



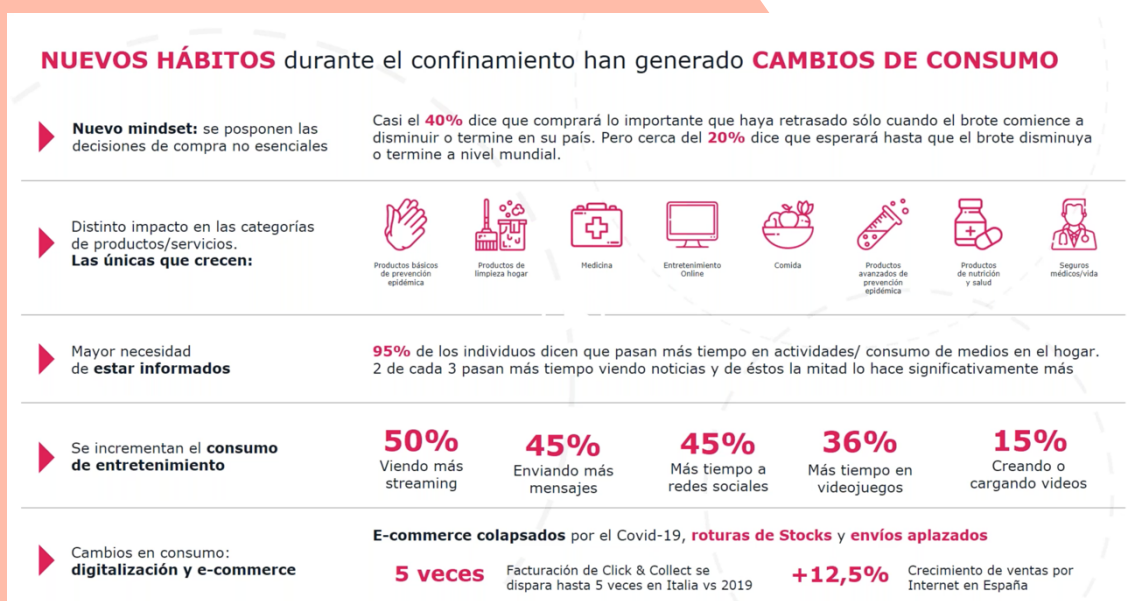
# ENCUENTROS

## ENTRE PROFESIONALES DE LA CULTURA

La pandemia provocada por el virus del Covid19 y, sobre todo, la forma de luchar contra su expansión ha paralizado la economía y la sociedad de forma inédita para prácticamente todas las generaciones vivas. En este contexto, el sector cultural ha sido uno de los que más se ha visto afectado. Sufre pérdidas económicas y de empleos y se halla sumido en una crisis extraordinaria y severa de consecuencias aún desconocidas.

Sin embargo, pese a estas circunstancias que alimentan la incertidumbre, parece que algunos procesos sociales y culturales previos a la epidemia vírica se están acelerando:

- La reducción drástica del consumo masivo y la constatación de que se puede vivir con lo “necesario”, incluyendo en ese paquete la cultura y la necesidad de comunicación con los demás.
- La adaptación de algunos productos culturales a los medios digitales, el acceso y consumo masivo de contenidos y de entretenimiento desde los propios domicilios, mayoritariamente en formato digital, incluso por segmentos de población que antes no consumía.
- La constatación de que el teletrabajo o, al menos algunos aspectos de éste, funciona y pone en evidencia prácticas ineficientes del pasado, la resiliencia de la creación popular a situaciones de confinamiento.
- La estrecha línea entre creadores y consumidores se ha acortado aun más, especialmente con la enorme expansión de la red social Tik Tok que ha revolucionado el mercado del contenido durante la cuarenta permitiendo a sus usuarios crear todo tipo de videos para compartir con contactos.



\*Gráfico elaborado por Rebold sobre los nuevos hábitos de consumo generados por el Covid19.



Todos estos procesos puede que estén conformando una nueva masa de públicos, una nueva forma de crear y compartir cultura, de la que todavía no percibamos nítidamente sus formas.

En un escenario en el que la nueva normalidad empieza a dibujarse con planes de vuelta y reapertura de los espacios culturales con aforos limitados y nuevas normas de acceso y comportamiento dentro de los recintos culturales. Las instituciones culturales no solo han de enfocarse en sus prioridades para el 2020, sino ir más allá y poner el foco en los previsibles efectos de una inminente crisis económica y las estrategias de vuelta a la “normalidad” a lo largo de los próximos años.

Esta nueva normalidad es la que nos interesa dibujar, pensar y analizar estratégicamente entre todos.

Desde *Radar* y *Tekneultura* queremos activar este **espacio de encuentro** en el que reflexionar sobre todas estas cuestiones, en el que elevar la mirada y proyectarla hacia el horizonte de forma estratégica.

A partir de las experiencias, los conocimientos y las capacidades de análisis de profesionales de la cultura, variados y heterogéneos, queremos abordar una serie de temas que tienen que ver con todas las cuestiones anteriormente descritas y sobre todo con cómo la cultura va a atender las necesidades sociales y estructurales de los próximos años.

Para esta primera edición, titulada **Futuro de los públicos o los públicos del futuro**, queremos enfocar a cómo pueden ser las diferentes respuestas presentes y futuras para atraer y trabajar unos públicos de la cultura que se revelan como esquivos y cambiantes. Si en un pasado reciente ésta ya era una preocupación principal del sector cultural, en un futuro inminente es definitivamente la clave del éxito. Este punto de partida en el que se encuentran las instituciones culturales es una oportunidad sin precedentes para por fin llevar a cabo estrategias diferentes que tengan en cuenta las demandas sociales, las necesidades de los públicos y su participación en el diseño de las estrategias teniendo en cuenta esos nuevos hábitos de los que se hablaba antes.

¿Cómo van a plantear los espacios culturales su relación con los públicos en esta “nueva normalidad”? ¿Qué papel van a tener los públicos en el diseño de las estrategias y los programas culturales? ¿Cómo se van a materializar todas las cuestiones que la pandemia ha acelerado y provocado en los consumos y los hábitos culturales en las estrategias futuras?



De estas y otras cuestiones se hablará en el encuentro “Futuro de los públicos o los públicos del futuro” en el que participarán profesionales del ámbito de la cultura con perfiles y trayectorias muy diversas y heterogéneas. Un encuentro que va dirigido a gestores culturales, analistas, creadores, académicos, innovadores, emprendedores y, en definitiva, a todos aquellos agentes interesados en el futuro de los públicos.

**Invitados:**

- Carlos R. Ríos, D’A Film Festival, Barcelona.
- Maral Kekejian, comisaria artes escénicas, Madrid.
- Fernando Pérez, Azkuna Zentroa, Bilbao.
- Marcos G. Alonso, Divimove, Madrid.
- Anna Giribet, FiraTàrrega, Tàrrega (Lleida)

**Fecha:**

18 de junio de 17h a 18h

Participación previa [inscripción](#).