

## Instituto Catalán de Investigación en Patrimonio Cultural

Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña.

Bases estratégicas

## Sumario

Antecedentes .....	3
Misión .....	5
Visión.....	5
Atributos .....	5
Ámbito temático .....	6
Ámbito funcional.....	7
Objetivos .....	9
Estrategia .....	10
I. Plan de Investigación .....	11
1) Programa EINES .....	11
2) Programa ESTUDIS .....	12
II. Plan de Formación .....	14
3) Programa SEMINARIS .....	14
4) JORNADA ANUAL .....	15
5) Formación universitaria especializada .....	16
III. Plan de Comunicación .....	17
6) Web y redes sociales .....	17

7) Participación en congresos.....	18
8) Redes internacionales .....	18
Centro de Documentación.....	19
Organización .....	20
Cronograma .....	22
Anexo 1. Observatorios internacionales .....	23
Estado español .....	23
Francia.....	24
Bélgica.....	24
Italia.....	25
Gran Bretaña .....	25
Quebec .....	25
Anexo 2. Experiencia en estudios de público.....	27
ICRPC .....	27
ARTImetria .....	28

## Antecedentes

El Instituto Catalán de Investigación en Patrimonio Cultural ([ICRPC](#)), creado el año 2006 por la Generalidad de Cataluña y la Universidad de Gerona forma parte del conjunto de centros de investigación, centros CERCA, que se han creado en Cataluña con el objetivo de desarrollar una investigación de calidad con proyección internacional.

Cataluña es un país con un valioso patrimonio cultural y artístico relacionado con períodos históricos diferentes, desde la prehistoria hasta la época contemporánea. Al mismo tiempo, dispone de un considerable número de centros, muchos de ellos con una amplia y reconocida trayectoria y de características muy diversas, dedicados a la gestión de este patrimonio. En este marco, el ICRPC quiere ser un centro que impulse la investigación en el campo del patrimonio cultural catalán y que, a su vez, constituya un punto de referencia y de soporte para los diversos agentes vinculados al patrimonio cultural.

Los museos están en el centro de la investigación llevada a cabo por el ICRPC. En este sentido, la [Dirección General de Archivos, Bibliotecas, Museos y Patrimonio](#) es consciente de que la investigación de públicos en los museos de Cataluña ha sido una tarea que no ha conseguido el grado de continuidad y profesionalidad que los museos del siglo XXI requieren. Los museos siempre han recogido datos de público: la mayoría recuentan el número de visitantes y algunos registran sus características sociodemográficas (edad, procedencia, etc.); algunos realizan encuestas —con más o menos continuidad— para conocer las motivaciones y valoraciones de los visitantes.

Sin embargo diversos temas están en la agenda de la Dirección General de Archivos, Bibliotecas, Museos y Patrimonio en materia de conocimiento de los públicos. Por ejemplo, en la tarea de recuento de visitantes, la falta de homogeneidad en los métodos empleados, provoca que la agregación de los datos se vea muy limitada, lo cual pone en duda su comparabilidad. Este es uno de los retos con los que se encuentra el Registro de Museos, órgano responsable de recopilar los datos anuales de los museos y colecciones de Cataluña.

Generalmente, los datos de público sólo se utilizan para dar respuesta a demandas de información o para transmitir resultados a la Administración titular. En la mayoría de los casos, los museos no utilizan los datos de público ni los esporádicos estudios de público para introducir cambios en la planificación y gestión de su institución. Es decir, para identificar problemas y buscarles soluciones. En un sector en que los recursos son y han sido secularmente escasos, la introducción de modelos de gestión más profesionales es indispensable para optimizar el rendimiento cultural y social de la actividad de los centros patrimoniales.

Por otra parte, es reduccionista y simplificador que las cifras de visitantes aparezcan en los medios de comunicación para elaborar un *ranking* de museos, como si la cantidad de público fuera la única medida del éxito. Sin menospreciar los datos de asistencia, el número de visitantes es un indicador limitado que, por sí solo, no refleja las múltiples funciones patrimoniales, culturales, pedagógicas y sociales que desarrollan los museos.

Teniendo en cuenta esta situación y considerando que la investigación de públicos es una tarea imprescindible para que los museos consigan dar un servicio de calidad, generar experiencias valiosas, contribuir al aprendizaje a partir del patrimonio y participar en el debate y en el desarrollo social, cultural y económico, el ICRPC, por encargo de la Dirección General de Archivos, Bibliotecas, Museos y Patrimonio del Departamento de Cultura de la Generalidad de Cataluña, se propone poner en marcha el Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña (OPPCC).

