

Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya

Direcció General d'Arxius, Biblioteques, Museus i Patrimoni
Departament de Cultura
Generalitat de Catalunya

Institut Català de Recerca del Patrimoni Cultural

Els museus de Catalunya i el coneixement dels públics Diagnòstic – Fase I

Sumari

1. Introducció	1
2. Resum executiu	4
3. Recompte de visitants	6
4. Estudis de públic	8
4.1. Nombre de museus que realitzen estudis de públic	8
4.2. Dimensió econòmica i estudis de públic	9
4.3. Tipus de públic investigats	12
4.4. Realització de l'estudi de públic	13
5. Organització	15
5.1. Responsable de públics	15
5.2. Pressupost destinat als estudis de públic	17
6. Necessitats i interessos dels museus	19
6.1. Necessitats	19
6.2. Interessos	20
7. La consideració del públic en la gestió dels museus	23
7.1. La gestió dels públics	23
7.2. Gestió de públics i dimensió econòmica	25
7.3. La posició dels públics en els museus	27
8. Comentaris sobre els estudis de públic	29
Annex 1. Informació del Registre de Museus	32
A1.1. Nombre de personal	32
A1.2. Ingressos dels museus	33

Annex 2. Taules estadístiques. Freqüències	34
P1. Quina consideració atorga al públic el Museu que vostè dirigeix?	34
P2. En la seva opinió, quin paper hauria d'ocupar idealment el públic en la gestió dels museus?	34
P3. Entre les tasques de l'equip del museu s'inclou l'escolta i/o l'observació activa i contínua dels seus visitants (creu que el museu fa poc o fa molt).	35
P4. La direcció/gerència del museu organitza reunions periòdicament entre els membres de l'equip per compartir la informació obtinguda de l'escolta i l'observació dels visitants (creu que el museu fa poc o fa molt).	36
P5. La informació obtinguda s'utilitza per introduir canvis en la gestió dels públics (disseny de programes públics, planificació de la comunicació,...) del museu (creu que el museu fa poc o fa molt). .	37
Puntuacions P3–P5. Estadístics	38
P6. El sistema de recompte dels públics del museu permet diferenciar els tres conceptes següents	39
P7. S'han fet o es fan estudis sobre el públic en el seu museu?....	40
P7.1. Quin tipus de públic s'ha estudiat?	40
P7.2. En l'últim estudi de públic realitzat: qui es va encarregar de portar-lo a terme?.....	40
P8. Dels següents recursos, seleccioni el que necessitaria prioritàriament per fer estudis de públic al seu museu	41
P9. Si ara el museu encarregués un nou estudi de públic quins temes li serien més urgents de conèixer?	42
P10. Entre els membres de l'equip del museu, hi ha un responsable de públics?.....	45
P11. En el pressupost de 2014, es contempla una partida destinada a estudis de públic?.....	45
P12. Té algun comentari sobre els estudis de públic i la situació del seu museu?.....	46

Annex 3. Taules estadístiques. Creuaments	49
Annex 4. Tramesa de qüestionaris i recepció de respostes	50
A4.1. Test del qüestionari	50
A4.2. Tramesa del qüestionari definitiu	50
A4.3. Recepció de respostes	50
A5. Qüestionari	52
A6. Museus que han participat	59

1. Introducció

La Direcció General d'Arxius, Biblioteques, Museus i Patrimoni de la Generalitat de Catalunya està impulsant amb l'Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural (ICRPC) la creació de l'Observatori de Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya.

L'Observatori de Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya (OPPCC) neix amb la voluntat de donar servei als centres museístics i de patrimoni cultural del país, amb l'objectiu de contribuir a millorar el coneixement i la relació d'aquests centres amb els seus públics.

El primer projecte de l'Observatori consisteix en emetre un diagnòstic sobre la situació actual dels museus de Catalunya en relació al coneixement dels seus públics.

El treball que es presenta és la primera fase del diagnòstic sobre la situació dels museus i l'avaluació i coneixement dels seus públics.

El diagnòstic se centra en aquest primer estudi en els museus inclosos en el Registre de Museus. L'OPPCC és conscient de la gran quantitat d'equipaments patrimonials (col·leccions, jaciments arqueològics, monuments, etc.) que, per una raó o una altra, no estan inclosos en el Registre i tanmateix assoleixen uns estàndards de professionalitat molt elevats i, en alguns casos, superiors als d'alguns museus registrats. Tanmateix, s'ha optat per una anàlisi aprofundida en un conjunt abastable d'equipaments patrimonials.

Els resultats que es presenten són una imatge considerablement fidedigna de la realitat dels museus a casa nostra, doncs han participat en l'estudi 104 museus, el que representa una taxa de resposta superior al 95% del cens de museus oberts al públic.

Els resultats de la recerca són fruit d'una enquesta adreçada als directors-es dels museus registrats a Catalunya que té diversos objectius, centrats bàsicament en el coneixement dels següents aspectes:

- ✓ Si els museus disposen de sistemes de recompte de la freqüentació i si aquests sistemes permeten diferenciar els visitants, les visites i els usos.
- ✓ Si els museus realitzen estudis de públic, amb quina regularitat i a quines tipologies de públic s'adrecen prioritàriament.

- ✓ L'existència d'una funció/àrea reconeguda en l'estructura del museu dedicada als públics, així com els recursos laborals i econòmics que s'hi esmercen.
- ✓ Els temes (perfil, motivació, opinió, etc.) sobre els que cada museu disposa d'informació en relació als seus públics així com les necessitats prioritàries d'informació sobre els visitants.

