

Cultura en Burgos
Promoción de la ciudad

 **Ciudadanos**

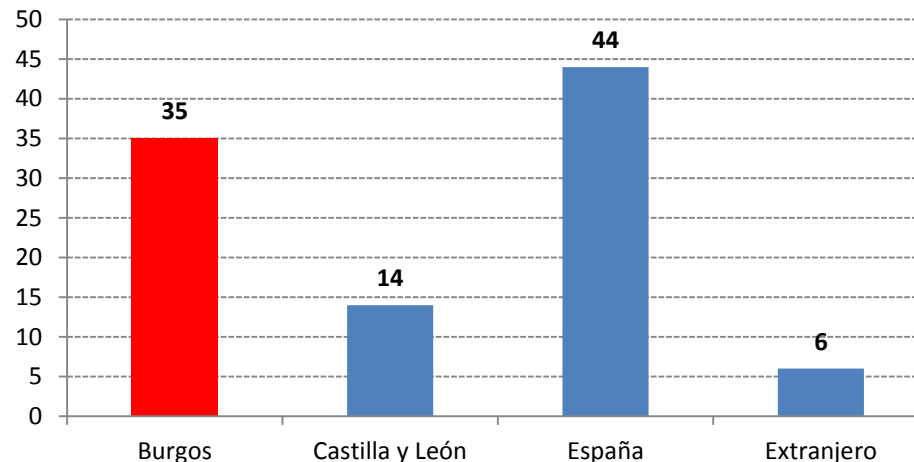
La cultura en Burgos no es “PERFECTA”

- Participación ciudadana insuficiente.
- Escasa generación de creadores.
- Ausencia de eventos culturales de referencia.
- Mínima capitalización del potencial cultural.
- Irrelevancia nacional e internacional.
- Injerencia política.

Un ejemplo, el MEH

- No es municipal pero es clave para la vida cultural de la ciudad.
- 151.941 visitantes exposición permanente MEH (2014). 416 visitantes/día.
- Actividad comercial mediocre, espacios valiosos vacíos o desaprovechados.
- Opacidad, últimos datos clave no disponibles. Autopromoción.

Visitantes MEH % (2011)



Iniciativas similares con resultados



Kunsthhaus, Graz



Universum, Bremen



Nemo,
Amsterdam



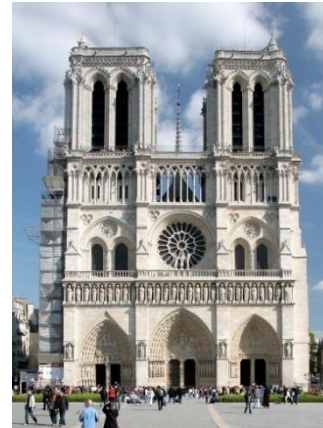
Mary Rose,
Portsmouth

La promoción es inefectiva

- Politización de las acciones de promoción de la ciudad.
- El “target” debe estar fuera de Burgos y ser el visitante/cliente potencial, no el votante probable.



Vs.