El OPPCC tiene por objetivo dar soporte a los museos, a otros equipamientos patrimoniales, así como a las administraciones públicas y los agentes privados que se ocupen del patrimonio en Cataluña en su relación con los públicos, para contribuir a mejorar la planificación y gestión museística gracias a la investigación y la formación.

Finalmente, hay que indicar que el presente Plan estratégico del OPPCC es la continuación de un primer documento encargado por la Dirección General de Archivos, Bibliotecas, Museos y Patrimonio y elaborado por el ICRPC en febrero del 2013 con el título «Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya. Proposta».

## Misión

La misión del Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña es contribuir a la excelencia de los museos y el patrimonio en sus relaciones con los públicos, usuarios y grupos de interés, con la finalidad de fomentar el desarrollo del uso social del patrimonio cultural, tanto en cantidad como en calidad.

## Visión

Llegar a ser un organismo de referencia para el sector del patrimonio cultural en Cataluña, en materia de investigación y conocimiento de los públicos.

## Atributos

### **Riguroso.**

Aplicando metodologías que generen información fiable y precisa sobre los públicos de los museos que sea de utilidad para los museos.

### **Próximo.**

Permaneciendo atento a las necesidades de los museos respecto a sus necesidades de informaciones y herramientas aplicables y adecuadas a su contexto.

### **Innovador.**

Informándose y aplicando las innovaciones que se van desarrollando en el terreno de la investigación en ciencias sociales y las tecnologías de la información tanto aquí mismo como en el ámbito internacional, en países que tienen una larga tradición en investigación de públicos.

### **Facilitador.**

Poniendo a disposición de los museos conocimientos, herramientas y manuales que les permitan mejorar su capacitación profesional.

## Ámbito temático

A 30 de junio de 2014, Cataluña cuenta con un patrimonio cultural valioso, numeroso y diverso.

El número de elementos que lo integran es:

- 114 museos registrados. (Fuente: Registro de Museos).
- 388 colecciones abiertas al público. (Fuente: Estadística de Museos y Colecciones abiertas al público).
- 37 982 monumentos. (Fuente: Agencia Catalana de Patrimonio Cultural).
- 13 250 yacimientos paleontológicos y arqueológicos. (Fuente: Agencia Catalana de Patrimonio Cultural).
- 4568 archivos. (Fuente: Censo de Archivos de Cataluña 2007-2014).
- 2071 BCIN y 183 BCIN incoados. (Fuente: Inventario de Patrimonio arquitectónico de Cataluña).
- 291 centros de interpretación. (Fuente: los equipamientos de difusión y de interpretación del patrimonio natural y cultural).

El núcleo central de este patrimonio está constituido por los 114 museos registrados, a los que hay que añadir el resto de los monumentos y yacimientos arqueológicos bajo la titularidad de la Agencia Catalana de Patrimonio Cultural (ACdPC).

El OPPCC centrará su actividad prioritariamente en las necesidades de los museos registrados, así como en los otros elementos patrimoniales bajo la titularidad de la ACdPC.

El OPPCC deberá definir y estructurar su relación con el resto de elementos que constituyen el patrimonio cultural catalán.

## Àmbito funcional

En los modelos de gestión de los museos y entidades patrimoniales se distinguen 3 grandes ámbitos:

- a) Gestión de colecciones.
- b) Gestión de los públicos.
- c) Gestión de los recursos.

El OPPCC quiere ofrecer servicios en los ámbitos relacionados con la gestión **de los públicos** y la gestión **de los recursos**.

### GESTIÓN DE LOS PÚBLICOS

Los museos como servicio público ofrecen exposiciones —tanto permanentes como temporales—, así como actividades culturales, educativas y lúdicas. La planificación de cualquier actividad —ya sea de carácter expositivo o no— recomienda la utilización de procesos de evaluación:

- Evaluación, entendida como conocimiento, de la población a la que se dirige: la comunidad inmediata, los centros de enseñanza, los aficionados al patrimonio, los turistas, etc., así como los grupos con intereses profesionales relacionales: las galerías de arte en el caso de los museos de arte, los centros de investigación, el mundo universitario, los otros museos de la misma temática o de temas afines, así como los archivos u otros equipamientos culturales del territorio son claros ejemplos. Conocer las características y necesidades de los diversos colectivos a los que se dirige el museo es de utilidad para una mejor planificación y diseño de las actividades y servicios que el museo ofrecerá. En definitiva, todo proceso de intermediación cultural requiere conocer a los receptores para poder adecuar mejor los contenidos que se quieren transmitir, así como los soportes y lenguajes a utilizar para transmitir estos mensajes.
- Evaluación de las actividades realizadas. Los proyectos culturales y patrimoniales definen objetivos a superar de les actividades que programen. Por tanto, hay que poder responder a las preguntas que se derivan de estos objetivos que



los museos se plantean: ¿cuántas personas han visitado o participado en una actividad? ¿Cuál ha sido el nivel de aprendizaje o de sensibilización que la exposición o actividad ha conseguido? ¿Cuál ha sido la valoración de la experiencia vivida por parte de los visitantes y usuarios? ¿Cómo medimos la implicación de los visitantes en las exposiciones?, etc.

