



EUROPA CREATIVA

Subprograma Cultura

Período 2014-2020

Europa Creativa Desk – Oficina Cultura España

Sesión informativa sobre el desarrollo de Audiencias

Festival L'Alternativa. Barcelona, 17 de noviembre 2014





Presentación

Europa Creativa:

- Nuevo enfoque y desafíos
- Objetivos generales y específicos

Subprograma Cultura:

- Novedades
 - Criterios generales de selección
 - Capítulos
-
- Oficinas Europa Creativa- Cultura



Nuevos desafíos

- La existencia de un **mercado cultural fragmentado** por la diversidad lingüística, que al mismo tiempo supone una diversidad que la UE debe salvaguardar
- Un espacio complejo que demanda **facilitar el acceso** a los artistas y las obras culturales – un impulso a la creación de redes culturales europeas
- La brecha digital cambia las formas de hacer, distribuir y consumir cultura – aprovechar esta oportunidad para implicar a las **audiencias como participantes activos**
- Necesidad de un mayor rigor y sistematización en la **recopilación y comparación de datos** estadísticos, estudios y evaluaciones
- Acceso a los **préstamos bancarios** – nuevo sistema de financiación para las PYMEs del sector cultural. Diálogo con las instituciones financieras para valorar los aspectos intangibles de la cultura



Objetivos

- **Salvaguardar y promover la diversidad cultural y lingüística europea**
- **Promover la competitividad de los sectores culturales y creativos para impulsar el crecimiento inteligente, sostenible e integrador**
- Apoyar al sector para **operar transnacionalmente** (redes, **internacionalización** de carreras, nuevos modelos de negocio)
- Promover la **movilidad y circulación** transnacional de obras y operadores culturales (incluyendo giras y eventos internacionales, apoyo a la traducción literaria)
- Desarrollar la formulación de políticas
- Reforzar al capacidad financiera del sector
- Llegar a nuevos públicos de Europa y el resto del mundo



Nueva estrategia



Estrategia EUROPA 2020



Desarrollo de Audiencias

- Es una nueva prioridad de Europa Creativa.
Enfocado a:
- Que los artistas y profesionales de la cultura y sus obras lleguen a tantas personas como sea posible en Europa.
- Ampliar el acceso de las obras culturales a grupos infrarrepresentados.
- Ayudar a las organizaciones culturales a adaptarse con nuevos métodos innovadores de interactuar con el público, con el fin de **consérvalo, diversificarlo y construir nuevos públicos y audiencias, mejorando su relación con ellos** y con la experiencia del público actual y futuro.



Desarrollo de Audiencias

- El enfoque de desarrollo de audiencias juega un importante papel en la evaluación de la calidad de los proyectos y en la contribución a los objetivos y prioridades del programa.
- Es necesario desarrollar una estrategia y para ello debemos responder a preguntas como:
 - ¿Por qué?:
Cuáles son los motivos para trabajar sobre el desarrollo de audiencias.
 - Necesidad Económica
 - Un obligación impuesta por los financiadores.
 - La convicción de la organización sobre la importancia de esta dimensión para el desarrollo del proyecto.
 - ¿Cuál?:
Cuál es el objetivo del desarrollo de audiencias para el proyecto.
 - ¿Ampliar la audiencia (atraer a más público con el mismo perfil que el público actual)?
 - ¿Diversificar la audiencia (atraer a un público con diferente perfil que el público actual)?
 - ¿Profundizar en la relación actual con el público (creando una mejor experiencia para el público actual, ayudándoles a entender mejor la complejidad de nuestro trabajo)?



Desarrollo de Audiencias

- ¿Quién?
 - ¿Tiene identificados a su público objetivo actual?
 - ¿Qué nuevos públicos objetivos desea alcanzar y por qué?
 - ¿Realiza investigaciones sobre audiencias y no-audiencias y en el caso de respuesta negativa, por qué?
- ¿Cómo?
 - ¿Está el desarrollo de audiencias integrado completamente en el proyecto?
Tiene una estrategia explícita?
 - ¿Cómo pretende desarrollar las audiencias?
 - ¿Implicándoles en la programación, en la creación o por medio del crowdfunding?
 - Desarrollando alianzas con otros sectores u otras organizaciones culturales?
 - A través del Voluntariado.
 - ¿Cómo va a atraer a nuevas audiencias?
 - ¿Tiene empleados que están asignados específicamente a tareas de desarrollo de la audiencias?
 - ¿Tiene formación en desarrollo de audiencias para su personal?
 - ¿Va a evaluar el progreso y el éxito de su desarrollo de audiencias?



Criterios de concesión:

elemento transversal

- Relevancia (35 pts)

El criterio evalúa cómo el proyecto contribuirá al reforzamiento de la profesionalización del sector y a su capacidad de operar transnacionalmente, a promover la circulación transnacional de obras culturales y creativas, la movilidad de artistas y mejorar el acceso a las obras culturales y creativas.

- Calidad del contenido y actividades (25 pts)

Este criterio evalúa como el proyecto será implementado en la práctica (calidad de las actividades y de los resultados, experiencia del personal encargado de los proyectos y estrategias de trabajo).

- Identificación de públicos objetivos.
- ¿Existe una estrategia de desarrollo de audiencias clara y convincente?

