

docultura
aporta
soluciones a
medida para
tus
necesidades en
gestión cultural



Fotografía: Susana Lanás

marketing cultural, definiendo targets

por M. G y L. M. M.

Afortunadamente, si de alguna de las herramientas empresariales que tantas veces hemos mencionado, se ha servido la cultura en los últimos años, esa ha sido el marketing. El marketing cultural es algo sobre lo que ya se trabaja seriamente en numerosos proyectos, que es materia de cursos y asignatura en posgrados.

Sin embargo, y aquí viene el “pero”, el marketing cultural ha estado ligado en nuestro país, sobre todo, a la perspectiva de la comunicación, es decir, a la planificación de una estrategia para dar a conocer un producto concreto, a la estrategia de difusión de un producto cultural. Se ha

dejado en un segundo plano uno de los pilares del marketing: los estudios de mercado. Desde el mundo de la empresa sobre todo, se trabaja para difundir proyectos, presentar productos, comunicar la propia empresa, pero se invierten menos recursos en el análisis de mercado, en los estudios de público, en un estudio de mercado en definitiva.

La importancia de conocer a la perfección a quienes son los destinatarios finales de un producto cultural es fundamental para el éxito o el fracaso del mismo. Pero quizás esto se haya quedado un poco atrás porque durante mucho tiempo la visión de los

proyectos bajo criterios de viabilidad o rentabilidad no estaba contemplada, y ello excluía, por tanto, el análisis tanto del público objetivo como del canal de comunicación y venta.

El tiempo ha pasado, las cosas han cambiado y se camina por otra senda. Poco a poco comienzan a manejarse variables que antes ni siquiera se tenían en cuenta y los procesos de gestión de los proyectos cada vez están más sistematizados entorno a las famosas cuatro “P” del marketing mix: producto, precio (ya no sólo coste), plaza (o distribución) y promoción.

Ya hemos dado un paso más.

Áreas de trabajo culturales y profesionales

ÁREAS CULTURALES

LAB	LIBROS, ARCHIVOS Y BIBLIOTECAS
MP	MUSEOS Y PATRIMONIO
CA	CINE Y AUDIOVISUALES
AD	ARQUITECTURA Y DISEÑO
AP	ARTES PLÁSTICAS
AE	ARTES ESCÉNICAS

ÁREAS PROFESIONALES

MC	MÁRKETING Y COMUNICACIÓN
RH	RECURSOS HUMANOS
C	CALIDAD
M	MANAGEMENT
IDI	I+D+i
GJEF	GESTIÓN JURIDICA, ECONOMICA Y FINANCIERA
DI	DOCENCIA E INVESTIGACIÓN

docultura apuesta por la calidad y la innovación en la planificación de estrategias de gestión en el sector de la cultura.

Punto 8 Decálogo docultura



El sector de artes escénicas apuesta por captar nuevos públicos entre niños y jóvenes y por fomentar nuevas tecnologías

MC

AE

El Foro Internacional de Artes Escénicas Escenium cerró en Bilbao su cuarta edición, en la que los representantes del sector concluyeron que la captación de nuevos públicos debe tener como prioridad "a los niños, jóvenes y nuevos ciudadanos". También apuestan impulsar por estrategias como el marketing y las nuevas tecnologías digitales, aunque la fórmula más efectiva para llenar teatros es el "boca a oreja".

Profesionales de la creación, distribución y programación de las artes escénicas en España tomaron parte en este certamen, en el que su comisario, Jaume Colomer, presentó un borrador que reúne las propuestas avanzadas por los especialistas invitados al Foro y que "permitirá a creadores, productores, distribuidores y programadores teatrales encarar los principales retos de futuro que enfrenta el sector y desarrollar nuevas prácticas para atraer espectadores a las salas", explicaron desde la organización.

Entre los aspectos abordados en el congreso, organizado por la Red Española de Teatros, Auditorios, Circuitos y Festivales de Titularidad Pública, se hallan cuestiones como la captación de públicos infantiles y jóvenes, la sobreproducción, las políticas públicas o los nuevos instrumentos para incentivar el consumo, como el marketing y la comunicación no convencional.

Aunque los públicos siguen aumentando y el consumo de artes escénicas crece en un contexto de crisis, el sector asume que "el principal activo es, más que nunca, el espectador y que la dimensión económica no puede ser la única que determine la relación con los públicos".

"El valor de las artes escénicas condiciona la demanda y los intereses culturales se forman durante la primera infancia en el ámbito familiar y, más tarde, en el sistema educativo y en las relaciones sociales", añadieron.

El sector considera que la captación de nuevos públicos debe tener como prioridad "a los niños, jóvenes y nuevos ciudadanos". Invertir en políticas específicas para apoyar esta estrategia y fomentar el interés de los docentes son otras de las apuestas que impulsarán los agentes implicados.

Pese a "la importancia de las artes escénicas en la industria cultural del país", el sector es también consciente de que "muchos teatros no han explotado ni desarrollado estrategias de marketing y promoción". Aunque los especialistas coinciden en que la fórmula más efectiva para llenar teatros es el "boca a oreja", el sector también apuesta por el marketing y por las nuevas tecnologías digitales, que cuentan con "mayor penetración social".

