

**INFORME
EJECUTIVO
PRELIMINAR
(Octubre 2019)**

LIBRO BLANCO
DE LA
CREACIÓN,
FORMACIÓN Y
DESARROLLO DE
PÚBLICOS DE LA
CULTURA

INDICE

Cuadro sumario.....	3
1. Antecedentes y objetivos.....	4
2. Fases de la consulta.....	4-5
3. Sumario cifras totales consulta por sector de actividad.....	5-6
4. Resultados y metodología por ronda de consulta.....	6-8
5.-Sumario puntos clave obtenidos de las respuestas.....	8-10

Libro blanco de la creación, formación y desarrollo de públicos de la cultura

SUMARIO	TOTAL	NOTAS
PROMUEVE		Ministerio de Cultura y Deporte a propuesta de la Comisión de Cultura del Congreso
OBJETIVOS	6	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar el derecho constitucional de acceso universal a la cultura y mejorar los índices de participación en la vida cultural de toda la ciudadanía. • Promover la inclusión de aquellos sectores en riesgo de exclusión. • Construir una ciudadanía formada y con sentido crítico, capaz de impulsar –cuantitativa y cualitativamente– la oferta cultural del país y estimular la excelencia del propio sector profesional. • Contribuir así al desarrollo, diversificación y mejora de la oferta cultural, al fortalecimiento de los sectores culturales y al progreso del empleo en el sector. • Impulsar políticas públicas que pongan a los públicos en el centro por parte de las diferentes administraciones. • Introducir la variable o dimensión educativa y formativa en las políticas públicas dirigidas al sector cultural.
RONDAS DE CONSULTA	2	Consultas realizadas en octubre de 2018 y en octubre de 2019
METODOLOGÍAS UTILIZADAS	MIXTA*	Entrevistas personales, encuestas y debates presenciales en la primera ronda y envío de encuestas online en la segunda
ÁREAS DE ACTIVIDAD CONSULTADAS	6	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Museos, patrimonio y artes visuales</i> • <i>Artes escénicas: teatro, danza y circo</i> • <i>Música</i> • <i>Libro y bibliotecas</i> • <i>Cine y artes audiovisuales</i> • <i>Cultura digital</i>
AGENTES IDENTIFICADOS	411	Agentes e instituciones relevantes por su experiencia y/o conocimientos en el sector cultural
CONSULTAS REALIZADAS	388	Total de agentes consultados en las dos rondas
RESPUESTAS OBTENIDAS	256	Total de consultas finalmente respondidas o cumplimentadas por parte de los agentes
RATIO DE RESPUESTA	66%	Total de respuestas sobre las consultas realizadas (%)

1. Antecedentes y objetivos

A propuesta de la Comisión de Cultura del Congreso, el Ministerio de Cultura y Deporte inicia en septiembre de 2018, en el marco del Programa Cultura y Ciudadanía, el proceso de elaboración de un “**Libro Blanco de la creación, formación y desarrollo de públicos de la cultura**”, con la intención de concitar una amplia participación de agentes y expertos del sector cultural.

En este proyecto colaboran asimismo las unidades del Ministerio competentes en cada ámbito: Subdirección General de Promoción del Libro, la Lectura y las Letras Españolas, Subdirección General de Coordinación Bibliotecaria, Subdirección General de Museos Estatales, Subdirección General del Instituto del Patrimonio Cultural de España, Subdirección General de Promoción de las Bellas Artes, Subdirección General de los Archivos Estatales, Instituto Nacional de Artes Escénicas y de la Música (INAEM) e Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA).

2. Fases de la consulta

1ª Fase. Con el propósito de recoger ideas, propuestas y recomendaciones para el Libro Blanco, se abre un proceso de consultas con el sector con una primera ronda de entrevistas y encuestas que se lleva a cabo en octubre de 2018 durante el **IV Encuentro Cultura y Ciudadanía**, donde se organizan 6 mesas de trabajo de carácter sectorial:

- *Museos, patrimonio y artes visuales*
- *Artes escénicas: teatro, danza y circo*
- *Música*
- *Libro y bibliotecas*
- *Cine y artes audiovisuales*
- *Cultura digital*

Las mesas estuvieron coordinadas por un par de expertos, tanto del Ministerio de Cultura y Deporte como externos, e integradas por profesionales y expertos de cada ámbito invitados por el Ministerio, así como por aquellos asistentes al Encuentro que manifestaron su interés en sumarse al proceso. Se estructuraron en torno a **dos preguntas de referencia**:

1.- ¿Qué conoces de tus públicos, reales y potenciales? ¿De qué herramientas dispones para ello? ¿Te resultan útiles y eficaces?