La recerca també ha inclòs uns apartats dedicats a conèixer l'opinió dels directors-es sobre el paper que juga el públic en la visió estratègica del museu que gestiona.

Així mateix s'ha demanat la valoració que el responsable del museu fa dels esforços de l'organització per estar atents (la mirada i l'escolta) als públics, l'ús que el museu fa de la informació recollida i si les informacions relatives al públic són compartides o no pels diferents professionals que treballen al museu.

Amb aquestes informacions, la recerca tenia per objectiu addicional contrastar dues hipòtesis de treball:

- L'existència d'una relació entre el grau de desenvolupament dels estudis de públic i la titularitat/ model de gestió dels museus. Es partia de la hipòtesi que els museus amb major independència econòmica i menys dependents d'administracions públiques –fonamentalment locals– es trobarien en una situació menys desenvolupada en relació als esforços dedicats a conèixer els seus públics. O dit d'una altra manera, es volia esbrinar si models de titularitat i gestió més privats estimulaven als museus a tenir un major interès en els públics. Amb les dades que ara mateix es disposen, la resposta ha estat negativa. No s'ha trobat evidència estadística suficient per considerar que a Catalunya existeix un major interès en el coneixement i anàlisi dels públics en els museus amb models de gestió privats.
- En canvi, una segona hipòtesi ha donat resultats positius: els museus de major grandària –tant econòmica com dels seus equips professionals– tenen més instruments i recursos per estar atents a les característiques i opinions del seu públic. En aquest sentit han estat de gran utilitat les dades del Registre de Museus relatives al pressupost i la plantilla dels museus.

Són igualment molt il·lustratius els comentaris dels directors-es de museus en relació als estudis de públic i la situació del museu que gestionen. Des dels que consideren que els estudis de públic són de

gran utilitat per a poder gestionar per objectius fins als que no hi creuen gaire o pensen que es tracta d'un tema menor.

Esperem que el treball que es presenta serveixi a les administracions competents així com als ens titulars dels museus a Catalunya (administració local, consorcis de diversa naturalesa, fundacions públiques i privades, així com l'Església) per disposar d'una informació que els permeti conèixer el punt en el que es troben els públics en la gestió dels museus a casa nostra.

A partir del coneixement de la realitat es podrà plantejar la necessitat i l'oportunitat de dissenyar, executar i avaluar mecanismes que fomentin la capacitació dels professionals dels museus en les seves relacions amb els públics.

En definitiva, els públics són una de les raons per les quals els museus són institucions obertes al públic que tenen el mandat de generar coneixement, estimular l'educació i col·laborar en el gaudi de la població de Catalunya i de la que ens visita.

2. Resum executiu

- (1) La gran majoria de museus a Catalunya disposa de sistemes per recomptar els visitants, les visites i els usos. Tanmateix s'observa que el nombre de persones que entren per la porta – segurament la magnitud bàsica per conèixer la resposta del públic– és la que disposa d'una taxa de resposta més baixa.
- (2) A grans trets els museus de Catalunya es distribueixen a terços entre els que realitzen estudis de públics periòdicament (32,7%), els que en fan de manera esporàdica o només n'han fet una vegada (35,7%) i els que declaren que no n'han fet mai (31,7%).
- (3) S'observa una relació positiva entre la dimensió econòmica i laboral dels museus i la seva propensió per fer estudis de públic.
- (4) Agafant com a base els 71 museus que declaren fer estudis de públic, la tipologia de públics més avaluada són els visitants a les exposicions (85,9%), seguits dels públics escolars (64,8%).
- (5) Tanmateix, si ens referim a tots els museus registrats de Catalunya, es dona la circumstància que menys de la meitat avalua les activitats educatives.
- (6) Agafant com a base els museus que declaren fer estudis de públic, gairebé el 70% realitzen ells mateixos els estudis de públic, ja sigui amb personal propi o d'una empresa de serveis contractada per a serveis d'atenció al públic i/o monitoratge.
- (7) Un 41% dels museus de Catalunya declara tenir en la seva organització un responsable de públics.
- (8) La capacitat del museu per disposar d'un responsable de públic depèn de la seva dimensió econòmica i dotació de personal.
- (9) Només 8 dels 104 museus de Catalunya declaren tenir assignada una partida econòmica destinada a la realització d'estudis de públic.
- (10) El 28% dels museus expressa la necessitat de disposar de més personal com el recurs més prioritari per poder realitzar estudis

de públic. En ordre d'importància el segueixen un major pressupost (24%) i la formació del personal (22%).

- (11) El 46% dels museus declara disposar d'informació en relació al perfil sociodemogràfic dels seus visitants. El segon tema que més han investigat els museus és el nivell de satisfacció dels visitants (37%).
- (12) L'avaluació sobre els canals d'informació pels quals els visitants s'assabenten de l'existència del museu és el tema que un major nombre de museus declara com a prioritari (85%). El segueixen en nivell d'interès sobre els hàbits culturals dels visitants (81%), així com les motivacions de la visita (78%).

