

## Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña

# Plan Estratégico 2022–2025



marzo 2022

## Sumario

1.	Introducción .....	1
1.1.	El Plan Estratégico 2014 –2021 .....	3
1.2.	Metodología .....	4
2.	Punto de partida .....	6
2.1.	Valoración del OPPCC por parte del sector .....	6
2.2.	Propuestas de futuro del sector para el OPPCC.....	7
	Propuestas y reflexiones relacionadas con proyectos .....	7
	Propuestas y reflexiones sobre investigación.....	8
	Propuestas y reflexiones sobre comunicación .....	9
3.	Propuesta estratégica .....	10
3.1.	Misión .....	10
3.2.	Visión.....	10
3.3.	Atributos .....	10
3.4.	Mandato .....	11
	Ámbito funcional .....	11
	Gestión de los públicos.....	12
	Gestión de recursos.....	12
3.5.	A quién da servicio el OPPCC.....	13
3.6.	Objetivos y programas.....	14
3.7.	Calendario de los programas.....	17
4.	Programas.....	18
4.1.	Gestión de públicos .....	18
	Programa 1. Recuento de visitantes .....	18
	Programa 2. Analítica digital .....	18
	Programa 3. Encuesta en taquilla.....	18
	Programa 4. Estudio satisfacción de los visitantes.....	19
	Programa 5. Estudio sobre públicos recurrentes y fidelizados.....	19
4.2.	Planificación .....	20
	Programa 6. Encuesta de Participación Cultural en Cataluña (EPCCat).....	20
	Programa 7. Informe para la Junta de Museos sobre el estado de los museos en Cataluña.....	20

Programa 8. Informes puntuales.....	20
Programa 9. Indicadores de contexto .....	20
4.3. Educación .....	21
Programa 10. Metodologías para la evaluación de los programas educativos .....	21
4.4. Social.....	22
Programa 11. Barómetro Social de los Museos .....	22
Programa 12. Catálogo de proyectos participativos de los museos y equipamientos patrimoniales de Cataluña.....	23
4.5. Formación.....	23
Programa 13. Jornada anual .....	23
Programa 14. Formación a los profesionales .....	23
Programa 15. Profesionales en formación.....	24
Programa 16. Edición de manuales y cuadernos .....	24
4.6. Investigación y Cooperación .....	25
Programa 17. Investigación académica .....	25
Programa 18. Cooperación e internacionalización .....	25
4.7. Gestión del Observatorio de Públicos .....	26
Programa 19. Gobernanza del OPPCC .....	26
Programa 20. Incrementar los recursos humanos y económicos.....	27
Programa 21. Mejorar la gestión de datos y la presentación de resultados en los museos y equipamientos patrimoniales .....	27
Programa 22. Plan de comunicación .....	27
<b>Anexo 1. Benchmarking internacional.....</b>	<b>28</b>
España.....	28
Francia.....	30
Bélgica.....	32
Italia.....	33
Reino Unido .....	34
Quebec .....	34
Europa .....	35
Iberoamérica .....	35
<b>Anexo 2. Conclusiones de las tablas con el sector .....</b>	<b>37</b>
Valoración de la situación actual del OPPCC.....	37

Propuestas de futuro .....	42
Propuestas y reflexiones relacionadas con proyectos .....	42
Propuestas y reflexiones sobre investigación.....	49
Propuestas y reflexiones sobre comunicación .....	52
Propuestas y reflexiones relacionadas con coordinación institucional .....	54
Anexo 3. Calendario de las reuniones .....	55
Anexo 4. Participantes en las mesas de trabajo .....	56

## 1. Introducció

El sector del patrimoni cultural està vivint, tant a Catalunya com en el rest del país, un període de canvis que afecten fins i tot a la seva definició.

En 2020 a Catalunya es va aprovar el document "Museos 2030. Plan de Museos de Catalunya", que proposa una revisió de la política museística marcant les directrius de lo que han de ser els museos del segle XXI.

Aquest document proposa una estratègia nacional per assegurar la rellevància dels museos, implicant-se fortament en la vida cultural, educativa, social i científica del país. Així, una de les línies de desenvolupament ha de tenir en compte la dimensió social dels museos. En aquest sentit, el Plan un futur per als museos de Catalunya en 2030 que:

- estimularan als ciutadans i enriqueran la vida de la comunitat local. Reforçaran vincles amb la comunitat mitjançant programes de voluntariat. Però també els museos es veuran enriquits com institucions culturals per les aportacions que fan els ciutadans i la comunitat, i
- seran socialment compromesos. Molts hauran assumit la responsabilitat de contribuir al procés de canvi social i jugaran un paper en l'ajuda a qui pateix situacions d'exclusió, així com en la promoció de la consciència ambiental.

En quant a l'experiència dels usuaris, el plan preveu que els museos treballin amb les comunitats i els usuaris, convidant-los a participar en processos de proposta, planificació i disseny de la programació i de projectes. A més, els museos disposaran de major capacitat comunicativa i es relacionaran amb la ciutadania de forma eficaç, aplicant estratègies d'interacció amb els públics.

Un dels objectius estratègics del document "Museos 2030. Plan de Museos de Catalunya" és fortalecer la vinculació entre la societat i el museu ampliant l'accés, la participació i les funcions socials i educatives. La consecució d'aquest objectiu es realitza a través de diversos objectius específics, un dels quals és impulsar el coneixement i el desenvolupament dels públics dels museos. Es preveu portar a terme aquest objectiu a través de l'Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya (OPPCC), que ha d'establir criteris i metodologies per al coneixement dels públics, centralitzant aquest coneixement. En aquest sentit, es preveuen les següents actuacions:

- Establiment i implementació d'un conjunt d'indicadors globals relacionats amb els públics.

- Realización de investigaciones y evaluaciones en el ámbito de Cataluña sobre públicos actuales y futuros.
- Apoyo a los museos para que realicen sus propios estudios de público y planes de desarrollo de públicos.

Igualmente, el fortalecimiento de su vinculación con las comunidades se realizará incentivando el compromiso social de los museos y la participación de la ciudadanía. Para lograr este objetivo, se proponen las siguientes actuaciones:

- Impulsar la difusión de recursos y buenas prácticas en el sector.
- Impulsar y financiar un número determinado de intervenciones y proyectos de innovación social.
- Investigar sobre el impacto social de los museos en los distintos ámbitos de actuación social, con un acento especial en las intervenciones y los proyectos innovadores.

En los últimos años, los museos y equipamientos patrimoniales de Cataluña han vivido una creciente profesionalización en lo que se refiere a su organización y funcionamiento. Así, muchos son los equipamientos que trabajan en la definición de su estrategia, o en su revisión, si ya disponen de planes estratégicos. Por otra parte, el interés de los profesionales en mejorar su formación y competencias ha llevado al incremento de la formación en planificación y gestión. Se trata de iniciativas como el Diploma de Postgrado en Dirección Estratégica de Museos y Centros Patrimoniales, impartido en la Universidad de Girona y promovido por el Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural (ICRPC). Este posgrado ofrece una formación específica para la dirección y la gestión de museos y equipamientos de patrimonio cultural.

Por otra parte, a nivel internacional, desde 2019, el Consejo Internacional de los Museos (ICOM) se encuentra inmerso en un proceso de revisión de la definición de museo vigente desde 2007, con el fin de reflejar los cambios que la sociedad está experimentando, abriendo el debate para la ampliación de las funciones canónicas del museo y la incorporación de la comunidad como agente/*partner* activo del museo, que debe compartir sus inquietudes y retos.

Desde el año 2020 el mundo se ha visto afectado por una pandemia, que ha incidido de forma dramática en las vidas de las personas y ha modificado comportamientos y hábitos, también en relación con su percepción sobre los museos y los equipamientos patrimoniales.

Este escenario de cambios que vivimos lleva al OPPCC a plantearse la revisión de su estrategia, con el fin de adaptarse a las necesidades derivadas de las nuevas

situaciones que vive la sociedad y, más concretamente, el sector de los museos y equipamientos patrimoniales.

## 1.1. EL PLAN ESTRATÉGICO 2014 –2021

La misión del OPPCC recogida en el Plan Estratégico 2014-2020 fue contribuir a la excelencia de los museos y el patrimonio en sus relaciones con los públicos, usuarios y grupos de interés, con el fin de fomentar el desarrollo del uso social del patrimonio cultural, tanto en cantidad como en calidad. En este sentido, el OPPCC buscó convertirse en un organismo de referencia para el sector del patrimonio cultural en Cataluña, en materia de investigación y conocimiento de los públicos.

Para alcanzar su misión, los atributos definidos por el OPPCC fueron el rigor metodológico, la proximidad con los museos, la innovación en la investigación y la contribución a la capacitación del sector.

El núcleo central del patrimonio al que el OPPCC ha dado servicio y al que servirá está constituido por los Museos registrados y las Colecciones<sup>1</sup>, junto con el resto de monumentos y yacimientos arqueológicos bajo la titularidad de la Agencia Catalana de Patrimoni Cultural (ACdPC). El OPPCC deberá definir y estructurar su relación con el resto de elementos que constituyen el patrimonio cultural catalán.

Los objetivos del OPPCC presentados en el Plan Estratégico 2014-2020 fueron los siguientes:

- Establecer criterios y metodologías para el conocimiento y la evaluación de los públicos de los museos y el patrimonio.
- Generar información útil alrededor 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 museos y patrimonio.

---

<sup>1</sup> La diferencia entre Museos registrados y Colecciones es de carácter administrativo y depende de la clasificación utilizada por el Departamento de Cultura según la Ley 17/1990, de 2 de noviembre, de museos.

- Promover la colaboración científica y académica con profesionales y expertos sobre los públicos del patrimonio tanto a nivel nacional como internacional.

El OPPCC ha ofrecido y ofrecerá servicios a los ámbitos que tienen relación con la **gestión de los públicos** y la **gestión de los recursos**.

Referente a la gestión de públicos, los servicios ofrecidos por el OPPCC giran en torno a la evaluación, tanto de los públicos de los museos como de las actividades que realizan. En cuanto a la gestión de los recursos, el OPPCC apoya a los museos y equipamientos patrimoniales que las administraciones públicas son titulares para mejorar el conocimiento de los públicos, tanto de los reales como de los potenciales, tanto de los presenciales como de los virtuales.

## 1.2. METODOLOGÍA

El Plan estratégico 2022-2025 del OPPCC se ha elaborado teniendo en cuenta las necesidades del sector del patrimonio cultural en Cataluña. Se ha utilizado una metodología participativa en la que no sólo los responsables de los museos y equipamientos patrimoniales y las administraciones públicas que son titulares han participado, sino también otros expertos en patrimonio cultural. Asimismo, se han analizado otros organismos estatales e internacionales que pueden ser modelos de observatorios culturales y estadística de visitantes.

El OPPCC se ha reunido con los museos y equipamientos patrimoniales y los agentes del sector del patrimonio cultural del país, con el objetivo de recoger sus intereses y necesidades en materia de conocimiento de los públicos. Esta información ha servido para desarrollar el Plan Estratégico y para definir las herramientas y servicios que el OPPCC pueda ofrecer para los próximos años y sean de utilidad para el sector del patrimonio cultural en Cataluña. Estas reuniones también han servido para conocer la percepción y evaluación del trabajo realizado por el OPPCC por parte de los museos y equipamientos patrimoniales y los agentes del sector y para debatir propuestas para su futuro.

Las reuniones se han realizado con:

- Directores/as de los Museos, Colecciones y otros equipamientos patrimoniales de Cataluña, así como con los/las responsables de programas públicos y de evaluación.
- Responsables y técnicos de distintas administraciones con competencias en patrimonio cultural.



- Expertos y académicos en el ámbito del patrimonio cultural.
- Instituciones vinculadas con la gestión de datos de públicos del patrimonio cultural en Cataluña.

En el anexo puede consultarse el listado de las 143 personas que han participado en las mesas de trabajo convocadas para debatir el presente Plan Estratégico.

Como documentación preparatoria para las reuniones se redactó y envió a todos los participantes el informe “Memoria 2014–2020 Observatorio de los Públicos del Patrimonio Cultural de Cataluña”, documento que resume el trabajo realizado por el OPPCC en los últimos 6 años, estructurado en dos partes: una primera que presenta un breve resumen del Plan estratégico del OPPCC redactado en 2014, y una segunda parte que contiene una memoria sucinta de los proyectos y trabajos que ha realizado el OPPCC en estos 6 años.

## 2. Punto de partida

### 2.1. VALORACIÓN DEL OPPCC POR PARTE DEL SECTOR

#### **El OPPCC, una herramienta para el sector de los museos y equipamientos patrimoniales**

##### *Punto fuerte*

- Herramienta necesaria que apoya al sector para reflexionar sobre el conocimiento de los públicos y que ofrece un lugar de encuentro en las administraciones públicas.

#### **Consolidación del proyecto**

##### *Punto fuerte*

- Proyecto consolidado y legitimado en el sector.