## **GESTIÓN DE LOS RECURSOS**

Asimismo, la gestión del museo necesita datos para poder evaluar la eficacia y la eficiencia de los resultados conseguidos: ¿cómo se han enterado de la exposición los visitantes? Y, por tanto, ¿es eficiente el gasto y los esfuerzos empleados en comunicación? ¿Es adecuada la política tarifaria que aplica el museo? ¿De qué manera podemos desarrollar nuevas audiencias? ¿Cuáles son las promociones más adecuadas teniendo en cuenta una determinada política de equidad? ¿Qué esquema de fidelización es el más adecuado para un determinado museo?

El OPPCC se define como un servicio que quiere dar soporte a los museos y equipamientos patrimoniales y a las administraciones públicas que los mantienen, para mejorar el conocimiento de los públicos, tanto de los reales como de los potenciales, tanto de los presenciales como de los virtuales.

Por lo tanto, el OPPCC quiere ser un instrumento de soporte a los profesionales de los museos que se relacionan con los públicos, para que conozcan sus características, sus necesidades e intereses, así como las expectativas y valoraciones de la visita patrimonial o de cualquier otro servicio que el museo ofrece.

Igualmente, el OPPCC buscará instrumentos de evaluación que reduzcan las molestias que suponen las encuestas y otros mecanismos de consulta, y promoverá su difusión entre los museos.

## Objetivos

- Establecer criterios y metodologías para el conocimiento y evaluación de los públicos de los museos y el patrimonio.
- Generar información útil acerca de los públicos para las administraciones públicas y los museos.
- Formar a los profesionales de los museos y el patrimonio en el diseño, obtención, tratamiento e interpretación de la información relativa a los visitantes de los equipamientos en los que trabajan.
- Formar a los futuros profesionales de los museos y el patrimonio en la evaluación de los públicos.
- Sensibilizar sobre el uso social de los museos y el patrimonio.
- Comunicar los resultados de la investigación desarrollada sobre el público de los museos y el patrimonio.
- Promover la colaboración científica y académica con profesionales y expertos sobre los públicos del patrimonio tanto en el ámbito nacional como en el internacional.

## Estrategia

Objetivos	Planes	Programas
Establecer criterios y metodologías para el conocimiento y evaluación de los públicos de los museos y el patrimonio.	I. INVESTIGACIÓN	1. Herramientas
Generar información útil acerca de los públicos para las administraciones públicas y los museos.		2. Estudios
Formar a los profesionales de los museos y el patrimonio en el diseño, obtención, tratamiento e interpretación de la información relativa a los visitantes de los museos y el patrimonio.	II. FORMACIÓN	3. Seminarios
Formar a los futuros profesionales de los museos y el patrimonio en la evaluación de los públicos.		4. Jornada anual
Sensibilizar sobre el uso social de los museos y el patrimonio.	III. COMUNICACIÓN	5. Formación universitaria especializada
Comunicar los resultados de la investigación desarrollada sobre el público de los museos y el patrimonio.		6. Web y redes sociales
Promover la colaboración científica y académica con profesionales y expertos sobre los públicos del patrimonio tanto en el ámbito nacional como en el		7. Participación en congresos
		8. Redes internacionales

internacional.

TRANSVERSAL:

Centro de Documentación: Transferir conocimiento a los profesionales de los museos

## I. Plan de Investigación

El Plan de Investigación tiene por objetivo la producción de materiales e informes de utilidad para los museos y las administraciones públicas e instituciones gestoras o titulares de equipamientos culturales.

El Plan de Investigación se estructura en dos programas diferentes:

### 1) PROGRAMA EINES

El programa Eines propone la elaboración de materiales, pautas, estándares y manuales que sean de utilidad para la recogida de informaciones relativas a los públicos y no públicos por parte de los museos.