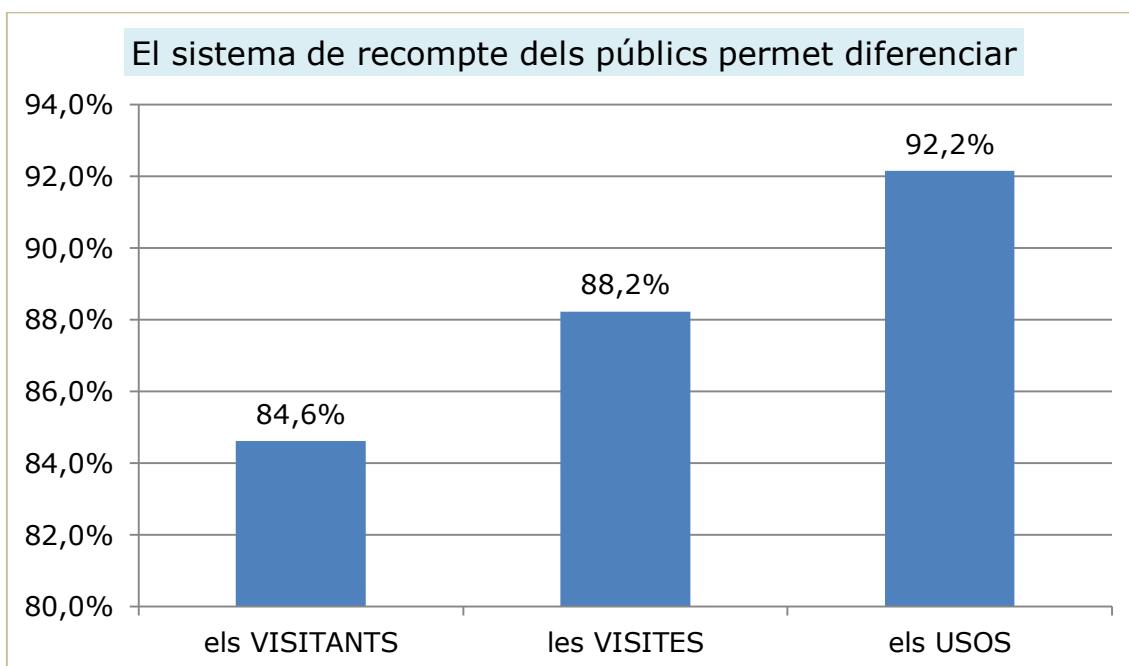
3. Recompte de visitants

El primer paràmetre bàsic per conèixer els visitants del museus és el recompte de la freqüentació. Quantes persones entren al museu?, quantes visiten els espais expositius? I quantes fan ús d'alguna de les activitats organitzades?

Es va proposar als museus els següents conceptes:

- ✓ VISITANTS: persones que entren per la porta del museu.
- ✓ VISITES: nombre d'assistents als espais expositius.
- ✓ USOS: nombre de persones que assisteixen a activitats no expositives del museu.

El següent gràfic mostra la taxa de museus que comptabilitza cadascuna de les magnituds anteriors:



Així doncs la gran majoria de museus a Catalunya disposa de sistemes per recomptar visitants, visites i usos. Tanmateix s'observa que el nombre de persones que entren per la porta –segurament la magnitud bàsica per conèixer la resposta del públic– és la que disposa d'una taxa de resposta més baixa.

Els museus que declaren poder recomptar el nombre d'usos (participants en activitats: tallers, conferències, etc.) són més nombrosos que els que recompten les persones que entren per la

porta i que les persones que visiten exposicions. Segurament les reserves prèvies a algunes activitats com les escolars o les activitats familiars amb capacitat limitada facilita aquest recompte, fins i tot en els casos dels museus amb entrada gratuïta.

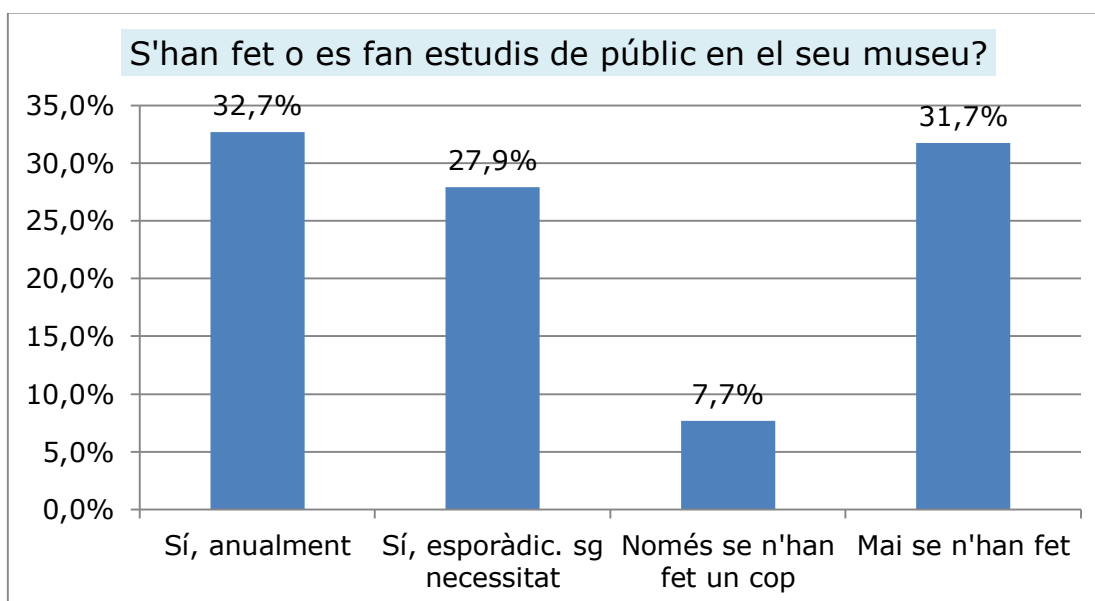
4. Estudis de públic

4.1. NOMBRE DE MUSEUS QUE REALITZEN ESTUDIS DE PÚBLIC

La majoria de museus registrats a Catalunya (34 museus, el que representa el 32,7%) declara fer estudis de públic anualment. En aquest conjunt s'hi inclouen aquells que en fan trimestralment.