##### *Punto débil*

- El OPPCC debe ampliar su conocimiento, incrementar su visibilidad en el sector.

#### **Destinatarios del proyecto**

##### *Punto fuerte*

- Apoyo a todos los museos y equipamientos patrimoniales, priorizando a los medianos y pequeños.

##### *Punto débil*

- El OPPCC debe reflejar más la diversidad de los equipamientos patrimoniales, teniendo en cuenta las diferentes problemáticas, necesidades y dinámicas de comportamiento de los públicos.

#### **Utilidad de la información**

##### *Punto fuerte*

- El OPPCC proporciona información valiosa, caracterizada por la profundidad y amplitud de los datos cuantitativos que constituirán la base para incorporar los datos cualitativos.

##### *Punto débil*

- El OPPCC debe apoyar la interpretación y la contextualización de los datos, así como pautas para la aplicación de los datos e información facilitados.

#### **Gestión de los procesos**

##### *Punto fuerte*

- Valoración de la utilidad de disponer un modelo de recuento de visitantes estandarizado y homogéneo.

#### *Punto débil*

- El OPPCC debe facilitar los procesos, con un mayor grado de automatización.

## 2.2. PROPUESTAS DE FUTURO DEL SECTOR PARA EL OPPCC

### Propuestas y reflexiones relacionadas con proyectos

#### **Conteo de visitantes**

- Desarrollar una plataforma online de recogida de datos, tanto de público presencial como virtual, para simplificar el proceso de recogida de la información con un formulario más simple y diferenciado por museos y monumentos.

#### **Informe Junta de Museos y Cuestionario del Registro de Museos**

- Mejorar el cuestionario de recogida de datos del Registro de Museos, así como el proceso de recogida.

#### **Comunicación de los informes a los museos y equipamientos patrimoniales**

- Ajustar la selección de los datos que se piden, relacionando los objetivos con la información presentada en los informes.
- Mejorar la comunicación de los indicadores retornados, dando soporte a los equipamientos para su interpretación.

#### **Públicos digitales**

- Definir criterios para el recuento de los usuarios de las actividades online.

#### **Encuesta de Participación Cultural de Cataluña**

- Ampliar el análisis de la Encuesta de Participación Cultural de Cataluña, profundizando en las informaciones relacionadas con los monumentos.

#### **Satisfacción y perfil de los visitantes**

- Desarrollar estrategias innovadoras para la obtención de datos de opinión de los visitantes.

#### **Encuesta después de la visita**

- Realización de encuestas a los visitantes después de la visita para conseguir información cualitativa que ayude a la gestión del contenido de los centros, que dé respuesta a las preguntas planteadas por los equipos antes de producir una exposición, por ejemplo.

#### **Conocimiento segmentado de los públicos**

- Desarrollar líneas de análisis sobre el impacto de la pandemia en los públicos.
- Identificar los segmentos de los públicos que visitan los museos y equipamientos patrimoniales.
- Proponer nuevas metodologías para entrar en contacto con la comunidad.

### **Evaluación actividades educativas**

- Definir nuevos indicadores para conocer el impacto del patrimonio en la educación.
- Analizar la interrelación que están estableciendo los museos y equipamientos patrimoniales con los agentes educativos del territorio.
- Ofrecer información sobre el público escolar para ajustar la oferta de museos y equipamientos patrimoniales a su demanda.

### **Impacto social**

- Ofrecer información que sea relevante para la sociedad, comunicando información que ponga en valor los equipamientos patrimoniales.
- Estudiar la visión que tiene la sociedad de los museos y equipamientos patrimoniales, de su percepción, a través de una metodología tipo encuesta ómnibus, o algún estudio puntual.

### **Comunicación de los museos y equipamientos patrimoniales**

- Dar soporte en temas de comunicación a los equipamientos patrimoniales.

### **Segmentación de los museos y equipamientos patrimoniales**

- Segmentar los equipamientos patrimoniales destinatarios de los servicios del OPPCC para definir estrategias y propuestas ajustadas a las necesidades de cada segmento: por tipología, temática, dimensión, territorio.

## Propuestas y reflexiones sobre investigación

### **No público**

- Estrategias para el conocimiento del no público y metodologías para llegar a ellas.

### **Indicadores de referencia, de contexto**

- Contextualizar los informes del OPPCC en contextos amplios, para poder entender los datos en relación con otras realidades culturales, contextualización de las tendencias que nos ayuden a situar en un mapa nuestra realidad.

### Propuestas y reflexiones sobre comunicación

- Establecer una línea de comunicación propia, centrada en boletines enviados periódicamente.

### Propuestas y reflexiones relacionadas con formación

- Formación destinada al personal de atención al público en relación con la recogida de los datos: conocimiento de los objetivos y la utilidad de la información recogida.
- Formación para la implicación de todas las personas que integran los equipos de los equipamientos patrimoniales en relación con los públicos.

## 3. Propuesta estratégica

### 3.1. MISIÓN

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

El OPPCC trabaja por una sociedad que expande sus límites gracias a unos museos y equipamientos patrimoniales conectados con sus públicos y con sus comunidades.

### 3.2. VISIÓN

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

El OPPCC también contribuye a mostrar a la sociedad los beneficios que le aportan los museos y equipamientos patrimoniales.

### 3.3. ATRIBUTOS

#### **Riguroso.**

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

#### **Próximo.**

Manteniéndose atento a las demandas de los museos y equipamientos patrimoniales en cuanto 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 en nuestro país como a nivel internacional, en países que tienen una larga tradición en investigación de públicos.

### **Facilitador.**

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

## **3.4. MANDATO**

El OPPCC quiere apoyar a los museos y equipamientos patrimoniales y a las administraciones públicas que los financian y gestionan para mejorar el conocimiento de los públicos, tanto de los reales como de los potenciales, tanto de los presenciales como de los virtuales.

Por tanto, el OPPCC quiere ser un instrumento de apoyo a los profesionales de los museos y equipamientos patrimoniales 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 el esfuerzo que supone responder a las encuestas y otros mecanismos de consulta, promoviendo su difusión entre los museos y equipamientos patrimoniales.

### Ámbito funcional

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

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

El OPPCC ofrece, principalmente, servicios relacionados con la **gestión de los públicos**, como la mediación y la recepción del patrimonio por su parte. El OPPCC también quiere ofrecer servicios relacionados con la **gestión de los recursos**, como la financiación y los recursos humanos, así como con la **comunicación de los museos y equipamientos patrimoniales**, mediante acciones de formación a los profesionales.

## Gestión de los públicos

Los museos y equipamientos patrimoniales 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 relacionados: 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 o bien los otros equipamientos culturales del territorio son claros ejemplos. Conocer las características y necesidades de los distintos 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 que deben conseguirse mediante las actividades que programan. Es necesario, por tanto, poder responder a las preguntas que se derivan de estos objetivos que los museos y equipamientos patrimoniales se plantean: ¿cuántas personas han visitado o participado en una actividad? ¿Cuál ha sido el nivel de aprendizaje o sensibilización que la exposición o actividad ha alcanzado? ¿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 recursos

Asimismo, la gestión de los museos y equipamientos patrimoniales necesita de datos para poder evaluar la eficacia y la eficiencia de los resultados conseguidos como, por ejemplo, poder responder a la pregunta: ¿cómo se han informado los visitantes de la exposición? Los datos relativos a los visitantes permitirán a los equipamientos evaluar si es eficiente el gasto y esfuerzos empleados en comunicación, si es adecuada su política tarifaria, así como desarrollar nuevas audiencias, definir las promociones más adecuadas dada una determinada política de equidad, o qué esquema de fidelización es el más adecuado.



### 3.5. A QUIÉN DA SERVICIO EL OPPCC

Equipamientos a los que se da servicio actualmente:

- Museos registrados
- Colecciones
- Monumentos y yacimientos
- Centros de Interpretación

A lo largo del período 2022-2025 el OPPCC revisará estas tipologías de clasificación.

Una de las tareas del período 2022-2025 será evaluar la posibilidad de ampliar el espectro de equipamientos:

- Espacios Escritos. Hay que indicar que algunos de los centros de esta red ya están incluidos en el directorio del OPPCC como, por ejemplo, la Fundación Jacint Verdaguer. Casa Museo Verdaguer.
- Equipamientos de Catalonia Sacra que todavía no colaboran con el OPPCC.
- Evaluar la posibilidad de incorporar equipamientos dependientes de la DG del Patrimonio Cultural:
  - Archivos históricos.
  - Bibliotecas patrimoniales.
- Establecer contactos con la Dirección General de Cultura Popular y Asociacionismo Cultural para evaluar una coordinación futura.

Además, el OPPCC da servicio a:

- Administraciones públicas con competencias en patrimonio cultural.
- Mundo académico: formativo y de investigación.
- Sector del patrimonio cultural. En Cataluña existe un amplio sector privado que apoya a los museos y equipamientos patrimoniales:
  - Empresas de museografía, contenidos y producción audiovisual.
  - Empresas de monitorización y servicios educativos.
  - Empresas de consultoría.
  - Otros.

### 3.6. OBJETIVOS Y PROGRAMAS

Apoyar a los museos y equipamientos patrimoniales, así como a las administraciones que son titulares o tienen competencias, a partir del desarrollo de las siguientes FUNCIONES:

<b>Funciones de los museos y del sector del patrimonio cultural</b>	<b>Programas</b>
<b>1. Gestión de públicos</b> Disponer de información y conocimiento para la gestión de las actuales audiencias.	<b>1.</b> Recuento de visitantes <b>2.</b> Analítica digital <b>3.</b> Encuesta en taquilla <b>4.</b> Estudio satisfacción de los visitantes <b>5.</b> Estudios sobre públicos recurrentes y fidelizados
<b>2. Planificación</b> Disponer de información del sector del patrimonio cultural sobre los mercados, la demanda, los públicos y los no públicos.	<b>6.</b> Encuesta de Participación Cultural en Cataluña <b>7.</b> Informe para la Junta de Museos sobre el estado de los museos en Cataluña <b>8.</b> Informes puntuales <b>9.</b> Indicadores de contexto
<b>3. Educación</b> Mejorar la evaluación de las actividades educativas y proyectos pedagógicos	<b>10.</b> Metodologías para la evaluación de los programas educativos
<b>4. Social</b> Disponer de información sobre el impacto social de los museos y equipamientos patrimoniales	<b>11.</b> Barómetro Social de los Museos <b>12.</b> Catálogo de proyectos participativos de los museos y equipamientos patrimoniales de Cataluña

<b>Funciones de los museos y del sector del patrimonio cultural</b>	<b>Programas</b>
<p><b>5. Formación</b> Aumentar el capital humano de los museos y equipamientos patrimoniales y mejorar la formación de su personal.</p>	<p><b>13.</b> Jornada anual <b>14.</b> Formación a los profesionales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Equipos directivos y de gestión de públicos</li> <li>• Personal de atención al público</li> <li>• Conjunto de los equipos de los museos y equipamientos patrimoniales</li> </ul> <p><b>15.</b> Profesionales en formación <b>16.</b> Edición de manuales y cuadernos</p>
<p><b>6. Investigación y Cooperación</b> Incrementar y difundir el conocimiento académico sobre las audiencias del patrimonio cultural.</p>	<p><b>17.</b> Investigación académica</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Open data</i></li> <li>• Proyectos de investigación compartidos con universidades</li> <li>• Publicaciones académicas</li> </ul> <p><b>18.</b> Cooperación e internacionalización</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Participar en proyectos europeos relacionados con el uso social del patrimonio cultural</li> <li>• Establecer relaciones con otros observatorios de los públicos a nivel español e iberoamericano</li> <li>• Asociarse a redes internacionales relacionadas con el patrimonio</li> </ul>

Objetivos de gestión del OPPCC	Programas
<p><b>7. Gestión interna del OPPCC</b> Revisar la gobernanza, acrecentar los recursos, mejorar los procesos internos, aumentar la visibilidad del OPPCC, mejorando sus procesos internos de funcionamiento.</p>	<b>19.</b> Gobernanza del OPPCC
	<b>20.</b> Incrementar los recursos humanos y económicos
	<b>21.</b> Mejorar la gestión de datos y la presentación de resultados a los museos y equipamientos patrimoniales
	<b>22.</b> Plan de comunicación

### 3.7. CALENDARIO DE LOS PROGRAMAS

Programa	2022		2023		2024		2025	
	1 <sup>er</sup> semestre	2 <sup>o</sup> semestre	1 <sup>er</sup> semestre	2 <sup>o</sup> semestre	1 <sup>er</sup> semestre	2 <sup>o</sup> semestre	1 <sup>er</sup> semestre	2 <sup>o</sup> semestre
1. Recuento de visitantes								
2. Analítica digital								
3. Encuesta en taquilla								
4. Estudio satisfacción de los visitantes								
5. Estudios sobre públicos fidelizados								
6. Encuesta de Participación Cultural								
7. Informe para la Junta de Museos								
8. Informes puntuales								
9. Indicadores de contexto								
10. Evaluación programas educativos								
11. Barómetro Social Museos (cuanti.)	Test	Test	Lanza. general	Lanza. general				
11. Barómetro Social Museos (cuali.)		Definic. metodol.		1er cualitativo		2º cualitativo		3er cualitativo
12. Catálogo de proyectos participativos								
13. Jornada anual								
14. Formación a los profesionales								
15. Profesionales en formación								
16. Edición de manuales y cuadernos								
17. Investigación académica								
18. Cooperación e internacionalización								
19. Gobernanza del OPPCC								
20. Incrementar recursos								
21. Mejora presentación resultados								
22. Plan de comunicación								
Proyectos periódicos								
Proyectos continuos								

## 4. Programas

### 4.1. GESTIÓN DE PÚBLICOS

#### Programa 1. Recuento de visitantes

- Mejorar el recuento de visitantes.
- Plataforma en línea. Disponer de una plataforma en línea para facilitar la entrada de datos de los museos y equipamientos patrimoniales. Analizar la plataforma del SICUB y conocer sus ventajas e inconvenientes.
- Informes de coyuntura y de prospectiva. Acceder a los datos mensuales recogidos por la Dirección General del Patrimonio Cultural de una cincuentena de equipamientos. Permitirá realizar seguimiento de la estacionalidad a lo largo del año. Dada la fecha de respuesta del recuento anual por parte de algunos equipamientos, disponer de los datos mensuales a lo largo del mes de enero permitirá disponer de una estimación anticipada del volumen total de visitantes a partir de los datos de la muestra de la cincuentena de equipamientos.