- 1.1. Proyecto recuento de la frecuentación. Actualmente los museos de Cataluña recuentan sus públicos de diferente manera. La estadística de visitantes que recoge el Registro de Museos, los datos que publican los medios de comunicación con el *ranking* de museos según el número de visitantes, adolecen del hecho de que no todos los museos recuentan los visitantes con los mismos criterios. Algunos ofrecen el número de personas que entran por la puerta, otros suman a los visitantes de la exposición permanente y los de las temporales. Otros añaden a los usuarios de actividades o a los que acceden para consultar el archivo o la biblioteca. Todas las cifras son valiosas y hay que tenerlas en cuenta. De todos modos, es necesario que los museos del país puedan disponer de un estándar para poder agregar y comparar las diferentes magnitudes que miden los públicos con criterios de homogeneidad.

El OPPCC redactarà un protocolo que facilite a los museos compartir las definiciones previas (visita, visitante, usuario...) y que dará pautas para que los museos generen datos de frecuentación que sean agregables y comparables gracias a una metodología homologada.

- 1.2. Manuales. El OPPCC elaborará manuales que dotarán a los museos de instrumentos de investigación para conocer a sus públicos. Los manuales tendrán un enfoque muy práctico a modo de libro de recetas de cocina. A continuación se presenta una relación de los primeros manuales de la colección:
- ✓ «Manual per a realitzar una enquesta»
  - ✓ «De les dades al coneixement: com llegir i interpretar les dades de públic»
  - ✓ «Representació gràfica de les dades estadístiques»
  - ✓ «Tractament de les preguntes obertes i de fulls de suggeriments»
  - ✓ «Quines opinions i motivacions tenen els visitants? Els estudis qualitius»
  - ✓ «Tècniques de *Custom Management Relationship* (CRM). Conèixer els usuaris a través del mailing»
  - ✓ «Anàlisi i interpretació dels indicadors sobre els visitants virtuals: web i xarxes socials»

## 2) PROGRAMA ESTUDIS

- 2.1. Informes. El OPPCC elaborará informes a partir de datos secundarios, es decir, a partir de información producida por otros agentes. Estos estudios se elaborarán a petición de la Administración pública que lo solicite, de manera prioritaria, a petición del Departamento de Cultura de la Generalidad de Cataluña, patrón del ICRPC. Los informes podrán ser de elaboración periódica o puntual.

Informes puntuales:

- Recogida de datos de frecuentación en centros museísticos y patrimoniales. Análisis de buenas prácticas. Promotor: Obra Social de "la Caixa" (en curso de elaboración).

Informes periódicos:

- Informe anual sobre la evolución de los visitantes a los museos de Cataluña, elaborado a partir de los datos del Registro de Museos.
- Coyuntura trimestral sobre los visitantes de los museos de Cataluña, pidiendo los datos directamente a los museos.
- Los hábitos culturales en materia de patrimonio cultural de la población de Cataluña, a partir de la encuesta realizada por el Departamento de Cultura.
- Informe anual sobre los visitantes virtuales de los museos de Cataluña.

2.2. Producción. El OPPCC producirá y coordinará estudios que generen información primaria, es decir, información que procederá de la consulta con profesionales y organizaciones.

- Diagnóstico sobre la situación actual de los museos y la evaluación de públicos. Promotor: DG Patrimonio Cultural (en curso de elaboración).
- Encuesta trianual sobre los visitantes de los museos: características, actitudes y valoraciones. Encuesta de producción propia que se realizará entre los museos de la Agencia Catalana del Patrimonio Cultural (ACPC) y todos aquellos museos y colecciones que se quieran incorporar. Por medio de la utilización de un cuestionario común, se realizará una encuesta entre los visitantes de los museos participantes que permita conocer los perfiles, las actitudes y las valoraciones de los visitantes. Este proyecto permitirá obtener y entregar información representativa para cada museo por separado y su comparación con los otros museos participantes.

## II. Plan de Formación

El Plan de Formación tiene por objetivo la formación continua y la capacitación de los profesionales actuales y futuros de los museos de Cataluña en materia de evaluación de públicos.

El Plan de Formación se estructura en tres programas diferentes:

### 3) PROGRAMA SEMINARIS

El OPPCC organizará cursos de formación dirigidos a profesionales de museos, colecciones y otros equipamientos patrimoniales.

Los cursos estarán dirigidos a las diferentes redes territoriales donde se integran los museos locales existentes en Cataluña.

Los cursos tendrán un enfoque eminentemente práctico para el aprendizaje de técnicas que permitan diseñar, producir, tratar e interpretar estudios de evaluación de los visitantes.

Ejemplos de cursos a realizar:

- Protocolo de recuento de visitantes. Utilización de métodos complementarios que permitan el contraste de los datos recogidos.
- Redacción de cuestionarios.
- Tratamiento de las preguntas abiertas y de las hojas de sugerencias.
- Introducción a los estudios cualitativos: *focus groups* y entrevistas en profundidad.
- Encuestas en línea.
- Segmentación de públicos.