2.- ¿Qué dos medidas o propuestas concretas para la creación, formación y desarrollo de públicos dentro en tu sector incluirías en el futuro Libro Blanco?

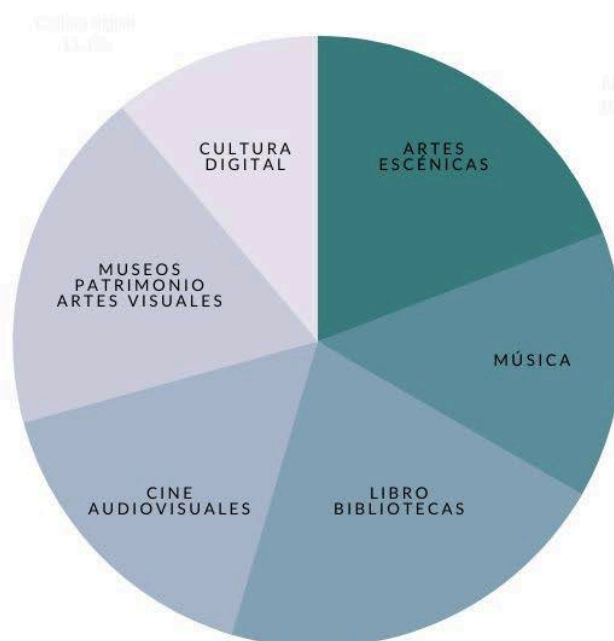
Durante los últimos meses de 2018 los resultados obtenidos se formalizaron en sendos borradores por sector y posteriormente se devolvieron a los participantes para recabar las últimas observaciones. El proceso finalizó en enero de 2019.

2ª Fase. El primer proceso de consultas se completa con una segunda fase, que se inicia en agosto de 2019 e incluye la investigación de fuentes disponibles, de estudios a nivel internacional y el análisis de diversos modelos comparados, junto con una segunda recogida de propuestas en septiembre-octubre de 2019 con el fin de ampliar el universo de agentes consultados y dotar de mayor representatividad, diversidad y riqueza al proceso.

La metodología de consulta con los agentes culturales utilizada para esta segunda ronda es 100% mediante el envío de encuestas online con las mismas dos preguntas de referencia que guiaron el debate en la primera vuelta.

3. Sumario cifras totales consulta por sector de actividad

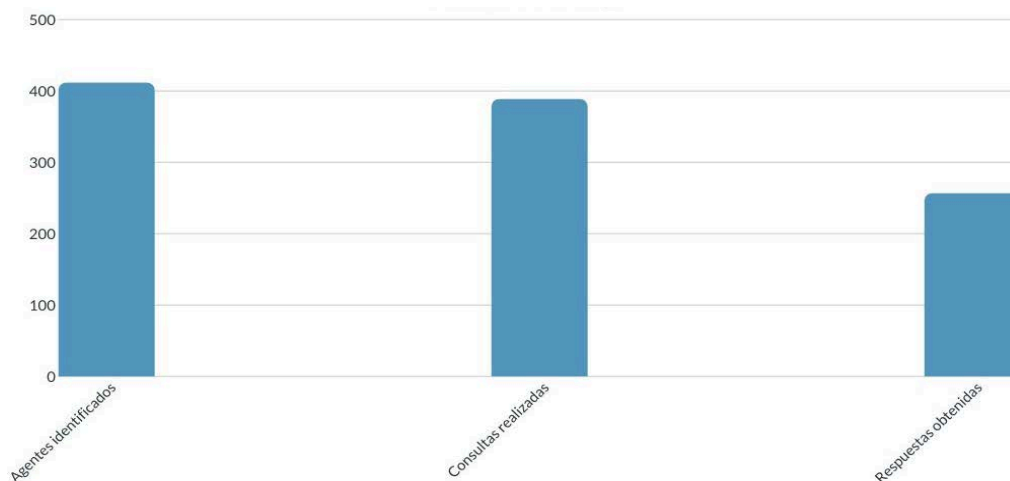
Desglose Cifras Totales	Agentes Identificados	(%)	Consultas realizadas	(%)	Respuestas obtenidas	(%)	Ratio Respuesta (%)
TOTAL CONSULTA	411	100%	388	100%	256	100%	66%
AAEE	82	20%	79	19%	49	19%	62%
MÚSICA	59	14%	56	15%	37	14%	66%
LIBRO, BIBLIOTECAS	95	23%	89	22%	55	21%	62%
CINE, AUDIOVISUALES	67	16%	60	16%	40	16%	67%
MUSEOS, PTRM.AA.VV.	68	17%	64	17%	47	18%	73%
CULTURA DIGITAL	40	10%	40	11%	28	11%	70%



Respuestas obtenidas por sectores

Se identifica para ambas fases del estudio un total de 411 agentes culturales, cuya opinión pueda resultar valiosa para la consulta. Se trabaja en identificar a personas situadas en todos los eslabones de la cadena de valor del hecho cultural (desde la creación al consumo), con la idea de obtener una visión compleja y representativa de la realidad del cada uno de los ámbitos de estudio.