#### Programa 2. Analítica digital

- Incrementar el número de equipamientos que participan en la analítica digital trimestral. El proyecto va dirigido a aquellos museos y equipamientos patrimoniales que disponen de un *social manager* que recoge y analiza los datos de visitantes virtuales en la web, así como el tráfico en las redes sociales. Existen museos y equipamientos patrimoniales que disponen de esta figura y no participan en el proyecto.
- Mantener actualizados los indicadores de la analítica digital trimestral a medida que se vayan introduciendo cambios y mejoras en *Google Analytics* y en los programas de seguimiento de las redes sociales.

#### Programa 3. Encuesta en taquilla

- Evaluar la posibilidad de ampliar a todos aquellos museos y equipamientos patrimoniales que quieran participar en el modelo de encuesta implantado por el ICUB. El punto crítico será calcular el coste que tendría para cada museo la explotación de los datos.  
El modelo de encuesta en taquilla implantado por el ICUB desde hace años genera una información y conocimiento básicos sobre el perfil de los visitantes. Las variables analizadas son las siguientes:

- Número de entradas vendidas
- Sexo
- Edad
- Lugar de residencia
- 1ª vez que visita: Sí – No
- Con quien ha venido
- Cómo se ha enterado de la existencia del museo

Además, la información recogida es, a diferencia de las encuestas de respuesta voluntaria como el *Happy Click*, de total fiabilidad estadística dado el sistema de selección aleatoria de las personas que responden a la encuesta.

ACdPC ha iniciado la implementación de este modelo. Habrá que evaluar la implantación de la encuesta entre los equipamientos de la ACdPC que han comenzado a implantar la encuesta.

#### Programa 4. Estudio satisfacción de los visitantes

- Encuesta de satisfacción. Más allá de las características sociodemográficas o de los factores de la visita (1ª vez, con quién ha venido, cómo se ha informado) los profesionales consultados muestran interés en disponer de datos que permitan un conocimiento de los visitantes más allá de la frecuentación. Para conseguir evaluar aspectos relacionados con el desarrollo de la visita, así como aspectos relativos a la satisfacción no hay más remedio que realizar una encuesta a la salida.
  - Encuesta de participación voluntaria.
  - Cuestionario consensuado.
  - Periodicidad trienal o quinquenal.
  - 2022 preparación de la encuesta: definición de los aspectos ejecutivos del proyecto.
  - 2023 trabajo de campo y resultados.

#### Programa 5. Estudio sobre públicos recurrentes y fidelizados

- Conocimiento de los Amigos de los Museos, así como personas incluidas en los directorios de los museos y equipamientos patrimoniales que desean recibir boletines e informaciones.
- Formación para la elaboración de encuestas en línea para que cada museo y equipamiento patrimonial haga investigación por su cuenta en el conocimiento de los Amigos del Museo, así como de las personas incluidas en los directorios y que han pedido recibir información periódicamente.

## 4.2. PLANIFICACIÓN

### Programa 6. Encuesta de Participación Cultural en Cataluña (EPCCat)

- Mantenimiento del análisis estadístico anual del EPCCat.
- Introducción del Análisis en Correspondencias Múltiples para conseguir una segmentación de la población catalana según visita a museos y equipamientos patrimoniales.

### Programa 7. Informe para la Junta de Museos sobre el estado de los museos en Cataluña

- Mantenimiento de la elaboración del Informe sobre el estado de los museos en Cataluña para la Junta de Museos.
- Acompañar al Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles en la redefinición del formulario del Registro de Museos. Preguntas relativas a la titularidad, modelo de gestión, personal y presupuesto.
- Posibilidad de incluir un Análisis en Componentes Principales.

### Programa 8. Informes puntuales

- Seguir dando respuesta a las demandas de estudios encargados por el Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles.

### Programa 9. Indicadores de contexto

- Poner a disposición del sector datos y conocimiento relativo a la evolución de algunos mercados del patrimonio cultural a partir de fuentes secundarias: Idescat, Turisme de Catalunya, Depto. de Enseñanza, etc.
  - Demografía: la población catalana evoluciona año tras año, tanto en su volumen como en la pirámide de edades, la proporción de inmigrantes o según el nivel de conocimiento o uso del catalán.
  - El volumen de población en edad escolar en Cataluña varía año a año.
  - El turismo ha sido la principal tipología de visitantes en los grandes equipamientos patrimoniales del país, especialmente en Barcelona ciudad y, más modestamente, en las comarcas de Girona. Las variaciones en la demanda turística afectan directamente a la frecuentación de muchos equipamientos patrimoniales, así como a la generación de ingresos propios.



### 4.3. EDUCACIÓN

#### Programa 10. Metodologías para la evaluación de los programas educativos

Este programa tiene por objetivo mejorar la evaluación de las actividades educativas y proyectos pedagógicos.

En 2021 se inició un trabajo exploratorio, coordinado por Andrea Granell, sobre la evaluación de las actividades educativas de los equipamientos patrimoniales.

Desde el Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles, se considera imprescindible que este programa vaya coordinado con el Departamento de Educación. Se estableció un puente de colaboración a través de Begonya Folch, Jefa del Servicio de Éxito Educativo y Nuevas Oportunidades de la Subdirección general de Transformación Educativa de la Dirección General de Innovación, Investigación y Cultura Digital del Departamento de Educación.

Entre otras actividades, se realizó un *webinar* con la participación de expertas de diversos museos, equipamientos patrimoniales e instituciones que aportaron su experiencia y formularon algunas recomendaciones en la labor que podría desarrollar el OPPCC en esta materia.

La tarea para 2022 es evaluar el calendario de las distintas propuestas y establecer el orden de las posibles actuaciones. Las actuaciones establecidas como prioritarias serán desarrolladas a partir de 2023. Las recomendaciones son las siguientes:

- Constituir un grupo de trabajo sobre evaluación de las actividades educativas en los museos y equipamientos patrimoniales de Cataluña.
- Realizar un *benchmarking* de buenas experiencias en evaluación de actividades educativas en los museos y equipamientos patrimoniales a nivel internacional.
- Realizar una investigación sobre la situación del uso de los museos y equipamientos patrimoniales de Cataluña por parte de las escuelas del país.
- Elaborar un glosario para la evaluación de las actividades educativas en los museos y equipamientos patrimoniales.
- Coordinar y sistematizar la metodología de recopilación de datos de las actividades educativas en los museos y equipamientos patrimoniales de Cataluña: ampliar el número de datos que se recogen, no sólo número de talleres, usuarios, etc.
- Crear un marco de referencia sobre la evaluación global en todo el proceso de las actividades (evaluación previa, formativa y sumativa) y establecer objetivos.

- Realizar *focus groups* con el profesorado que realiza las actividades educativas escolares en los museos y equipamientos patrimoniales (para recoger sus reflexiones).

Registro de los grupos escolares:

- Evaluar la posibilidad de extender el modelo del ICUB del análisis de las reservas en los museos y equipamientos patrimoniales que estén interesados.

El ICUB ha trabajado un protocolo en las reservas de los grupos escolares que introduce el código del centro del Departamento de Educación en el momento de realizar la reserva.

Esto permite cuantificar la proporción de centros educativos de un determinado territorio (distrito, municipio, comarca) que ha visitado el centro en un año determinado. Por tanto, permite responder a la pregunta: ¿cuántos centros educativos del municipio vienen al museo?

#### 4.4. SOCIAL

##### Programa 11. Barómetro Social de los Museos

La puesta en marcha del Barómetro Social de los Museos (BSM) es el nuevo programa prioritario de la nueva etapa del OPPCC. Este programa es una iniciativa promovida desde el Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles del Departamento de Cultura de la Generalidad de Cataluña. Los responsables tanto de las administraciones públicas con competencias en patrimonio cultural, así como los responsables de los museos, han expresado un interés por complementar los datos cuantitativos con informaciones de carácter más cualitativo.

En el despliegue del documento "Museos 2030. Plan de Museos de Cataluña", el Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles encargó a Margarida Loran el diseño conceptual del BSM. Los trabajos han dado por resultado el doc. LORAN Margarida; LLOBET, Olga (2021). "Barómetro Social de los Museos. Segunda fase de despliegue".

A lo largo de 2021 se ha traducido el listado de indicadores propuesto por LORAN, LLOBET (2021) en un cuestionario que permita la recogida de la información.

El Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles ha encargado al OPPCC la puesta en marcha de una fase test para 2022 y la consolidación del proyecto en

los próximos años. Las tareas para 2022 son las relativas a una parte del BSM, el análisis cuantitativo:

- Despliegue de la fase test: febrero – junio.
- Coordinación de los 14 museos de la prueba piloto.
- Recopilación de datos mediante un cuestionario, tratamiento de datos y elaboración de informes.
- Evaluación de la fase test: julio.

Aunque no sea el responsable, el OPPCC también participará en:

- Comunicación de los resultados de la fase test: septiembre – octubre.
- Elaboración del proyecto definitivo: noviembre – diciembre.

Asimismo, será necesario precisar los objetivos y las metodologías para el análisis cualitativo que se centrará en casos concretos de buenas prácticas.

### Programa 12. Catálogo de proyectos participativos de los museos y equipamientos patrimoniales de Cataluña

- Incrementar el catálogo de proyectos participativos de los museos y equipamientos patrimoniales.

## 4.5. FORMACIÓN

### Programa 13. Jornada anual

- Convocar al sector del patrimonio cultural en torno a temas de interés relativos al estudio de los visitantes.
- Presencia de casos nacionales y ponentes internacionales para dar a conocer qué hacen y qué pueden aportar los museos y equipamientos patrimoniales de Cataluña y cuáles son las visiones y líneas del sector museístico internacional.

### Programa 14. Formación a los profesionales

- Equipos directivos y de gestión de públicos.

Sesiones online de presentación y debate de los informes elaborados por el OPPCC.

- Personal de atención al público

Sesiones de formación al personal de atención al público explicando el valor estratégico de la recogida de datos y la utilidad del conocimiento de los visitantes del equipamiento.

- Conjunto de equipos de los equipamientos patrimoniales.

Sesiones de formación en los equipos de los museos y equipamientos patrimoniales que no tienen funciones relacionadas con los públicos sobre la importancia estratégica de la función social del patrimonio.

- Conjunto de equipos de los equipamientos patrimoniales.

Sesiones de formación en los equipos de los museos y equipamientos patrimoniales que no tienen funciones relacionadas con los públicos sobre la importancia estratégica de la función social del patrimonio.

- El OPPCC priorizará, siempre que sea posible, la articulación de las formaciones a través de las Redes de Museos y/o de los Servicios de Atención a los Museos (SAM) del territorio.

### Programa 15. Profesionales en formación

La formación de tercer grado universitario en gestión cultural y gestión del patrimonio requiere con frecuencia la realización de prácticas en un equipamiento o institución patrimonial por parte del alumnado.

- Ofrecer soporte (formación en metodología) a los museos y equipamientos patrimoniales que acogen a estudiantes en prácticas que desarrollan estudios de públicos.
- Contribuir a la formación de los estudiantes de tercer grado en gestión cultural y del patrimonio a través de la participación en el desarrollo de los proyectos del OPPCC.

### Programa 16. Edición de manuales y cuadernos

Poner a disposición de los profesionales del patrimonio herramientas y metodologías relativas a la evaluación de los visitantes y otros temas relacionados con sus públicos.