- Comunicación y difusión (20 pts)

Este criterio evalúa el enfoque del proyecto con respecto a la comunicación de sus actividades y resultados y a la puesta en común de los conocimientos y experiencias con el sector, más allá de las fronteras. El objetivo es maximizar el impacto de los resultados, haciéndolos posible, de la manera más amplia, a nivel local, regional, nacional y europea, de forma que lleguen más allá de aquellos implicados directamente en el proyecto y que tengan un impacto más allá de la vida del proyecto.

- Calidad del partenariado (20 pts)

Este criterio evalúa en qué forma la organización y la coordinación del proyecto garantizarán la implementación efectiva de las actividades y contribuirán a su sostenibilidad.



5 Consejos útiles




“Nosce te ipsum”: Conoce bien a tu público (perfiles y tipologías) y piensa en nuevas audiencias acordes con la misión y objetivos de tu organización

¿Tienes una Carta para los Reyes Magos?: ¡No vale con desear, necesitas una buena planificación y metodología!

- ✓ El evaluador descartará tu propuesta si no justificas bien el Cómo
- ✓ No des nada por sentado (ej: entradas gratuitas \Rightarrow éxito de público)

Innova en las propuestas: busca nuevas localizaciones, formatos, enfoques

Innova en la comunicación

- ✓ No te limites a los canales tradicionales (ej. Flyer +web= evaluador )

- ✓ **Aprovecha las redes sociales como recursos para relacionarte y obtener feedback de tu público**

Recuerda: Nuevo rol del público = Actor + diseñador + critico de tus propuestas

Y luego no te olvides de ellos....



- ✓ Evalúa y haz un seguimiento para valorar el impacto de tu proyecto y para fidelizar a tu público



Oficinas Europa Creativa- Cultura en Europa

- Información y apoyo técnico a operadores e instituciones.

Canales y servicios de la Oficina nacional:

- Documentación actual disponible en nuestra web:
<http://www.mecd.gob.es/culturaec>
- Atención personalizada
- Servicio RSS para conocer las novedades del programa
- Sesiones informativas
- Difusión y apoyo al tejido asociativo: bases de datos nacionales y transeuropeas, redes sociales, talleres formativos
- Canal multimedia “Programas Europeos” de la Secretaría de Estado de Cultura en youtube



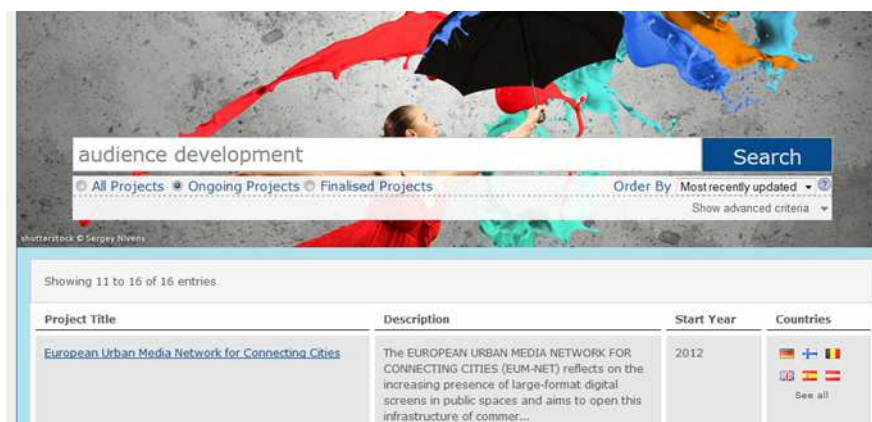
Casos de estudio

- Museo Thyssen Bornemizsa (ES)
- Educa Thyssen: Programas de educación e inclusión social enfocados a la diversificación de audiencias que facilitan la participación (social media, proyectos para adolescentes), el aprendizaje (profesorado, adolescentes, personas con discapacidad) y la comunicación con otras instituciones (NGOS, empresas, colegios, etc.)
- Zona Joven: Dirigido a edades entre 12 y 15 años (grupos de 25 jóvenes). Perspectiva sobre la creatividad artística. Fomento de las discusiones y uso de redes sociales (Facebook, Twitter and YouTube). Actividades “noches en el museo” (una tarde por mes).
- Red de Públicos: Dirigido a grupos con especiales necesidades (discapacitados, personas con riesgo de exclusión social, etc.). Cooperación con otras instituciones



Enlaces de interés

Nueva plataforma de difusión de proyectos beneficiarios
<http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/projects/>



Publicaciones:

➤ **European Audiences. 2020 and Beyond**

<http://bookshop.europa.eu/en/european-audiences-pbNC3112683/>

➤ **Access of young people to culture**

<http://bookshop.europa.eu/en/access-of-young-people-to-culture-pbNC0113224/>

➤ **La construcción de audiencias y el futuro de Europa Creativa**

<http://www.eenc.info/news/report-audience-building/>



¡MUCHAS GRACIAS!

Europa Creativa Desk – Oficina Cultura España
Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Subdirección Gral. de Cooperación Cultural con las CCAA

Plaza del Rey, 1 - 28004 Madrid

Tfno: +34 917017115

E-mail: europacreativa.cultura@mecd.es

<http://www.europacreativa.es>

Síguenos en:

