

Evolución de los públicos de las organizaciones culturales y su gestión. Informe Observatorio de la Cultura

Published by [Interacció](#) [1] on 19/06/2013 - 13:54 | Last modification: 11/12/2015 - 14:57



La Fundació Contemporània ha presentat els resultats de l'Observatorio de la Cultura corresponent al primer semestre de 2013. Atès que el nou programa de la Comissió Europea de finançament cultural Europa Creativa per al període 2014-2020 estableix com a prioritat estratègica el desenvolupament de públics, l'informe d'aquest semestre analitza alguns aspectes relacionats amb l'evolució dels públics de les organitzacions artístiques i culturals i la seva gestió.

L'informe és el resultat d'una enquesta de quinze preguntes formulades a un panel d'experts i professionals del sector cultural. Els resultats de les respostes es presenten segmentats segons dos criteris: el caràcter públic o privat de la organització i la seva tipologia (museus, espectacles, edició i centres).

Els principals resultats han estat els següents:

- Els museus són les organitzacions que més han augmentat els seus públics (6,9%), mentre que els espectacles són els que experimenten un major descens (4,8%);
- La meitat dels enquestats declaren que l'augment de l'IVA ha tingut un efecte molt negatiu per a les seves organitzacions, especialment per al sector espectacles;
- El públic paga de mitjana un 31,8% del cost de l'oferta cultural. En un 55,7% de les respostes, l'aportació del públic és menor al 20% i només el 28,4% supera el 50%. Hi ha una gran diferència entre el sector públic i privat, en el primer l'aportació mitjana del públic és del 17% i en el segon del 48,3%;
- Segons els enquestats, els patrocinis privats i les ajudes públiques, a parts iguals, haurien d'assumir el 61% del cost de l'oferta cultural. El públic hauria d'assumir el 39% restant. Tots coincideixen en la necessitat d'una nova llei de mecenatge, i en millorar l'educació dels públics perquè valorin millor l'oferta cultural i estiguin disposats a pagar més per ella;
- Els programes de fidelització de públics s'han desenvolupat més en el sector públic (69,2%) que en el privat (45%). Són menys comuns els programes d'amics (45,7% habitualment), els que més els apliquen són els museus (68,8%). Només un 17,3% de les organitzacions fan servir de manera regular el micromecenatge per al finançament de projectes;
- La gran majoria (83%) consideren que no existeix un conflicte de competència de preus entre l'oferta pública i la privada;
- Per fer front a la crisi i a les retallades pressupostàries i per mantenir el volum d'activitat i assistència de

públics, la majoria d'organitzacions han optat per: ajustar les despeses internes, intensificar coproduccions i projectes compartits i programar activitats menys cares;

- Un 67% de les organitzacions declara treballar activament en el desenvolupament de públics (un 73,8% són del sector públic i un 60,5% del privat). Destaquen els museus (83,3%) en el desenvolupament d'aquesta pràctica;
- Per al 66% dels enquestats l'objectiu principal d'aquesta estratègia és arribar a nous segments de públics. Un 48,9% volen aconseguir una major assistència del seu públic actual, mentre que només a un 24,5% els interessa conèixer les preferències del públic a l'hora de programar;
- Només un 43,7% d'organitzacions afirmen comptar amb personal preparat per treballar de manera efectiva el desenvolupament de públics. Un 63% valorarien rebre formació específica més que recórrer a l'assessorament extern (ho fa un 27,4%). La majoria (75,9%) reconeix no disposar d'informació estadística suficient i útil sobre el seu sector;
- Un 57% mesura sistemàticament els seus públics (66,7% en el sector privat davant un 46,7% en el públic). Només el 34,8% fan anàlisis de mercats de manera regular (20% en el sector públic i un 50% en el privat);
- El 75,6% d'organitzacions mantenen bases de dades actualitzades dels seus públics registrats i el 81,4% les fa servir per a l'enviament d'informació periòdica. Són pràctiques minoritàries la sol·licitud al públic de l'avaluació de les activitats (35,3%) i la consulta dels seus interessos per a la programació (31,6%).
- L'ús de la tecnologia està molt estès pel que fa a l'enviament de butlletins (78,3%), ús de xarxes socials (86,4%) i blocs i webs participatives (76,7%). En canvi, només un 16% aprofita aquest recurs per realitzar enquestes en línia.

PDF [Observatorio de la cultura. Primer semestre de 2013. Análisis de resultados](#) [2]

[Inicia sessió](#) [3] o [registra't](#) [4] per enviar comentaris

Tags: consum

Tags: estructura de mercat

Tags: participació

Tags: públic

- [5]

Source URL: <https://interaccio.diba.cat/en/CIDOC/blogs/2013/06/19/evolucion-de-los-publicos-de-les-organizaciones-culturales-y-su-gestion-informe-obs>

Links:

[1] <https://interaccio.diba.cat/en/members/interaccio>

[2] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E130130.pdf>

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

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

[5] <https://interaccio.diba.cat/node/3987>