- Elaboración encuestas
- Precios

- Otros

## 4.6. INVESTIGACIÓN Y COOPERACIÓN

### Programa 17. Investigación académica

- Open data: poner a disposición de los investigadores las bases de datos del OPPCC
- Proyectos de investigación compartidos con universidades
  - Universidad Deusto
- Difundir las búsquedas realizadas por el OPPCC mediante la publicación de artículos en revistas especializadas, con preferencia para la publicación en revistas indexadas.

### Programa 18. Cooperación e internacionalización

- Participar en proyectos europeos relacionados con el uso social del patrimonio cultural.
- Establecer relaciones con otros observatorios de públicos a nivel español e iberoamericano:
  - Laboratorio Permanente de Público de Museos
  - Observatorio Iberoamericano de Museos
- Asociarse a redes internacionales relacionadas con el patrimonio.

## 4.7. GESTIÓN DEL OBSERVATORIO DE PÚBLICOS

### Programa 19. Gobernanza del OPPCC

El OPPCC es un programa liderado por el Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles de la Dirección General del Patrimonio Cultural del Departamento de Cultura de la Generalidad de Cataluña.

Para sumar esfuerzos, no duplicar proyectos y ponerse al servicio de los distintos agentes que actúan en el campo del patrimonio cultural en Cataluña, el OPPCC ya ha venido manteniendo reuniones con diversas administraciones públicas titulares de museos y equipamientos patrimoniales, o bien con competencias en patrimonio cultural.

Cabe mencionar que tanto la Oficina del Patrimonio Cultural de la DIBA como el Gabinete Técnico del ICUB disponen de programas y equipos que tienen por función el conocimiento y monitorización de los públicos culturales.

Para mantener y reforzar el papel del OPPCC en el campo del estudio y la evaluación de los públicos se propone crear el Consejo Asesor del OPPCC. Este Consejo Asesor será un órgano consultivo con las siguientes funciones:

- Asesorar al OPPCC en sus líneas estratégicas, de acuerdo con las necesidades e intereses del sector.
- Formular propuestas de servicios en los museos y equipamientos patrimoniales.

Se propondrá a los siguientes organismos su participación en el Consejo Asesor del OPPCC:

- Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles
- Agencia Catalana del Patrimonio Cultural
- Redes de Museos
- Oficina del Patrimonio Cultural (DIBA). Red de Museos Locales
- Gabinete Técnico y Dirección del Patrimonio Cultural del Institut de Cultura de Barcelona
- Asociación de Museólogos de Cataluña
- Catalonia Sacra

Una vez constituido, el Consejo Asesor puede eventualmente invitar a participar a algún profesor universitario responsable de programas formativos de tercer ciclo en gestión del Patrimonio Cultural.

También participará en el Consejo Asesor del OPPCC el director/a del ICRPC.

### Programa 20. Incrementar los recursos humanos y económicos

- Aumentar los recursos humanos y económicos del OPPCC.
- Diversificar las fuentes de financiación.

### Programa 21. Mejorar la gestión de datos y la presentación de resultados en los museos y equipamientos patrimoniales

- Mejorar la gestión interna de datos, prospección de nuevos softwares para gestionar y visualizar grandes volúmenes de datos.
- Mejorar la comunicación y visualización de los datos e informaciones dirigidas a los museos y equipamientos patrimoniales.

### Programa 22. Plan de comunicación

- Mayor visibilidad entre los profesionales del patrimonio cultural.
- Evaluar la oportunidad de editar un boletín del OPPCC.
- Mantener y activar la web y redes sociales.

## Anexo 1. Benchmarking internacional

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 pone de manifiesto a través de la cada vez más frecuente existencia de observatorios de públicos de los museos a nivel internacional.

### ESPAÑA

Desde 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 cabo la investigación sobre los públicos de los Museos estatales.

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 se propone obtener de forma 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 relevantes 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 su relación con los visitantes se optimice el desempeño 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 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 públicos. Los cursos de formación son cursos específicos para el personal de los museos participantes. Además, el LPPM implementa estrategias que favorezcan 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.

El LPPM ha realizado estudios individuales para cada uno de los 16 museos estatales y para otros 2 (Lázaro Galdiano y MNCARS) con los que ha llegado a



acuerdos para aplicar la misma encuesta que la de los museos estatales. Estos estudios se basan en una encuesta a los visitantes y tienen por objetivo conocer sus principales características para poder establecer sus perfiles básicos: características sociodemográficas, frecuencia de visitas, motivaciones, áreas visitadas o información previa a la visita. Además, también se recogen datos sobre el nivel de uso de los distintos servicios de los museos y sobre las opiniones y valoraciones de los visitantes.

Estas encuestas utilizan un cuestionario muy completo compartido por todos los museos que forman parte o colaboran con el LPPM.

Algunas partes del cuestionario pueden modificarse añadiendo preguntas para responder a objetivos específicos de cada museo. El cuestionario estándar presenta la siguiente estructura:

- Características sociodemográficas de los visitantes: género, edad, nivel de estudios, ocupación, lugar de residencia y procedencia, con quien realiza la visita, etc.
- Previsiones de la visita: es la primera vez que se visita el museo, cuándo ha hecho la última visita, frecuencia de la visita al museo, motivos de la visita, número de museos visitados durante el último año, etc.
- Planificación de la visita: cómo se ha informado sobre el museo antes de la visita.
- La visita: tiempo de visita, utilización de servicios que ofrece el museo, demanda de nuevos servicios, zonas del museo visitadas, qué objetos se acuerdan, etc.
- Valoración de la visita: satisfacción con los servicios del museo utilizados, satisfacción con la visita, intención de repetirla e intención recomendarla.
- Preguntas para analizar la experiencia de su visita.

El trabajo de campo se encarga a empresas externas. Las muestras de cada estudio varían en función del número de visitantes de cada museo para que sean representativas de su universo (el total de visitantes de cada museo) y aporten un alto grado de fiabilidad a los resultados obtenidos; por tanto, algunos estudios cuentan con cerca de medio millar de encuestas mientras que otros se aproximan a las 1.500.

Entre 2011 y 2016 se realizaron los estudios individuales de los 18 museos que forman parte o colaboran con el LPPM. Con posterioridad a esa fecha el LPPM ha encargado otros estudios de carácter más sectorial y ha reeditado las encuestas a dos museos estatales: Arqueológico Nacional y Nacional de Escultura.

El hecho de utilizar un cuestionario compartido para las encuestas en los diferentes museos ha permitido al LPPM confeccionar el estudio *Conociendo a nuestros visitantes. Estudio de público en museos del Ministerio de Cultura* a partir de los datos de 12 museos para conocer las características más importantes de los visitantes y comparar los resultados de los distintos museos.

Además de los estudios individuales sobre los públicos de los museos, el LPPM ha encargado otros estudios de carácter generalista que son de utilidad para todo el sector del patrimonio cultural. Son los siguientes:

- Conociendo a todos los públicos. ¿Qué imágenes se asocian a los museos? (2012)
- Conociendo a todos los públicos. La experiencia de la visita al museo (2013)
- Una evaluación sobre planos de mano en museos (2013)
- Proyectos educativos y culturales en museos. Guía básica de planificación (2015)
- Conociendo a todos los públicos. Un análisis de la visita al museo en familia (2017)
- Guía para la evaluación de actividades para público intergeneracional en museos (2020)
- Conociendo a todos los públicos. Los jóvenes y los museos (2020)
- El público de museos en tiempo de pandemia. Impacto de la COVID-19 (2021)

Para la realización de las encuestas en los museos, el LPPM cuenta con la dirección científica de Eloísa Pérez Santos, Profesora Titular de la Facultad de Psicología de la Universidad Complutense de Madrid.

## FRANCIA

El *Ministère de la Culture* de Francia promueve la investigación del patrimonio cultural y hace difusión del conocimiento de los patrimonios<sup>2</sup> para informar sobre las políticas patrimoniales desarrolladas e implementadas por el Ministerio y todas las instituciones patrimoniales. Se propone renovar y mejorar la acción de los profesionales, mejorando así la gestión del patrimonio. La visión del Ministerio es presentar el patrimonio como objeto de investigación por sí mismo a través de las “ciencias del patrimonio”.

---

<sup>2</sup><https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Connaissance-des-patrimoines>

Dentro del “conocimiento de los patrimonios” se contempla el conocimiento de los públicos<sup>3</sup>, a través del *Département de la Politique des Publics*, uno de los departamentos transversales de la *Direction Générale des Patrimoines*. Se encarga de coordinar la red de servicios relativos a los públicos de las instituciones patrimoniales (museos, monumentos, archivos, *Villes et Pays de Arte y de Histoire*, etc.) a nivel nacional y territorial. Contribuye a mejorar las condiciones de información, recepción y confort del público y apoya la innovación en la mediación cultural, en particular mediante la tecnología digital. También contribuye a la redacción de proyectos científicos y culturales, la definición de indicadores de rendimiento, la evolución de las tarifas o la accesibilidad a los lugares y obras. Asimismo, contribuye al desarrollo de la educación sobre el patrimonio cultural y actúa como observatorio de los públicos, recopilando y difundiendo datos de asistencia, dirigiendo encuestas sociológicas y económicas y evaluando medidas, operaciones y programas para la democratización de la cultura.

Este departamento hace difusión de los resultados de los estudios sobre públicos y patrimonio bajo cuatro colecciones accesibles online gratuitamente <sup>4</sup>:

- *Guide méthodologique*: este apartado presenta una guía metodológica sobre estudios de público, dirigida a profesionales de museos, monumentos y otros sitios patrimoniales. Su objetivo es apoyar el desarrollo de los estudios y encuestas a los visitantes.
- *PatrimoEtudes*<sup>5</sup>: esta colección, creada en 2012, presenta los principales resultados de estudios realizados por el Ministerio o encargados a organizaciones de estudios e investigación. Entre los estudios de esta colección destacamos «*A l'écoute des visiteurs 2012*»: resultados de la encuesta nacional sobre la satisfacción de los públicos de los museos nacionales, con los resultados de un programa de encuestas en 47 museos nacionales sobre el perfil sociológico y la satisfacción de los visitantes.
- *PatrimoStat*<sup>6</sup>: el observatorio público del patrimonio “Patrimostat” controla la asistencia a los museos de Francia (Ley del 2002), a los monumentos nacionales, a las casas de personas ilustres, a los archivos de Francia y a las *Villes et Pays d'Art et d'Histoire*. Se presentan informes que recogen anualmente las principales tendencias en visitas al patrimonio. Las cifras se presentan según la tipología de los sitios patrimoniales y a nivel de regiones y departamentos.

---

<sup>3</sup><https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Connaissance-des-patrimoines/Connaissance-des-publics>

<sup>4</sup><https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Connaissance-des-patrimoines/Connaissance-des-publics/Publics-et-patrimoines>

<sup>5</sup><https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Connaissance-des-patrimoines/Connaissance-des-publics/Publics-et-patrimoines/PatrimoEtudes>

<sup>6</sup><https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Connaissance-des-patrimoines/Connaissance-des-publics/Publics-et-patrimoines/PatrimoStat>

- *Les publics des archives*: esta colección presenta estudios relativos al conocimiento del perfil de los públicos de los archivos franceses, así como aspectos relacionados con los públicos de las actividades educativas y culturales de los archivos.

El *Département de la Politique des Publics* también incluye un apartado de acciones<sup>7</sup> y otro de jornadas de estudios y seminarios<sup>8</sup>.

## BÉLGICA

Bélgica cuenta con el *Observatoire des publics des établissements scientifiques fédéraux*, que realiza investigaciones sobre los usuarios y visitantes de las diez instituciones conocidas como "Instituciones Científicas Federales", con el objetivo de permitir a estas instituciones controlar y mejorar la calidad de su servicio al público.

Este observatorio se fundó en 2003 por decreto ministerial y es una de las pocas organizaciones activas en Bélgica especializada en la investigación de públicos. Forma parte de los servicios centrales del Departamento de Política Científica Federal.

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

- Encuesta permanente. Desde 2007, el observatorio se encarga de monitorear anualmente los perfiles de 7 de los equipamientos asociados.
- Análisis *ad hoc* de visitantes y usuarios, normalmente en relación con exposiciones, museos de pequeña dimensión o museos no incluidos en la encuesta permanente. Los temas que se analizan son:
  - Perfiles, segmentos objetivo.
  - Encuesta de satisfacción.
  - Análisis de imagen y actitud.
- Evaluaciones de exposiciones y otros servicios: evaluación frontal, formativa y sumativa.
- Consultoría.
- Análisis e investigación ad hoc.

