

EQUILIBRANDO LAS NECESIDADES DE LOS ARTISTAS Y DE LA AUDIENCIA



David Brownlee es en la actualidad Consejero Delegado de Audiencias UK www.audiencesuk.org, la red británica de agencias de desarrollo de audiencias. Durante los últimos 10 años ha desarrollado cargos de política cultural tras una década en cargos directivos de marketing y captación de fondos para festivales en Inglaterra y Gales.

David Brownlee nos ofrece en este artículo una interesante visión sobre la importancia de tener en cuenta a la audiencia a la hora de tomar decisiones de política cultural o de financiación de las artes. Plantea una toma de decisiones equilibrada entre la oferta y la demanda de las artes. Un equilibrio que todavía no existe.

Tras haber trabajado 20 años en el sector cultural en el Reino Unido, creo firmemente que todavía no hemos alcanzado el equilibrio adecuado entre la oferta y la demanda en la definición de las políticas culturales.

¿Tendría sentido juzgar el éxito de la política sanitaria basándonos simplemente en lo felices que están los médicos? ¿O medir el sistema educativo basado en la satisfacción laboral de los profesores? En la mayoría del tiempo, eso es precisamente lo que se siente en las artes. Los artistas y las organizaciones culturales son tratados por los políticos y los responsables de las políticas culturales como un grupo de influencia (lobby) instruido, de perfil alto, que debería estar como mínimo pacificado y con la esperanza de que los respalden verbalmente. Tu política cultural es exitosa si la comunidad artística se siente bien financiada y respetada.

Por supuesto que las artes son distintas a la educación o a la sanidad. Pero no tan distinta. Éstas también son financiadas con fondos públicos, lo que significa que deberían servir al interés

general. De tal forma que ¿no debería el público tener una voz en cómo se gasta su dinero?

Es mucho más fácil para los responsables de las políticas culturales y para los financiadores escuchar al lado de la “oferta” en las artes. Pero con un poco de investigación de calidad es posible dar a los responsables de las políticas y a los financiadores la inteligencia necesaria para tomar decisiones informadas que beneficien al público y a los artistas que les sirven.

Tenemos pruebas buenas y robustas de por qué la gente toma o no toma parte en las actividades culturales. Sabemos por qué la gente valora las artes y tenemos asimismo una imagen inicial muy buena sobre el impacto social que produce estar implicado en actividades culturales.

Tenemos una imagen clara de cómo niños y jóvenes se relacionan todavía con las actividades culturales tradicionales, con independencia del nacimiento de la era digital. Y estamos aprendiendo rápidamente cómo la gente mayor usa la tecnología para mejorar su vida cultural.



// EN MI EXPERIENCIA, LA MAYORÍA DE LOS ARTISTAS QUIEREN RELACIONARSE CON UNA AUDIENCIA MÁS NUMEROSA Y DIVERSA //

Entendemos que las personas no son iguales, pero podemos segmentar útilmente a la población para planificar y poner nuestros servicios en el mercado mejor y de manera más eficiente.

Sabemos con qué autoridades locales se está involucrando más gente de la que esperábamos en Gran Bretaña y podemos aprender de ellos, pues sabemos donde necesitamos poner el foco para mejorar. Sabemos dónde la inversión ha conllevado mayor satisfacción en las personas y sabemos dónde piensa el público que deberían hacerse nuevas inversiones.

Y más aún, podemos ver que el mundo está cambiando y entendemos las tendencias emergentes a nivel local, regional y nacional. Y necesitamos seguir rastreando estos cambios por lo rápido que el mundo se está moviendo.

No estamos haciendo cuanto podemos con estos datos. Muchos financiadores de la cultura no conocen las pruebas que están

disponibles. Y si saben que están ahí, no saben cómo usarlas.

Audiences UK está aquí para ayudar a las organizaciones culturales, autoridades locales, financiadores y responsables de las políticas a realizar un uso inteligente de los datos, estudios e investigaciones que están ya ahí. Hay un claro apetito por que esto ocurra en el sector cultural en Gran Bretaña.

Por supuesto, los artistas necesitan el espacio y los fondos para ser creativos e innovadores. Pero en mi experiencia, la mayoría de los artistas quieren relacionarse con una audiencia más numerosa y diversa. Sólo conseguirán esto si las personas orientan efectivamente las políticas culturales y se toman decisiones de financiación teniendo en cuenta a la audiencia y equilibrando sus necesidades con las de aquellos que crean las artes.

Puede que pacificar el lobby de los artistas e ignorar las necesidades de la audiencia sea la opción más fácil, pero aquellos responsables de tomar decisiones que posean una visión más a largo plazo verán que escuchar a la audiencia actual y potencial conducirá a una sociedad más implicada y cohesionada, así como a un sector cultural más exitoso y sostenible. //