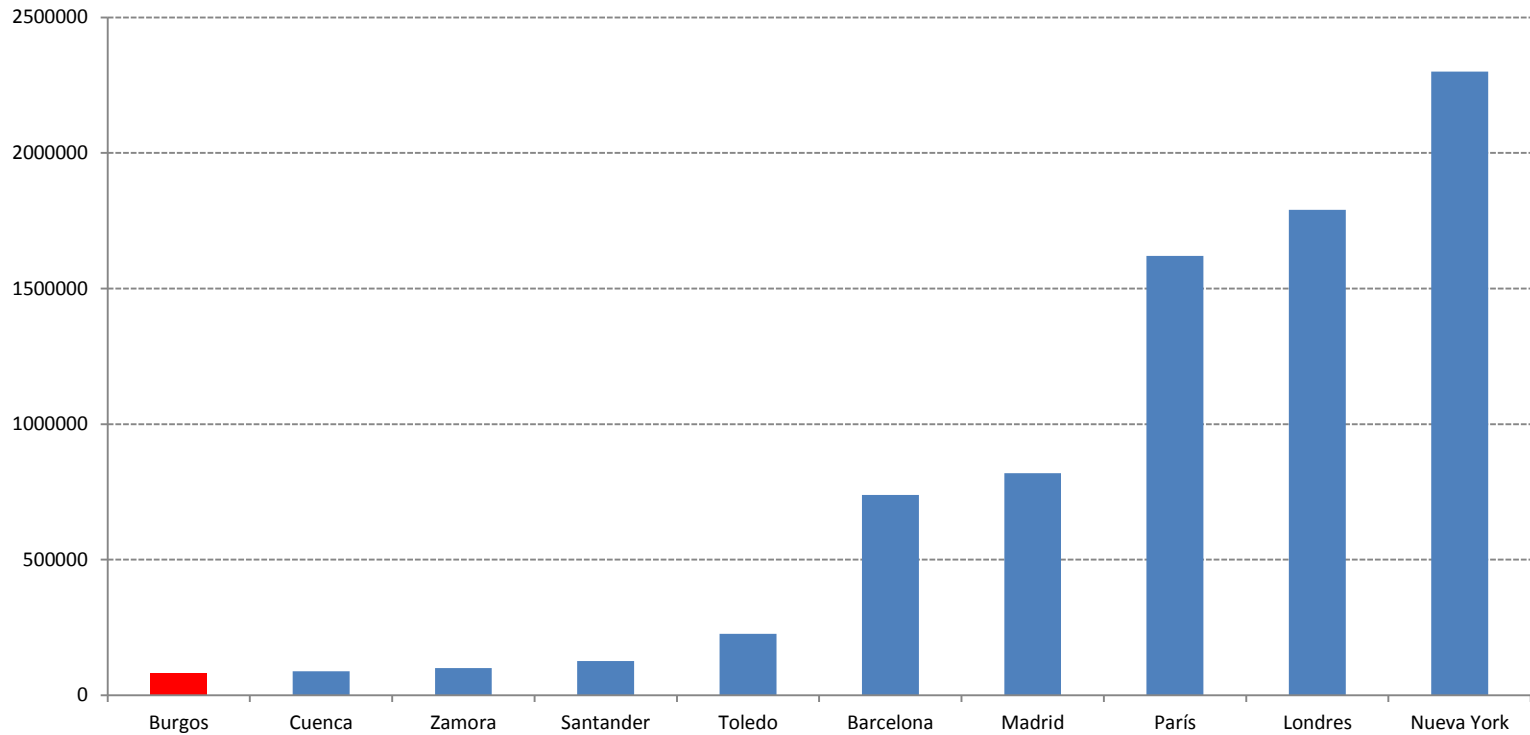
“Branding” deficiente



- Logotipo anodino y sin valores asociados.
- No existe una marca detrás.
- Desconocido fuera de Burgos.
- Sospechosamente similar a dos logotipos asociados a valores dispares. una empresa de limpieza (Barcelona), y una ciudad ligada a la violencia sectaria (Belfast).

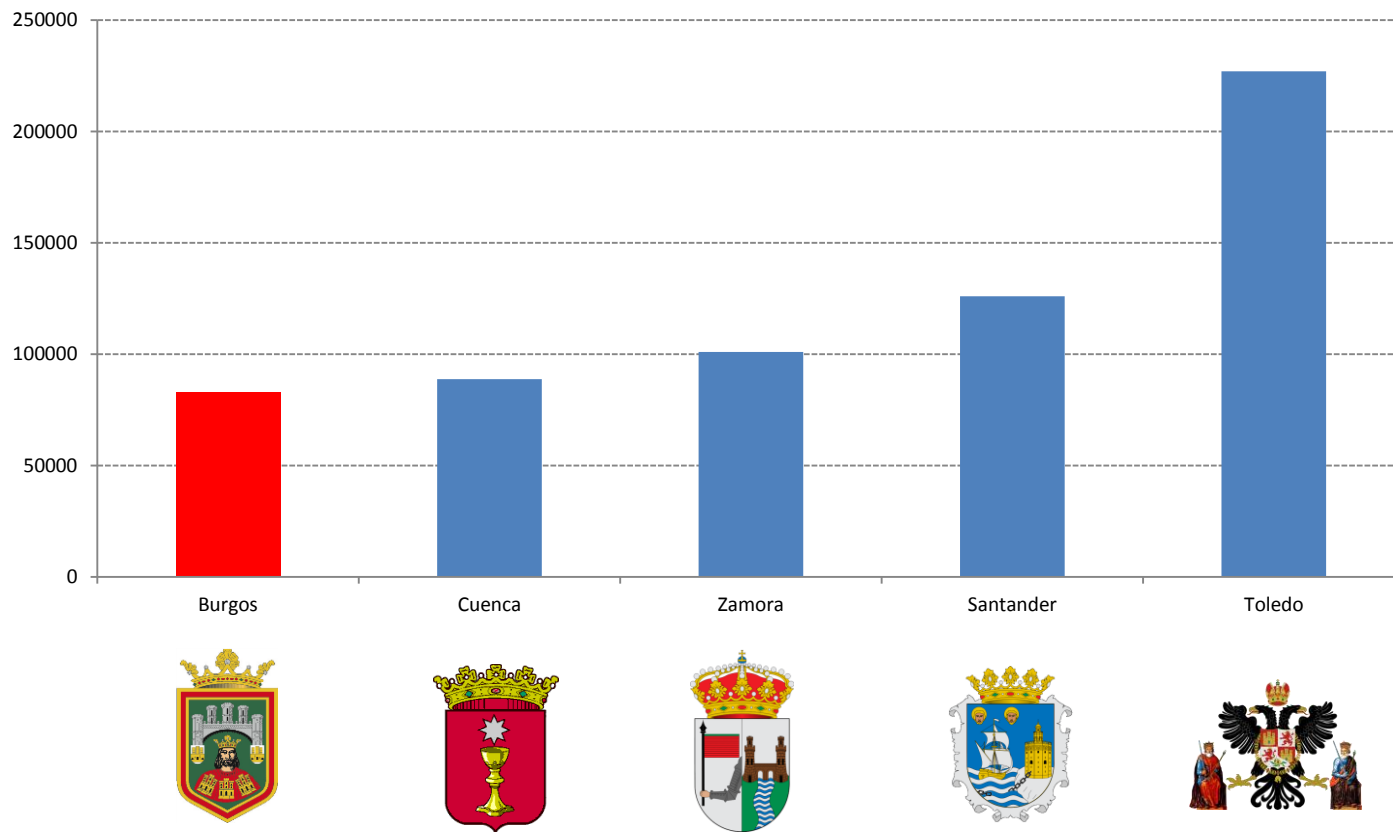
Burgos, promoción mediocre

Resultados en Google (17/08/2015)