"También -apuntan- debemos trabajar para una mayor implicación del público, transformando a los espectadores actuales en cómplices y embajadores para la captación de nuevos públicos"

A su entender, la "sustentabilidad" del sector pasa además por promover "políticas y estrategias globales" que aúnen los intereses de todos los agentes implicados.

Fuente: *adh.es*

La descoordinada difusión cultural española

MC

Un estudio, promovido por el Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor, pone de manifiesto la deficiencia de la labor de promoción y sugiere la creación de un 'superorganismo' que coordine la acción cultural española.

La cultura española goza de muy buena salud fuera de nuestras fronteras. El éxito del cine, la literatura y la música nacional en el resto de países de la Unión Europea o en Estados Unidos son quizá el mejor ejemplo. Sin embargo, todavía existe una asignatura pendiente: la coordinación de las diferentes instituciones para mejorar la exportación de la cultura al resto de estados del mundo.

Este problema es la conclusión más importante del Informe sobre la acción cultural de España en el exterior, que fue presentado y promovido por el Observatorio Iberoamericano del Derecho de Autor (ODAI), con la colaboración del Departamento de Estudios de la Fundación Autor.

El secretario general de la SGAE, Francisco Galindo, explicó durante el acto que "No se trabaja en la misma dirección. Estas organizaciones deberían ir de la mano, para realizar una mejor labor... y, además, a menor coste. No cabe duda de que todas estas instituciones tienden a buscar la colaboración, pero el problema es que no existe una agencia para coordinar el trabajo entre instituciones públicas. Por otro lado, y si tenemos en cuenta los datos obtenidos por el estudio, existe una disparidad de criterios a la hora de fijar objetivos territoriales donde llevar a cabo el trabajo de promoción". El texto pone de manifiesto que existe un amplio abanico de criterios. Así, por ejemplo, la Dirección de Política e Industrias Culturales considera como regiones equiparables a México, Brasil, Argentina y Europa, y un escalón más abajo coloca a EEUU, Canadá y China. Mientras, el Instituto Cervantes dice que EEUU, Canadá y China tienen mucha prioridad y Brasil, poca.

Datos cuantitativos

Entre los resultados más llamativos del informe, en el que se han recogido datos de 36 instituciones tanto estatales, como autonómicas, que se ocupan de la promoción cultural, sobresale que organizaciones como el ICEX o el Instituto Nacional de Artes Escénicas y Musicales (Inaem) afirmen que sólo un 10% de su presupuesto se dedica a la promoción cultural exterior.

Frente a estos datos, Carlos Alberdi, director de Relaciones Culturales y Científicas de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (Aecid), resaltó que “está claro que algunas instituciones públicas no han sabido contestar a la encuesta. Sin embargo, este informe, aunque incompleto, tiene un gran valor y sirve como punto de partida para elaborar otro, con datos más contrastados”. Frente a la propuesta realizada por Galindo de crear un superorganismo para coordinar la labor de las agencias culturales, como ya existe en Francia, Alberdi comentó que “no creo que sea necesario crear este tipo de estructuras. Aunque resulta evidente que la articulación y vertebración de las instituciones tiene que mejorar”.

Sea como sea, y según los datos recopilados en el estudio, 23 organizaciones públicas –las otras 13 no dieron datos– dedicaron a la acción cultural exterior 95,2 millones de euros en 2008, de los cuales 83 millones fueron aportados por las instituciones estatales. Es decir, que el 88% del esfuerzo financiero en la promoción de la cultura española en el exterior fue realizado por el Estado.

Fuente: cincodias.com

Un 66% de las empresas incrementará su inversión en marketing digital durante 2010 MC

Proclientia, compañía especializada en servicios y soluciones SaaS, presenta en España un estudio llevado a cabo por su partner ExactTarget y por Econsultancy entre más de 1.000 empresas y agencias de marketing. De acuerdo con el mismo, el giro de los presupuestos de marketing desde los canales tradicionales hacia los canales digitales seguirá aumentando en 2010. De hecho, el 46% de empresas planean incrementar su gasto en Marketing durante este 2010, e incluso un porcentaje mayor (66%) incrementará su inversión en los canales de marketing digital.

Según el estudio, el 28% de las empresas están ya pasando parte de su presupuesto desde los canales tradicionales hacia el marketing digital. Parte de la causa de este cambio es que las empresas encuentran más fácil medir el impacto de sus campañas en estos canales.

Las empresas que se centran en el análisis de la reputación de la marca como medida de la efectividad de una campaña de marketing son las más propensas a cambiar las campañas en medios tradicionales por el marketing digital. No es de extrañar, ya que los vendedores que se centran en este indicador son los que más rápidamente están aumentando su inversión en medios como Facebook y Twitter.

El estudio que ahora comunica Proclientia también señala que aunque, en teoría, los directores de marketing tienen más dificultad para medir el retorno de la inversión en las acciones de Social Media y de Marketing Móvil, estos canales son los que más van a crecer en los presupuestos de Marketing durante este año.

Otro dato que arroja el estudio es que el 64% de las empresas aumentará su presupuesto destinado a acciones SEO, mientras que el 54% aumentará el dinero destinado a campañas de email marketing. Sólo el 3% de las compañías reducirá su presupuesto para alguna de estas áreas.

Finalmente, otros dos aspectos que destaca el informe es que mientras que el 40% de las empresas encuestadas señala que el recorte en los presupuestos es la principal barrera para realizar acciones de marketing digital, el 48% de las agencias de marketing que participaron en el estudio señalaron como principal causa la falta de comprensión por parte de las empresas sobre lo que significan estas acciones.

