto al **logo**, aludiendo a los espacios interiores, buscamos una forma que representara la fotografía hibridada con el concepto de sinuosidad, queriendo transmitir el interior y nuestra filosofía en el mismo. Por ello, se sigue de fondo las gamas cromáticas establecidas para el proyecto, haciendo patentes los pilares de Vanis i Fulken: la fotografía, la comunidad (verde) y el espacio como museo (marrón). Todo ello se finaliza con el claim: "Fem fotografia, fem barri".

5. Recursos económicos

Presupuesto de inversión

En el proyecto Vanis i Fulken se han tomado en cuenta la inversión en el edificio histórico: rehabilitación, adecuación y compra del mismo. En primer lugar, la rehabilitación tiene un coste de **1.262.500€**, que se desprende de 2.500€ el metro cuadrado, y del cual se amortizan **42.083,33€** cada año (por 30 años), mientras que la adecuación responde a una inversión de **1.010.000€** que se desprende de 2.000€ el metro cuadrado, del cual se amortizan **101.000€** cada año (por 10 años). La compra equivale a **1.515.000€** que se desprende de 3.000€ el metro cuadrado.

De este modo, la inversión total del edificio es de **3.787.500€** del cual se amortizan **143.083,33€**, obteniendo un total de la inversión de **3.644.416,67€** cantidad que será financiada por el Ayuntamiento de Barcelona.

Presupuesto de inversión		
Edificio		
Rehabilitación	1.262.500 €	
Adecuación	1.010.000 €	
Compra	1.515.000 €	
SUBTOTAL		3.787.500,00 €
Amortizaciones		143.083,33 €
TOTAL		3.644.416,67 €

INGRESOS

- Ayuntamiento de Barcelona.

Vanis i Fulken se financiará principalmente por los **fondos del Ayuntamiento de Barcelona** y de los **fondos europeos Next Generation**, dado su carácter de equipamiento municipal y público. En especial, se contará con las líneas de ayudas destinadas a la rehabilitación del edificio y a la elaboración del Libro de Edificio y Proyectos.

Además, recibirá anualmente una **aportación municipal** por los servicios prestados al barrio de Horta.



- Ingresos propios de Vanis i Fulken

Los ingresos propios de Vanis i Fulken se fundamentan en la colaboración de la ciudadanía haciéndose miembro de “**Amics de Vanis i Fulken**” y, por otro lado, en las **ventas y asistencia del público** a las actividades propuestas por el centro, **venta de merchandasing** en la tienda y **alquiler de salas** del centro.

En el primero de los casos, se justifica la aportación de 20€ anuales al proyecto debido al interés emocional que los habitantes de Horta poseen por el barrio y por la necesidad que han manifestado de activar el espacio de forma cultural y abierto a la población. Siendo, por tanto, una iniciativa que realmente surge desde el propio barrio, se espera una participación del 50% dentro de las edades comprendidas entre los 18 años y +85, siendo un total de 12.257 personas (245.140€ anuales en el año 2025) y aumentando un 5% cada año respectivamente.

Por otro lado, en relación con las **actividades**, se ha acotado cada público objetivo de las actividades y hecho un porcentaje para extraer, desde una óptica realista, cuánta afluencia se obtendrá el primer año aproximadamente. En función a esto, y estableciendo una política de precios (entrada general para los adultos y reducida para menores de 16 años y mayores de 65), se ha estimado el total de los ingresos anuales.

La **tienda** de Vanis i Fulken también aportará ingresos propios, los cuales se han calculado en base a la estimación de que el 11% de los visitantes compran en tienda al finalizar su visita, y partiendo que la media de dinero que la gente gasta en tienda en museos como el MACBA es de 7€. De estos datos, se establece que en el caso de Vanis i Fulken el gasto por visitante oscilará los 3,50€. Los productos de merchandising que se venderán serán copias de fotografías de la colección, postales, imanes, llaveros, tote bags, etc.

Finalmente, para aprovechar el amplio espacio que dispone Vanis i Fulken, y con el objetivo de aumentar los ingresos, se alquilará la sala polivalente, útil para todo tipo de eventos. El precio establecido para el alquiler proviene del ejemplo del Arxiu Fotogràfic de Barcelona, el cual también dispone de una sala polivalente y la ofrece a la ciudadanía por el precio de 300€ la jornada completa.

Justificación de ingresos propios

Concepto	Previsión	Resultado
Entrada general	50% de los residentes en Horta de edad entre 16 y 64 años	16.542 personas
Entrada reducida	80% de los residentes en Horta de edad entre 0 - 16 años y +65 en adelante	9.066 personas
Visitas guiadas	10% de los residentes entre 16 y 65 años	1654 personas
Talleres didácticos	De los trece centros educativos existentes en Horta, contemplamos que vendrán un curso de primaria y otro de secundaria de cada centro. En total, contando que cada uno de ellos está formado por cuatro clases de 25 alumnos aproximadamente, extraemos un total de 2.600 estudiantes. Preveemos el primer año la participación de un 70% de los mismos.	1.820 alumnos / 73 grupos escolares
Otras actividades (collage,	Hemos programado 12 actividades con 15 personas por grupo cuatro veces al año por cada una de ellas debido a que consideramos que la gran afluencia de personas asistirán a las demás actividades y estas, al ser más puntuales, costará más captar al público.	Grupos de 15 personas por actividades
Tienda	Se ha calculado en base a la estadística de que, el 11% de personas que asisten a un museo, compran algo en la tienda (entradas generales + entradas reducidas).	2.068 personas
Cesión de espacios	Debido a la poca oferta de cesión de espacios en Horta, calculamos que aproximadamente nos alquilarán dos veces la sala polivalente al mes.	24 alquileres al año

- Patrocinio

Vanis i Fulken contará con el patrocinio de empresas relacionadas con la fotografía como **Nikon**. La empresa fotográfica, en su página web, defiende que: “Nuestra visión es la de un mundo en que los momentos y recuerdos que usted capture no solo dejen su huella en el momento presente, sino también para las generaciones venideras”. El proyecto defiende la intergeneracionalidad como herramienta para preservar las tradiciones, la cultura y la historia, por lo que ambos proyectos van de la mano y con una filosofía acorde que permite crear una potente colaboración.

En este caso, el patrocinio se verá reflejado en dos eventos: por un lado, en los dos concursos anuales de Vanis i Fulken, cuyo premio será una cámara de Nikon y, por otro lado, en la residencia artística del fotógrafo/a anual en el centro, la empresa Nikon facilitará un curso fotográfico de forma gratuita para el/la residente.

Desglose de datos obtenidos

	AÑOS				
	2025	2026	2027	2028	2029
PRECIOS					
Entrada general	5,00 €	5,00 €	5,00 €	5,00 €	5,00 €
Entrada reducida	3,00 €	3,00 €	3,00 €	3,00 €	3,00 €
Visita guiada	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €	80,00 €
Alquiler de salas	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Amigos Vanis i Fulken	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €	20,00 €
Taller didáctico (centros)	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €	200,00 €
Otras actividades	10,00 €	10,00 €	10,00 €	10,00 €	10,00 €
Tienda	3,00 €	3,00 €	3,00 €	3,00 €	3,00 €
VENTAS					
Entrada general	8.271	12406,5	18609,75	27914,625	41871,9375
Entrada reducida	9.066	13599	20398,5	30597,75	45896,625
Visita guiada	82	123	184,5	276,75	415,125
Alquiler de salas	24	36	54	81	121,5
Amigos de Vanis i Fulken	12.257	14.708,40	17.650,08	21.180,10	25.416,12
Taller didáctico (centros)	73	110	164	246	370
Otras actividades	180	270	405	608	911
Tienda	2.068	3.102	4.652	6.978	10.468

COSTES DIRECTOS

Los costes directos de Vanis i Fulken están relacionados con las actividades que se llevarán a cabo anualmente, las exposiciones, las visitas guiadas, los talleres didácticos y la inauguración. Por tanto, los costes de producción que se contemplan son los materiales consumidos y el personal externalizado principalmente.

Como se pretende aumentar la actividad en función de los años venideros, se prevé un incremento del 5% en dichos costes a excepción de los de inauguración. Por último, en el ejercicio de 2029 se contempla un evento para celebrar el quinto aniversario de la apertura que comportará un incremento.

Estos costes directos totales deben restar a los ingresos para así poder obtener el margen bruto, el cual en el caso del primer año serían 478.973,79€.

Costes Directos	Cantidad / horas	PV UNITARIO	TOTAL
1. Actividades			
DES DELS ULLS DELS PETITS			
Educador	8	40,00 €	320,00 €
Digitalización fotografías	60	15,00 €	900,00 €
VISITAS GUIADAS			
Guía	82	40,00 €	3.280,00 €
TALLER DIDÁCTICO			
Educador	146	40,00 €	5.840,00 €
CONSTRUEIX EL TEU			
Educador	4	40,00 €	160,00 €
Material	4	50,00 €	200,00 €
CONEIX EL TEU BARRI			
Guía	8	40,00 €	320,00 €
Auriculares	100	0,50 €	50,00 €
HORTA CONVERSA			
Ponentes	3	50,00 €	300,00 €
Dinamizador	1	40,00 €	480,00 €
Catering	2	50,00 €	100,00 €
RESIDENCIAS			
Aportación	1	1.000,00 €	1.000,00 €
SUBTOTAL			12.950,00 €
2. Exposiciones			
TEMPORAL			
Adecuación de sala	3	800,00 €	2.400,00 €
PERMANENTE			
Adecuación de sala	2	1.000,00 €	2.000,00 €
Catálogo	2	500,00 €	1.000,00 €
SUBTOTAL			18.350,00 €
3. Inauguración			
Catering	1	100,00 €	100,00 €
Campaña de Comunicación de Preinauguración	1	4.941,42 €	4.941,42 €
Campaña de Comunicación Inauguración	1	3.452,00 €	3.452,00 €
SUBTOTAL			8.493,42 €
TOTAL			39.793,42 €

COSTES INDIRECTOS

Por último, en lo referente a los costes indirectos del proyecto, se incluye el personal, los gastos administrativos, de mantenimiento y de promoción.²⁸ A todo ello se le añade el factor de las amortizaciones, las cuales afectan a la rehabilitación y adecuación del edificio, junto con los materiales para las exposiciones y actividades.