#### **4) JORNADA ANUAL**

El OPPCC organizará anualmente una jornada en la que se presentarán casos de buenas prácticas y experiencias internacionales.

La jornada supondrá un encuentro e intercambio anual entre profesionales de los museos interesados en temas relacionados con los visitantes, el desarrollo de audiencias, el uso social del patrimonio, etc.

La jornada girará en torno a un tema central y contará con la presentación de ponencias y comunicaciones.

La jornada será de carácter abierto y se dirigirá a los profesionales de los museos y otros centros culturales, académicos y estudiantes.

La jornada contará con uno (o 2) ponentes internacionales de reconocido prestigio.

Temas para las primeras jornadas anuales:

- ✓ La frecuentación de museos: contemos correctamente los visitantes.
- ✓ Analítica digital: la evaluación de los visitantes virtuales de los equipamientos patrimoniales.
- ✓ La evaluación de los programas educativos.
- ✓ Públicos: de la evaluación de la satisfacción a la medida de la implicación.
- ✓ Desarrollo de audiencias y métrica de los públicos.
- ✓ Diseño de exposiciones incorporando al público.

La inscripción a la jornada será de pago.

Se buscará patrocinio y colaboraciones externas para la financiación de la jornada.



## 5) FORMACIÓN UNIVERSITARIA ESPECIALIZADA

Este programa tiene por objetivo la formación de futuros profesionales de museos y equipamientos culturales.

Los miembros y colaboradores del OPPCC participarán en cursos universitarios de tercer ciclo dedicados a la formación en gestión cultural y gestión del patrimonio cultural.

El ICRPC, junto con la UdG, está diseñando y promoviendo un Máster del Patrimonio Cultural previsto para el curso 2015-2016. En este curso habrá módulos dedicados al *marketing* del patrimonio, a los públicos, a la investigación de públicos y a los estudios de mercado, a la comunicación, etc.

Por otra parte, tanto Antoni Laporte como Joaquina Bobes —miembros de ARTImetria que coordinan e impulsan la constitución del OPPCC— participan en los siguientes cursos:

- Máster en Gestión del Patrimonio Cultural y Museología, UB.
- Máster en Gestión Cultural, UIC.
- Máster en Gestión Cultural, UB (título propio).
- Magíster en Gestión del Patrimonio Histórico y Cultural, Universidad Complutense de Madrid.
- Máster en Patrimonio Mundial y Proyectos Culturales para el Desarrollo, Centro Internacional de Formación de la OIT, UB y Turin School of Development.

### III. Plan de Comunicación

El Plan de Comunicación tiene por objetivo difundir el conocimiento generado por el Observatorio, poniéndolo a disposición de los agentes del sector para contribuir a la mejora de su relación con el público, de modo que se incremente, en último término, el uso social del patrimonio cultural.

El OPPCC dispondrá de una marca y logotipo que lo identifique.

El Plan de Comunicación versará sobre tres programas diferentes:

#### **6) WEB Y REDES SOCIALES**

El OPPCC tendrá una web como instrumento básico de comunicación con sus usuarios.

La web se destinará a usuarios profesionales y contendrá los recursos siguientes:

- Informes elaborados por el OPPCC.
- Manuales e instrumentos metodológicos de utilidad para los responsables de públicos de los museos.
- Convocatorias de los seminarios de formación y material para los participantes.
- Convocatorias de la jornada anual, así como resumen de las ponencias y comunicaciones.
- Informaciones del sector.
- Recursos bibliográficos y enlaces de interés.

El OPPCC dispondrá, igualmente, de cuentas en LinkedIn, Twitter y Facebook.

## **7) PARTICIPACIÓN EN CONGRESOS**

Los miembros del OPPCC participarán regularmente en congresos relativos al patrimonio cultural y a la evaluación de públicos, como estrategia para compartir y difundir su investigación.

## **8) REDES INTERNACIONALES**

El OPPCC se asociará a redes internacionales relacionadas con la evaluación y la estadística del patrimonio.

Se propone la asociación con:

- EGMUS, The European Group on Museum Statistics <http://www.egmus.eu/>
- Visitor Studies Association <http://www.visitorstudies.org/>

## Centro de Documentación

El OPPCC dispondrá de un Centro de Documentación que dará servicio a los diversos programas y a los investigadores externos.

El Centro de Documentación centrará sus esfuerzos en recoger la bibliografía sobre los museos y sus públicos.

Asimismo, el Centro de Documentación del OPPCC quiere llegar a ser un centro que reúna los estudios de públicos que los museos realicen. Estos estudios estarán a disposición de las personas e investigadores que los quieran consultar previa autorización del museo que ha realizado el estudio de público.