Fuente: puromarketing.com

El encuentro de escritores de Castilla y León promueve un observatorio de la cultura M

La creación de un observatorio cultural, en principio, con 200 autores de Castilla y León, fue una de las conclusiones del I Encuentro de Escritores y Artistas de la comunidad celebrado en Zamora bajo la iniciativa de la empresa de consultoría Inzamac y su Foro de Calidad Empresarial (Forcal), que edita desde hace seis años la colección 'Soñando futuros', con un volumen por cada provincia castellanoleonés. Durante el encuentro, el presidente del grupo empresarial, Carlos Rodríguez, animó a otras empresas a «ejercer el mecenazgo y apostar por la rentabilidad de la cultura como uno de los valores exportables de la comunidad autónoma».

Novelistas, poetas, catedráticos, periodistas, fotógrafos, pintores, escultores, músicos y cineastas se reunieron en el antiguo convento de San Francisco, sede de la Fundación Hispanolusa, en torno al proyecto 'Empresa y cultura' promovido por el Foro de Calidad Empresarial (Forcal) del grupo Inzamac. Fruto del debate, se persigue la creación de un observatorio anual que ofrezca pautas a empresarios e instituciones para que la cultura sea uno de los motores del cambio que se avecina.

Rodríguez advirtió de que «las empresas tienen que recoger el testigo de la obra social y cultural de las cajas de ahorro; la cultura no tiene que ser la 'paganini' de la crisis, sino la herramienta para desarrollar esta tierra». Algo que llega en tiempos en los que las cajas de ahorros están retirando su apoyo económico a la cultura.

Desde Forcal se pretende también crear una web cultural de Castilla y León donde tengan cabida todos los acontecimientos, novedades y citas del ámbito de la creación artística «que sea un vademecum de interrelaciones para globalizar nuestros productos».

Fuente: nortecastilla.com

El Ministerio de Cultura crea en su web un simulador para emprendedores culturales

M

El Ministerio de Cultura, a través de su página web, ha presentado el simulador Crea tu plan de negocio, una aplicación cuya objetivo es dotar al colectivo de emprendedores culturales de un apoyo teórico y práctico para desarrollar su idea de negocio.

Para acceder a la herramienta de Plan de Negocio, el usuario deberá registrarse y acceder a la dirección web <http://www.mcu.es/emprendedores/Inicio.html>. El simulador ofrece un enfoque específico de la etapa de emprendimiento, información y metodología detallada sobre el proceso de creación y gestión de la empresa, datos de interés sobre entidades e interlocutores más relevantes y casos prácticos para la correcta comprensión del plan de negocio.

La aplicación presenta una estructura que permite al usuario abarcar todos los campos para un correcto desarrollo de su plan de negocio: definición del negocio, análisis interno y externo, operaciones, plan de recursos humanos, estructura legal de la empresa, plan económico financiero y resumen ejecutivo.

Además, se ofrece información complementaria para el emprendedor como datos de interés sobre el sector, ejemplos de casos de éxito, glosario de términos y enlaces de interés.

Fuente: mcu.es

Las industrias culturales andaluzas de promoción en EEUU

M

Extenda ha organizado una misión comercial a Miami para promocionar las industrias culturales andaluzas. La oferta andaluza se ha mostrado en el Centro Cultural Español de la Agencia de Cooperación Española (AECI) de Miami, donde catorce entidades de las industrias culturales andaluzas mantuvieron diversos encuentros con medio centenar de importadores y agentes de EEUU.

Al encuentro asistieron compradores, programadores y agentes de los sectores audiovisuales, música, artes escénicas y gestión cultural. Las exportaciones andaluzas de las industrias culturales aumentaron el año pasado un 56%, siendo Málaga y Sevilla las principales proveedoras.

El flamenco sigue siendo la seña de identidad y el mercado que más interés presenta en EEUU, con gran demanda en las ciudades de Nueva York, Los Ángeles, Chicago, San Francisco, Boston o los estados de Texas y Arizona.

Fuente: cineyle.com

El efecto multiplicador de 2016

M

¿Qué tendrá la capitalidad cultural que todo el mundo la quiere? En los últimos años, cuando las reglas del juego del nombramiento cambiaron debido al aumento de la familia europea, la proliferación de ciudades que han manifestado su interés por ostentar el reconocimiento ha sido formidable. Córdoba presume de ser la más veterana, pero fue Segovia la que formalizó en primer lugar y de manera oficial en Bruselas la aspiración de pujar por el título. Entonces se hablaba de Málaga, Cáceres, Burgos también se unió, lo mismo que Tarragona, Alcalá de Henares, Cuenca y Pamplona, algunas más convencidas que otras.

Pocas más fueron las que sentaron hace tres o cuatro años las bases sólidas de la vocación de optar a la designación de Capital Cultural Europea. Pulularon en la relación de candidatas nombres modestos como los de Santa Cruz de Tenerife, Murcia o Las Palmas de Gran Canaria y otros de grandes urbes que venían o iban hacia un gran acontecimiento y querían aprovechar la inercia del viento a favor, como una Zaragoza envalentonada por la Expo dedicada al agua o una Valencia embalada con la Copa América de Vela.