Un altre 27,9% dels museus indica que ha fet estudis de públic de manera esporàdica, responent a alguna necessitat que ho requeria.

Finalment un 31,7% dels museus (33 casos) declara no haver fet mai un estudi de públic, i un altre 7,7% indica que només en va fer en una ocasió.



En alguns casos la recollida de dades segueix una pauta:

Enguany estem intentant dur a terme un estudi de públic fent una enquesta de satisfacció entre els visitants. La presa d'aquestes dades es realitza durant una setmana de cada mes.

Alguns museus disposen de dades trimestrals sobre les característiques i opinions dels visitants:

El personal d'atenció al públic és qui gestiona l'estudi que entrega cada trimestre a direcció.

En alguns casos, els directors-es declaren obertament una situació molt llunyana en relació als estudis de públic.

És un dels aspectes que tenim més abandonat.

O també:

Es tracta d'un aspecte a millorar.

Sovint s'expressa una situació de gran dificultat econòmica que no permet emprendre aquests estudis:

La situació actual del Museu no permet estar gaire per al públic.

Altres directors-es es declaren partidaris d'altres mètodes per aconseguir l'encert de les seves propostes:

Hem de treballar amb acció-èxit/error.

4.2. DIMENSIÓ ECONÒMICA I ESTUDIS DE PÚBLIC

S'observa una relació positiva entre la dimensió econòmica i de personal del museu i la seva propensió (fruit de la necessitat i de la capacitat) per fer estudis de públic.

S'han fet o es fan estudis de públic en el seu museu? segons ingressos. 2012							
		Fins 100.000 €	100.001 - 200.000 €	200.001 - 400.000 €	400.000 - 1.000.000 €	Més 1.000.000 €	Total
Sí, anualment	N	0	8	7	10	8	33
	%	0,0%	47,1%	29,2%	38,5%	44,4%	32,4%
Sí, esporàdicament segons necessitat	N	6	1	5	8	8	28
	%	35,3%	5,9%	20,8%	30,8%	44,4%	27,5%
Només se n'han fet un cop	N	0	1	3	3	1	8
	%	0,0%	5,9%	12,5%	11,5%	5,6%	7,8%
Mai se n'han fet	N	11	7	9	5	1	33
	%	64,7%	41,2%	37,5%	19,2%	5,6%	32,4%
Total	N	17	17	24	26	18	102
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Valor de khi quadrat = 27,61 amb un p-valor = 0,63%

Els percentatges ombrejats indiquen un valor significatiu dels residus estandarditzats en el càlcul de la khi quadrat. Per tant, es poden interpretar com valors significativament diferents dels valors esperats si les dues variables fossin independents.

En efecte, tal com mostra la taula anterior, si bé entre els museus amb uns ingressos inferiors als 100.000 euros només un 35,3% ha fet algun estudi de públic (esporàdicament), entre els museus amb pressupostos superiors als 400.000 euros aquesta proporció augmenta fins 69,3% i entre els museus amb pressupostos anuals superiors a milió d'euros, el 88,8% fa estudis de públic anualment o bé els ha fet esporàdicament.

Igualment s'observa que a mesura que augmenta el volum d'ingressos disminueix el percentatge de museus que mai ha fet un estudi de públic: entre els museus amb un pressupost inferior als 100.000 euros un 64,7% declara que mai ha fet un estudi de públic, mentre que entre els museus amb pressupostos entre els 400.000 i el milió d'euros aquest percentatge es troba per sota del 20% i en el tram de museus amb ingressos més alts només el 5,6% del museus (1 cas) declara que mai ha fet estudis de públic.

S'han fet o es fan estudis de públic en el seu museu? segons nombre personal							
		de 1 a 3	de 4 a 6	de 7 a 10	d'11 a 19	20 i més	Total
Sí, anualment	N	4	8	6	9	6	33
	%	17,4%	28,6%	35,3%	50,0%	40,0%	32,7%
Sí, esporàdicament segons necessitat	N	5	3	8	4	8	28
	%	21,7%	10,7%	47,1%	22,2%	53,3%	27,7%
Només se n'han fet un cop	N	0	3	1	2	1	7
	%	0,0%	10,7%	5,9%	11,1%	6,7%	6,9%
Mai se n'han fet	N	14	14	2	3	0	33
	%	60,9%	50,0%	11,8%	16,7%	0,0%	32,7%
Total	N	23	28	17	18	15	101
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Valor de khi quadrat = 32,39 amb un p-valor = 0,12%

Els percentatges ombrejats indiquen un valor significatiu dels residus estandarditzats en el càlcul de la khi quadrat. Per tant, es poden interpretar com valors significativament diferents dels valors esperats si les dues variables fossin independents.

La taula anterior mostra igualment una relació estadísticament significativa entre la realització d'estudis de públic i la grandària de la seva plantilla. En efecte, entre els museus amb una plantilla superior als 10 treballadors entre el 40 i el 50% declara realitzar estudis de públic anualment.