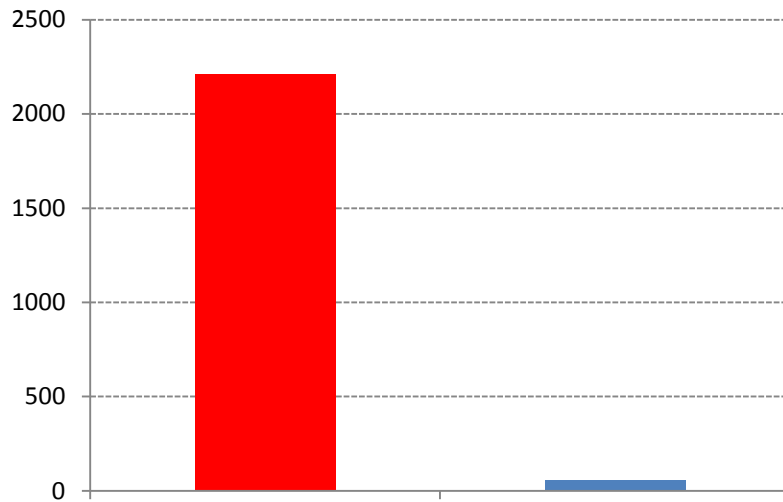
Burgos, promoción mediocre

Resultados en Google (17/08/2015)



¿Quién se promociona?

Entradas en Google (18/08/15)



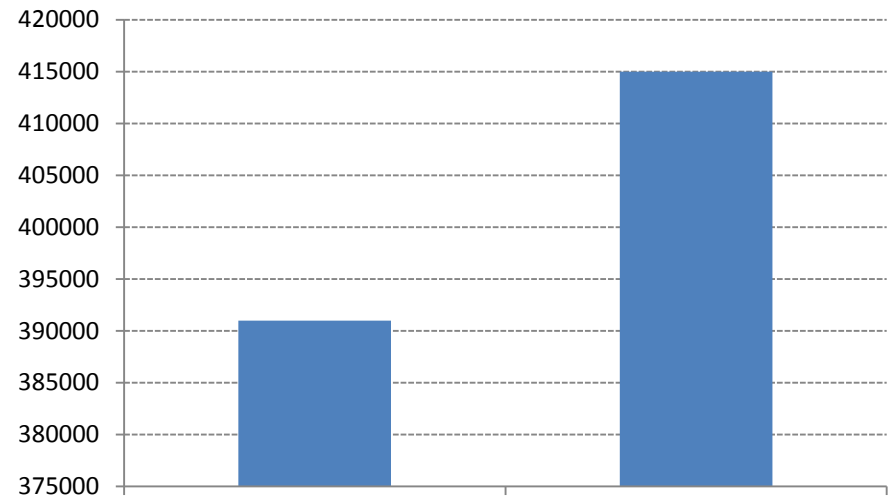
"Fernando Gómez Aguado"



"Salvador Foronda Vaquero"



Entradas en Google (18/08/15)



"José Ignacio Wert"



"Cristóbal Montoro"



Ejes de actividad cultural

- ***Eje 1: Interior, población local involucrada.***
 - La vida cultural debe desarrollarse tanto vertical como horizontalmente, debe impregnar a la totalidad de la población.
- ***Eje 2: Interior, promoción de creación artística local.***
 - Redunda en beneficio de la ciudad la detección del talento, su formación y promoción.
- ***Eje 3: Promoción de Burgos en el exterior.***
 - La cultura burgalesa debe conocerse y ser valorada fuera de la ciudad. Es una manera de prestigiar a la ciudad y generar un proyecto de ciudad.
- ***Eje 4: Captación de talento foráneo. Traer artistas y creación a Burgos.***
 - Burgos debe convertirse en una referencia cultural para el talento foráneo.

Documento Marco

- C's identifica los problemas y propone alternativas.
- C's generará un documento global sobre la cultura en Burgos.
- Analizará el impacto de la actividad cultural en la promoción de la ciudad.
- Propondrá medidas concretas consistentes con un plan global e inclusivo.

Activos a desarrollar

- Creación en Burgos.
- Historia.
- Lengua.
- Religión.

Acciones

- Uno o dos grandes eventos anuales (excepcionalmente bianual).
- Identificación de “nichos” susceptibles de ser desarrollados desde fase inicial.
- Diversificación de la actividad cultural.
- Colaboración institucional y con iniciativa privada.
- Internacionalización.

C's Ciudadanos