Para los ejercicios de los años siguientes, se contempla un aumento anual del 2% en los sueldos, de un 5% en los gastos administrativos y de mantenimiento, y finalmente, del 1% en los gastos de promoción.

A continuación, estas últimas cifras deben restarse del margen bruto anterior, dando como resultado el BAIT: 0€. Al no haber solicitado ningún préstamo bancario, no se contemplan intereses financieros.

COSTES INDIRECTOS	CANTIDAD	PV UNITARIO	TOTAL
1. Sueldos			
Dirección / gerencia	1	3.250,00 €	39.000,00 €
Departamento de colección	3	7.800,00 €	93.600,00 €
Atención al público	2	3.120,00 €	37.440,00 €
Administrativo	1	1.690,00 €	20.280,00 €
Encargado de comunicación	1	1.820,00 €	21.840,00 €
Soporte de comunicación	1	1.300,00 €	15.600,00 €
Encargado de producción	1	2.600,00 €	31.200,00 €
Técnico audiovisual	1	1.950,00 €	23.400,00 €
Coordinador educativo	1	2.053,82	24.645,84 €
SUBTOTAL			307.005,84 €
2. Gastos administrativos			
Electricidad			3.000,00 €
Agua			0,00 €
Limpieza			17.250,00 €
Telefonía			3.600,00 €
Seguros			1.350,00 €
Programas informáticos			1.360,00 €
SUBTOTAL			26.560,00 €
3. Gastos de mantenimiento			
Mant.			500,00 €
Electricidad			500,00 €
Mant.			500,00 €
Lampistería			500,00 €
M.SC.Incendios			1.500,00 €
Ascensores			1.500,00 €
SUBTOTAL			3.000,00 €
Amortizaciones			144.295,33
TOTAL			480.861,17

²⁸Ver anexo 13.

RESULTADO DEL PRESUPUESTO²⁹

Los presupuestos resultan en el punto muerto de inversión durante los primeros cuatro años, es decir, se alcanza un beneficio igual a cero. De este modo, el museo Vanis i Fulken no obtiene ni pérdidas ni ganancias y el beneficio equivale a los costes.

Sin embargo, a partir de 2029 empieza a dar beneficios por el aumento de visitantes proyectado, que a su vez muchos de ellos se habrán fidelizado, que será mayor que el aumento de costes totales, especialmente los indirectos que aumentan ligeramente. Por tanto, se contempla que a partir del quinto año empezará a producirse un apalancamiento operativo y un aumento de beneficios que se invertirán en las actividades del museo.

VAN Y TIR

El Valor Actual Neto del proyecto Vanis i Fulken calculado con una tasa de interés del 3% y durante un período de cinco años (2024-2029) es de -3.079.226,16€. Este dato determina que el proyecto Vanis i Fulken, teniendo en cuenta la inversión inicial que requiere y que de los cinco años contemplados solo empieza a dar beneficios en 2029, no es rentable durante los primeros años.

²⁹Ver anexo 14.

Por otro lado, la Tasa Interna de Rentabilidad del proyecto en este período es -39% y, por tanto, menos rentable que la tasa de interés. Este porcentaje indica el porcentaje de pérdida que se obtendrá de la inversión inicial contemplando los flujos de caja de estos cinco años.

Ambos datos justifican que Vanis i Fulken no es rentable económicamente durante sus primeros 5 años. Es por ello que se le dota de carácter público y municipal, pues necesita la aportación del Ayuntamiento de Barcelona para su constitución inicial. A partir del quinto año, con el aumento de beneficios también incrementará su rentabilidad.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CASH FLOW	-3.787.500,00 €	144.295,33 €	144.295,33 €	144.295,33 €	144.295,33 €	199.295,33 €

VAN	-3.079.226,16 €
TIR	-36%

Tasa	3%
-------------	----

6. Evaluación

El objetivo principal de este proyecto es **crear un equipamiento cultural público** vinculado a la **comunidad** y a la **fotografía**. Para alcanzarlo, se han planteado tres objetivos específicos: "Ofrecer un espacio donde los usuarios puedan atesorar su legado histórico-cultural", "Construir y preservar la herencia fotográfica de Horta" y "Fortalecer la identidad y la cohesión social del barrio". Se han propuesto varias acciones para la consecución de estos objetivos y para evaluar los resultados, se implementarán distintos mecanismos con sus debidos indicadores. Se medirán utilizando tanto métodos cualitativos como cuantitativos, como son: la **recogida de datos**, las **entrevistas**, los **focus groups** o la **observación**, entre otros. Así pues, cada acción y campaña de comunicación irá acompañada de una evaluación propia:

Acción	Indicador
Precampaña de inauguración	Tasa de éxito de asistencia en la inauguración. Número de apariciones en los medios de comunicación. Número de seguidores en redes sociales y evolución de nuevos seguidores.
Campaña de inauguración	Valoración del evento. Número de apariciones en los medios de comunicación. Número de seguidores en redes sociales y evolución de nuevos seguidores.

Exposiciones	Número de visitantes anuales por cada exposición. Satisfacción de los visitantes con las exposiciones.
Visitas guiadas	Número de visitas guiadas anuales. Satisfacción de los visitantes en las visitas guiadas.
Talleres didácticos para grupos escolares	Índice de cobertura del mercado escolar capital. Satisfacción de los profesores con los talleres.
Podcast. "Veus del barri"	Número de oyentes al mes y evolución de nuevos seguidores. Satisfacción de los oyentes con las temáticas y dinámicas del podcast.
"Des dels ulls dels petits"	Tasa de ocupación de la actividad. Satisfacción de los participantes con la actividad.
"Tú també pots ser fotògraf!"	Número de participantes en la actividad. Satisfacción de los participantes con la actividad.
Jornadas patrimoniales de Horta: "Horta conversa".	Tasa de asistencia a la jornada. Existencia de espacios de diálogos en las actividades.
Residencias. "La fotografia impHorta"	Satisfacción de los usuarios del equipamiento con la exposición resultante de la residencia.
Socios de "Amics de Vanis i Fulken"	Número de socios, evolución y crecimiento anual de nuevos "Amics de Vanis i Fulken".

7. Calendario

AÑO 0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Concurso de arquitectos												
Rehabilitación												
Gestiones burocráticas												
Campaña de preingauración												
AÑO 1												
Inaguración												
Exposición semipermanente												
Exposición temporal												
Visitas guiadas												
Talleres didácticos para grupos escolares												
Podcast. "Veus del barri"	TEMPORADA 1	TEMPORADA 1	TEMPORADA 1	TEMPORADA 2	TEMPORADA 2	TEMPORADA 2	TEMPORADA 3	TEMPORADA 3	TEMPORADA 3	TEMPORADA 4	TEMPORADA 4	TEMPORADA 4
"Des dels ulls dels petits"												
"Tú també pots ser fotògraf!"												
Construeix el teu patrimoni												
Coneix el teu barri												
Jornadas patrimoniales de Horta: "Horta conversa".												
Residencias. "La fotografia impHorta"												
AÑO 2												
Exposición semipermanente												
Exposición temporal												
Visitas guiadas												
Talleres didácticos para grupos escolares												
Podcast. "Veus del barri"	TEMPORADA 4	TEMPORADA 4	TEMPORADA 4	TEMPORADA 5	TEMPORADA 5	TEMPORADA 5	TEMPORADA 6	TEMPORADA 6	TEMPORADA 6	TEMPORADA 7	TEMPORADA 7	TEMPORADA 7
"Des dels ulls dels petits"												
"Tú també pots ser fotògraf!"												
Construeix el teu patrimoni												
Coneix el teu barri												
Jornadas patrimoniales de Horta: "Horta conversa".												
Residencias. "La fotografia impHorta"												

8. Anexos

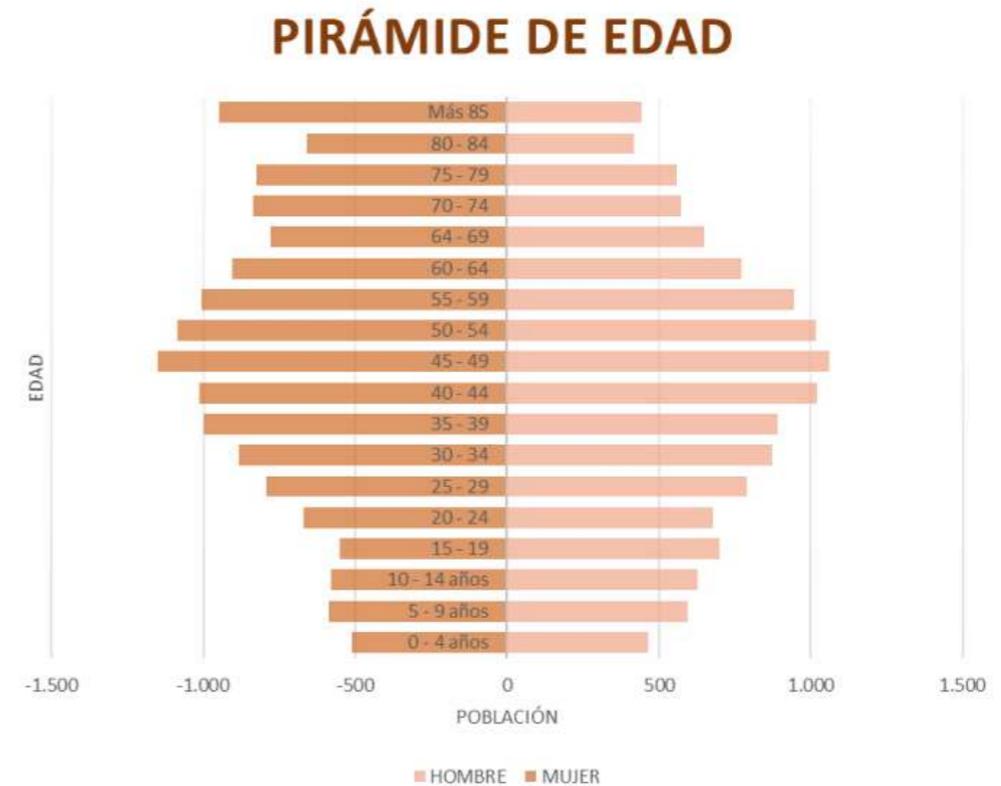
Anexo 1: Cifras oficiales de población (INE).

Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades.
(2022). *Cifras oficiales de población*. Ajuntament de Barcelona.



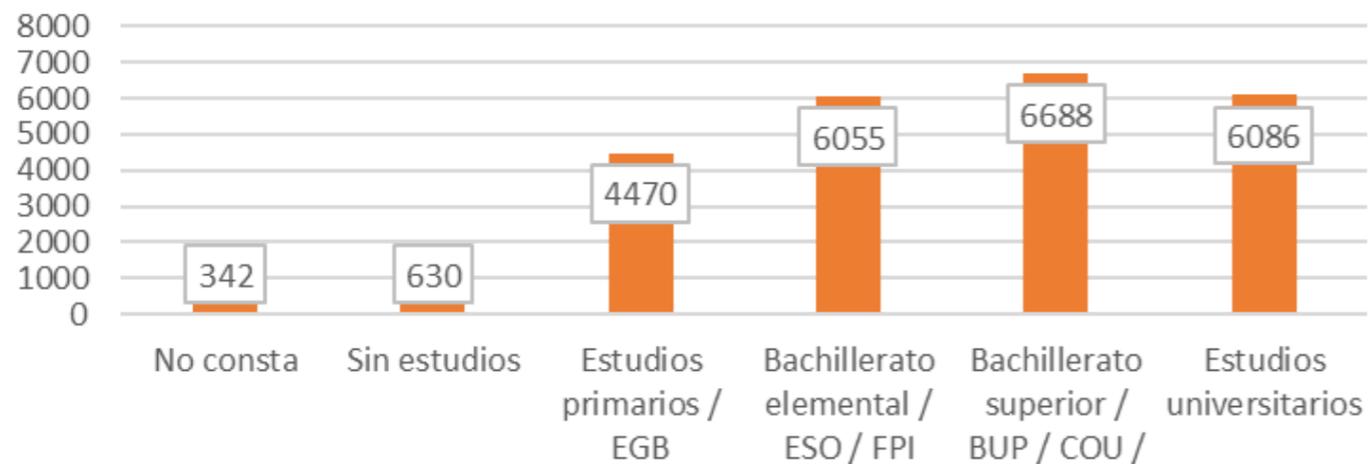
Anexo 2: Pirámide de edad por edad quinquenal.

Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades.
(2022). *Edad quinquenal de la población*. Ajuntament de Barcelona.



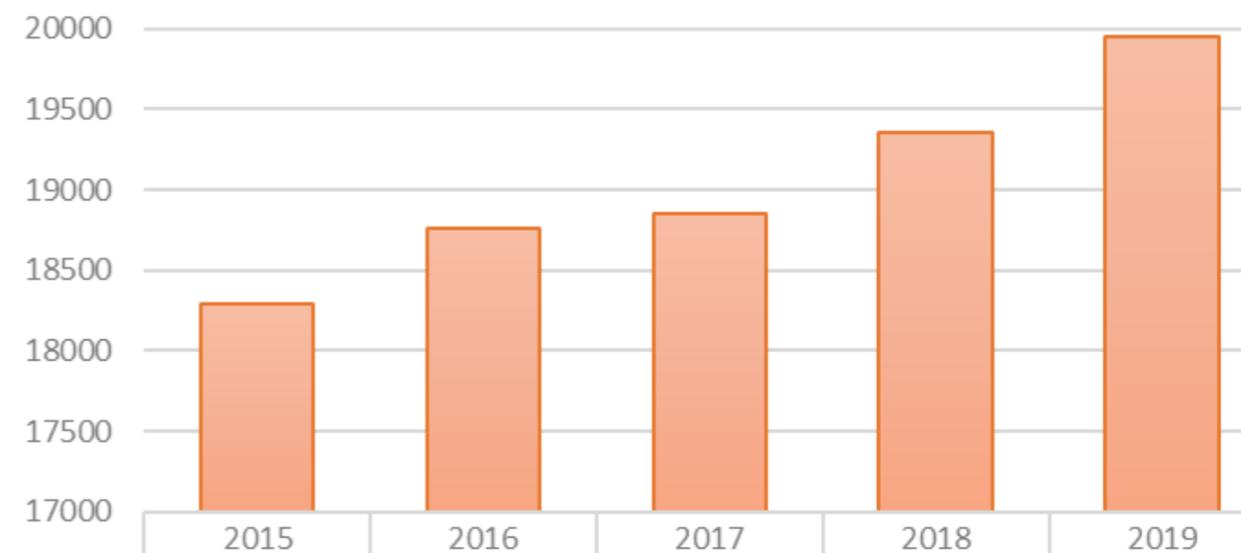
Anexo 3: Nivel de instrucción de la población de Horta

Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2022). *Nivel Académico de la población*. Ajuntament de Barcelona.



Anexo 4: Renta per cápita anual en Horta

Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2019). *Renta Disponible de los Hogares per cápita (€/Año)*. Por barrios. 2015-2019. Ajuntament de Barcelona.



Anexo 5: Evolución de la estimación del paro registrado en Barcelona por barrios y meses.

Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2022).
Evolución de la estimación del paro registrado en Barcelona por barrios y meses.
Ajuntament de Barcelona.

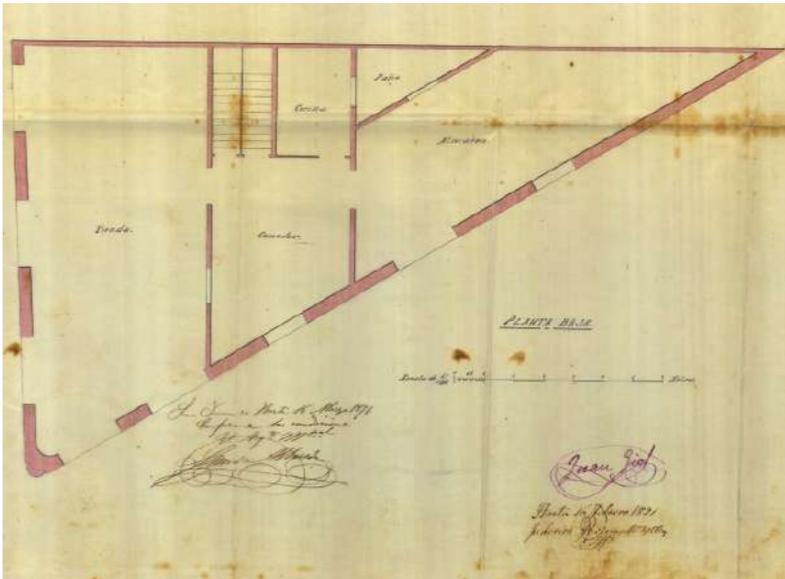
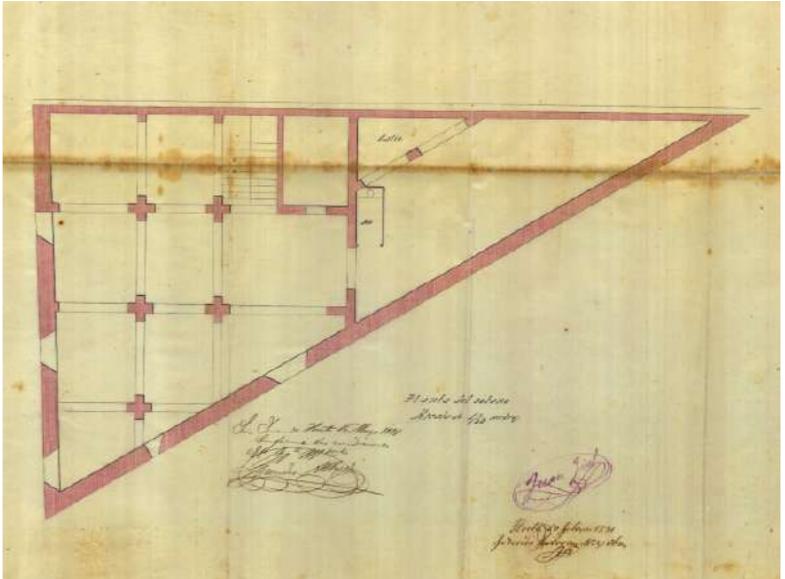
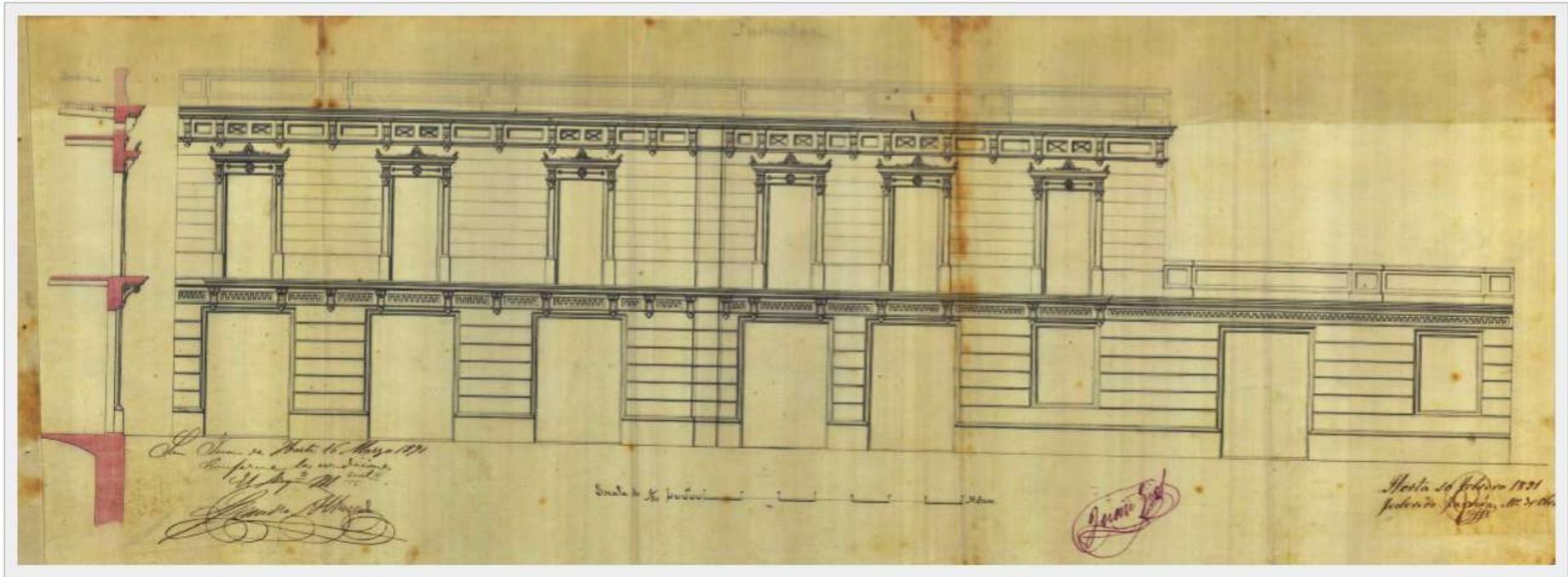