El Centro de Documentación del OPPCC dedicará una atención especial a las experiencias internacionales. Los países anglosajones (Gran Bretaña, Estados Unidos, Canadá y Australia) han sido líderes en los estudios de público en museos, con una extensa e intensa experiencia ya desde la década de 1970. En los últimos años, Francia e Italia han visto un fuerte crecimiento en este terreno. El Centro de Documentación recopilará, en la medida de sus recursos, la extensa bibliografía relativa a los públicos del patrimonio, tanto desde la vertiente académica, como de los diversos trabajos y estudios empíricos realizados aquí mismo y en el extranjero.

El Centro de Documentación será consultable previa petición del interesado.

## Organización

El Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña no tendrá personalidad jurídica propia: será un ente integrado en el ICRPC.

El director del OPPCC será el director del Instituto Catalán de Investigación en Patrimonio Cultural.

El equipo del OPPCC estará formado por el director técnico y un investigador júnior, y sus funciones serán las siguientes:

### Director(a) técnico(a)

- Diseño y desarrollo de estrategias y acciones.
- Dirección de proyectos.
- Relaciones institucionales, junto con la dirección del ICRPC.
- Participación en congresos.

### Investigador(a)

- Soporte a la investigación.
- Soporte a la secretaria técnica de la jornada.
- Seguimiento de los procesos de solicitud de datos a los museos.
- Mantenimiento de la página web.

Las redes sociales serán gestionadas por el *community manager* del ICRPC.

El OPPCC contará con una comisión asesora: órgano consultivo formado por personas y entidades del sector de prestigio reconocido, con la que se mantendrá en contacto permanente por correo electrónico, y que se reunirá anualmente.

- Junta de Museos de Cataluña.
- Directores de museos.
- Profesores universitarios.
- Servicios de museos de las AA. PP.

- AMC.
- Otros.

El OPPCC contará con la colaboración de estudiantes en prácticas, que cursen estudios de tercer ciclo vinculados a la gestión museística, la estadística y/o la economía de la cultura.

Asimismo, el OPPCC contratará los servicios que considere necesarios para llevar a término sus programas, en caso de que su equipo necesite un soporte.

## Cronograma

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Enero			Coyuntura trimestral	Coyuntura trimestral
Febrero	Informe anual	Informe anual	Informe anual	Informe anual
Marzo		Informe visitantes virtuales	Informe visitantes virtuales	Informe visitantes virtuales
Abril		Coyuntura trimestral	Coyuntura trimestral	Coyuntura trimestral
Mayo	Jornada anual	Jornada anual	Jornada anual	Jornada anual
Junio	Seminarios	Seminarios	Seminarios	Seminarios
Julio		Coyuntura trimestral	Coyuntura trimestral	Coyuntura trimestral
Agosto				
Septiembre				
Octubre		Coyuntura trimestral	Coyuntura trimestral	Coyuntura trimestral
Noviembre	Manual	Manual	Manual	Manual
Diciembre		Encuesta trianual		

## Anexo 1. Observatorios internacionales

En los últimos años, el papel del público se ha convertido en prioritario en la gestión de los museos y equipamientos patrimoniales. Esta evolución se hace patente a través de la cada vez más frecuente existencia de observatorios de públicos de los museos.

### ESTADO ESPAÑOL

Desde el 2008, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte del Estado español cuenta con el [Laboratorio Permanente de Público de Museos](#) (LPPM), constituido con el objetivo de llevar a término la investigación sobre los públicos de los museos estatales.

Por tanto, es importante tener en cuenta que el LPPM centra sus trabajos en los 16 museos de gestión exclusiva de la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales y de Archivos y Bibliotecas.

El LPPM pretende obtener, de manera estable y continuada, conocimientos relevantes sobre el público de los museos estatales, que sean útiles para mejorar la gestión museística a través de la investigación, la formación y la comunicación.

Así, el LPPM se concibe como una herramienta de gestión que permita a los profesionales de los museos y a los gestores estatales disponer de datos significativos sobre los visitantes. Su finalidad es orientar todas las actuaciones de los museos que tienen como destinatario último al público, de modo que a través de la relación con los visitantes se optimice el cumplimiento de la función social de los museos.

El LPPM desarrolla sus tareas a través de una serie de actuaciones que se articulan en programas de investigación, cursos de formación y la comunicación y difusión de los resultados obtenidos.

Los programas de investigación consisten en investigaciones básicas que dotan a cada museo participante de los datos necesarios para conocer las características de sus diferentes públicos. Los cursos de formación son cursos específicos para el personal de los museos participantes. Además, el LPPM implanta estrategias que favorecen la comunicación entre los museos



mediante una red de comunicación que permita la conexión entre los participantes entre sí y con el equipo de coordinación del LPPM.