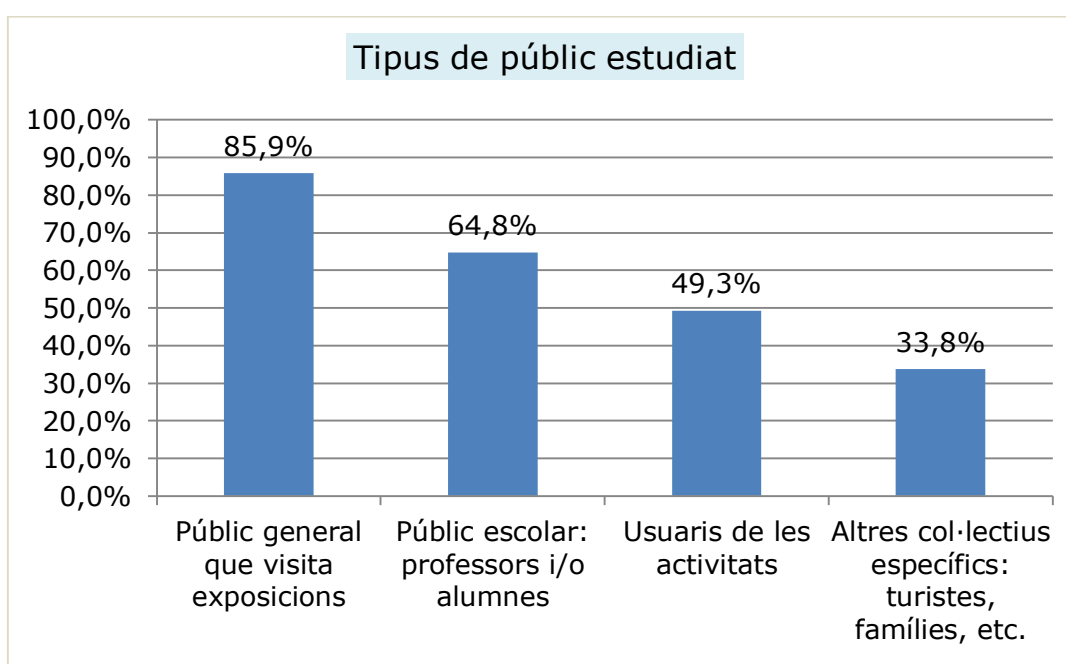
Així mateix entre els museus amb menor dotació de treballadors (fins a 6 persones) el percentatge de museus que mai ha fet un estudi de públic es troba entre el 50 i el 60,9%. En canvi, a partir de plantilles amb 7 treballadors els percentatges de museus que no ha fet mai cap estudi de públic es troba entre el 16,7 i el 11,8%, fins al punt que entre els museus amb més de 19 treballadors cap declara que mai ha fet un estudi del seu públic.

4.3. TIPUS DE PÚBLIC INVESTIGATS

Agafant com a base els 71 museus que declaren fer estudis de públic –sistemàticament o segons necessitats–, així com aquells que n’han fet una vegada, la tipologia de públics més avaluada són els visitants a les exposicions (85,9%), seguits dels públics escolars (64,8%).

Si agafem com a base tots els museus registrats de Catalunya, es dona la circumstància que menys de la meitat avalua les activitats educatives. La funció pedagògica dels museus és una de les més reconegudes tant a casa nostra com a nivell internacional, trobant-se de forma explícita en la definició oficial de museu proposada per l’ICOM. Tanmateix, per a alguns museus, el públic escolar, es troba entre els seus públics prioritaris, tal com mostra el següent comentari:

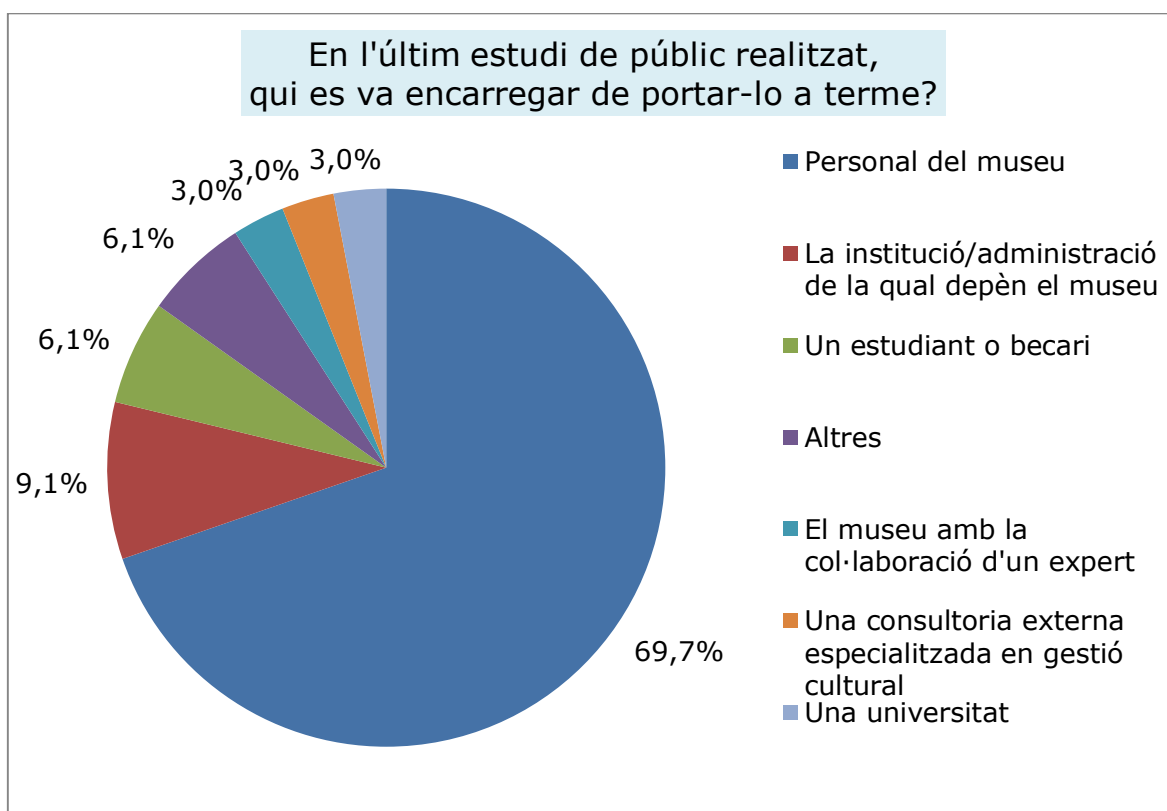
Fem enquestes sempre a les escoles ho tenim com obligatori, però costa molt que respongui el públic, potser no els hi oferim sempre.