Desde el norte peninsular irrumpieron con fuerza otros aspirantes, pese a sumarse tarde a la línea de salida. San Sebastián o Santander han compensado la dilación con un intenso trabajo y un apoyo ciudadano y económico colosales, sobre todo en el caso de la opción cántabra, auspiciada por el banquero Emilio Botín. También de la cornisa norteña procede la candidatura conjunta asturiana, integrada por Oviedo, Gijón y Avilés. Recientemente, sus responsables han pedido al vértice ovetense que hiciera el papel de locomotora, sin embargo el Consistorio rechazó la propuesta, negativa que ha enmendado a regañadientes, muestra de débil convicción de algunas aspirantes.

En las quinielas de los expertos y sobre el papel del trabajo llevado a cabo hasta ahora, sólo un puñado de ciudades captan la confianza de las apuestas. La veteranía en la lid de Córdoba, la potencia económica y cultural de Santander, el patrimonio e imaginación de Segovia, la ilusión inversora de Cáceres, la pujanza de San Sebastián o las virtudes antropológicas de Burgos son las que más suenan.

Fuente: nortecastilla.es

España trasladará a Europa su gestión cultural 'descentralizada'

M

El director general de Política e Industrias Culturales del Ministerio de Cultura, Guillermo Corral Van Damme, manifestó que España va a trasladar a Europa el modelo de gestión cultural descentralizada "que tan buenos resultados ha dado" ya que ha contribuido a que la cultura actúe de agente de desarrollo económico. Así lo aseguró al inaugurar en Zaragoza la reunión del Comité de Asuntos Culturales, que servirá para sentar las bases del Consejo de Ministros de Cultura de la Unión Europea sobre la contribución de la cultura al desarrollo regional y local.

Guillermo Corral Van Damme subrayó que la cultura puede contribuir a "potenciar y armonizar" el equilibrio de la Unión, "especialmente en un momento de cambio de modelo económico, de crisis, donde necesitamos encontrar nuevos yacimientos de empleo". El director general aseguró que la cultura "puede generar empleo a través de actividades innovadoras, como contenidos digitales o actividades ligadas al terreno". Por ello, precisó que a medio plazo habría que "dedicar mayores fondos a la cultura".

Fuente: *elperiodicodearagon.com*

La necesidad de reinventarse: el sector cultural busca una transformación para consolidarse en la economía gallega

M

Hablar de industria cultural implica también hablar de economía. El informe "El sistema productivo de la Cultura en Galicia: una visión económica" concluye que en 2003 la industria cultural generó un Producto Interior Bruto (PIB) del 1,9% en Galicia. Sin embargo, el futuro del sector pasa por adaptarse a las nuevas tecnologías y las tendencias de la sociedad.

"Cada crisis lleva por delante sectores enteros y con ella emergen también otros nuevos, y uno de los más necesitados de transformación es el cultural". Así de claro se mostró Ramón Villares, presidente del Consello da Cultura Galega, en la presentación del primer informe sobre el impacto económico de las empresas culturales gallegas en Vigo. En su opinión, el sector cultural debe buscar una transformación para consolidarse en la economía gallega.

Aunque no se espera que ninguna de las modalidades del sector llegue a desaparecer, Villares destacó el mal momento por el que pasan la edición de libros, periódicos y discos, "los más afectados frente a todo lo relacionado con los contenidos digitales, internet y los ebook, que se encuentran en pleno despegue", afirmó. "Las Administraciones se han visto obligadas a restringir los gastos culturales y eso está repercutiendo en los beneficios económicos del sector", añadió Villares.

Dicho informe concluye que la industria artística genera un PIB y un volumen de empleo mayor que sectores como el químico o el naval. Concretamente, en 2003 la industria cultural supuso el 1,9% del PIB gallego y el empleo generado en el período 2000-2008 creció un 11,6%. "Debemos trabajar para lograr la normalidad en el sector y no pensar que la cultura no está dentro del ámbito económico", indicó Ramón Villares.

Fuente: *farodevigo.es*

El IVAM es el primer museo en España en colgar on line sus catálogos con el fin de crear una "memoria digital"

Idi

MP

El Institut Valencià d'Art Modern (IVAM) se ha convertido en el primer museo de España en realizar la edición 'on line' de sus catálogos y publicaciones, una iniciativa que pretende "crear una memoria del arte en el museo en forma digital para archivarla haciéndola visible y accesible a todo el mundo", según aseguró la directora del centro cultural, Consuelo Ciscar.

Hasta el momento, el IVAM ha colgado ya un total de 67 publicaciones de las más de 500 que conforman su fondo editorial. La intención es completar la digitalización de todas las publicaciones producidas por el museo valenciano, resaltó Ciscar. La responsable de la institución añadió que con este proyecto el IVAM apuesta por poner a disposición de todo el mundo sus publicaciones que serán útiles, sobre todo, para universitarios e investigadores. Asimismo, resaltó que de este modo "no sustituye ni renuncia a la línea de ediciones impresas que caracteriza al IVAM, sino que la iniciativa nace para fortalecerla y dimensionarla".

Actualmente, se pueden consultar a través de internet más de sesenta trabajos, entre los que figuran los 12 números de la revista 'Cuadernos del IVAM', así como el primer volumen de la nueva 'Colección Escritos de Artistas'.

