

Audience Explorations: Guidebook for hopefully seeking the audience

Publicat per [Centre d'Informació i Documentació](#) [1] el 04/11/2016 - 11:10 | Última modificació: 04/11/2016 - 11:27



[IETM International Network for Contemporary Performing Arts](#) [2]

El **desenvolupament de públics** és un concepte de difícil definició, depenent de l'òptica de les persones i de contextos diferents, fins i tot dins d'una mateixa organització. Molts artistes i professionals de l'esfera cultural, a més, miren aquest terme amb recel, com si es tractés d'un sinònim de retorn de la inversió.

L'IETM publica aquesta guia per convidar el sector a **aprofundir en el món dels públics, què signifiquen** i repensar el seu desenvolupament d'una forma propera amb la ciutadania, tot i evitant aportar solucions màgiques per augmentar la presència de públics, però **oferint eines i suggerint accions** a dur a terme per connectar millor amb ells, en relació als valors i missions de cada projecte.

La primera part d'aquesta publicació pretén ajudar a definir el terme «públics», admetent que existeix certa problemàtica a l'hora de trobar una única definició i que, en tot cas, aquesta seria canviant, tal i com ho és el comportament dels individus.

Tot seguit, repassa els contextos que influencien tot treball amb els públics, com les tendències polítiques, culturals o econòmiques, destacant el paper de l'administració i del que l'autor anomena la «mà invisible», el mercat, amb els reptes i problemes que això genera.



Es destaca el fet que les **estratègies de fidelització de públics** no **emanen** ni dels artistes o professionals del sector cultural ni dels mateixos públics, sinó que ho fan a partir **dels interessos dels actors polítics**, amb la debilitat que això suposa, car afronten assumptes polítics, esperant un canvi social i aquests dos mons estan ben lluny.

Per últim, un cop superades les pressuposicions i la manca d'informació fiables sobre la gestió de públics, **proposa una sèrie d'alternatives per fer front a la insatisfacció dels espectadors** atrapats en aquest triangle «arts/estat/mercat», a partir de la revisió de diverses teories i pràctiques que qüestionen les formes habituals d'entendre la creació i el desenvolupament de públics.

Si esteu interessats en la gestió de les arts escèniques, des de la vessant més internacional i la seva relació amb els nous mitjans o la sostenibilitat, l'IETM us ofereix tota una sèrie de manuals pràctics de lliure accés, al seu lloc web: <https://www.ietm.org/en/publications> [3]

PDF [Audience Explorations: Guidebook for hopefully seeking the audience](#) [4]

HTML [Audience Explorations: Guidebook for hopefully seeking the audience](#) [5]

[Inicieu sessió](#) [6] o [registreu-vos](#) [7] per a enviar comentaris

Categories: Pràctiques culturals i públics

Categories: Gestió cultural

Categories: Creativitat, innovació i Tics

Categories: Arts escèniques i musicals

Etiquetes: fidelització de públics

Etiquetes: mercat

Etiquetes: creació de públic



Etiquetes: guia

Etiquetes: espais escènics

Etiquetes: públics

Etiquetes: participació cultural

- [8]

URL d'origen: <http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2016/audience-explorations>

Enllaços:

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

[2] <https://www.ietm.org/>

[3] <https://www.ietm.org/en/publications>

[4] http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/audience_explorations.pdf

[5] <https://www.ietm.org/en/publications/audience-explorations-guide-book-for-hopefully-seeking-the-audience>

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

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

[8] <http://interaccio.diba.cat/node/6759>