De los agentes identificados, se envía finalmente la invitación a participar a un 94% (388 de los 411), de los cuáles terminan respondiendo **256 personas** (un 62% de los inicialmente identificados y un 66% de los invitados), **que son las que participan finalmente en la consulta de manera directa con sus opiniones y reflexiones**



La participación de estos 256 agentes en el proceso se divide casi al 50% entre las dos rondas de consultas, habiendo sido de un 49% en la primera (octubre 2018) y 51% en la segunda (octubre 2019), respectivamente.

4. Resultados y metodología por ronda de consulta

Si observamos los resultados cuantitativos del estudio por ronda de consulta podemos ver cómo, en general, se mantienen unos patrones similares de participación en los grupos, obteniendo un número similar de respuestas en la primera y segunda ronda (125 y 131, respectivamente).

Sin embargo, para obtener este nº de respuestas en la segunda ronda, se incrementa en más de 100 personas (hasta 260 personas e instituciones) el nº de agentes identificados en la primera vuelta (151 personas).

Los índices de respuesta en ambos casos son altos (por encima del 50%), siendo especialmente significativo en la primera ronda, con un 83% de ratio de respuesta en relación a los agentes consultados.

Destaca el esfuerzo realizado en la segunda ronda para mejorar la participación del sector *Cultura Digital*, que incrementa su número de identificados, consultados y respuestas obtenidas, mejorando la representatividad de sector obtenida en la primera ronda.

Primera Ronda (octubre 2018)

DESGLOSE CIFRAS 1ª Ronda (Oct.18)	Agentes Identificados 1ª Ronda (%)		Consultas/ invitaciones realizadas 1ª Ronda (%)		Respuestas obtenidas 1ª Ronda (%)		Ratio Respuesta (%) 1ª Ronda
TOTAL 1ª Ronda	151	100%	151	100%	125	100%	83%
AAEE	33	22%	33	18%	23	18%	70%
MÚSICA	21	14%	21	16%	20	16%	95%
LIBRO y BIBLIOTECAS	33	22%	33	20%	25	20%	76%
CINE & AUDIOV.	23	15%	23	16%	20	16%	87%
MUSEOS, PTRM. AA.VV.	30	20%	30	21%	26	21%	87%
CULTURA DIGITAL	11	7%	11	9%	11	9%	100%

En la primera ronda de consultas participan 125 personas (49% del total de la consulta) de las 151 identificadas e invitadas en un principio para esta fase, arrojando una ratio de respuesta próxima al 83%.

Se plantea una metodología mixta de consulta: grupo de trabajo presencial y encuesta verbal o por escrito sobre las cuestiones planteadas previamente. Se divide el trabajo en 6 mesas de debate por los sectores de actividad. La composición de las mesas es heterogénea en diversidad y en cantidad, llegando en ocasiones a contar con más de dos docenas de componentes.

Se cursan invitaciones a agentes clave de todo el país para participar en las mesas de trabajo en el marco del Encuentro Cultura y Ciudadanía (octubre de 2018), y, al ser mesas abiertas, también se abre la participación a otros expertos interesados que asisten y contribuyen con sus opiniones y reflexiones en torno a las dos preguntas de la encuesta.

Segunda Ronda (octubre 2019)

DESGLOSE CIFRAS 2ª RONDA (Oct.19)	Agentes Identificados 2ª Ronda		Consultas realizadas 2ª Ronda		Respuestas obtenidas 2ª Ronda		Ratio Respuesta (%) 2ª Ronda
		(%)		(%)		(%)	
TOTAL 2ª Ronda	260	100%	237	100%	131	100%	55,5%
AAEE	49	19%	46	19%	26	20%	57%
MÚSICA	38	15%	35	15%	17	13%	49%
LIBRO y BIBLIOTECAS	62	24%	56	24%	30	23%	54%
CINE & AUDIOV.	44	17%	37	16%	20	15%	54%
MUSEOS, PTRM.AA.VV.	38	15%	34	14%	21	16%	62%
CULTURA DIGITAL	29	11%	29	12%	17	13%	59%

En aras de complementar la diversidad y representatividad de la muestra de agentes consultados en la primera fase, se lanza un año después, en octubre de 2019, una segunda ronda de consultas con la aspiración de identificar al menos otros 250 agentes relevantes del sector cultural.