Anexo 6: Listado de equipamientos y asociaciones del barrio de Horta.

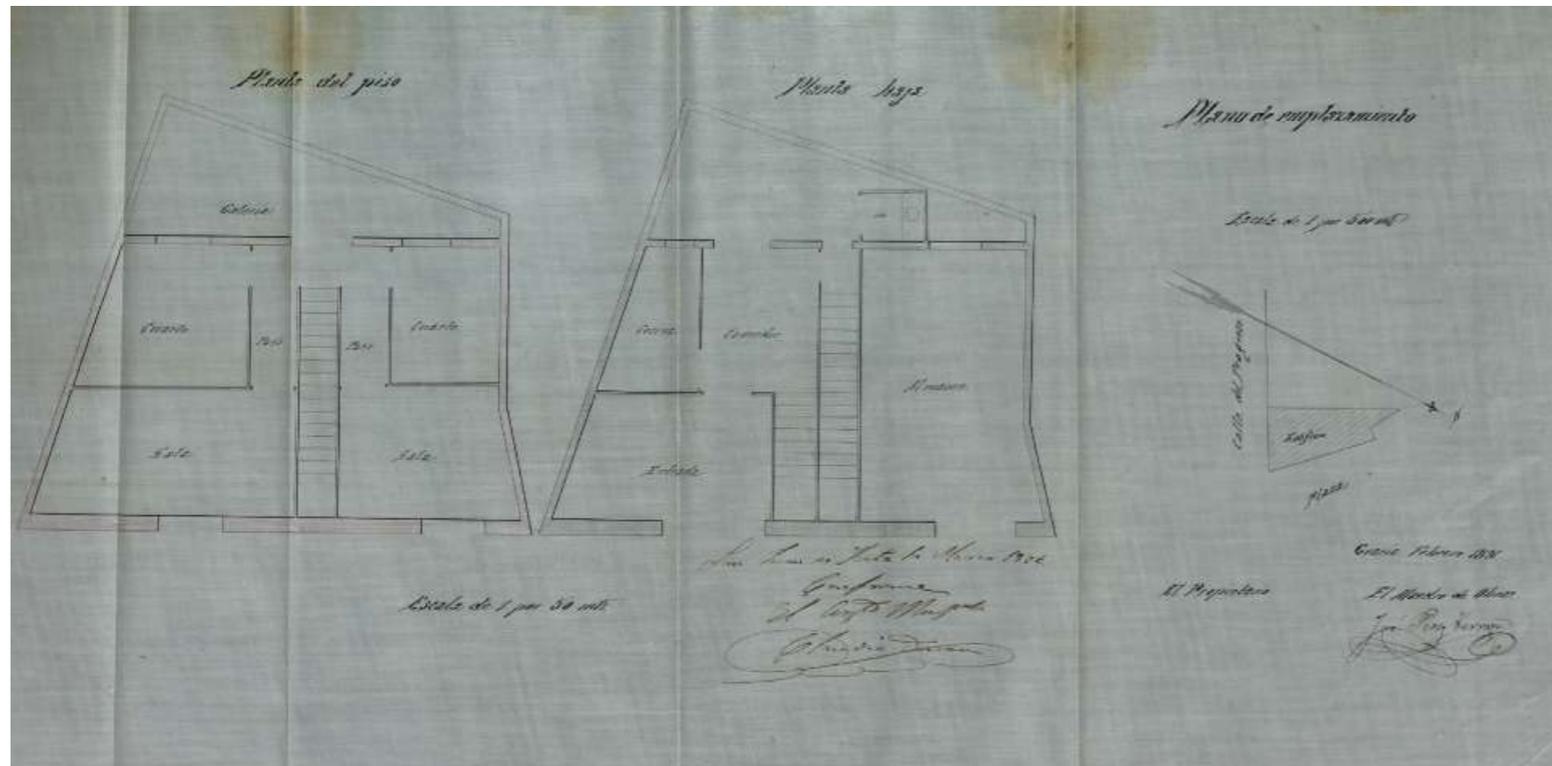


Anexo 7: Planos antiguos del edificio.

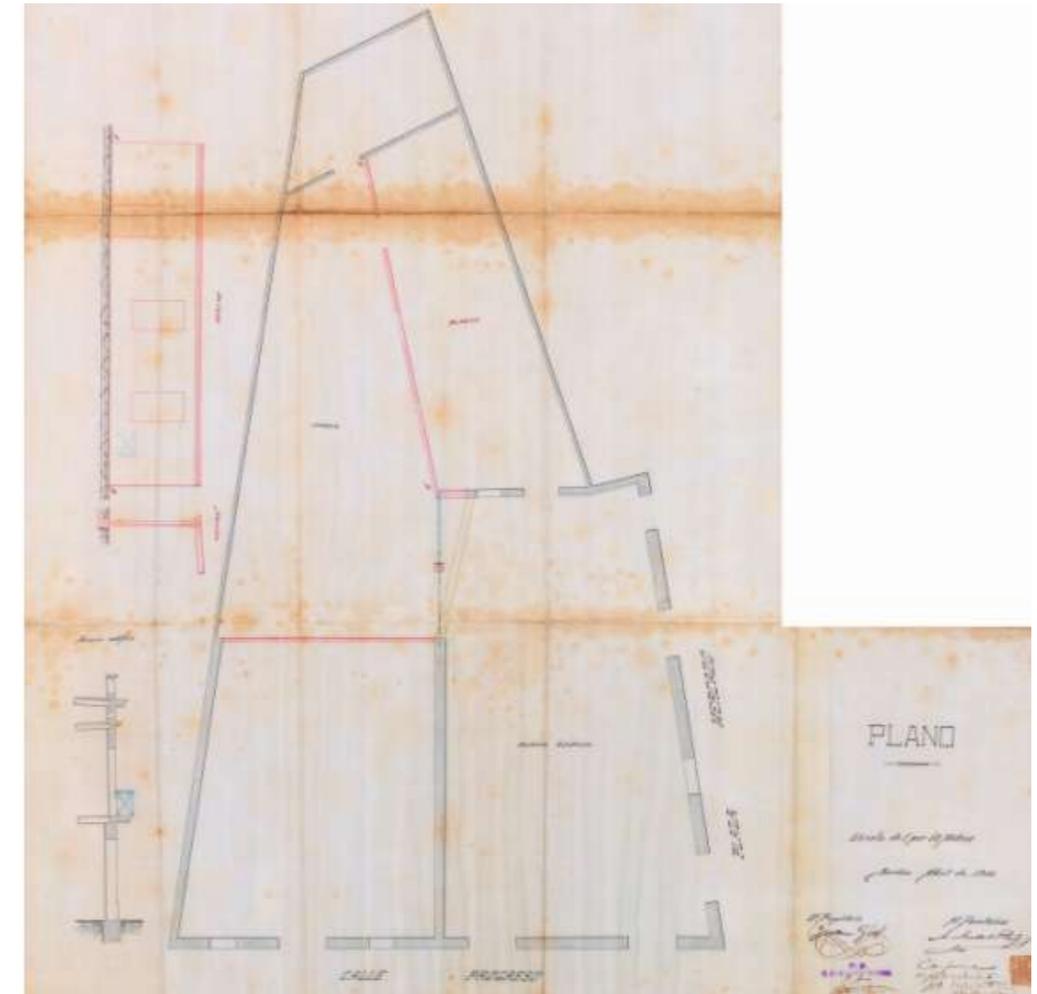
a. Planos de 1891, año de construcción del edificio.



b. Planos de las diferentes fases de ampliación del edificio.