También se ha incorporado a este fondo en línea los catálogos de todas las exposiciones exhibidas en 2009 y las de José Guedes, Eduardo Stupia y 'Malas calles' de 2010. Especialmente relevantes son los catálogos dedicados a difundir la colección del IVAM por medio de sus principales ejes: la fotografía, las instalaciones y nuevos medios, el pop art, la abstracción y la escultura.

La responsable de publicaciones del museo, Paquita Aleixandre, explicó que el sistema de consulta de las obras es "muy sencillo" e intenta reproducir el acto lector. Destacó también que permite llevar a cabo búsquedas, conocer las obras a través de imágenes de calidad y descargar los trabajos en PDF.

Todo ello "ofrece una herramienta que sienta el compromiso mundial de preservar digitalmente el patrimonio artístico del IVAM para permitir un conocimiento libre de las artes y responder así a las nuevas demandas de la sociedad", concluyó Consuelo Ciscar.

Fuente: *eleconomista.es*

Hubo un tiempo en que los arquitectos eran artistas. Nadie hubiera cuestionado esa doble condición a Bernini o a Miguel Ángel. Pero con el correr del tiempo la dualidad dejó de estar tan clara, aunque haya quienes, como Frank Gehry, reivindicquen su condición de creadores. La Escuela de Arquitectura de la IE University quiere recuperar para sus alumnos la figura del profesional multidisciplinar. "El arquitecto ya no podrá ser sólo una persona que construye", asegura J. M. Churtichaga, vicedecano de la citada escuela. "Cada vez más el biólogo, o el geógrafo, irrumpen en el territorio del arquitecto y éste será tangencial con actividades de gestión, o políticas artísticas", explica al definir el perfil del arquitecto del futuro.

Canogar: "El arte no es sólo envoltorio, es una herramienta fundamental". Esa filosofía no se ha quedado en teoría, sino que se ha incorporado a los planes de estudios de esta cantera de arquitectos gracias a la reforma de titulaciones universitarias impulsada por el Plan Bolonia. Este mes, una veintena de estudiantes de segundo curso participó en el Taller de Experimentación que impartió Daniel Canogar en Segovia, en la sede de la IE University.

"El tema de hoy es la ruina contemporánea. Quiero que salgáis en busca de material y hagáis una instalación con esta idea", explicaba el autor de la videoinstalación que cuelga del atrio del Consejo de la Unión Europea en Bruselas para conmemorar la presidencia española.

"Es que la enseñanza de arquitectura en España tiene un planteamiento muy ortodoxo", señala Churtichaga a modo de explicación de la resistencia que puede suscitar un método que no tiene que ver con la rutina pedagógica acostumbrada. El formato de la clase también escapa de lo tradicional y, en lugar de ser una asignatura impartida de forma fragmentada, se concentra en una semana. Ignacio Moreno, profesor de Idea y Forma de la escuela, asegura que la presencia del arte en la formación de un arquitecto responde a algo que demanda la propia sociedad: "Grandes arquitectos han trabajado con artistas, como es el caso de Herzog & De Meuron con Joseph Beuys, o Frank Gehry con Stella u otros, y no sólo como refuerzo intelectual sino como una oportunidad de compartir ideas en un diálogo común que se puede establecer con la arquitectura".

El empeño de Canogar era transmitir a sus alumnos que el arte "no es sólo un envoltorio de adorno a sus proyectos arquitectónicos, sino una herramienta fundamental de pensamiento y de investigación que les puede dar muchísimas ideas y les puede ayudar a desarrollar iniciativas más audaces y potentes y a no quedarse ahogados por toda la parte técnica que inevitablemente forma parte de todo proyecto".

Nuevas fronteras para una profesión que pide a gritos quitarse corsés.

El presidente de la Asamblea de la Red Española de Teatros, Auditorios y Circuitos de Titularidad Pública, Gerardo Ayo, ha denunciado las demoras en los pagos a las compañías por parte de los ayuntamientos que en multitud de ocasiones superan el año y medio de retraso. Según ha explicado Gerardo Ayo, varios grupos han recurrido a los tribunales para exigir el abono de sus trabajos, lo cual ha generado que el sector de las artes escénicas esté "muy preocupado".

Ayo considera que es el momento para "decir alto y claro" que las deudas a las compañías teatrales son igual de importantes que las de cualquier constructor o ingeniero que desarrolla un proyecto municipal. En este sentido, ha apuntado que, igual que una empresa pequeña acaba en la "ruina" por el retraso en los cobros, los grupos pueden desaparecer.

Ayo ha recordado que las artes escénicas generan más público que el fútbol, lo que las sitúa como una industria cultural de primer orden.

Aunque la asamblea carece de datos definitivos, la crisis no ha afectado a la afluencia a las salas, que en 2009 registraron un incremento de espectadores, ha señalado. A pesar de ello, uno de los desafíos de la red es tratar de convencer a la clase política de que los recortes en materia cultural no deben ser los más importantes. En este sentido, ha explicado que el mantenimiento de los públicos está ligado a una continuidad temporal. Según ha apuntado, recuperar los espectadores perdidos es muy complicado y esto ocurrirá si se reduce la programación.

Ayo considera que la construcción de un parque puede posponerse un año por falta de fondos pero superar la reducción de público conlleva ocho o nueve años de trabajo.