Se identifica finalmente a **260** nuevos agentes entre todos los sectores y, de estos, se realiza la consulta mediante encuesta online a **237** personas con un plazo aproximado de 10 días para devolverlas cumplimentadas.

Un total de **131** personas responden a la encuesta, lo cual, supone una ratio del 55% de respuesta sobre del total de encuestas enviadas en esa ronda. Esta cifra representa además el 51% del total de personas que han participado entre ambas rondas (256) con sus opiniones y reflexiones en torno a las dos preguntas de referencia.

La composición de estas 131 personas se divide entre los sectores estudiados de forma similar a como se había realizado en la primera fase de consultas, destacando, si cabe, un aumento en el grupo de *Cultura Digital* que sube cuatro puntos porcentuales en el total de respuestas, pasando de 11 respuestas en la primera ronda a 17 en la segunda.

5.Puntos clave obtenidos de las respuestas

Antes de entrar a los resúmenes detallados realizados para cada sector, hemos intentado extraer en este apartado un sumario de puntos clave recogidos en las respuestas a las dos preguntas abiertas formuladas en el proceso de consulta. Recordamos aquí estas dos preguntas:

1.- *¿Qué conoces de tus públicos, reales y potenciales? ¿De qué herramientas dispones para ello? ¿Te resultan útiles y eficaces?*

2.- ¿Qué dos medidas o propuestas concretas para la creación, formación y desarrollo de públicos dentro en tu sector incluirías en el futuro Libro Blanco?

En cuanto a la primera cuestión, la mayoría de los agentes contactados relatan conocer mucho más a sus públicos reales que a los potenciales.

Declaran disponer de herramientas para conocer a sus públicos, que van desde las herramientas digitales de comunicación y marketing (redes sociales, boletines informativos, encuestas online, analítica web...), a sistemas informatizados de venta de entradas, analítica (BI- Business Intelligence) y de CRM (Gestión de Relaciones con los Usuarios).

También, se destaca el uso de encuestas anuales, grupos de discusión y el trato más directo con los usuarios, de los que la mayoría dicen sacar mucha información valiosa a través de la experiencia, conversaciones informales y la intuición. siendo heterogéneo el peso y el uso de estas herramientas entre sectores.

En los informes sectoriales se pueden percibir las diferencias de acercamiento a los públicos y los datos de los que disponen en cada sector.

En cuanto a la segunda pregunta, que recogía propuestas y medidas concretas a incluir en el Libro Blanco, destacamos algunos de los puntos que con más recurrencia aparecían en las respuestas.

Agrupamos a continuación los aspectos más mencionados por parte de los agentes consultados:

- **Cooperación sectorial** en materia de audiencias.
- **Plataforma conjunta de datos:** Creación de una oficina, instituto, observatorio o similar de públicos de las artes con el objetivo de que las instituciones tanto públicas como privadas puedan volcar sus datos según métricas previamente consensuadas para ser compartidos y comparados. Esta institución también podría crear un canal de información sobre la materia para compartir recursos y crear herramientas para el uso de los gestores.
- **Involucrar al público:** fomentar la relación creador-público, e institución-público. Creación de mecanismos de escucha.
- **Estudios y conocimiento del no público:** estudios y análisis de los públicos a los que no estamos llegando, públicos potenciales y públicos de aquellos sectores en riesgo de exclusión.
- **Educación:** en todos los sectores se relatan propuestas diversas en materia de educación.

- **Convocatorias públicas y desarrollo de audiencias:** Obligatoriedad de incluir un apartado de desarrollo de audiencias para concurrir a las convocatorias públicas.
- **Formación permanente:** para los profesionales de la cultura en desarrollo de audiencias. Poner en valor y profesionalizar la figura del gestor de audiencias.
- **Campañas conjuntas:** Campañas de sensibilización en todos los sectores.
- **Equidad:** Promoción y difusión de los proyectos más pequeños o independientes.
- **Incentivos y reconocimientos:** Ayudas o premios a los proyectos e instituciones sobresalientes en sus planes de desarrollo de audiencias.

Las propuestas y medidas específicas se pueden consultar con más detalle en los informes sectoriales.