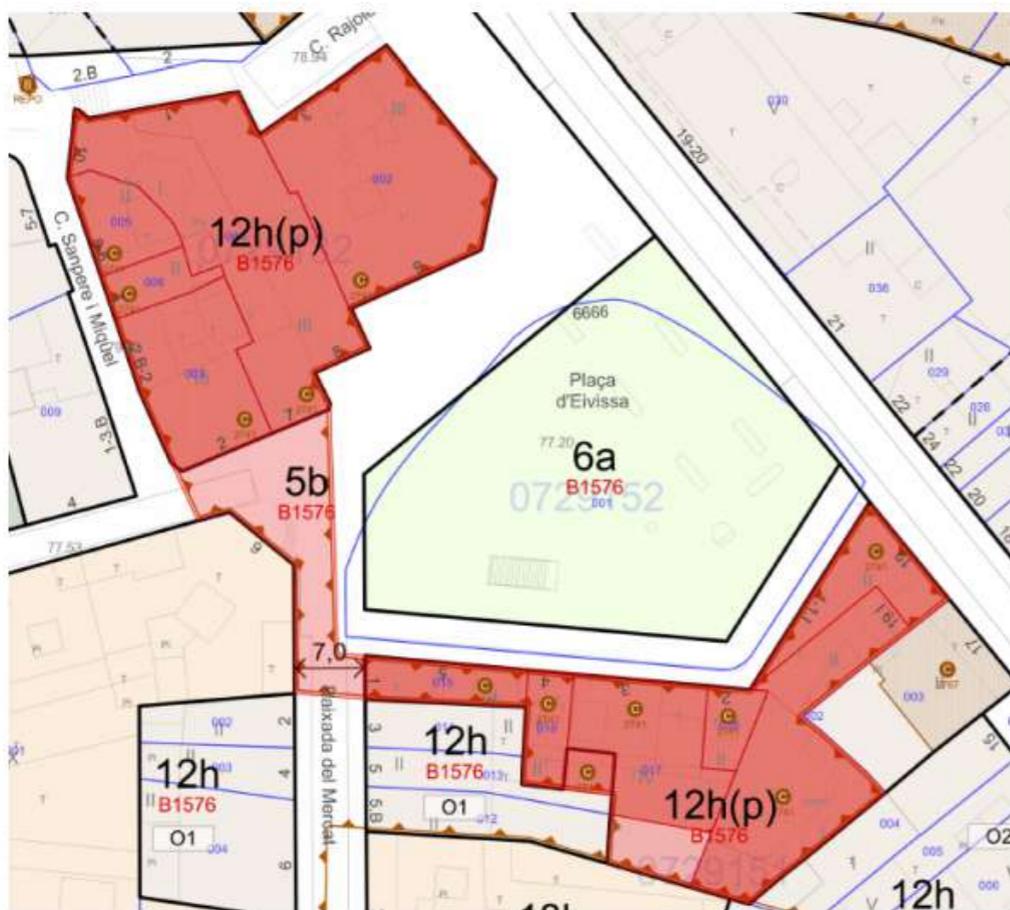


Solicitud de permiso de obras para levantar un piso en el edificio en 1896.

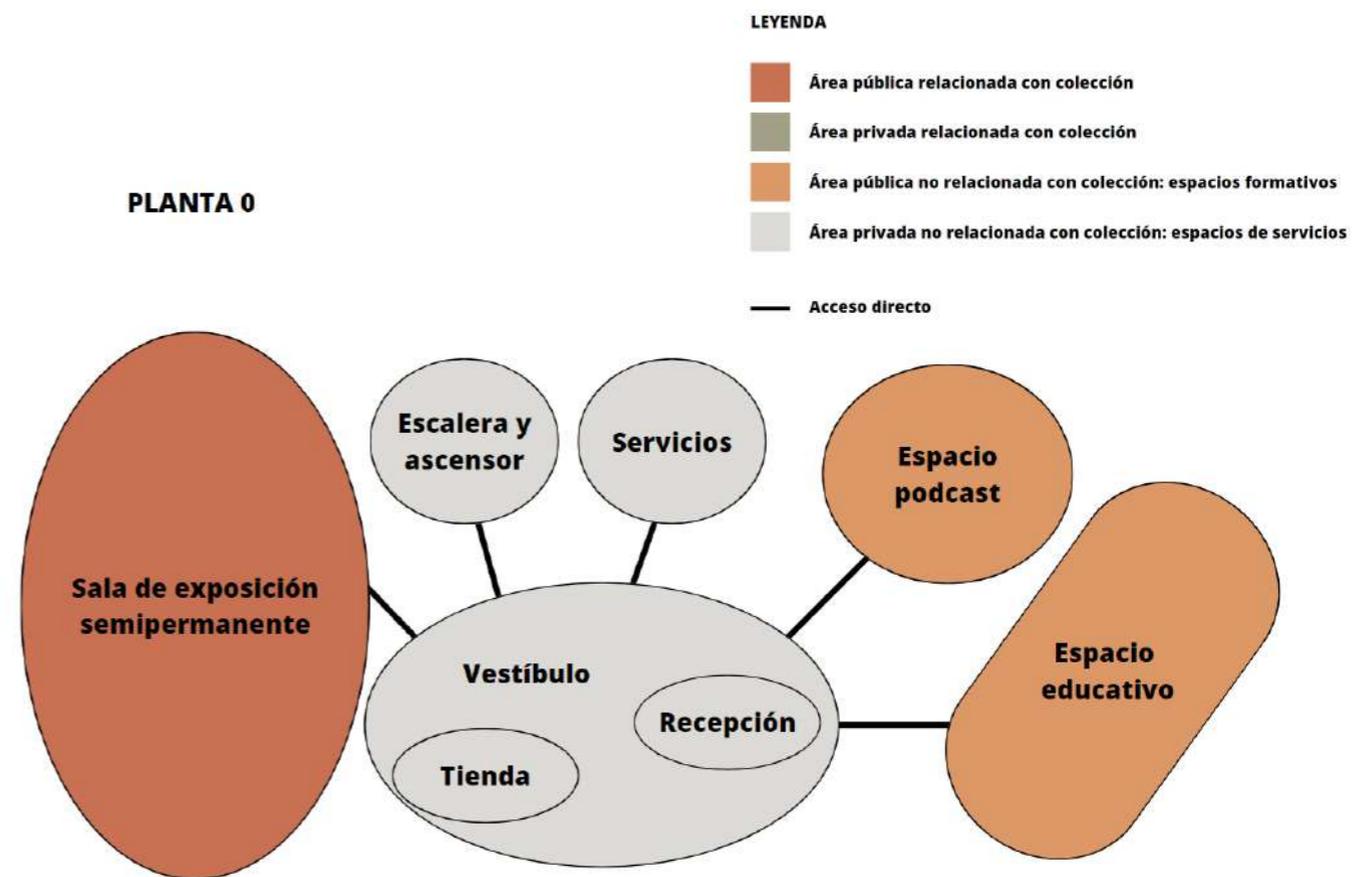


Solicitud de permiso de obras para construir un cubierto en el edificio en 1904.

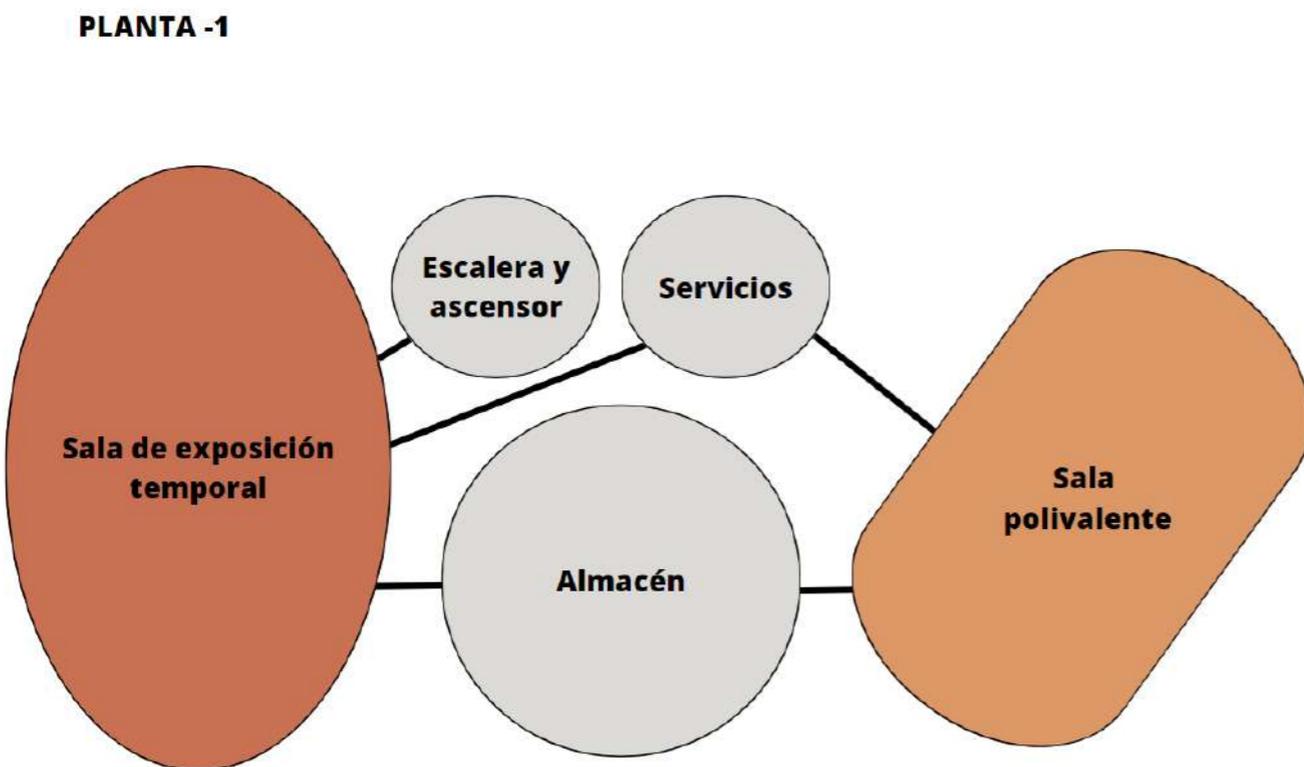
Anexo 8: Catálogo de Patrimonio Histórico-Artístico: Conjunto Plaza Ibiza.