Base 71 museus que fan estudis de públic.
Multirresposta.

4.4. REALITZACIÓ DE L'ESTUDI DE PÚBLIC

Gairebé el 70% dels museus realitzen ells mateixos els estudis de públic. És el personal del propi museu, ja sigui personal propi o de l'empresa de serveis a qui tenen contractats alguns serveis d'atenció al públic i monitoratge, els encarregats de la realització de l'estudi de públic.



Cal destacar els museus municipals de Barcelona (d'una manera consolidada) i els museus de l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural (d'una manera incipient en el moment de realitzar aquest treball) que donen suport als seus museus en la realització d'estudis. Aquests estudis tenen l'avantatge d'utilitzar una mateixa metodologia i per tant, d'obtenir resultats homogenis i comparables entre les diverses entitats que hi participen. Així ho indica un dels comentaris expressats.

El Museu compta amb la col·laboració per l'anàlisi de dades de públic amb el Departament d'estudis d'opinió de l'Ajuntament de Barcelona.

Altres museus que no depenen d'administracions gestores de diversos museus proposen aquesta iniciativa.

Calen conceptes globals que permetin comparatives intercentres.

Alguns museus declaren la utilització d'estudiants o becaris en la realització d'algun estudi de públic.

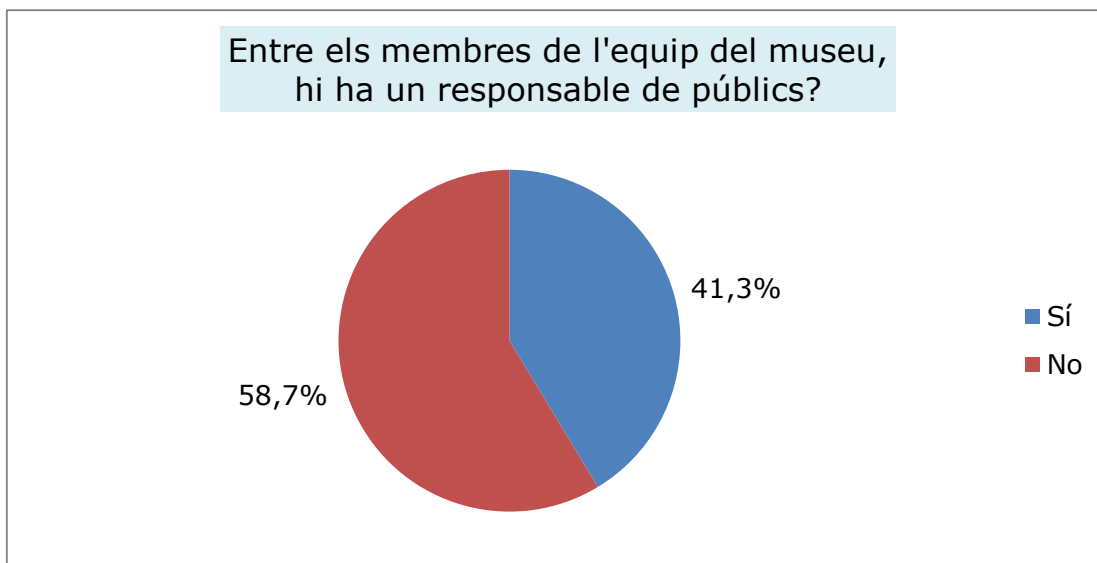
*El públic té mandra de respondre enquestes;
els becaris ens ajuden en aquesta tasca.*

La declaració anterior indica clarament una situació força freqüent: la manca de recursos i de metodologies científiques en l'avaluació i coneixement dels públics.

