

## Motivacions i obstacles per assistir a esdeveniments culturals i artístics

Publicat per [Centre d'Informació i Documentació](#) [1] el 23/01/2015 - 13:45 | Última modificació: 11/12/2015 - 15:58



### [National Endowment for the Arts](#) [2]

Segons aquest nou estudi, les persones assisteixen a concerts, representacions teatrals i exposicions per: 1) Per socialitzar amb els amics o amb la seva família; 2) Per aprendre coses noves; 3) Per viure una experiència artística; 4) Per participar dins la seva comunitat.

I les que no assisteixen ho fan per: 1) Manca de temps; 2) Preus massa elevats; 3) Problemes d'accessibilitat; 4) No tenir ningú amb qui anar-hi.

A partir d'aquests resultats, els autors de l'estudi recomanen:

- Motivar els seus clients i oferir-los l'oportunitat de socialitzar-se entre ells i amb la organització abans o després de l'esdeveniment bé sigui a través de compartir coneixements, transformar les seves activitats en esdeveniments i recordar-los que formen part d'una comunitat amb qui s'han de relacionar més enllà del seu treball.
- Com que moltes vegades la manca de temps és sinònim de manca d'interès, cal despertar la curiositat del públic mitjançant la generació de vincles entre els seus interessos i el que l'organització els pot oferir.
- Sovint les organitzacions artístiques estableixen els preus de les seves entrades o productes sense considerar si aquests preus són assumibles pel seu públic objectiu. És per això que cal preguntar als consumidors i ajustar els preus en conseqüència o crear ofertes especials per als nous públics. Segons els autors, el públic fidel comprendrà perfectament que amb aquests esforços es facilita la participació a nous espectadors o visitants.
- Les dificultats d'accés sovint va molt relacionada amb la solitud d'alguns no-públics. Cal que les organitzacions ajudin aquestes persones a superar aquests obstacles. Segons els autors, es tracta d'un esforç que es poden veure recompensats a mig o llarg termini. En aquest sentit, recomanen crear clubs per a persones soles (per diferents grups d'edat) per tal d'afavorir les trobades entre elles. O també crear un servei de transport (amb l'ajuda de voluntaris) per facilitar el desplaçament de les persones que ho puguin necessitar.

Segons els autors de l'estudi, sempre hi ha solucions per als obstacles i barreres. Només cal explorar-les i posar-les en pràctica.



PDF [When Going Gets Tough: Barriers and Motivations Affecting Arts Attendance](#) [3]

[Inicia sessió](#) [4] o [registra't](#) [5] per enviar comentaris

**Categories:** Pràctiques culturals i públics

**Categories:** Gestió cultural

**Categories:** Arts visuals

**Categories:** Arts escèniques i musicals

**Etiquetes:** creació de públic

**Etiquetes:** fidelització de públics

**Etiquetes:** Estats Units d'Amèrica

**Etiquetes:** compromís

- [6]

**URL d'origen:** <http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2015/motivacions-per-assistir-esdeveniments-culturals>

**Enllaços:**

[1] <http://interaccio.diba.cat/members/centre-dinformacio-documentacio>

[2] <http://arts.gov/>

[3] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E150005.pdf>

[4] <http://interaccio.diba.cat/>

[5] <http://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[6] <http://interaccio.diba.cat/node/5593>