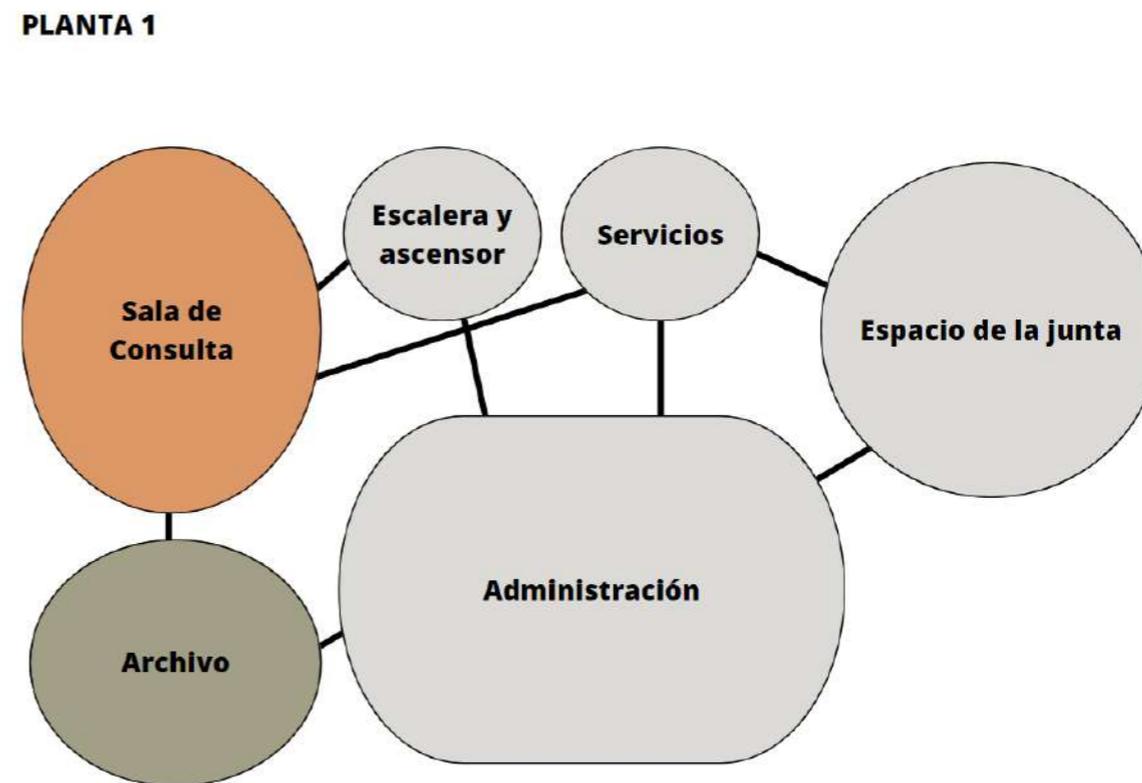
Anexo 9: Organigrama funcional de Vanis i Fulken



Anexo 9: Organigrama funcional de Vanis i Fulken



Anexo 9: Organigrama funcional de Vanis i Fulken



Anexo 10: Acciones de la campaña de preinauguración.

Acción/Título	Descripción	Objetivo	Canal	Públicos
Acción de street marketing	Esta acción se llevará a cabo una semana antes de la inauguración del proyecto, sobre las seis de la tarde, que es una hora con mucha afluencia de personas tanto en los bares como comercios de la plaza. Teatralizar con sonido envolvente el momento en que se produce una fotografía antigua en la fachada de Vanis y Fulken en la que se observa parte del centro para recrear la Plaza Ibiza del siglo XX. Disponer el lugar como en la instantánea, vestir a los integrantes de la familia fotografiada de época, y que estos interpielen a los transeúntes de ese momento, preguntando: "¿Sabe usted dónde queda Vanis y Fulken?" para que se acerquen al lugar. Cuando los actores se posicionan en la fachada del edificio se desplegará un cartel con la fotografía original con el sonido de la fotografía realizándose.	Generar expectación en torno al proyecto que se formula en el edificio.	Offline, en la propia Plaza Ibiza.	Toda la comunidad. Personas activas socialmente alrededor de Plaza Ibiza.
Lona para la fachada mientras se rehabilita el edificio	Durante la rehabilitación del edificio se desplegará una lona para cubrir la fachada, en ella se podrá leer un mensaje, que será el siguiente: ¿Estás preparado para descubrir el patrimonio del barrio? Y también fotografías del barrio antiguas y nuevas en formato collage.	Generar expectación en torno al proyecto que se formula en el edificio.	Offline, en la fachada del edificio.	Toda la comunidad. Personas activas socialmente alrededor de Plaza Ibiza.
"La història del nostre edifici"	Videos en formato cápsula que explique las diferentes etapas de la historia del edificio, pero sobre todo destacando la restauración más actual. Se publicarán dos videos al mes durante tres meses.	Incorporar Vanis y Fulken en el barrio.	Online, a través de redes sociales.	Toda la comunidad. Personas que vivieron el negocio de Vanis y Fulken.
"El negoci explicat per..."	Videos en formato cápsula en las que diferentes personas, ya sean trabajadores de equipamiento cultural y/o personas de la comunidad de Horta, expliquen sobre el antiguo negocio de Vanis y Fulken. Un estilo de video corto, entretenido y con curiosidades. Se publicarán dos videos al mes durante tres meses	Incorporar Vanis y Fulken en el barrio.	Online, a través de redes sociales y la página web del equipamiento.	Personas que vivieron el negocio de Vanis y Fulken.
"Amics de Vanis i Fulken a..."	Se trata de tres conferencias en la que los Amigos de Vanis i Fulken irán al equipamiento cultural y en colaboración con los usuarios de los espacios, se desarrollará un coloquio informal abierto con temáticas relacionadas con Horta, como por ejemplo: los cambios producidos en el barrio, la tradición fotográfica en Horta, la anexión a Barcelona, el proyecto Vanis i Fulken...	Promocionar el proyecto en el tejido cultural del barrio a través de los diferentes equipamientos.	Offline, en tres equipamientos del barrio: Biblioteca Can Mariner, Centro Cívico Matas i Ramis y Lluissos d'Horta.	Usuarios de otros equipamientos culturales.
"Decideix sobre Vanis i Fulken"	Se trata de una iniciativa para redes sociales, los seguidores de Instagram y Facebook a través de las historias podrán escoger algunas pequeñas cosas sobre el proyecto, como por ejemplo: elegir algunas cosas de decoración, carteles, mobiliario, en nombre de las salas... Se publicarán una elección por semana durante los dos últimos meses de la rehabilitación.	Generar expectación en torno al proyecto que se formula en el edificio. Incorporar Vanis y Fulken en el barrio.	Online, las decisiones se harían a través de las encuestas de las historias de las redes sociales.	Toda la comunidad.
"Pròximament: Vanis i Fulken"	Campaña de cartelería cerca de los negocios y locales próximos al edificio, en las que se desvelen progresivamente partes del proyecto. La campaña se desplegará durante tres meses.	Generar expectación en torno al proyecto que se formula en el edificio.	Online (redes sociales y página web) Offline (carteles por el barrio)	Toda la comunidad. Personas activas socialmente alrededor de Plaza Ibiza.
Cuenta regresiva	En el edificio se proyectará un reloj digital con una cuenta regresiva que marcará la inauguración del proyecto. La cuenta atrás se activará una semana antes de la inauguración.	Generar expectación en torno al proyecto que se formula en el edificio.	Offline, en la fachada del edificio.	Toda la comunidad. Personas activas socialmente alrededor de Plaza Ibiza.

Anexo 11: Acciones de la campaña de inauguración.

