

## AMPLIANT ELS PÚBLICS CULTURALS. NOVES APORTACIONS I PERSPECTIVES

### PRESENTACIÓ

Aquest curs té com a objectius principals dotar d'eines metodològiques els assistents per tal d'ampliar els públics culturals i arribar a tots els sectors de la població del municipi, tot determinant què funciona i què no a l'hora d'atraure nous públics als esdeveniments culturals. Igualment, vol establir les aportacions més rellevants a l'hora d'ampliar públics, tot fomentant la inclusió i la cohesió social, amb la consegüent implicació de l'oferta cultural. També es volen abordar noves experiències en l'àmbit de l'ampliació de públics i la participació, amb exemples de bones pràctiques municipals, així com analitzar la importància de les xarxes socials en l'ampliació de públics, bo i remarcant quines xarxes són les més idònies per a cada objectiu. Per últim, també es vol distribuir els públics per sectors amb una estratègia clara per a cada àmbit d'edat, tenint en compte a més els condicionaments socials i econòmics de cada sector.

D'aquesta manera es tractaran qüestions com el concepte de públic cultural, la definició de la proposta de valor adreçada als públics (tot delimitant i cercant públics a partir de la identificació de les seves necessitats i la realitat de l'entorn local), i la formació i el desenvolupament de públics actius, amb la mirada posada en el màrqueting transaccional, el relacional i col·laboratiu. Però també es tractaran aspectes com el coneixement i atracció de públics no actius i es presentaran bones pràctiques i instruments en matèria de desenvolupament i gestió de públics, amb la participació de diversos professionals del sector.

Aquest curs presenta algunes novetats respecte a les edicions habituals. Es tracta d'un curs que cerca aprofundir en aquesta qüestió i que compta amb el suport d'un entorn Moodle que permetrà una interacció més gran entre els participants i els docents, amb entorns virtuals que facilitaràn l'aprenentatge i l'intercanvi d'informació. També s'han creat unes tutories per seguir el treball dels participants de més a prop i establir un contacte molt més personalitzat. Al mateix temps cada participant realitzarà un treball sobre els públics, que comptarà amb el seguiment i el suport dels dos docents. En l'apartat de bones pràctiques també es tindrà el suport de diversos professionals que exposaran la seva visió sobre la qüestió.

### PROGRAMA

2 de febrer

10'00 – 12'00 **El concepte de públic cultural**

**Concepte i rol del públic:** Orígens i factors que determinen el concepte de públic en les seves diverses tipologies.

**Segmentació del públics:** Identificació de segments i variables objectives i subjectives que els determinen.

**Docent:** Taína López

9 de febrer

10'00 – 12'00 **La definició de la proposta de valor dirigida als públics**

**Concepte de proposta de valor:** Què és la proposta de valor, com es formula (model CANVAS i mapa de valor) i com es connecta amb els públics establerts com a objectiu.

**L'anàlisi de necessitats:** Delimitar i cercar els públics a partir de la identificació de les seves necessitats i la realitat del seu entorn local.

**Docent:** Taína López

16 de febrer

10'00 – 12'00 **La formació i desenvolupament de públics actius**

**Desenvolupament i ampliació de públics actius:** Finalitats i estratègies generals en la gestió dels públics actius; gestió d'interessos, hàbits, capital cultural i implicació.

**Comunicació i propostes metodològiques del màrqueting:** Màrqueting transaccional (diversitat de canals de comunicació tradicional i massiva), màrqueting relacional (comunicació personalitzada i reducció de la distància entre oferta i destinatari), màrqueting col·laboratiu (consumidors actius, influencers, mediadors i ambaixadors).

**Innovació en comunicació:** Captació del talent local en processos col·laboratius de comunicació basats en models de governança participativa i racionalització de la despesa comunicativa.

**Docent:** Jaume Colomer

23 de febrer

10'00 – 12'00 **El coneixement i l'atracció de públics no actius**

**Identificació i creació d'interessos i hàbits culturals:** Lògiques i factors que expliquen la diversitat i formació d'interessos i hàbits culturals. Incorporació de públics amb demanda latent i creació d'interès en persones sense interessos culturals. Entorns de creació d'interessos (escoles, famílies, etc.).

**Públics com a comunitat de valor:** Els públics com a grups amb interessos i necessitats compartides, autogestionats i atrets per factors de pertinença.

**Docent:** Jaume Colomer

## 2 de març

10'00 – 12'00 Bones pràctiques i instruments en matèria de desenvolupament i gestió de públics amb ponents convidats i la moderació de **Taina López**. Saber fer, serveis i metodologies per convertir dades en coneixement útil en matèria de gestió, desenvolupament i creació de públics.