Los teatros, ha dicho, asumen 2010 como un "reto" en el que tendrán que utilizar la imaginación para paliar los recortes. No obstante, ha recordado que ésta ha sido y es su principal arma de trabajo. "No podemos parar porque sería una ruina. Somos los que generamos ilusión y la ilusión es muy necesaria en este momento", ha asegurado.

La Red Española de Teatros, Auditorios y Circuitos de Titularidad Pública reúne a 160 socios que representan entre 500 y 600 espacios culturales.

Fuente: adn.es

Juan Antonio Álvarez Reyes será el nuevo director del CAAC **RH**

Crítico y comisario de exposiciones, su nombramiento será propuesto por la Consejera de Cultura al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía en próximas fechas.

Tras la reunión de la Comisión Técnica del Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (CAAC) para la valoración de las candidaturas presentadas a la Dirección del mismo, la Comisión ha elevado una terna de candidatos a la Consejera de Cultura, Rosa Torres, que ha considerado a Juan Antonio Álvarez Reyes como el candidato "más indicado" para asumir la dirección de esta institución museística de la Junta de Andalucía. Su nombramiento será propuesto por la Consejera de Cultura al Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía en próximas fechas.

Juan Antonio Álvarez Reyes (Badajoz, 1966) es crítico y comisario de exposiciones y ha sido director de El Periódico del Arte, comisario de la Sala Montcada de la Fundación La Caixa y director del Centro Párraga (Murcia). Como crítico, actualmente escribe sobre exposiciones internacionales en ABCD -suplemento cultural del diario ABC- y en la revista Artecontexto. Anteriormente trabajó en el periódico Diario 16 y ha sido corresponsal de The Art Newspaper, Le Journal des Arts e Il Giornale dell'Arte, además de colaborar con numerosas publicaciones especializadas nacionales e internacionales.

Fuente: e-sevilla.org

Javier Solana, nuevo patrono del Prado, y Margarita Salas, nombrada Presidenta del Real Patronato de la Biblioteca Nacional. **RH**

Javier Solana fue ministro de Cultura de 1982 a 1988 y, por tanto, miembro del patronato del museo del Prado. Durante los muchos años que ha ocupado cargos de política exterior de la UE, aprovechaba las pocas horas que pasaba en Madrid para recorrer la exposición temporal del momento. El ex ministro se reincorporó al patronato como miembro del cupo de designación directa del Ministerio de Cultura.

Asimismo, Ángeles González Sinde, ha nombrado a la científica Margarita Salas Falgueras presidenta del Real Patronato de la Biblioteca Nacional de España, en sustitución del fallecido escritor Francisco Ayala.

Margaritas Salas es experta en bioquímica y biología molecular y fue pionera en el campo de la enzimología y en el conocimiento de los mecanismos de transmisión de la información genética, particularmente en la replicación del ADN.

Fuente: mcu.es

Esteve Riambau, nuevo director de la Filmoteca de Cataluña **RH**

El Instituto Catalán de las Industrias Culturales (ICIC) convocó el concurso en octubre, después de la jubilación del anterior director de la Filmoteca, Roc Villas, y esta mañana su presidente, Antoni Lladó, ha recibido a Riambau.

La Comisión de selección ha valorado diecinueve candidaturas y ha seleccionado a Riambau por su experiencia profesional probada en el ámbito del cine y del audiovisual tanto en Cataluña como en otros países, así como por la calidad de su proyecto.

Profesor de Comunicación Audiovisual de la UAB y licenciado en Medicina y Cirugía, Riambau es autor de una treintena de libros sobre la historia del cine.

El proyecto presentado por Riambau, de 55 años, se basa en los retos de futuro que la Filmoteca tendrá que lograr en su nuevo emplazamiento en el barrio del Raval de Barcelona y en la adaptación al nuevo marco tecnológico y conceptual en el que se desarrollará la cinematografía del siglo XXI en Cataluña

Fuente: elpais.com

Profesionales del arte reclaman un concurso para elegir al nuevo director del Musac **RH**

Dos cartas abiertas a la consejera de Cultura de Castilla y León han puesto de relieve la atención con que se sigue el relevo al frente del Museo de Arte Contemporáneo de León (Musac). La salida de Rafael Doctor, y el pronunciamiento de la titular del departamento de Cultura de la Junta, M.J. Salgueiro, en el sentido de que su actual subdirector, Agustín Pérez Rubio, podría hacerse cargo de la dirección han hecho que diversos sectores del mundo artístico muestren su preocupación por el procedimiento.

Diversas asociaciones han unido sus voces para mostrar su «preocupación acerca del procedimiento que ahora se abre para sustituir» a R. Doctor. Tras reclamar que la gestión de la cultura sea «transparente, democrática y participativa», piden que los directores de los museos «sean elegidos mediante concurso, de convocatoria abierta, en el que un jurado de expertos independiente elija el mejor proyecto entre los elaborados por los candidatos».

La consejera no ha contestado a estas reclamaciones. Un portavoz de su departamento afirmó que «se está trabajando en el tema, pero no hay una decisión adoptada al respecto. Se están estudiando todas las posibilidades y se verá cuál es la fórmula más apropiada».

La plaza de director del Musac no existe como tal, ya que Rafael Doctor fue contratado como responsable de la Sección de Arte de la Fundación Siglo.