Acción/Título	Descripción	Objetivo	Canal
"Vanis i Fulken abans i després"	Durante la rehabilitación se contratará un fotógrafo, el cual hará un reportaje de todo el proceso, y en la inauguración habrá una pequeña exposición de estas fotografías. También se harán unos videos en formato cápsula para redes sociales.	Mostrar el nuevo edificio y la rehabilitación que se ha llevado a cabo.	Offline, en la sala de exposiciones semipermanente. Online por las historias de las redes sociales y la página web.
Pasaporte Vanis i Fulken	Se repartirán unos libritos en formato pasaporte durante la inauguración, en los que aparecerán todas las actividades que se desarrollarán durante ese año. Las personas que finalicen el año con una asistencia del 75%, y quede plasmado en el pasaporte, tendrán el carnet de "Amics de Vanis i Fulken" totalmente gratuito al año siguiente.	Promocionar "Amics de Vanis i Fulken" y dar a conocer su implicación en el proyecto.	Offline, en el propio edificio.
"La millor fotografia de la inauguració"	Se desarrollará un concurso durante el evento en el que se animará a las personas a hacer fotografía con las cámaras que proporcionará el propio centro. Estas tendrán que ser de los espacios de Vanis i Fulken, y la mejor será publicada en redes sociales.	Mostrar el nuevo edificio y la rehabilitación que se ha llevado a cabo.	Online, por redes sociales y página web.
"Que farem aquest trimestre?"	Se trata de unos grandes paneles que se pondrán en el vestíbulo del edificio en el que se mostrarán todas las actividades programadas durante el trimestre.	Dar a conocer la totalidad del proyecto.	Offline, en vestíbulo del edificio.
"Coneix als treballadors de Vanis i Fulken"	Será una pequeña exposición en la que habrá fotografías del equipo humano y la Junta de gobierno del museo con breves biografías a modo de curiosidades.	Dar a conocer la totalidad del proyecto. Promocionar "Amics de Vanis i Fulken" y dar a conocer su implicación en el proyecto.	Offline, en la sala de exposiciones temporal.
"La breu història de l'equipament"	Videos en formato cápsula en el que se explique todo el proceso de creación del proyecto, desde la propuesta hasta ese mismo evento.	Dar a conocer la totalidad del proyecto. Promocionar "Amics de Vanis i Fulken" y dar a conocer su implicación en el proyecto.	Offline, serán videos que se proyecten en diferentes salas del equipamiento, como si fuera una ruta. Online, estos videos se alojarán en la página web.
"Fes-te Amic del teu museu!"	Campaña de cartelería en la que se promocionan las ventajas de ser parte de "Amics de Vanis i Fulken".	Promocionar "Amics de Vanis i Fulken" y dar a conocer su implicación en el proyecto.	Offline, en el edificio.

Anexo 12: Cronograma de las campañas de comunicación.

Acción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6 Inauguración	Mes 7
<u>Acciones de la preinauguración</u>							
Acción de street marketing					Producción	Desarrollo	Evaluación
Lona para la fachada mientras se rehabilita el edificio	Producción	Desarrollo	Desarrollo	Desarrollo	Desarrollo	Evaluación	
“La història del nostre edifici”	Producción	Producción	Desarrollo (dos videos)		Desarrollo (dos videos)	Desarrollo (dos videos)	Evaluación
“El negoci explicat per...”	Producción	Desarrollo (dos videos)	Producción	Desarrollo (dos videos)	Desarrollo (dos videos)	Evaluación	
“Amics de Vanis i Fulken a...”	Producción	Desarrollo	Producción	Desarrollo	Evaluación	Desarrollo	Evaluación
“Decideix sobre Vanis y Fulken”				Producción	Desarrollo (cuatro elecciones)	Desarrollo (cuatro elecciones)	Evaluación
“Pròximament: Vanis y Fulken”		Producción	Producción	Desarrollo	Desarrollo	Desarrollo	Evaluación
Cuenta regresiva						Producción Desarrollo	Evaluación
<u>Acciones de la inauguración</u>							
“Vanis i Fulken abans y després”	Contratación y producción por parte del fotógrafo	Producción de la exposición	Desarrollo	Evaluación			
Pasaporte Vanis i Fulken				Producción	Producción	Desarrollo	Evaluación
“La millor fotografia de la inauguració”						Desarrollo	Evaluación
“Que farem aquest trimestre?”					Producción	Desarrollo	Evaluación
“Coneix als treballadors de Vanis i Fulken”				Producción	Producción	Desarrollo	Evaluación

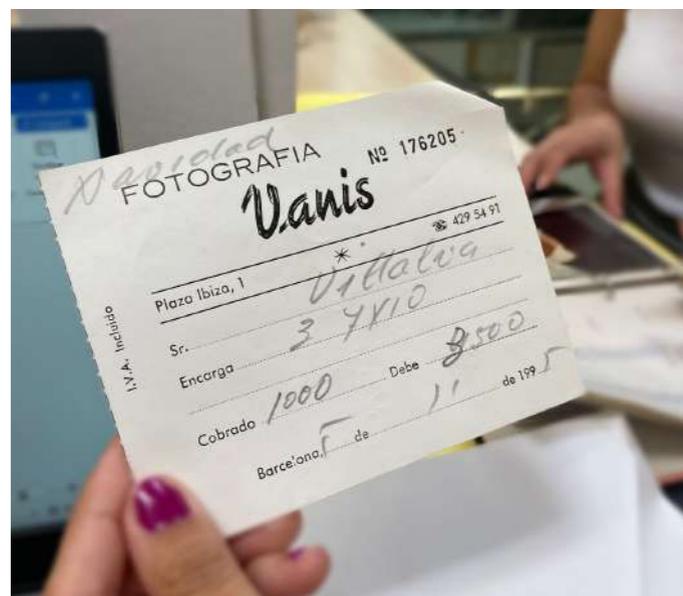
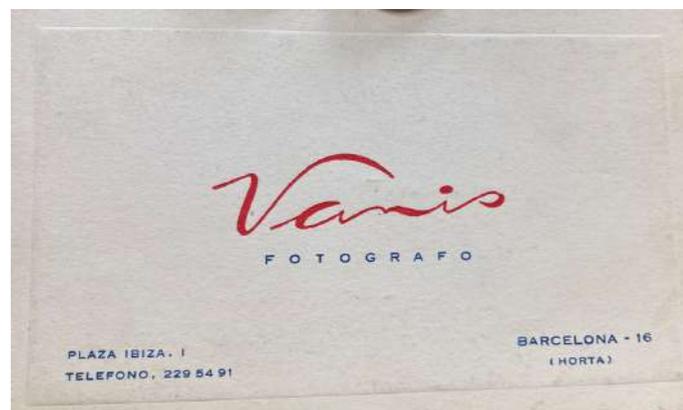
Anexo 13: Presupuesto de Comunicación

COSTES INDIRECTOS	CANTIDAD	PV UNITARIO	TOTAL
1. Sueldos			
Dirección / gerencia	1	3.250,00 €	39.000,00 €
Conservadores (x3)	3	7.800,00 €	93.600,00 €
Atención al público	2	3.120,00 €	37.440,00 €
Administrativos	1	1.690,00 €	20.280,00 €
Encargado de comunicación	1	1.820,00 €	21.840,00 €
Soporte de comunicación	1	1.300,00 €	15.600,00 €
Encargado de producción	1	2.600,00 €	31.200,00 €
Técnico audiovisual	1	1.950,00 €	23.400,00 €
Coordinador educativo	1	2.053,82	24.645,84 €
SUBTOTAL			307.005,84 €
2. Gastos administrativos			
Electricidad			3.000,00 €
Agua			0,00 €
Limpieza			17.250,00 €
Telefonía			3.600,00 €
Seguros			1.350,00 €
Programas informáticos			1.360,00 €
SUBTOTAL			26.560,00 €
3. Gastos de mantenimiento			
Mant. Electricidad			500,00 €
Mant. Lampistería			500,00 €
M.SC.Incendios			500,00 €
Ascensores			1.500,00 €
SUBTOTAL			3.000,00 €
Amortizaciones			144.295,33
TOTAL			480.861,17

Anexo 14: Presupuesto total

	AÑOS				
	2025	2026	2027	2028	2029
INGRESOS					
Entrada general	41.355,00 €	62.032,50 €	93.048,75 €	139.573,13 €	209.359,69 €
Entrada reducida	27.198,00 €	40.797,00 €	61.195,50 €	91.793,25 €	137.689,88 €
Visita guiada	6.560,00 €	9.840,00 €	14.760,00 €	22.140,00 €	33.210,00 €
Alquiler de salas	7.200,00 €	10.800,00 €	16.200,00 €	24.300,00 €	36.450,00 €
Amics de Vanis i Fulken	245.140,00 €	294.168,00 €	353.001,60 €	423.601,92 €	508.322,30 €
Taller didáctico (centros)	14.600,00 €	21.900,00 €	32.850,00 €	49.275,00 €	73.912,50 €
Otras actividades	1.800,00 €	2.700,00 €	4.050,00 €	6.075,00 €	9.112,50 €
Tienda	6.203,01 €	9.304,52 €	13.956,77 €	20.935,16 €	31.402,74 €
Aportación municipal	168.711,20 €	142.294,20 €	110.964,39 €	58.709,56 €	40.000,00 €
INGRESOS TOTALES	518.767,21 €	593.836,22 €	700.027,01 €	836.403,01 €	1.079.459,60 €
COSTES					
COSTES DIRECTOS					
Gastos de actividades	12.950,00 €	19.425,00 €	29.137,50 €	43.706,25 €	65.559,38 €
Gastos de exposición	18.350,00 €	27.525,00 €	41.287,50 €	61.931,25 €	92.896,88 €
Inauguración	8.493,42 €	x	x	x	10.904,21 €
Total costes directos	39.793,42 €	46.950,00 €	70.425,00 €	105.637,50 €	169.360,46 €
Margen bruto	478.973,79 €	546.886,22 €	629.602,01 €	730.765,51 €	910.099,14 €
COSTES INDIRECTOS					
Personal	307.005,84 €	368.407,01 €	442.088,41 €	530.506,09 €	636.607,31 €
Gastos de mantenimiento	8.000,00 €	12.000,00 €	18.000,00 €	27.000,00 €	40.500,00 €
Gastos administrativos	1.360,00 €	2.040,00 €	3.060,00 €	4.590,00 €	6.885,00 €
Gastos de promoción	18.312,62 €	20.143,88 €	22.158,27 €	24.374,10 €	26.811,51 €
Amortizaciones	144.295,33 €	144.295,33 €	144.295,33 €	144.295,33 €	144.295,33 €
Total costes indirectos	478.973,79 €	546.886,22 €	629.602,01 €	730.765,52 €	855.099,15 €
GASTOS TOTALES	518.767,21 €	593.836,22 €	700.027,01 €	836.403,02 €	1.024.459,61 €
BAIT	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	55.000,00 €
RESULTADO	0 €	0 €	0 €	0 €	55.000 €
CASH FLOW	144.295,33 €	144.295,33 €	144.295,33 €	144.295,33 €	199.295,33 €