## FRANCIA

El Ministère de la Culture et de la Communication cuenta con el [Département de la politique des publics](#) dentro de la Dirección General de los Patrimonios. Este departamento tiene un carácter transversal y ejerce como observatorio de los públicos, dado que recoge y difunde los datos de visitantes, realiza encuestas sociológicas y económicas y evalúa iniciativas, operaciones y programas.

El Département difunde los resultados de sus estudios bajo tres colecciones accesibles en línea gratuitamente: *PatrimoStat*, *PatrimoEtudes* y *PatrimoSynthèses*. Desde el 2010, el Département desarrolla un papel transversal con respecto al seguimiento de los datos de frecuentación de los museos, los monumentos nacionales, los archivos nacionales y departamentales, así como Ciudades y Países de Arte e Historia. Esta ampliación de competencias ha hecho que el informe anual de este observatorio de los públicos del patrimonio se llame [PatrimoStat](#). Con respecto a la colección *PatrimoEtudes*, desde el 2012 presenta los principales resultados de los estudios realizados por el Departamento o encargados a terceros. Por último, la colección *PatrimoSynthèses* presenta diversas síntesis temáticas de estudios e investigaciones.

## BÉLGICA

Bélgica cuenta con el [Observatoire des publics des établissements scientifiques fédéraux](#), que lleva a término el análisis de los usuarios y los visitantes de los 10 equipamientos acogidos. Este observatorio forma parte de los servicios centrales del Departamento de la Política Científica Federal.

El Observatoire des publics analiza la relación entre los 10 equipamientos y sus públicos. Las herramientas que utiliza son las siguientes:

- Encuesta permanente. Desde el 2007, el observatorio se encarga de monitorizar anualmente los perfiles de los equipamientos asociados.

- Análisis *ad hoc* de visitantes y usuarios, normalmente en relación con exposiciones, museos más pequeños o museos no incluidos en la encuesta permanente.
  - Perfiles, segmentos objetivo.
  - Encuesta de satisfacción.
  - Análisis de imagen y actitud.
- Evaluaciones de exposiciones y de otros servicios: evaluación frontal, formativa y sumativa.
- Consultoría.
- Análisis e investigación *ad hoc*.

## ITALIA

En Italia, la Direzione Generale per la Valorizzazione del Patrimonio Culturale del Ministero per i Beni e le Attività Culturali está poniendo en marcha [Sistema Informativo Integrato](#), que actualmente está siendo objeto de un estudio de viabilidad.

## GRAN BRETAÑA

El seguimiento de la participación del público en actividades culturales en el Reino Unido se lleva a término por diversos organismos. Así, el [Department for Culture, Media & Sport](#) (DCMS) recoge y publica mensualmente las cifras de los museos financiados por él mismo. Estas cifras se actualizan el primer jueves de cada mes y se publican con un mes de retraso para facilitar a los museos la recogida de los datos. Las cifras publicadas incluyen series con los datos previamente publicados.

El DCMS también publica [Taking Part](#), encuesta sobre la participación de la población en todos los sectores de la cultura. La encuesta forma parte de las estadísticas nacionales y se produce bajo los estándares del código de prácticas de las estadísticas oficiales.

## QUEBEC

El [Observatoire des musées de la Société des musées québécois](#) es una red de información sobre los museos de este territorio. El Observatoire está vinculado al Servicio de Comunicación de la Sociedad de Museos y tiene el mandato de dotar a dicha sociedad y sus miembros de un sistema de gestión estratégica de la información.

El observatorio asume un papel de recopilador, difusor y catalizador para conseguir los objetivos siguientes:

- Recoger, analizar, generar y difundir contenidos útiles para el conjunto de los agentes del sector museístico de Quebec.
- Promover la importancia de los museos frente a la comunidad y el público en los ámbitos local, nacional e internacional.
- Establecer sistemas de consulta eficaces con sus miembros y determinar las principales problemáticas con el fin de orientar las decisiones de los responsables de la Sociedad de Museos.
- Proporcionar a los miembros de la Sociedad de Museos herramientas de intercambio y discusión accesibles y dinámicas.

## Anexo 2. Experiencia en estudios de público

### ICRPC

#### Estudios

- Estudio de uso de los centros museísticos pirenaicos
- Análisis de la organización de los museos de arqueología en Europa y de su volumen de visitas
- Estudios de los visitantes del núcleo histórico de Santa Pau (La Garrotxa)
- Análisis de las definiciones de turismo cultural y de las formas de recuento de los turistas culturales
- Estudio de las características de los usuarios digitales del Museo de Arqueología de Cataluña
- Observación de visitantes individuales y escolares en grupo a las exposiciones del CaixaForum Girona

#### Artículos publicados

ABELLA, J.; ALCALDE, G. & ROJAS, A. (2012). «De la guadaña al forfait. Análisis del uso turístico de los museos etnológicos del Alto Pirineo catalán», *Pasos*, 10-5: 619-628.