---

<sup>7</sup><https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Connaissance-des-patrimoines/Connaissance-des-publics/Actions>

<sup>8</sup><https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Connaissance-des-patrimoines/Connaissance-des-publics/Journees-d-etudes-et-seminaires>

Para ejemplificar el tipo de estudios que realiza este observatorio nos podemos fijar en los estudios que realizó durante el 2019:

- Análisis del impacto de los canales de comunicación de la exposición "Horta & Wolfers", del Museo de Arte e Historia, con encuestas sobre los canales de información sobre la exposición de los visitantes.
- Monitorización de visitantes individuales a los museos 2018, Museo de Ciencias Naturales (399 encuestas) y Museo de Arte e Historia (304 encuestas).
- Evaluación de la exposición "Ours & Nounours", para el Museo de Ciencias Naturales, con análisis de cifras de asistencia, observaciones y minienuestas.
- Encuesta web para el Real Instituto de Meteorología.
- Monitorización de estadísticas de Internet, para 7 instituciones. Basándose en programas como *Google Analytics*, se recopilan anualmente las estadísticas de distintos sitios web (número de visitas, visitantes, páginas populares, palabras clave, etc.). Los datos del año en curso se comparan con los datos de años anteriores. El objetivo es controlar la evolución y tendencias a lo largo del tiempo. Algunas instituciones dieron al Observatorio acceso directo a sus estadísticas a través de *Google Analytics*; de otros, recibe un archivo de datos anuales para analizar.
- Miércoles gratuitos del Museo de Ciencias Naturales. Estudio sobre el impacto de la gratuidad del primer miércoles de cada mes al atraer a más públicos. Se realizaron 578 encuestas, la mitad los miércoles gratuitos y el resto los miércoles no gratuitos.

## ITALIA

En Italia, la *Direzione Generale per la Valorizzazione del Patrimonio Culturale* del *Ministero per i Beni e le Attività Culturali* puso en marcha el [Sistema Informativo Integrato](#), que suministra información resumen global como información detallada sobre todos los museos, zonas arqueológicas y complejos monumentales italianos abiertos al público.

La información suministrada se ha recopilado gracias a la colaboración –regulada por un acuerdo protocolario– entre el Istat, el Ministerio y las regiones y provincias autónomas de Italia, basada en definiciones, metodologías y procedimientos consensuados. Se describen diversas características de los equipamientos

expositivos: cuántos hay, dónde están, cómo se organizan y gestionan, qué actividades llevan a cabo y cómo se relacionan con sus visitantes.

## REINO UNIDO

El seguimiento de la participación del público en actividades culturales en Reino Unido es llevado a cabo por diversos organismos. Así, el [Department for Digital, Culture, Media & Sport](#) (DCMS) [recoge y publica mensualmente las cifras de los museos financiados por el propio departamento](#). 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 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 [Observatorio 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 la Sociedad y sus miembros de un sistema de gestión estratégica de la información.

El Observatorio asume un papel de recopilador, difusor y catalizador con los siguientes objetivos:

- 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 a nivel local, nacional e internacional.
- Establecer sistemas de consulta eficaces con sus miembros y determinar las principales problemáticas a 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.

## EUROPA

El [European Group on Museum Statistics](#) (EGMUS) se plantea como misión recopilar y recopilar los datos estadísticos disponibles sobre los museos en Europa y promover la armonización de las estadísticas de los museos.

Uno de los principales proyectos de esta plataforma es compilar los datos disponibles de las estadísticas y encuestas de los museos nacionales en una "Lista abreviada de indicadores clave de museos" (ALOKMI), siendo éste el primer paso hacia la armonización de las estadísticas de los museos en Europa. Estos indicadores engloban información sobre visitantes, gastos, personal, tipos de propiedad de los museos, tipos de gestión, nivel de digitalización de los museos, tipos de programas educativos, precios de las entradas, entre otros.

Así, EGMUS constituye la primera iniciativa europea supranacional con el objetivo de conseguir datos de frecuentación homogéneas y comparables. En este sentido, EGMUS publicó una metodología cuyo cuestionario debía convertirse en un estándar a utilizar por los museos europeos a la hora de recoger sus datos para obtener información estadística comparable. En el momento actual, algunos países utilizan este cuestionario para sus investigaciones a nivel nacional y algunos museos también lo hacen, aunque sea parcialmente. En cualquier caso, no se ha conseguido un uso generalizado.

[Network of European Museum Organisations](#) (NEMO) se fundó en 1992 como una red independiente de organizaciones museísticas nacionales que representan a la comunidad museística de los estados miembros del Consejo de Europa. Una de las diversas tareas que desarrolla es proporcionar una plataforma y publicaciones para ayudar a compartir información, eventos y buenas prácticas entre museos, para aprender unos de otros y perseguir objetivos compartidos. La red actúa como canal de comunicación e información entre los museos de Europa y las instituciones europeas, sus políticas y oportunidades de financiación.

## IBEROAMÉRICA

[Ibermuseos](#) es un programa de cooperación para los museos de Iberoamérica, cuyo objetivo es promover el fortalecimiento de las instituciones existentes en la región.

Una de las acciones que desarrolla es el [Observatorio Iberoamericano de Museos](#) (OIM), que ha desarrollado el *Registro de Museos Iberoamericanos*, un repositorio

donde están recopiladas y en permanente actualización datos sobre museos de 17 países, entre ellos datos de públicos.

Uno de los proyectos del OIM es un sistema de recogida de datos sobre públicos de museos, que proporciona las herramientas necesarias para que los museos puedan conocer a sus visitantes y representa un importante paso en el establecimiento de metodologías y conceptos comunes. Esta herramienta parte del consenso para recoger datos básicos sobre el público en cuanto a sus características sociodemográficas, motivaciones y expectativas relacionadas con la visita. También se ha elaborado un manual de aplicación dirigido a facilitar la recolección y explotación de los datos.



## Anexo 2. Conclusiones de las tablas con el sector

### VALORACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL OPPCC

A continuación, se presentan las principales valoraciones, tanto positivas como negativas, que el sector expresa en el OPPCC organizadas por temas.

El OPPCC, una herramienta para el sector de los museos y equipamientos patrimoniales

#### **Puntos fuertes**

- El OPPCC es una herramienta necesaria, en tanto que agente que arbitra y lidera los temas que le corresponden: establecer metodologías, recoger datos, escuchar a los profesionales del sector, consensuar líneas de trabajo, etc.
- El OPPCC ha propiciado un lugar común de encuentro entre las administraciones para hablar de temas de interés y para ir construyendo un lenguaje compartido para entendernos entre todos.
- El OPPCC aporta estabilidad y apoyo al sector, siendo un instrumento que propone herramientas y visiones compartidas.
- El OPPCC es de utilidad para reflexionar sobre el conocimiento de los públicos en el marco estratégico y metodológico, marco en el que los equipos de trabajo de los museos y equipamientos patrimoniales pueden confluír con sus estudios y datos para llegar a planificar estratégicamente y tomar decisiones a partir de los datos.

Consolidación del proyecto

#### **Puntos fuertes**

- Se ha logrado la consolidación del proyecto y su legitimación dentro del sector como un agente que aporta servicios, datos, reflexión.
- Una parte de la confianza del sector hacia el OPPCC se basa en los informes de retorno a los equipamientos patrimoniales con sus datos, indicadores y la comparativa con los demás agentes del sector. En este sentido, se considera acertada la política del OPPCC de no dar datos individuales de los equipamientos.

- **Jornada.** Se valoran muy positivamente las Jornadas anuales del OPCCC, con temas diversos y de interés para el sector.
- Igualmente se valora la voluntad del OPPCC para llegar a todos los rincones del país.

### **Puntos débiles**

- Los equipamientos patrimoniales asocian al OPPCC con el proyecto del recuento de visitantes. Es decir, el OPPCC debe ampliar su conocimiento en el sector profesional.
- Existe la percepción de que el OPPCC es conocido por las direcciones, pero no tanto por los técnicos de los museos y equipamientos patrimoniales del país. Dado que en muchos museos y equipamientos patrimoniales las ideas no parten de los directores sino de los equipos técnicos, valdría la pena apostar fuerte para dar a conocer la labor del OPPCC entre los técnicos, incrementar la proyección del OPPCC como ente. Falla la comunicación entre el OPPCC y los museos y equipamientos patrimoniales.

### Destinatarios del proyecto

### **Puntos fuertes**

- El OPPCC ha adoptado la posición de priorizar los museos y equipamientos patrimoniales medianos y pequeños dado que los de mayor dimensión ya disponen de recursos para la evaluación de públicos, aunque también se les da servicios específicos. De todas formas, el proyecto de analítica digital trimestral va dirigido con una parte reducida ya que se dirige a los museos y equipamientos patrimoniales que disponen de un técnico que evalúa el impacto de la web y la respuesta en las redes sociales.

### **Puntos débiles**

- El sector museístico catalán está formado por una gran diversidad de equipamientos que no se acaba de ver reflejada en el OPPCC. Se considera que debe tener en cuenta las problemáticas y necesidades diferenciadas de los museos y equipamientos patrimoniales locales y los museos nacionales, por ejemplo.

- Asimismo, se considera que el OPPCC no diferencia las dinámicas de comportamiento del público de los equipamientos en el exterior (monumentos, yacimientos), que son diferentes a las de los museos.

## Utilidad de la información

### Puntos fuertes

- Algunos profesionales valoran los beneficios que les ha aportado la adaptación de los conceptos del OPPCC a su sistema, proporcionándoles mucha información valiosa tanto a nivel cualitativo como cuantitativo.
- Se considera que los informes, formaciones y material generado por el OPPCC son de calidad. Se aprecia positivamente la profundidad y amplitud de los datos.
- Se considera que el OPPCC ha conseguido asumir el ámbito de los datos cuantitativos, que deben servir para activar políticas y que constituirán la base para incorporar los datos cualitativos.
- **Público virtual.** El OPPCC lidera el proyecto de recuento del público virtual, muy valorado por el sector que manifiesta su necesidad de conocer a este público, cada vez más relevante.
- En cuanto a la analítica de datos digitales, se valoran positivamente los *dashboards* elaborados por el OPPCC.

### Puntos débiles

- **Informes complejos.** El equipo del OPPCC tiene la percepción de que no se comunican correctamente los contenidos de los informes que produce. En este sentido, el sector coincide en que los informes son complejos y que el tiempo que les dedican es escaso. No tienen tiempo suficiente para procesar toda la información que reciben, la cual, por otra parte, no es fácil de leer y de interpretar.
- **Falta interpretación de los datos.** El sector reconoce que existen muchos datos y les falta capacidad para utilizar esta información. La información que llega a los museos y equipamientos patrimoniales debería ser la justa para su gestión.

- En cuanto a la **contextualización de los datos**, a algunos museos y equipamientos patrimoniales les cuesta entender los indicadores que el OPPCC devuelve. ¿Cuándo un indicador es bueno o malo? ¿Cómo interpretar si una tasa de gratuidad es alta o baja? Es decir, se echa de menos apoyo en la detección de potencialidades y carencias en los datos retornados.
- **Faltan pautas para aplicar los resultados de los informes.** La limitación de los recursos humanos de los museos y equipamientos patrimoniales hace que no se pueda llegar a todo. Como no pueden dedicar todo el tiempo necesario a los informes, casi les sirven más como reflexión teórica, sin llegar al punto de pasar a la práctica sus conclusiones. El hecho de no poder aprovecharlos les genera cierta frustración.
- Algunas personas del sector consideran que la información facilitada por el OPPCC puede servir para **marcar tendencias**, pero no da una información detallada para profundizar en políticas y en la planificación estratégica. Es necesario mejorar la aplicabilidad de los datos en este sentido.

## Gestión de los procesos

### Puntos fuertes

#### Procesos estandarizados, homogeneizados

- El sector valora el trabajo del OPPCC en la estandarización y homogeneización del recuento de visitantes, que considera que ha sido muy útil.
- Se considera que el trabajo del OPPCC ha sido valioso clarificando conceptos y glosarios, especialmente de cara a las administraciones públicas, proporcionando una visión de conjunto.
- Algunas de las herramientas propuestas son consideradas especialmente útiles como, por ejemplo, la hoja para la recogida de datos de visitantes para los museos y equipamientos patrimoniales sin sistema de tique o el formulario de los visitantes virtuales.

### Puntos débiles

- **Procesos complejos.** Si bien se nota el trabajo realizado en cuanto a facilitar los procesos (integración de sistemas de recuento, homogeneización del glosario, etc.), se considera que no se ha alcanzado el objetivo al 100%. Se

considera que todavía hay que trabajar mucho los datos que salen de Euromus para aplicarlos al sistema del OPPCC.

- Igualmente, falta automatización en el envío de los datos.
- El cuestionario es demasiado largo y complejo, lo que se entiende frente a la necesidad de contemplar una gran diversidad de casuísticas. Sin embargo, el resultado es un cuestionario pesado y complejo especialmente para los museos y equipamientos patrimoniales locales.
- **Coordinación en la recogida de datos.** Se valora el esfuerzo conseguido con la unificación de la demanda de datos. Sin embargo, los museos y equipamientos patrimoniales todavía reciben demandas diversas de datos procedentes de diferentes instituciones. El OPPCC debe acabar de alcanzar el objetivo de que los museos y equipamientos patrimoniales sólo tengan que dar respuesta a una única demanda de datos. Es necesario conseguir una mayor coordinación entre todos aquellos agentes que recogen datos.