5. Organització

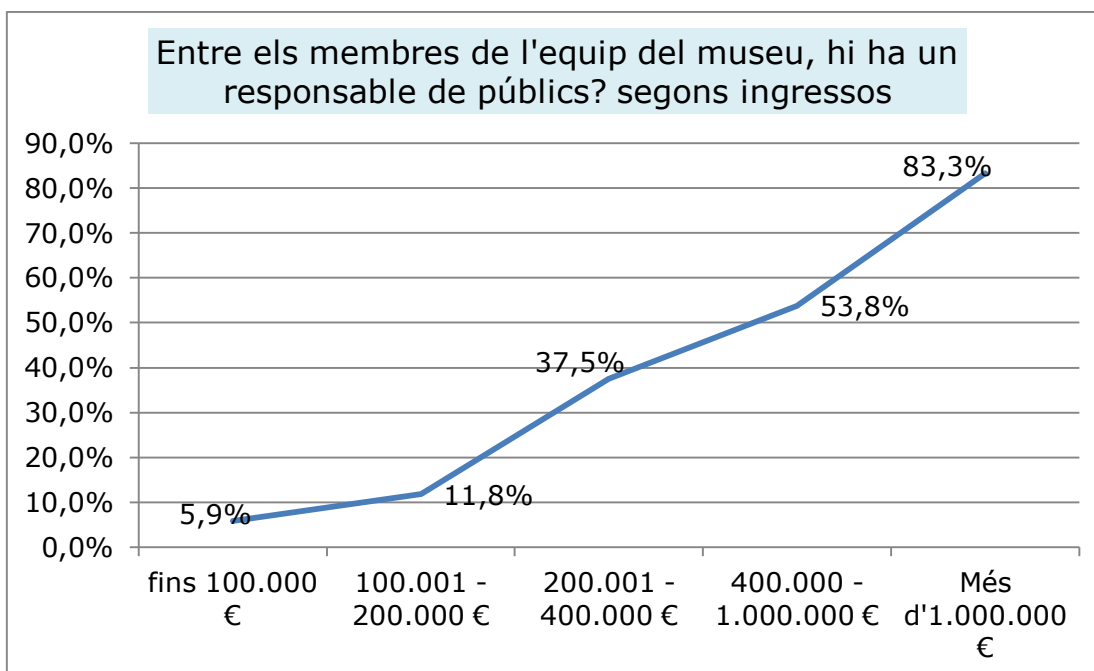
5.1. RESPONSABLE DE PÚBLICS

Un 41% dels museus de Catalunya declara tenir en la seva organització un responsable de públics.

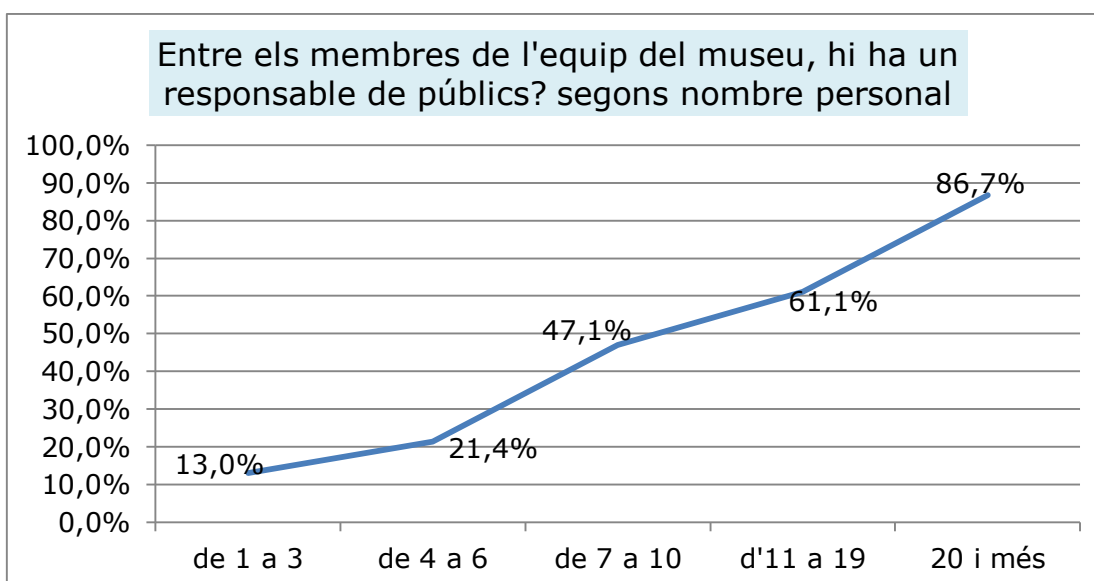


La capacitat del museu per disposar d'un responsable de públic varia segons la seva dimensió econòmica i la seva dotació de personal.

En efecte, a mesura que augmenten els ingressos propis augmenta el nombre de museus que disposen de responsable de públics. Mentre els museus de menor dimensió econòmica (ingressos inferiors als 200.000 euros) el percentatge de museus que disposa de responsable de públics varia entre el 6 i el 12%, més del 50% dels museus amb pressupostos superiors als 400.000 euros disposen de responsable de públics, assolint un percentatge superior al 80% entre els museus amb un pressupost superior al milió d'euros anuals.



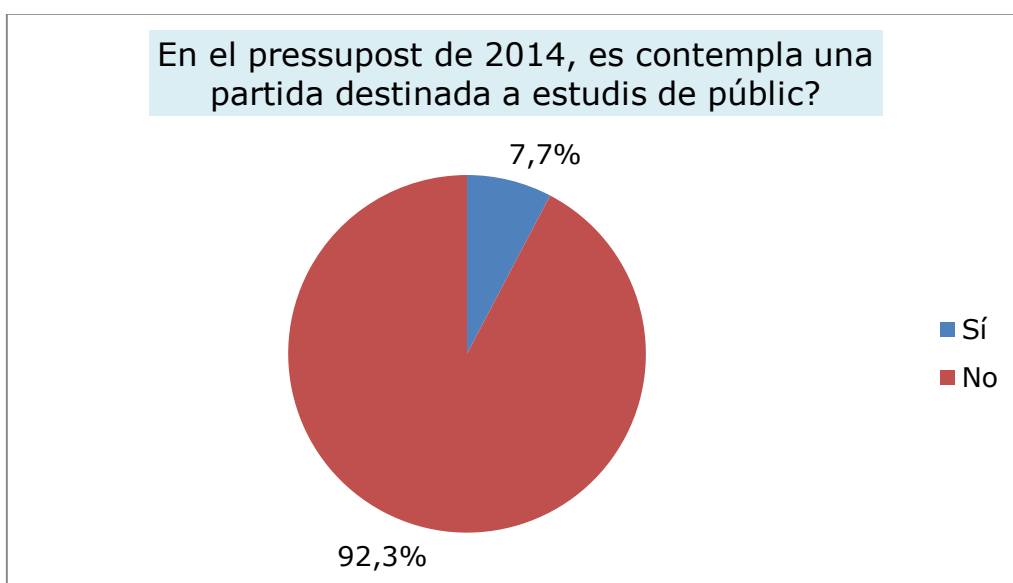
Una correlació similar s'observa si es relaciona la dimensió de l'equip del museu i la capacitat per disposar d'un responsable de públics.