Fuente: nortecastilla.es

El PBI Cultural argentino creció por quinto año consecutivo y, en 2008, aportó el 3,27% de la producción total del país. En este contexto, la producción de libros alcanzó su mejor rendimiento histórico, con más de 97 millones de ejemplares editados, y un valor de actividad superior a 1170 millones de pesos.

"La contundencia de los datos pone sobre la mesa la necesidad de profundizar la inversión en cultura. Una vez más queda claro que, además de su capacidad de fortalecer nuestra identidad y autoestima como pueblo, las políticas culturales activas generan valor y miles de puestos de trabajo. Al mismo tiempo, dinamizan las economías regionales y nos ofrecen una ventana hacia el mercado internacional", dijo el secretario de Cultura de la Nación, Jorge Coscia, en relación a esta información.

Mientras que varias de las actividades más dinámicas de la economía moderaron su expansión, el PBI Cultural, en cambio, obtuvo una tasa de crecimiento interanual del 17,2%, muy superior al 4,5% registrado en la manufactura, al 3,7% de la construcción o al 8,2% de los servicios.

También son alentadoras las cifras del comercio exterior de bienes y servicios culturales: aunque el saldo comercial todavía es deficitario, el rojo se reduce año a año. En el caso de los bienes culturales -como libros, discos o películas-, esto se vincula con la disminución de las importaciones, que supera la caída observada en las exportaciones. Además, en el área de los servicios culturales (se incluyen aquí servicios de producción de TV abierta, productoras independientes y de cine, entre otros), se registró una creciente diversificación y expansión de las exportaciones.

En cuanto al sector editorial de libros, los datos muestran que la producción de textos alcanzó su mejor rendimiento histórico en 2008: se imprimieron más de 97 millones de ejemplares por un valor de producción superior a 1170 millones de pesos. La cifra representa un tercio de los libros impresos por España (338 millones) o Brasil (320 millones), y el 70% de lo que se produce en México (137 millones). Comparado con Colombia, el monto casi triplica al de la producción editorial de ese país (39 millones de ejemplares).

En la Argentina, la cantidad de títulos editados anualmente se duplicó en los años posteriores a la convertibilidad: llegó a superar los 22.000 títulos. El único país iberoamericano que sobrepasa esta marca es Brasil, con más de 40.000 títulos, mientras que Colombia edita cerca de 10.000 al año y México, apenas 2.000.

Fuente: sinca.cultura.gov.ar

Francia, orgullosa de su modelo de gestión cultural: "La Cultura en Francia es un dogma que funciona"

M

Antonin Baudry, consejero de Cooperación y Acción Cultural de la Embajada de Francia en España, afirmó que el Gobierno francés defiende su cultura y a sus artistas porque el Estado tiene una "concepción casi religiosa" de la cultura. "La Cultura en Francia es un dogma que funciona", dijo, orgulloso del denominado 'modelo francés' de gestión cultural, que se ha puesto como ejemplo, en muchas ocasiones, por el sector de la Cultura en España.

Precisamente, la "prioridad" y el "discurso" de la ministra de Cultura, Angeles González-Sinde, en cuanto al "acceso de todos" a la cultura, ante la era de la digitalización, coincide con el de su homólogo francés, Frédéric Miterrand, que se fundamenta en un modelo de gestión cultural, que se asienta en cuatro principios: "la conservación de los productos culturales, la protección de los derechos de autor, la democratización y el acceso de la cultura a todos, además del apoyo económico a los artistas".

Baudry remarcó que la prioridad del Gobierno francés es aplicar estos cuatro objetivos al proceso de digitalización ante la "crisis enorme contra un enemigo invisible" al que se enfrenta, en su caso, el Ministerio de Cultura y Comunicación francés.

Baudry, que participó en la presentación en Madrid de los 'Encuentros profesionales. Sistemas públicos de gestión cultural. Modelo de gestión de Francia', en la que también intervino Jean-Luc Blouët, agregado cultural de la Embajada de Francia, recordó que el Gobierno francés defiende su cultura y a los artistas porque el Estado tiene una "concepción casi religiosa" de la cultura. "La cultura en Francia es un dogma que funciona", apuntó.

La identidad de un país

"Estamos en una lucha por la crisis", aseveró Baudry, recordando que el 'modelo francés' apuesta por apoyar a los creadores y a los intelectuales. "Sin los intelectuales y los artistas un país está desnudo, porque tienen la identidad del país", subrayó, justificando la acción proteccionista del Estado francés para con sus productos culturales.

Baudry enumeró los principios en los que se basa este modelo de protección de la Cultura en el país vecino, y que han ejercido los ministros de Cultura "de todos los Gobiernos". Así, echó la vista atrás y recordó cómo esta lucha por la defensa del arte se remonta a la Revolución Francesa.

La "protección de los autores" es otro mecanismo del Estado francés desde el siglo XIX, cuando se consiguió un Estatuto para los artistas y los autores, y que se mantiene y aplica en la actualidad, ante la "polémica" de las descargas en Internet. "El Estado debe proteger a los autores y a los artistas contra las descargas ilegales", afirmó.

Sistema de intermitencias

Que la cultura debe estar accesible para todos, es otro principio en Francia desde los años 30. "La cultura unifica a un pueblo", dijo Baudry, quien se refirió a un cuarto aspecto clave, que se debatió en 1936 y cuyo acuerdo renovaron sindicatos de creadores y sindicatos de trabajadores en el año 2000: el "sistema de intermitencias", que permite a los artistas intermitentes cobrar un seguro cuando están en el paro.