Análisis cualitativo y valor social de los museos y equipamientos patrimoniales

### **Puntos fuertes**

- El OPPCC gestionará la implementación del Barómetro Social de los Museos dando respuesta a la necesidad de conocer su valor social y su impacto en la comunidad.

### **Puntos débiles**

- **Conocimiento de los visitantes, análisis cualitativo.** Se expresa la percepción de que se hace hincapié en los datos cuantitativos (de los que también se podrían sacar aspectos cualitativos con una lectura profunda), pero que también debería intentar tratarse aspectos cualitativos. Hay preocupación por conocer bien el público (características de los visitantes) y el no público por poder establecer relaciones con ellos.
- Los museos y equipamientos patrimoniales no disponen de información cualitativa sobre los intereses o satisfacción de los visitantes. El OPPCC, en el momento actual, no realiza este tipo de análisis y hay coincidencia en el sector al solicitar su actuación en este sentido.

- También echan de menos un análisis sobre los públicos recurrentes, los más fidelizados de los museos y equipamientos patrimoniales.
- **Carece de análisis del valor social de los museos y equipamientos patrimoniales.** Algunos museos y equipamientos patrimoniales echan de menos que el OPCCC ofrezca información de relevancia social, información que ponga en valor el sector. Consideran que los datos, tal y como están planteados, ahora están orientados demasiado para consumo interno del sector (dirección, gestión, etc.), pero no para conseguir impacto social y mediático. Es decir, es necesario que se ponga más énfasis no sólo en el conocimiento de los visitantes, sino también en qué aporta el museo al territorio y a la comunidad.
- Los museos y equipamientos patrimoniales tienen interés en conocer el entorno a nivel local y de contexto, ligando al papel social de los museos y equipamientos patrimoniales con su comunidad más cercana. En el momento actual, y a la espera de iniciar la implantación del Barómetro Social de los Museos, el OPCCC no realiza este tipo de análisis y los museos y equipamientos patrimoniales quieren disponer de indicadores que permitan medir su rol social.

## PROPUESTAS DE FUTURO

### Propuestas y reflexiones relacionadas con proyectos

#### **Recuento de visitantes**

Simplificar las herramientas de recogida de datos.

- Encontrar un mínimo común denominador para reducir la demanda de datos que simplifique el cuestionario actual.
- Plataforma en línea de recogida de datos. Digitalizar y agilizar la recogida de datos del recuento (y a ser posible “reaprovechar” la solución que se pueda encontrar para replicarla por otros proyectos, por ejemplo, el proyecto de indicadores digitales).
- El modelo SICUB es útil para introducir datos y extraer información. ¿Puede plantearse una plataforma similar a nivel de Cataluña?
- La tarea más pesada y “poco agradecida” es “perseguir” para que nos envíen los datos. ¿Se puede planear un sistema de incentivos/penalizaciones?

- Una alternativa a los sistemas comerciales de “tiqueting” podría ser implementar una plataforma de “tiqueting” con software abierto a nivel de país desde la Administración pública, que permitiera la entrada de datos en tiempo real. Es necesario avanzar hacia la digitalización. El OPPCC quiere abordar el tema del sistema de tique en software abierto, evaluar su viabilidad.
- Es necesario avanzar hacia una estrategia unitaria y transversal en las políticas de datos, con mayor coordinación entre todos los agentes que recogen datos.
- Se debería diferenciar el formulario de recuento para museos y monumentos.

### **Informe Junta de Museos y Cuestionario del Registro de Museos**

- Mejorar el cuestionario del Registro de Museos: realizar un glosario y, sobre todo, mejorar las preguntas económicas (gastos e ingresos anuales) así como de recursos humanos (necesidad de disponer de datos sobre el personal de empresas externas que trabajan en los museos.). → Vincular con la propuesta del Gabinete Técnico del Departamento de Cultura y el CoNCA de crear una metodología conjunta para evaluar el valor económico del patrimonio cultural.
- Intentar mejorar el traspaso de datos del Registro de Museos (Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles) al OPPCC.

### **Comunicación de los informes en los museos y equipamientos patrimoniales**

- Hay que ajustar la selección de los datos solicitados. ¿Qué datos son los más importantes? ¿Qué datos damos y dónde ponemos el acento? ¿Qué indicadores seleccionamos? El OPPCC podría liderar la selección de indicadores y datos a destacar.
- Es necesario consensuar los objetivos de los datos recogidos y de los informes. Por ejemplo, aumentar visitantes y aumentar su satisfacción: ver cómo los datos y el retorno pueden ir en la dirección de alcanzar estos objetivos.
- Tener en cuenta que los museos y equipamientos patrimoniales pequeños y medios necesitan síntesis de información y datos concretos.
- Para resolver los problemas de comunicación de los informes se podrían hacer “focus groups” con los museos y equipamientos patrimoniales para hacer una

lectura conjunta con el OPPCC que orientara los museos y equipamientos patrimoniales a partir de los datos.

- Mejorar los informes de retorno de indicadores: dar más visibilidad y mejorar la comunicación de los indicadores que devuelve el OPPCC.
- Realizar una plataforma en línea para compartir preguntas, tipo foro de debate para crear red en el tema de los públicos y las estadísticas.
- Plantear contratar a un diseñador para crear unas plantillas de informes “profesionales”: plantilla vertical, plantilla horizontal y plantilla resumen. Seguramente puede ser un encargo pequeño: bastaría con que el profesional convirtiera un informe ya hecho del OPPCC en una nueva plantilla.
- Sobre el retorno de los datos y la utilidad de los indicadores del OPPCC: es necesario dar más visibilidad y mejorar la comunicación de los indicadores que devuelve el OPPCC. Los indicadores están relacionados con la evaluación de las estrategias y objetivos de cada museo particular. Realizar sesiones de formación y reflexionar conjuntamente para dar el salto de los datos al conocimiento.

### **Públicos digitales**

- El OPPCC debe liderar el tema de la evaluación digital, tanto de los públicos –para estandarizar, recoger y analizar los datos– como las colecciones en línea –cómo recoger datos, qué analizar–. Para los museos y equipamientos patrimoniales pequeños es difícil asumirlo por lo limitado de sus recursos.
- El OPPCC podría ser quien sintetizara todos los datos de visitantes virtuales, a través de una herramienta común de recogida de datos virtuales.
- Hay que fijar criterios para el recuento de los usuarios de las actividades en línea, en *streaming*, en diferido... ¿Cómo recontar a estos usuarios? ¿Cómo homogeneizarlo? ¿Cómo recoger los datos que no pasan por *Google Analytics*?

### **Encuesta de Participación Cultural de Cataluña**

- Se observa que la Encuesta de Participación Cultural de Cataluña (EPCC) se realiza anualmente y se obtienen unos datos con pocas variaciones interanuales. Recomendaría realizar el EPCC quinquenalmente. Y, en los años que no haya EPCC, destinar recursos a otros estudios, como por ejemplo el *Audience Atlas Catalunya* con la metodología de *Culture Segments*.



- Ampliar el análisis de la Encuesta de Participación Cultural de Cataluña, profundizando en las informaciones relacionadas con los monumentos.

### **Satisfacción y perfil de los visitantes**

Hay que prestar atención a la innovación a la hora de obtener datos de la opinión de los visitantes: de qué nuevas maneras se puede saber lo que interesa a la gente.

#### Encuesta en taquilla

- Es necesario pensar en qué herramientas se pueden utilizar para entender mejor a los públicos. La encuesta en la entrada puede ser muy beneficiosa en este sentido.
- Sobre los públicos de los museos y equipamientos patrimoniales: este año hemos colaborado con la ACdPC a extender la encuesta del ICUB que se realiza en la taquilla de sus museos. Sería bueno extender esta encuesta a todos aquellos museos y equipamientos patrimoniales que quieran sumarse. Con la encuesta del ICUB a la entrada de los museos, se podrían realizar una segmentación sencilla pero útil, en consonancia con las políticas de comunicación de los museos y equipamientos patrimoniales. Se podría estructurar una segmentación a partir de los datos del recuento y los datos de la encuesta en taquilla que utilizan los museos del ICUB y los equipamientos del ACdPC. Aparte de disponer de los grupos escolares y otros grupos, se podrían contemplar las variables de lugar de residencia (mismo municipio, misma comarca, resto Cataluña, resto España y extranjero) y acompañamiento (solo/a, pareja, amigos/as, familia, grupos).
- Habría que realizar la encuesta en diferentes épocas a lo largo del año para evaluar los diferentes perfiles del público.
- Incorporar a los monumentos y yacimientos la encuesta en taquilla, que ya se ha introducido en los museos y equipamientos patrimoniales de la ACdPC, pidiendo algunos datos de interés: lugar de residencia, edad, 1ª vez que visita, con quien ha venido y cómo se ha enterado.

#### CRM (*Customer Relationship management*)

- El OPPCC está interesado en nuevos sistemas como el CRM (*Customer Relationship management*) y la información que dejan los usuarios en la compra en línea de las entradas.

### Encuesta después de la visita

- A medio plazo el proyecto del OPPCC debe incluir la realización de este tipo de encuestas a nivel nacional para conocer cualitativamente a los públicos. Esta encuesta debería coordinarse con las redes territoriales. Considerar la posibilidad de encuestadores profesionales. Se podría realizar con periodicidad quinquenal.
- Es importante conocer el impacto de la visita en los visitantes: aprendizaje, transformación, experiencia.... ¿Cómo recoger esta información después de visitar el museo?
- La encuesta de después de la visita a los museos y equipamientos patrimoniales sería muy útil si se consiguiera información cualitativa que ayude a la gestión del contenido del centro, por ejemplo, para valorar la calidad del contenido, recomendación de la experiencia, si el contenido es sorprendente, etc. Es decir, responder a preguntas que los equipos se hubieran planteado antes de producir una exposición.
- Es necesario saber si los públicos han cumplido sus expectativas, saber sus intereses, etc. Los museos y equipamientos patrimoniales deben reinventarse y ver cómo pueden transmitir bienestar a la ciudadanía.

### Conocimiento segmentado de los públicos

- Se percibe un gran cambio en la demanda, interés por conocer qué busca y qué intereses tiene el público local, cuáles son sus motivaciones y qué se puede hacer para que vengan.
- Hay que sacar adelante líneas de análisis sobre el impacto de la pandemia en los públicos. ¿Cómo están viviendo los públicos actuales de los museos y equipamientos patrimoniales la oferta ahora que no hay turistas? ¿Cómo es la experiencia de la población actualmente? Seguir el proceso de descubrimiento de los museos y equipamientos patrimoniales por parte del público local ahora que no existe la "distorsión" del público masivo turista.
- El OPPCC debe tratar a los públicos recurrentes, aquellas personas que vienen muy a menudo a los equipamientos, personas fidelizadas. Es necesario saber más para poder hacer políticas específicas.
- Es necesario identificar unos segmentos claros a nivel del patrimonio como jóvenes, escolares, familias, etc. y monitorizar su evolución. También se podría analizar al público del patrimonio según su género.

- Nuevas metodologías para entrar en contacto con las comunidades, por ejemplo, técnicas cualitativas como reuniones para saber qué motivaciones, qué interesa, etc. en definitiva escuchar.

### **Evaluación actividades educativas**

- Es necesario conocer el impacto de los museos y equipamientos patrimoniales en la educación, en las familias, etc. Por eso se propone buscar nuevos indicadores para realizar esta recogida.
- Cabe resaltar la labor educativa de los museos y equipamientos patrimoniales, entendida como educación a lo largo de la vida. Analizar la interrelación que están estableciendo los museos y equipamientos patrimoniales con los agentes educativos del territorio.
- Se necesita disponer de informaciones sobre el público escolar para ajustar la oferta de museos y equipamientos patrimoniales a su demanda.
- Existe un gran interés en el tema escolar y educativo. Es necesario decidir qué tipo de análisis puede aportar el OPPCC, así como observar las formas de evaluación internacional para comprobar la posible alineación.
- En el diseño de la evaluación de las actividades educativas es necesario que los especialistas en pedagogía de museos y equipamientos patrimoniales marquen objetivos, el OPPCC puede establecer cómo evaluar.

### **Impacto social**

- Hay que observar a nivel micro: a los museos y equipamientos patrimoniales les interesa tener conocimientos a nivel local y contextual de los equipamientos, ligando al papel social de los museos y equipamientos patrimoniales con su comunidad más cercana.
- Ofrecer información de relevancia social. Comunicar información que ponga en valor los museos y equipamientos patrimoniales. Tratar de ofrecer datos de relevancia para la sociedad.
- Es necesario estudiar la visión que tiene la sociedad de los museos y equipamientos patrimoniales, de su percepción, a través de una metodología tipo encuesta ómnibus, o algún estudio puntual. ¿Cuál es el concepto de museo que tiene el público?, ¿qué esperan de nosotros? ¿Estamos esforzándonos en hacer recursos relacionados con la salud, por ejemplo, y es necesario saber si

la comunidad espera esto de los museos y equipamientos patrimoniales? ¿Nos necesitan? ¿Saben que pueden contar con nosotros?

