FUTURA
Herramientas para una cultura en movimiento

ENCUADRE

El confinamiento ha demostrado el esfuerzo realizado por las instituciones, gestores y proyectos culturales a la hora de mantener activas sus propuestas culturales. El Covid-19 ha acelerado la transformación digital y marca un antes y un después en el campo de la gestión cultural, abriendo un horizonte desde el que reflexionar e indagar creativamente sobre nuevos formatos híbridos y conexiones entre lo presencial y lo virtual. El reto de incorporar la perspectiva de los públicos se ha instalado post pandemia como una estrategia fundamental, tanto para proyectos artísticos como socioculturales, incorporando una mirada más amplia de la sustentabilidad de dichas organizaciones, garantizando espacios de inclusión, diálogo, participación y enlace comunitario. En este sentido implementar una estrategia sostenible para el desarrollo de los públicos y audiencias en las organizaciones y proyectos culturales es imprescindible de cara a reconstruir y fortalecer ese vínculo ciudadano y de mediación de las propias estructuras culturales, para lo cual resulta necesario una formación específica orientada a adoptar y desplegar un enfoque desde el desarrollo sostenible de los públicos, audiencias y comunidades culturales.

MISIÓN Y VISIÓN

Frente al complejo e inestable contexto actual, el programa se propone como un andamiaje en movimiento para acompañar a gestores y equipamientos culturales en el desafío de diseñar e implementar estrategias sustentables de desarrollo y fidelización de públicos, audiencias y comunidades en el seno de sus organizaciones. Acelerado por el Covid-19, el sector cultural ha sufrido grandes pérdidas y cambios de fondo, debido principalmente al cierre de los espacios durante el ASPO, la vuelta paulatina del público con protocolos y reducción de aforo y el auge de las nuevas formas emergentes de participación, consumo y creación culturales ligadas a lo digital. En este nuevo encuadre resulta prioritario y estratégico desarrollar un programa de formación que parta de los desafíos contemporáneos de la gestión cultural y sus tensiones permanentes, a partir de una metodología innovadora y abierta que contribuya a pensar el día después y la sustentabilidad de dichas organizaciones. El cambio de época promueve la diversidad, riqueza y emergencia de un territorio cultural en constante transformación y expansión, lo que impulsa nuevas conversaciones y deconstrucciones conceptuales y prácticas. ¿Cómo se preparan sus equipos u organizaciones para abrir y gestionar mayores espacios de participación? ¿Cuáles son los diagnósticos sobre el nuevo paisaje cultural? ¿En qué medida desarrollan esos proyectos y emprendimientos culturales una sensibilidad y planificación estratégica de áreas centradas en sus públicos y nuevas audiencias?

OBJETIVOS

El objetivo es completar la formación de profesionales culturales (a cargo de la toma de decisiones en las organizaciones y equipamientos culturales) que deseen orientarse hacia una gestión inteligente y sensible de los públicos, audiencias y comunidades. El programa proporciona las herramientas necesarias, así como la orientación y el acompañamiento para diseñar y poner en práctica una iniciativa de desarrollo de públicos y audiencias en la organización/proyecto cultural en la que el participante se desempeñe.

Al finalizar el programa se espera que los participantes sean capaces de:

1. **PROMOVER** proyectos colaborativos con enfoque estratégico centrado en los públicos
2. **ACERCARSE** al diseño de planes de desarrollo de audiencias que fomenten la consolidación de relaciones significativas a largo plazo
3. **LIDERAR** acciones y proyectos innovadores y sostenibles que contribuyan a la puesta en práctica de planes de desarrollo de públicos
4. **INTERVENIR Y ESTIMULAR** la formación de nuevos públicos, el desarrollo de audiencias culturales y la construcción de comunidades

CRONOGRAMA

Miércoles y jueves de 18 a 21h

- MÓDULO 1: EL DÍA DESPUÉS - 7 y 8 de abril 2021
  - Jorge Carrión (España)
  - Chiqui González (Argentina)

- MÓDULO 2: PÚBLICOS - 14 y 15 de abril 2021
  - Javier Ibacache (Chile)

- MÓDULO 3: AUDIENCIAS - 21 y 22 de abril 2021
  - Pepe Zapata (España)

- MÓDULO 4: COMUNIDADES 28 y 29 de abril 2021
  - Lucina Jiménez (México)