ALCALDE, G. (2011). «The local population and museums. An analysis based on the use of museums in the Alt Pirineu i Aran region (Catalonia, Spain)», *Cadernos de Sociomuseologia*, 41: 17-29.

ALCALDE, G.; AQUILUÉ, X.; BURCH, J.; MARTÍ, E.; ROJAS, A. & TREMOLEDA, J. (2011) «Usuaris actuals del patrimoni arqueològic al nord-est de la península Ibèrica», *La patrimonialització de l'arqueologia. Conceptualitzacions i usos actuals del patrimoni arqueològic al nord-est de la península Ibèrica*: 129-139, Gerona, Instituto Catalán de Investigación en Patrimonio Cultural.

ALCALDE, G.; AQUILUÉ, X.; BURCH, J.; MARTÍ, E.; ROJAS, A. & TREMOLEDA, J. (2011). «Knowledge and use of the archaeological heritage of the Costa Brava by tourist office users», *Researching Coastal and Resort Destinations Management: Cultures and Histories of Tourism*: 204-218, Palibrio, Bloomington.

ALCALDE, G.; CASTELLÀ, C. & ROJAS, A. (2010). «La visita patrimonial a las iglesias románicas de la Vall de Boí (Cataluña)», *Patrimonio Cultural de España*, 4: 178-191.

ALCALDE, A.; GALÍ, N., ROJAS, A. (2009). Análisis de las definiciones de turismo cultural y de las formas de recuento de los turistas culturales Institución: Instituto Catalán de Investigación en Patrimonio Cultural. Encargo del Departamento de Cultura y Medios de Comunicación de la Generalidad de Cataluña.

[http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SSCC/GT/Arxiu%20GT/Turisme\\_cultural.pdf](http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SSCC/GT/Arxiu%20GT/Turisme_cultural.pdf)

## ARTIMETRIA

- Plan de evaluación de públicos. Agencia Catalana del Patrimonio Cultural.
- Encuesta de satisfacción a los espectadores de las Noches de Verano del Museo de Historia de Cataluña y del Festival de Música de Sant Pere de Rodes.
- Análisis del mercado y de la competencia de Scòpic Miniatur Barcelona Scòpic Miniatur Barcelona.
- Evaluación de la oferta de actividades culturales CaixaForum Madrid. Obra Social “la Caixa”.
- Plan de evaluación de las exposiciones temporales de CosmoCaixa Barcelona. Obra Social “la Caixa”.
- Observación de los visitantes de las exposiciones temporales *Tecnorrevolució* y *Epidemia* en CosmoCaixa. Obra Social “la Caixa”.
- *Mystery Shopper* de las exposiciones temporales *Tecnorrevolució* y *Epidemia*, en CosmoCaixa. Obra Social “la Caixa”.
- Evaluación de la imagen gráfica de la exposición temporal *Mediterráneo*, en CosmoCaixa. Obra Social “la Caixa”.
- Evaluación del título, subtítulo e imagen gráfica de la exposición temporal *Microvida*, en CosmoCaixa. Obra Social “la Caixa”.
- Estudio de la imagen de la marca museo entre la población española. Subdirección General de Museos Estatales, Ministerio de Cultura.

- Estudio cualitativo entre los visitantes a la exposición permanente del Museo de Historia de Cataluña.
- Evaluación formativa de la señalización interior del Museo de Historia de Cataluña.
- Estudio cualitativo sobre el no público de los museos en Cataluña. Departamento de Cultura. Generalidad de Cataluña.
- Estudio cualitativo sobre el no público de los museos en Cataluña. Departamento de Cultura. Generalidad de Cataluña.
- Encuesta a los visitantes del Museo Nacional de Arte de Cataluña.
- Conocimiento e imagen del Museo Nacional de Arte de Cataluña entre la población de Cataluña. Museo Nacional de Arte de Cataluña.
- Estudio de observación de los visitantes individuales a la exposición permanente del Museo Agbar de las Aguas.
- Modele de gestión del recuento de visitantes de los museos de la Red de Museos Locales. Oficina de Patrimonio Cultural. Diputación de Barcelona.
- Estudio cualitativo a los visitantes de la exposición temporal *Catarsis*. Artium, Museo Vasco de Arte Contemporáneo.