- Es necesario trabajar colectivamente para conseguir que los museos y equipamientos patrimoniales sean espacios de participación de la sociedad y un laboratorio social.

## **Comunicación de los museos y equipamientos patrimoniales**

- Sería útil que el OPPCC ayudase a los museos y equipamientos patrimoniales en la definición de estrategias de comunicación. También es importante disponer de información sobre los impactos que generan los museos y equipamientos patrimoniales para poder llegar a segmentos como, por ejemplo, los patrocinadores.
- Apoyo en temas de comunicación. Dar herramientas o formación para ver cómo mejorar o hacer más eficaz la comunicación. Realizar recomendaciones a los museos y equipamientos patrimoniales sobre estrategias de comunicación.
- El impacto digital de las acciones que se emprenden desde los museos y equipamientos patrimoniales, el impacto de la comunicación y cómo hacer llegar los mensajes. Cómo conocer el impacto de las comunicaciones y cómo mejorar.
- Los museos y equipamientos patrimoniales necesitan algún tipo de asesoramiento para encontrar empresas de consultoría que colaboren en los estudios de públicos en función de las programaciones, actividades y líneas estratégicas que cada uno contempla. Resultaría interesante utilizar el OPPCC para hablar sobre los estudios de públicos, etc.
- Asesorar a los museos y equipamientos patrimoniales sobre estrategias de comunicación. Es una línea para tener en cuenta: en la formación, las Jornadas, los manuales, ...

## **Jornadas**

- Realizar más jornadas o herramientas de trabajo sobre temas concretos relacionados con los museos y equipamientos patrimoniales.
- Se podría plantear que en la jornada del OPPCC se tratara algún tema más específico en relación con los museos y equipamientos patrimoniales alejados de las grandes ciudades, análisis comparado de casos a partir de esta variable.

## Segmentación de los museos y equipamientos patrimoniales

- El OPPCC debe trabajar la segmentación de los destinatarios de sus servicios para que sean adecuados y diferenciados para cada uno.
- Se podrían realizar análisis puntuales y dar herramientas a, por ejemplo, museos y equipamientos patrimoniales diferenciados por temática como, por ejemplo, museos de ciencia.
- El OPPCC podría apoyar a los museos y equipamientos patrimoniales pequeños del territorio con poco personal y recursos, ofreciendo ejemplos de modelos internacionales de museos y equipamientos patrimoniales territoriales muy pequeños.
- Es necesario afinar más las diferencias por territorios. Por ejemplo, en la Red de Museos de las Tierras de Lleida y Aran hay realidades muy diversas. Así, es necesario incorporar la visión y acciones por zonas diferentes entre las tierras de Lleida y el Pirineo.
- Se pide que el OPPCC tenga más en cuenta los monumentos: a veces diferenciarlos o agruparlos. Empúries es un museo porque está así registrado, pero la gente lo visita como monumento. Quizás sería más interesante separar entre museos o monumentos dentro de las ciudades o situados fuera de las ciudades. Así, más que la diferencia tipológica entre museos y monumentos, quizás la diferencia principal está en la ubicación, esto debe tenerse en cuenta.
- Plantear dar servicios extra a los equipamientos patrimoniales de la ACdPC. A la manera como lo hacen el *l'Observatoire des publics des établissements scientifiques fédéraux* de Bélgica <sup>9</sup>(10 instituciones) o el *Laboratorio Permanente de Públicos de Museos* de España (16 instituciones).
- Herramientas sencillas para museos y equipamientos patrimoniales. Poner en marcha una batería de herramientas para los museos y equipamientos patrimoniales: datos de contexto (Idescat, Turismo), encuesta taquilla, libro de visitas.

## Propuestas y reflexiones sobre investigación

### **No público**

---

<sup>9</sup> Ver observatorios internacionales en el anexo.

- Sería muy interesante conocer el no público y cómo pueden hacerlo los museos y equipamientos patrimoniales para llegar a estas personas, estableciendo metodologías.
  - Ya se realizan algunos estudios sobre la actitud hacia la participación cultural. Ver estudio CoNCA sobre la Juventud (Bissap).
  - Las conclusiones de un estudio sobre el no público son previsibles, dada la poca variación en las conclusiones de los estudios de los últimos años.
  - Los no públicos no son un colectivo homogéneo, sino una miríada de pequeños (y grandes) colectivos.
  - El reto que hay detrás del interés por elaborar un estudio sobre el no público es el desarrollo de públicos.
  - Para iniciar proyectos de desarrollo de públicos es recomendable:
    - Conocer a los propios públicos actuales.
    - Definir claramente la misión y la visión.
    - Conocer a fondo la propia organización: unir los esfuerzos de todos los miembros de la organización.
    - Recomendable contratar a profesionales jóvenes con nuevas habilidades relacionadas con el trabajo social y asociativo.
    - Analizar quién visita y quién no visita de la propia comunidad.
    - Definir qué colectivo se quiere atraer.
    - Empezar el proceso: acercarse al colectivo, conocer sus necesidades, proponer proyectos de co-creación, evaluar resultados.
  
- Se propone consultar al Idescat sobre indicadores que permitan conocer a los públicos que no vienen al museo. Por ejemplo, se les pide el índice de igualdad de género. Querrían saber qué necesitan recoger para construir este índice y saber qué pueden aportar los museos y equipamientos patrimoniales en este sentido.

### **Indicadores de referencia, de contexto**

- Una de las funciones del OPPCC debería ser observar más allá de los datos, ver lo que está pasando en los museos y equipamientos patrimoniales y liderar la reflexión. Los museos y equipamientos patrimoniales cambian, existe una gran diversidad de servicios, visitantes diferentes... Los museos y equipamientos patrimoniales se relacionan con otras organizaciones culturales diferentes, cada vez hay más "hermanamientos" entre museos y equipamientos patrimoniales y escuelas. En definitiva, observar por dónde evoluciona la realidad museística y poner en cuestión métodos, sistemas y conceptos.

- A lo que ahora se enfrentan los museos y equipamientos patrimoniales tiene mucho que ver con su dimensión social. Hay que plantearse otros indicadores más allá del público. Quizás otros indicadores que permitan medir el rol social de los museos y equipamientos patrimoniales a nivel de cultura y a nivel de sociedad. Quizás los indicadores deben salir no de los propios visitantes de los museos y equipamientos patrimoniales sino de otros ámbitos (impactos en medios de comunicación, etc.).
- Es necesario cruzar datos a nivel nacional y local. Por ejemplo, para conocer comportamientos de públicos en zonas determinadas o cruzar datos culturales y turísticos. Indicadores de comparación entre países como, por ejemplo, relacionar turistas, población y visitas al patrimonio.
- Sería muy útil crear una plataforma para centralizar recursos relevantes sobre públicos e informaciones de entorno (demografía, escolar, turismo, paro...), pasando por el filtro del OPPCC para saber cuáles son los estudios relevantes. Actualmente, el OPPCC tiene habilitada la sección "Recursos" en su web, donde se cuelgan estudios e informes de relevancia realizados por agentes del sector nacionales e internacionales. Se podría comunicar con más vehemencia todo lo que se publique en esta sección con una *newsletter* mensual o bimensual. Además, el OPPCC también podría recopilar para el sector algunos indicadores de contexto básicos a partir de datos del Idescat y de Turismo.
- Contextualizar los informes del OPPCC en contextos amplios, internacionales, para poder entender nuestros datos en relación con otras realidades culturales, contextualización de las tendencias que nos ayude a situar en un mapa nuestra realidad.

## **Tendencias de futuro**

- Vale la pena reflexionar sobre cómo adaptarse a los cambios permanentes que generará la pandemia. Ahora mismo existen 2 tendencias de pensamiento sobre el futuro:
  - a) una vez pase la pandemia todo volverá a ser como antes.
  - b) nada volverá a ser igual.
- En la situación actual es interesante intentar ver hacia dónde irán las tendencias del público más que mirar hacia los datos del pasado. Con el histórico de los datos y los conocimientos del OPPCC sobre los públicos de las diferentes tipologías de equipamientos, sería interesante proyectar qué tendencias se pueden dar, también observando a nivel internacional.

- Es necesario analizar las tendencias internacionales, qué se está trabajando fuera: cómo pueden ser más útiles los museos y equipamientos patrimoniales, cómo pueden vincularse con los públicos jóvenes, observando qué hacen otros museos y equipamientos patrimoniales internacionales.

### **Publicaciones académicas**

- En la línea iniciada con las propuestas de *abstracts* enviadas a la revista del ICOM, intentar traducir la investigación aplicada del OPPCC en papeles académicos.
- Una tarea pendiente es introducir el OPPCC en redes académicas para estar al día de publicaciones y de *call for papers* de temas afines (ya estamos por ejemplo en la Visitors Studies Association).

### Propuestas y reflexiones sobre comunicación

- El OPPCC debe darse más a conocer en el sector profesional. Es conocido por las direcciones, pero no tanto por los técnicos de los museos y equipamientos patrimoniales del país. En muchos de ellos, las ideas no parten de los directores sino de los equipos técnicos. Valdría la pena apostar fuerte para dar a conocer la labor del OPPCC entre los técnicos, incrementar la proyección del OPPCC como ente. Hay que generar conciencia de la importancia de la labor del OPPCC. Esto puede ayudar en la generación de la voluntad de cambio en las organizaciones.
- Se debe sistematizar un canal de comunicación para visibilizar el trabajo y los datos del OPPCC.
- Tener una línea de comunicación propia, básicamente centrada en enviar boletines mensuales o bimensuales.

### Propuestas y reflexiones relacionadas con formación

- Formación al personal de atención al público en la recogida de datos, para que sepan qué utilidad tienen los datos que recogen y por qué están realizando este trabajo.
- Formación sobre cómo interactuar mejor con los visitantes a través de las redes sociales.



- En muchos museos y equipamientos patrimoniales no hay gente especializada en públicos ni formada en temas de públicos. Es importante tener el apoyo externo para realizar acciones, como hacer encuestas, etc. Ofrecer formación en estos temas es muy importante.
- El personal que está involucrado con los públicos (Comunicación, Educación) está alineados con el tema, pero el resto del personal de los equipos están fuera de él. El OPPCC puede ofrecer líneas de pedagogía interna para los museos y equipamientos patrimoniales para que puedan cambiar esta dinámica.
- Libro de visita (y plataformas digitales): formación por parte del OPPCC sobre cómo recoger los datos y sistematizar para poder extraer información.

### **Acompañamiento en la interpretación de los datos**

- Ayudar en la explotación y el análisis de datos para decidir estrategias. Orientación metodológica sobre cómo deben leerse los datos y cómo la información puede convertirse en estrategias que orienten una dinámica de las actuaciones y de la actividad de los museos y equipamientos patrimoniales. Desde el punto de vista metodológico, aprender a leer los datos que tienen los museos y equipamientos patrimoniales y aprender metodologías que permitan pasar de la información a las actuaciones. Esta carencia es una de las principales que poseen los museos y equipamientos patrimoniales.
- Sobre el retorno de los datos y la utilidad de los indicadores del OPCCC: los indicadores tienen que ver con la evaluación de las estrategias y objetivos de cada museo particular. Ofrecer formación y reflexionar conjuntamente para dar el salto de los datos al conocimiento.
- Mejorar los procesos de utilización y comunicación de la información a los museos y equipamientos patrimoniales, más allá de los informes. Para resolver los problemas de comunicación de los informes se podrían realizar reuniones de trabajo con los museos y equipamientos patrimoniales para hacer una lectura conjunta con el OPPCC, para orientarlos a partir de los datos. Detectar potencialidades y carencias con el retorno de los datos. Echar una mano a los museos y equipamientos patrimoniales individualmente a partir de sus datos, cómo mejorar el tema de los visitantes. Quizá el OPPCC debe dar más herramientas, formación, etc. Formación a nivel de interpretación de datos.
- Ampliar la recogida de datos digitales que resulten útiles. La profundidad y amplitud de los datos que se recogen ahora está muy bien, pero sería útil tener un acompañamiento para ver cómo utilizar los datos.