- MÓDULO 5: BITÁCORA DE ESTRATEGIAS DE PÚBLICOS
  (Experiencias de organismos internacionales) - 5 de mayo 2021
  - Moderado por Coca Morazo, directora del CCEBA
  - David Marin Morodo, director de Nou Ivanow (Barcelona)
  - Marialya Bestougeffm, directora de innovación de CENTQUATRE-PARIS 104 Factory (Paris)
  - Felipe Mella, director del GAM (Santiago de Chile)
  - Gabriela Aidar, coordinadora programas educativos inclusivos Pinacoteca (San Pablo)

PRIMERA ETAPA: FORMACIÓN

5 módulos de doble jornada (online, 20 horas en total)

Dentro del marco de conversaciones implicadas en la noción de gestión cultural expandida, proponemos una formación que desarrolla la evolución del concepto de PÚBLICOS CULTURALES hacia el de COMUNIDADES CULTURALES concebidas como comunidades de interés soberanas que comparten recursos y autogestionan sus prácticas.

CONTENIDOS:

MÓDULO 1: EL DÍA DESPUÉS
Secuelas del Covid-19 y el confinamiento en el sector cultural, nuevos hábitos y modelos híbridos. Proyecciones y desafíos post confinamiento. La cultura después de la pandemia: de lo digital a la inteligencia artificial. Cómo convertir a los públicos en protagonistas y conseguir una apropiación del espacio y tiempo de esas infraestructuras, donde viva la multiculturalidad, la belleza y la riqueza de las diferencias.

MÓDULO 2: PÚBLICOS
Aproximaciones a la noción de públicos en la actualidad. El desafío de vincular e implicar a los públicos en un escenario inédito de pandemia, confinamiento y post pandemia. ¿Cómo pensar de ahora en adelante las estrategias de formación, fidelización y diversificación de públicos? Elaboración de estrategias de desarrollo de públicos.

MÓDULO 3: AUDIENCIAS
Las audiencias en el entorno digital. Las nuevas prácticas de consumo e interacción digital con los contenidos. La importancia de la transformación digital de y en las organizaciones culturales. De la estrategia a los valores, de los valores a la comunicación. Viaje del usuario. La experiencia de usuario. La relevancia de los proyectos culturales para la ciudadanía.

MÓDULO 4: COMUNIDADES
Comunidad. Un concepto en tensión. Comunidades imaginarias, transitorias y virtuales. Dilemas y tensiones para la sostenibilidad de la práctica y la gestión artística. Modalidades de implicación: cocreación, codifusión, coproducción y coprogramación.

MÓDULO 5: ESTRATEGIAS DE PÚBLICOS
Bitácora de prácticas sobre fidelización, ampliación, formación y creación de públicos de organizaciones culturales internacionales.

PRODUCCIÓN FINAL
DIAGNÓSTICO EN TORNO A LOS PÚBLICOS
Elaborar un diagnóstico de públicos. Identificación de barreras de acceso.
Análisis de experiencia presencial y digital, y efectos de la pandemia.

SEGUNDA ETAPA: VIVERO
Laboratorio de innovación (presencial, 20 horas en total)

El vivero cultural busca, desde el campo de la creación y la innovación, abordar la formulación y diseño de estrategias sostenibles de desarrollo de audiencias en el seno de las organizaciones y proyectos culturales. Se busca crear contextos de aprendizaje brindando al participante las herramientas y el acompañamiento para diseñar estrategias diversas en torno al desarrollo de nuevos públicos y audiencias que dé respuesta a sus necesidades reales.

CONTENIDOS:

ENCUENTROS 1 Y 2
Ateneo de diagnósticos de las organizaciones culturales
Mapeo colectivo y búsqueda de aliados internos para prototipado de estrategias de públicos.

ENCUENTROS 3, 4, 5 y 6
Prototipado de estrategias.
Priorización de segmentos y establecimiento de objetivos.
Definición y descripción de estrategias. Elaboración de cronograma y presupuesto.

ENCUENTROS 7 y 8
Mentorías especializadas para los proyectos.

PRODUCCIÓN FINAL
A partir de los 8 encuentros se deberá desarrollar una estrategia de desarrollo de públicos para implementar en las organizaciones. La misma deberá prototiparse de forma colaborativa en alianza con otros proyectos participantes.
Como cierre de esta etapa se realizará una instancia de pitcheo de los proyectos culturales incubados con potenciales mecenas invitados, con vistas a su posterior implementación.

Para dudas y consultas escribir a info.cceba@aecid.es indicando en el asunto **Programa Futura**