Estas 'intermitencias' permiten que "cada ciudadano pueda desarrollarse como artista" y cobrar una cantidad de dinero, si se ha trabajado en un año más de 560 horas. Es un "apoyo económico" para aquellos artistas que no tienen todavía un público pero quieren intentar adentrarse en el mundo del arte.

La importancia de las subvenciones

En Francia se dedica a la acción cultural un total de 3.000 millones de euros. El gasto total en Cultura alcanza los 9.000 millones. Y en este sistema, "las subvenciones del Estado son lo más importante", según aseveró Baudry, quien agregó que también hay inversión privada y mecenazgo. Pese a depender de las ayudas del Estado, éste "garantiza que el arte no sea político".

La "excepción cultural" es otro pilar del Estado francés en materia cultural, visto como "la cultura como excepción". "En Francia hay una fascinación de los artistas hacia el poder del Estado", prosiguió, recordando que, que el Estado reconozca la labor de artistas e intelectuales, es "prioritario".

Además de las ayudas del Estado, se da "una verdadera solidaridad interprofesional", como detalló Blouët, ya que, en el caso del sistema de intermitencias, "cada trabajador paga de su sueldo todos los meses una parte que va a este seguro".

Sociedades de gestión

También es "muy importante" en Francia, cuyo Ministerio de Cultura cuenta con tres grandes direcciones culturales (Patrimonio, Creación e Industrias Culturales), el papel de las sociedades de gestión de derechos de autor.

En el caso concreto del cine, además de las subvenciones que el Centro Nacional del Cine concede a los creadores a través de un Fondo, están las ayudas directas como el canon que se cobra en las entradas de cine y que "va directamente al sector".

Fuente: finanzas.com

El informe que elabora cada año la Alianza Internacional para la Propiedad Intelectual (IIPA), la conocida como lista 301, ha vuelto a incluir a España, por cuarto año consecutivo, en la lista de los países que merecen estar "en vigilancia" por no proteger adecuadamente los derechos de autor. Este documento del lobby de la industria cultural estadounidense que incluye a editores de libros, discográficas, productoras de cine y compañías de software y videojuegos revisa anualmente cómo se está protegiendo el copyright en los diferentes países del mundo, los clasifica y establece una serie de recomendaciones al respecto. El informe, que la industria envía después al Departamento de Comercio de EEUU para que presione a sus socios comerciales, dedica este año 17 páginas a analizar la situación española.

La publicación de la lista 301 se ha adelantado tres meses este año con respecto a los informes de años anteriores. Su lanzamiento coincide así con el acalorado debate sobre el anteproyecto de la LES, que incluye en su disposición final que una comisión de carácter administrativo pueda decidir sobre el cierre de páginas web que enlazan a contenidos con copyright, cierre que después será confirmado por un juez. El informe de la IIPA califica esta medida de "alentadora" y la reconoce como "punto clave", aunque puntualiza que esas disposiciones sólo hacen referencia a "parte de un problema global" que, según el lobby, está "fuera de control".

El estudio, en el que España aparece junto a 23 países más entre ellos, Italia, Hungría, Israel, Vietnam, Uzbekistán o Tailandia demuestra un profundo conocimiento de la situación del mercado español y de la legislación nacional. Indica también al Gobierno, punto por punto, cuáles son los pasos que debe seguir para dejar de ser "uno de los peores mercados del mundo" para la industria cultural.

La lista 301 centra buena parte de su argumentario en solicitar la anulación de la circular de mayo de 2006 de la Fiscalía General del Estado, a la que cataloga como una de las principales responsables de la actual situación, detallando que "despenaliza las descargas realizadas mediante redes P2P". La circular dice, entre otros puntos, que es necesario que exista ánimo de lucro comercial para considerar que las web que incluyen enlaces a contenidos con copyright han cometido un delito. "Como resultado de las incertidumbres legales, la policía rehúsa emprender acciones" en Internet, sostiene el informe.

España tiene "el peor problema de piratería" entre los grandes de Europa: en otro punto, el estudio detalla que es necesario asegurarse de que las operadoras impiden que sus redes se utilicen para el almacenamiento o la transmisión de contenidos protegidos.

Fuente: publico.es

Publica tu anuncio en la web de docultura.com

Si eres **empresa o institución** y necesitas un perfil profesional del sector de la gestión cultural, puedes publicar un anuncio en nuestra página web con tu oferta de empleo.

Además, la web docultura.com te ofrece también espacios de publicidad en dos secciones específicas de la página:

dopress: sección especializada en las noticias más relevantes sobre gestión y cultura.

doteca: espacio de referencia y fondo bibliográfico sobre gestión y cultura.

Si eres un **profesional de la gestión cultural** y quieres hacer llegar tu perfil a las empresas e instituciones interesadas en encontrar profesionales del sector, puedes publicar tu demanda de empleo en nuestra web.

Para más información
solicita nuestros catálogos de
servicios y tarifas a:
publicidad@docultura.com

docultura Asturias

Avda. de la Argentina 132
33213 Gijón . 985 308 956

Búscanos en



y hazte fan!

docultura Madrid

Carrera de San Jerónimo 15, pl. 2ª
28014 Madrid . 914 547 268