## Propuestas y reflexiones relacionadas con coordinación institucional

- Coordinación con el Gabinete Técnico del Departamento de Cultura para beneficio mutuo. Ejemplo de proyecto innovador: profundizar en el *Big Data* y el mundo del patrimonio cultural. Seguimiento de públicos de museos y monumentos con *Big Data*: telefonía, movilidad, procedencia u otros campos. A medida que se generalicen los estudios de *Big Data* se podría plantear establecer estándares y elementos homologables como guías para saber cómo se deben tomar los datos, qué metodologías utilizar, etc., para poder sumar estudios y realizar indicadores comparables y homologables para compartir informaciones y parámetros y tener datos agregables.
- Actualmente el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CoNCA) no tiene abierta una línea específica sobre públicos, pero en el pasado han publicado varios trabajos sobre la materia. Estarían encantados en colaborar en posibles proyectos sobre el tema.
- Se pueden crear sinergias con el Instituto Catalán de las Empresas Culturales (ICEC) en proyectos de formación, porque el sector del patrimonio y las artes en vivo pueden tener varios puntos en común. Según el ICEC, un número importante de los asistentes a sus formaciones, quizás un 30%, provienen del sector patrimonial.
- Crear una metodología conjunta con el Gabinete Técnico y CoNCA para evaluar el valor económico del patrimonio cultural, adaptando los factores intangibles de la cultura. Esto es importante para defender al sector.
- El ICUB ofrece a la OPPCC la posibilidad de implementar sus proyectos ya en funcionamiento como, por ejemplo, la encuesta a los visitantes en la taquilla de los museos y la categorización de los grupos.
- Sobre el tema de la segmentación: las administraciones deberían ponerse de acuerdo en la segmentación de los públicos del patrimonio y de la segmentación de la población en general. Sería de gran utilidad encargar un proyecto de encuesta a la población para segmentar a los ciudadanos según sus estilos de vida, intereses, etc. La propuesta *Culture Segments* de Morris Hargreaves & McIntyre iba en este sentido. Es un proyecto a nivel de Consejería.
- ACdPC y OPPCC deben unificar los criterios. El Ayuntamiento de Girona también pide datos, el OPPCC debe ponerse de acuerdo para unificar la demanda de datos. Hablar con otras administraciones, como los ayuntamientos, para unificar las recogidas de información.

## Anexo 3. Calendario de las reuniones

- 15-09-2020 reunión con el Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles del Departamento de Cultura, el Institut de Cultura de Barcelona y la Oficina del Patrimonio Cultural de la Diputación de Barcelona.
- 22-09-2020 reunión con los museos de la Red de Museos de las Comarcas de Tarragona y las Terres de l'Ebre.
- 23-09-2020 reunión con los museos de la Red de Museos de las Tierras de Lleida y Aran.
- 14-10-2020 reunión con los museos de la Red de Museos de las Comarcas de Gerona.
- 27-10-2020 reunión con los museos del Institut de Cultura de Barcelona.
- 09-11-2020 reunión con los museos de la Red de Museos Locales de la Diputación de Barcelona (I).
- 18-11-2020 reunión con los museos de la Red de Museos Locales de la Diputación de Barcelona (II).
- 22-01-2021 reunión con directores y responsables de la Agencia Catalana del Patrimoni Cultural.
- 02-02-2021 reunión con directivos y responsables de Monumentos y Yacimientos de la Agencia Catalana del Patrimoni Cultural.
- 16-02-2021 reunión con técnicos de públicos y comunicación de museos de la Agencia Catalana del Patrimoni Cultural.
- 17-02-2021 reunión con 5 grandes museos de Barcelona.
- 10-03-2021 reunión con la Junta de Museus de Catalunya.
- 11-03-2021 reunión con grandes colecciones de Barcelona.
- 13-04-2021 reunión con directivos y responsables del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, del Gabinete Técnico del Departamento de Cultura y del Instituto Catalán de las Empresas Culturales.

## Anexo 4. Participantes en las mesas de trabajo

- Adrián Soler (AS), Museo Municipal de Moncada
- Agustín Castellano (AC), Museo de Hospitalet
- Alba Boixader (AB), Museo de las Minas de Cercs
- Alba Tomàs (AT), Centro de Interp. del Romanticismo Manuel de Cabanyes
- Alba Tosquella (AT), Casa Milà – La Pedrera
- Andrea Ferrer (AF), Museo Arqueológico de Banyoles
- Àngel Galobart (AG), Museo de la Conca Dellà
- Àngela Martí (AM), Museo del Corcho
- Anna Capella (AN), Museo de Mataró
- Anna Monleón (AM), Thermalia. Museo de Caldes de Montbui
- Anna Saurí (AS), Fundació Tàpies
- Assumpta Dangla (AD), Museo de la Estampación de Premià de Mar
- Aurora de la Rosa (AR), Museo de Historia de Barcelona
- Belén Monge (BM), CaixaForum
- Carla Galisteo (CG), Museo de Historia de Cataluña
- Carla Ventosa (CV), Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona
- Carlos Mela (CM), Museo de Historia de Barcelona
- Carles Padrós (CP), Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles, DG del Patrimoni Cultural
- Carme Alòs (CA), Museo de la Noguera
- Carme Bergés (CB), Museo de Cervera
- Carme Clusellas (CC), Museo de Arte de Girona
- Carme Espinosa (CE), Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona
- Carme Gilabert (CG), Ecomuseo Farinera de Castelló d'Empúries
- Carme Irla (CI), Museo de Historia de Girona
- Carme Martinell (CM), Museo de Arte de Girona
- Carme Martinell (CM), Museo de Arte de Girona
- Carme Torm (CT), Museos de Premià de Mar
- Clara López (CL), Red de Museos Tierras de Lleida y Aran
- Clara Sen (CS), Museo de la Música
- Cristina Tembleque (CT), Museo Pau Casals
- Cristina Taberner (CT), Museo de Historia de los Judíos
- Damià Martínez (DM), Agencia Catalana del Patrimonio Cultural
- Eduard Thió (ET), El Born Centro Cultural
- Elena Gisbert (EG), Museo Frederic Marès
- Eli Nebot (EN), Museo Picasso
- Elisabet Pueyo (EP), Museo Nacional de Arte de Cataluña
- Elsa Ibar (EI), Directora General del Patrimonio Cultural
- Elvira Eguizabal (EE), Park Güell
- Elvira Mata (EM), Museo Marítimo de Barcelona

- Enric Ortega (EO), Museo Archivo de Vilassar de Dalt
- Enric Puga (EP), Museo Monasterio de Pedralbes
- Èric Cedran (EC), asesor del ICUB
- Esther Ramon (ER), Museo Nacional Arqueológico de Tarragona
- Eva Castellanos (EC), Museo de Tortosa
- Eva Pascual (EP), Fundación Museo del Juguete
- Fina Carreras (FC), Museo del Cántaro de Argentona
- Francesc Vilaró (FV), Gabinete Técnico del Departamento de Cultura
- Georgina Coca , Oficina Técnica Red Museos Comarcas Tarragona
- Gerard Martí (GM), Museo de Historia de Cambrils
- Gloria Escala (GE), Museo de la Piel de Igualada y Comarcal de Anoia
- Glòria Fusté (GF), Museo de Granollers
- Gloria Ñaco (GÑ), Museo de la Pesca
- Ignasi Soler (IS), Biblioteca-Museo Víctor Balaguer
- Imma Boj, (IB), Museo de Historia de la Inmigración de Cataluña
- Iolanda Puigdevall (IP), Museo de Arqueología de Cataluña – Empúries
- Isabel Argany (IA), Museo de Historia de Sabadell
- Jaume Espinagosa (JE), Museo Comarcal de Tàrrrega
- Jaume Perarnau (JP), Museo Nacional de la Ciencia y la Técnica
- Javier Redondo (JR), Gabinete Técnico del Departamento de Cultura
- Jesús Navarro (JN), Museo Jaume Morera
- Joan Comasòlivas (JC), Museo de Historia de Sabadell
- Joan Muñoz (JM), Museo de Arqueología de Cataluña
- Joaquim Vicente (JV), Instituto de Cultura de Barcelona
- Jordi Abella (JA), Ecomuseo de los Valles de Àneu
- Jordi Blesa (JB), Terracotta Museo
- Jordi Nogués (JN), Servicio de Atención a los Museos - Gerona
- Jordi Penas (JP), Museo del Fútbol Club Barcelona
- José M. Romero (JMR), Museo de Arte de Cerdanyola, Junta de Museos
- Josep Barcons (JB), Museo de Historia de Barcelona
- Josep M. Riba (JMR), Museo Episcopal de Vic
- Josep Manuel Rueda (JMR), Agencia Catalana del Patrimonio Cultural
- Josep Miquel García (JMG), Museo Apel·les Fenosa, El Vendrell
- Josep Vilà (JV), Museo Etnológico y de las Culturas del Mundo
- Judit Figueras (JF), Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles, DG del Patrimoni Cultural
- Jusèp Maria Boya (JB), Museo de Arqueología de Cataluña
- Laia Sans (LS), Área de Programas Públicos del ACdPC
- Laura Costa (LC), Oficina del Patrimonio Cultural de la DIBA
- Laura Puig (LP), Museo de Guissona
- Lúdia Donat (LD), Museo de Historia de los Judíos
- Lúdia Fàbregas (LF), Museo de Solsona Diocesano y Comarcal
- Magda Clavell (MC), Museo Torre Balldovina

- Magda de Mas (MM), Área de Monumentos y Yacimientos del ACdPC
- Magda Gassó (MG), Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles, DG del Patrimoni Cultural
- Marc Guardia (MG), Museo de Granollers
- Marga del Campo (MdC), Museo de Lleida
- Marga XXX, Museo Hidroeléctrico de Capdella
- Margarida Sala (MS), Museo de Historia de Cataluña
- Maria Àngela Taulé (MT), Museo Egipcio de Barcelona
- Maria Cacheda (MC), Área de Monumentos y Yacimientos de la ACdPC
- Maria Lladó (ML), Museo de Sant Boi de Llobregat
- Maria Ocaña (MO), Museo Arqueológico de la Grieta
- Maria Serra (MS), Museo Comarcal de la Conca de Barberá
- Maria Vilasó (MV), Museo Picasso
- Marian Ballestar (MB), Museo Monasterio de Pedralbes
- Marilí Guerrero (MG), Basílica de la Sagrada Familia
- Marina Miquel (MM), Agencia Catalana del Patrimoni Cultural
- Marina Pons (MP), Museos de Esplugues de Llobregat
- Marta Fàbrega (MF), Museo Municipal de Moià
- Marta Sáez (MS), Responsable de Prensa y Comunicación del ACdPC
- Marta Santos (MS), Museo de Arqueología de Cataluña - Empúries
- Marta Torrijos (MT), Museos de Sitges
- Mauricio Dueñas (MD), Museo Nacional de Arte de Cataluña
- Mercè Sabartés (MS), Fundació Miró
- Merche Marcos (MM), Museo de Hospitalet
- Mila Arcarons (MA), Centro de Interp. del Romanticismo Manuel de Cabanyes
- Mireia Forasté (MF), Museo de Gavà. Parque Arqueológico Minas de Gavà
- Mireia Mayolas (MM), Museo Marítimo de Barcelona
- Mònica Borrell (MB), Museo Nacional Arqueológico de Tarragona
- Montserrat Caballero (MC), Servicios Territoriales de Cultura de la Generalidad
- Montserrat Iniesta (MI), El Born Centro Cultural
- Montserrat Tort (MT), Instituto de Cultura de Barcelona
- Montsa Guasch (MG), Oficina del Patrimoni Cultural de la DIBA
- Neus Peregrina (NP), Museo Frederic Marès
- Neus Ribas (NR), Museo de Arenys de Mar
- Neus Ríos (NR), Gabinete Técnico del Departamento de Cultura
- Núria Payán (NP), Museo Deu, El Vendrell
- Olga López (OL), Museo Marítimo de Barcelona, Junta de Museos
- Pere Luque (PL), Museo de las Tierras del Ebro, Amposta
- Pia Subias (PS), Instituto Catalán de las Empresas Culturales
- Ramon Castells (RC), Consejo Nacional de la Cultura y las Artes
- Ramón Llinàs (RLL), Junta de Museos
- Ricard Barrera (RB), Park Güell
- Roger Òdena (RO), Museo de la Vida Rural

- Roser Bifet (RB), Museo de la Ciencia y la Técnica de Cataluña
- Sandra Pujadas (SP), Museo Etnológico Montseny
- Serra Paris (SP), Museo del Diseño
- Silvia Duran (SD), Instituto Catalán de las Empresas Culturales
- Sofía Mata (SM), Museo Diocesano de Tarragona
- Sol Sánchez (SS), Museo de la Piel de Igualada
- Sonia Blasco (SB), Servicio de Museos y Protección de Bienes Muebles, DG del Patrimoni Cultural
- Sonia Garcia (SG), Museo Municipal de la Pagesia
- Susana Galindo (SG), Fundació Tàpies
- Susanna Izquierdo (SI), Museo de Historia de Girona
- Teresa Reyes (TR), Oficina del Patrimonio Cultural de la DIBA
- Urgell Duró , Museo Diocesano de Urgell
- Valentí Farràs (VF), CosmoCaixa
- Víctor Magrans (VM), Museo Nacional de Arte de Cataluña
- Víctor Oliver (VO), Museo del Fútbol Club Barcelona
- Xavier Fornos (XF), Vinseum. Museo de las Culturas del Vino de Cataluña
- Xavier Menéndez, Junta de Museos