Anexo 15: Visita al Arxiu de Nou Barris - Roquetes

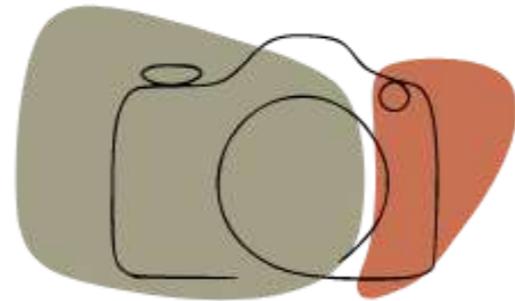


9. Bibliografía

- Ajuntament de Barcelona. (Noviembre, 2015). Acta de Consell de Barri d'Horta. *Consell de Barri d'Horta*, Barcelona, España. https://ajuntament.barcelona.cat/horta-guinardo/sites/default/files/acta_cb_horta_amb_annexos_16112015.pdf
- Ajuntament de Barcelona. (Noviembre, 2019). Acta del consell de Barri d'Horta. *Consell de Barri d'Horta*, Barcelona, España. https://ajuntament.barcelona.cat/horta-guinardo/sites/default/files/plenari/actes/acta_cb_horta_21112019_r_0.pdf
- Archivo Municipal de Distrito Horta-Guinardó. (s.f.). *¿Qué documentación conservamos?* Ajuntament de Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/arxiumunicipal/es/archivos-municipales-de-distrito-2/horta-guinardo/que-documentacion-conservamos>
- Área de Derechos Sociales, Justicia Global, Feminismos y LGTBI. (s.f.). *Rehabilitar es ahorrar con los fondos NextGen*. Ajuntament de Barcelona. <https://www.habitatge.barcelona/es/servicios-ayudas/rehabilitacion/rehabilitar-es-ahorrar-con-los-fondos-nextgen>
- Arxiu Fotogràfic de Barcelona (s.f.). *¿Quiénes somos?* Ajuntament de Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/arxiumunicipal/arxiufotografic/es/node/6770>
- Avella, L. (2004). *Manual de Gestión Comunitaria*. Confecámaras. https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00M1ZF.pdf
- Candidatura d'Unitat Popular. (Noviembre, 2015). Acta de la trobada de lluites pel patrimoni d'Horta-Guinardó. *Trobada de lluites pel patrimoni d'Horta-Guinardó*, Barcelona, España. http://horta-guinardo.cup.cat/sites/default/files/actalluitespatrimoni_20151029.pdf
- Contel, J.M. (s.f.). *Grupo Fotográfico de Horta*. Ajuntament de Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/horta-guinardo/es/conozca-el-distrito/historia/episodios-historicos/grupo-fotografico-de-horta>
- Cosialls, R. (2023, 6 marzo). La finca catalogada Can Vanis agonitza en espera que algú pagui un lloguer de 9.800 euros. *betevé*. <https://beteve.cat/societat/can-vanis-agonitza-espera-lloguer-9800-euros/>
- Decidim.Barcelona. (Abril, 2018). *Adquisició de l'Edifici Vanis de Plaça Eivissa*. Ajuntament de Barcelona. <https://www.decidim.barcelona/processes/pam/f/8/results/5132%20/>
- Decidim.Barcelona. (Noviembre, 2018). *Equipament a plaça d'Eivissa, 1*. Ajuntament de Barcelona. <https://www.decidim.barcelona/processes/pam/f/8/results/5132%20/>
- Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2016). *Por tipo de discapacidad*. Ajuntament de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Estadistiques_per_territori/Barris/Societat_i_condicions_de_vida/Persones_amb_reconeixement_legal_discapacitat/a2016/t303.htm

- Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2019). *Renta Disponible de los Hogares per cápita (€/Año). Por barrios. 2015-2019.* Ajuntament de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Estadistiques_per_territori/Barris/Economia/Renda_disponible_llars/T012.htm
- Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2021). *Edad por grandes grupos de edad. De la población por barrios.* Ajuntament de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Estadistiques_per_territori/Barris/Poblacio_i_demografia/Poblacio/Xifres_oficials_poblacio/a2021/ine08.htm
- Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2021). *Nacionalidad. De la población por barrios.* Ajuntament de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Estadistiques_per_territori/Barris/Poblacio_i_demografia/Poblacio/Xifres_oficials_poblacio/a2021/ine17.htm
- Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2022). *Cifras oficiales de población.* Ajuntament de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Estadistiques_per_territori/Barris/Poblacio_i_demografia/Poblacio/Xifres_oficials_poblacio/index.htm
- Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2022). *Edad quinquenal de la población.* Ajuntament de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Estadistiques_per_territori/Barris/Poblacio_i_demografia/Poblacio/Padro_municipal_habitants/a2022/cp05.htm
- Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2022). *Evolución de la estimación del paro registrado en Barcelona por barrios y meses.* Ajuntament de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Estadistiques_per_territori/Barris/Treball_i_teixit_productiu/Atur_registrat/Evolucio/bcnbar.htm
- Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2022). *Nivel Académico de la población.* Ajuntament de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Estadistiques_per_territori/Barris/Poblacio_i_demografia/Poblacio/Padro_municipal_habitants/a2022/cp24.htm
- Departament d'Estadística i Difusió de Dades. Oficina Municipal de Dades. (2022). *Sexo.* Ajuntament de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/estadistica/castella/Estadistiques_per_territori/Barris/Poblacio_i_demografia/Poblacio/Padro_municipal_habitants/a2022/cp01.htm
- El Museo del Barrio. (s.f.). *History & Mission.* <https://www.elmuseo.org/history-mission/>
- Fernández, J. (2013). *La Ponte, un proyecto de ecomuseo para Santo Adriano (Asturias): hacia un modelo de gestión comunitaria del patrimonio cultural.* *Revista Cuadernu*, 1, p. 7-22. https://laponte.org/wp-content/uploads/2019/12/Cuadernu_articulo_1-fernandez.pdf
- Fundación Julio Muñoz Ramonet. (s.f.). *Historia.* Ajuntament de Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/fundaciojuliomunozramonet/es/el-legado.php>

- Generalitat de Catalunya. (22 de mayo de 2023). *Pla Nacional de Fotografia*. <https://cultura.gencat.cat/ca/departament/plans-i-programes/ambit-sectorial/pla-nacional-fotografia/>
- George Eastman Museum. (s.f). *About*. <https://www.eastman.org/about>
- George Eastman Museum. (s.f.). *Restoration & Construction*. <https://www.eastman.org/restoration-construction>
- Horta-Guinardó. (s.f.). *La situació de Horta*. Ajuntament de Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/horta-guinardo/es/conozca-el-distrito/historia/la-situacion-de-horta>
- Institut de Cultura de Barcelona. *Alquiler de Espacios*. Ajuntament de Barcelona. <https://ajuntament.barcelona.cat/lloguerespais/es/preus>
- Ixtacuy, O. (2001). Estrategias de la gestión comunitaria. *ECOfronteras*, 13, p.13-16. https://ecosur.repositorioinstitucional.mx/jspui/bitstream/1017/968/1/0000350331_documento.pdf
- jo també sóc del barri d' Orta, o d' Horta. (s.f.). Inicio [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 20 de junio de 2023 de https://www.facebook.com/groups/119706060113?locale=ca_ES.
- López, J.M. & de Dios, J. (2017). La Gestión Comunitaria Como Factor de Desarrollo Local: Lineamientos para el Diseño de un Modelo de Gestión. *Acta Parroquial*, 1(1), p. 55-56. <http://revistas.unellez.edu.ve/index.php/apuroquia/article/view/75>
- Martín, C. (2021). Les cases Giol a Horta. *EL POU, publicació del Grup d'Estudis de la Vall d'Horta i la Muntanya Pelada*, 11, p. 25-29. <https://raco.cat/index.php/ELPOU/article/view/399616>
- Museu de Favela. (s.f.). *Home*. <https://www.museudefavela.org/>
- Museu d L'Hospitalet. (s.f.). *Orígenes y creación*. http://www.museulh.cat/112278_2.aspx?id=2
- Museum Amsterdam Noord. (s.f.). *About us*. <https://museumamsterdamnoord.nl/>
- Navajas, O. (2012). Ecomuseos y Ecomuseología en España. *Revista de Museología*, 53, p. 55-75. https://www.academia.edu/12112566/Ecomuseos_y_Ecomuseolog%C3%ADa_en_Espa%C3%B1a
- Portal d'informació urbanística (s. f.). *Catàleg de patrimoni arquitectònic*. Ayuntamiento de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/informaciourbanistica/cerca/service//Impressio/DetallElementUrbanistic/2741/--/--/cp?idioma=ca&format=json§ions={%22denominacio%22:1,%22dades_generals%22:1}
- Sants-Montjuïc. (s.f.). *Hace 124 años que Sants es Barcelona*. Ajuntament de Barcelona. https://ajuntament.barcelona.cat/sants-montjuic/es/noticia/hace-124-anos-que-sants-es-barcelona_1060216#:~:text=El%2020%20de%20abril%20de,y%20Sant%20Mart%C3%AD%20de%20Proven%C3%A7als.
- Todas las fotografías recogidas en este trabajo son de los diferentes fondos del Arxiu Municipal del Districte d'Horta-Guinardó.



VANIS i FULKEN
Fem fotografia, fem barri.