## 9 de març

10'00 – 11'30 **Sessió grupal per comentar el desenvolupaments dels treballs**

**Docent: Taina López**

El curs inclourà també treball virtual i tutories, amb la següent distribució:

\*Treball virtual i autònom de l'alumne. Esborrany de la proposta de valor de l'oferta cultural del participant, amb una durada de 3'30 hores. La tasca es podrà elaborar a partir de la sessió 2.

\*Tutories a partir del 10 de febrer:

-10 minuts per alumnes **a demanda**; l'alumne ha de concertar hora amb la tutora per aclarir dubtes sobre el treball d'elaboració d'un esborrany de proposta de valor.

-1h. 30 minuts en sessió grupal el 9 de març amb tots els assistents al curs, per compartir impressions i aprofitar els aprenentatges i solucions trobades en el desenvolupament del treball realitzat pels companys i companyes. Els alumnes que vulguin participar-hi disposaran de 20 minuts per aclarir dubtes i qüestions relatives al treball.

## **Equip docent:**

**Taina López Cruz**, Consultora i professora en l'àmbit de la gestió de la cultura. Llicenciada en arts escèniques per l'Escuela Nacional de Arte Teatral de l'Instituto Nacional de Bellas Artes (Llicenciatura en Actuació - Mèxic), Postgrau en Gestió i producció d'espectacles per la Universitat de Barcelona i Màster en Polítiques Culturals i Desenvolupament per la Universitat de Girona. Té més de 20 anys d'experiència en el sector de la cultura.

És professora a la Universitat Oberta de Catalunya i dissenyadora i docent de diverses formacions dirigides a agents culturals. La seva trajectòria docent inclou serveis per a entitats de recerca i formació com la Càtedra UNESCO de Polítiques Culturals i Cooperació de la Universitat de Girona, la Fundació Paco Puerto de CCOO i l'Organització d'Estats Iberoamericans, entre altres. Ha publicat principalment materials docents per diversos organismes i articles en l'àmbit de la gestió, la cultura i el desenvolupament, així com el llibre (escrit conjuntament amb amb Alfons Martinell), *Políticas culturales y gestión cultural. Organum sobre los conceptos clave de la práctica profesional* (2008).

Com a gestora cultural, ha gestionat projectes finançats per l'Agència Espanyola de Cooperació per al Desenvolupament, la Fundació Carolina, la UNESCO o les Nacions Unides, així com nombroses administracions locals i nacionals i entitats de l'àmbit artístic, principalment del sector de les arts escèniques.

**Jaume Colomer**, Consultor cultural. Llicenciat en Filosofia i Lletres. Ha estat professor associat de Teoria i Història de l'Educació de la Universitat de Barcelona, on ha impartit les assignatures Gestió

Cultural (Grau d'Educació Social), Estudi de públics i polítiques de programació (Màster Oficial en Gestió Cultural) i Pedagogia de l'Oci.

Anteriorment ha estat gerent de l'empresa Tres per 3, dedicada a la producció i exhibició d'espectacles teatrals a Barcelona i director de Serveis d'Educació, Cultura i Cooperació de l'Ajuntament de Sabadell (1996-1999), com també ha tingut diferents responsabilitats directives a les Àrees de Joventut, Assumptes Socials i Esports de l'Ajuntament de Barcelona.

És autor de diverses publicacions sobre cultura i educació, i col·laborador habitual de la revista *Artez*. En *Quaderns Gescènic* ha publicat: *La gestió de les arts escèniques en temps difícils*, juntament amb Jordi Sellas (2007), *Màrqueting de les arts escèniques. Creació i desenvolupament de públics* (2009). Les seves últimes obres publicades són: *Guia legal i financera de les arts escèniques a Espanya* (Institut Autor, 2012) i *La formació i gestió de públics escènics en una societat tecnològica* (Fundació Autor, 2013).

*Organització:* Àrea de Cultura - Centre d'Estudis i Recursos Culturals

*Data:* 2, 9, 16, 23 de febrer, 2 i 9 de març

*Durada:* 15 hores (tot incloent tres hores i mitja per a la realització del treball)

*Inscripció:* gratuïta

*Adreçada a:* Tècnics municipals de cultura

Curs Online  
Plataforma utilitzada: Zoom

*Informació:* Centre d'Estudis i Recursos Culturals  
Montalegre, 7  
08001 Barcelona  
Tel. 93.402.23.19  
Fax.93.402.25.77  
E-mail: [solerhj@diba.cat](mailto:solerhj@diba.cat)  
[www.diba.cat/cerc](http://www.diba.cat/cerc)