5.2. PRESSUPOST DESTINAT ALS ESTUDIS DE PÚBLIC

Només 8 dels 104 museus de Catalunya declaren tenir assignada una partida econòmica destinada a la realització d'estudis de públic.

Això concorda amb els resultats de l'apartat 3.4. (Realització de l'estudi de públic), segons els quals la majoria de museus que realitzen estudis de públic de manera regular ho fan amb personal propi o és l'administració de la que depenen la que s'encarrega d'aquesta tasca.



En el pressupost de 2014, es contempla una partida destinada a estudis de públic?

		fins 100.000 €	100.001 - 200.000 €	200.001 - 400.000 €	400.000 - 1.000.000 €	Més d'1.000.000 €	Total
Sí	N	0	0	0	1	6	7
	%	0,0%	0,0%	0,0%	3,8%	33,3%	6,9%
No	N	17	17	24	25	12	95
	%	100,0%	100,0%	100,0%	96,2%	66,7%	93,1%
Total	N	17	17	24	26	18	102
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

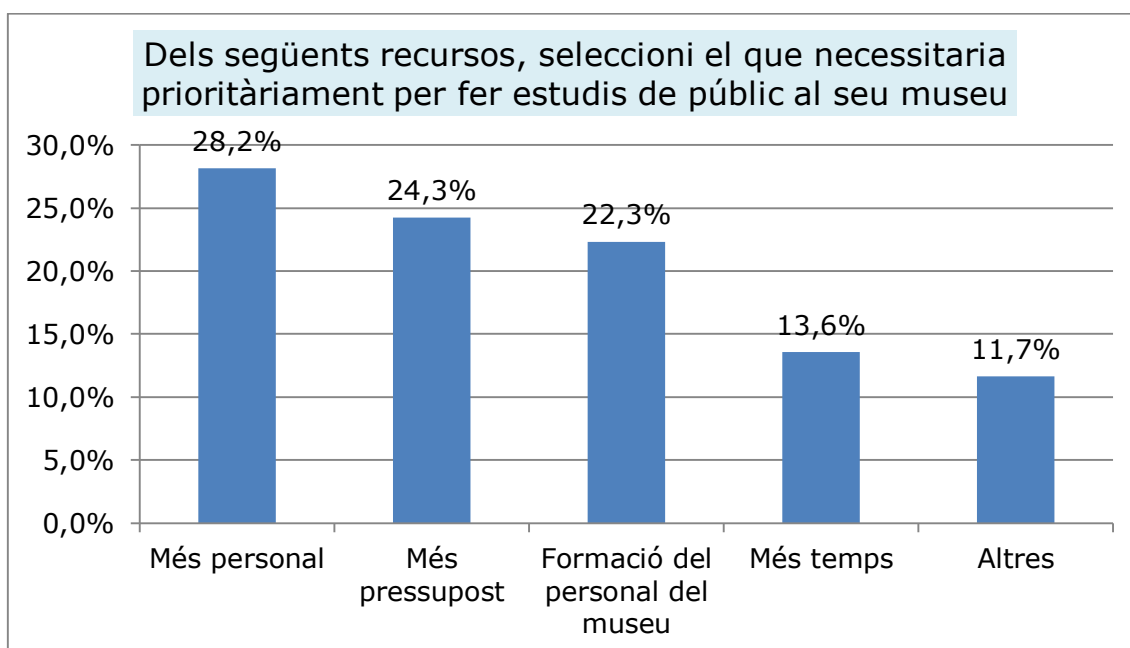
Valor de khi quadrat = 24,38 amb un p-valor = 0,00%

Els percentatges ombrejats indiquen un valor significatiu dels residus estandarditzats en el càlcul de la khi quadrat. Per tant, es poden interpretar com valors significativament diferents dels valors esperats si les dues variables fossin independents.

6. Necessitats i interessos dels museus

6.1. NECESSITATS

El 28% dels museus expressa la necessitat de disposar de més personal com el recurs més prioritari per poder realitzar estudis de públic. En ordre d'importància el segueixen un major pressupost (24%) i la formació del personal (22%).



En la categoria "Altres" s'han agrupat aquells museus que han no ha respost cap de les categories anteriors i han precisat les seves necessitats. En tres casos, la resposta ha estat la combinació de personal i formació:

Més personal amb formació í dedicació específiques

En tres casos més, la resposta ha estat la combinació de tots els recursos:

totes les anteriors sense cap prioritat

6.2. INTERESSOS

Es va demanar als museus quins són els temes més urgents de conèixer si ara realitzessin un estudi de públic. Es van suggerir els temes següents:

- ✓ Avaluació dels canals de comunicació
- ✓ Satisfacció global dels visitants
- ✓ Avaluació exposicions temporals i/o activitats
- ✓ Valoració dels textos i elements explicatius de l'exposició
- ✓ Perfil sociodemogràfic: edat, estudis, lloc de residència, etc.
- ✓ Comportament del visitant a l'interior de l'espai expositiu
- ✓ Valoració de serveis: botiga, cafeteria, confort, etc.
- ✓ Hàbits de consum cultural
- ✓ Motivacions de la visita

És esclaridor començar indicant que el 46% dels museus declara disposar ja d'informació en relació al perfil sociodemogràfic dels seus visitants. El coneixement de l'edat, el gènere i el lloc de residència sol ser la informació més fàcil d'aconseguir. Sembla doncs preocupant que més de la meitat dels museus no disposin d'aquestes informacions bàsiques, quan es pot fer de manera força senzilla a taquilla.

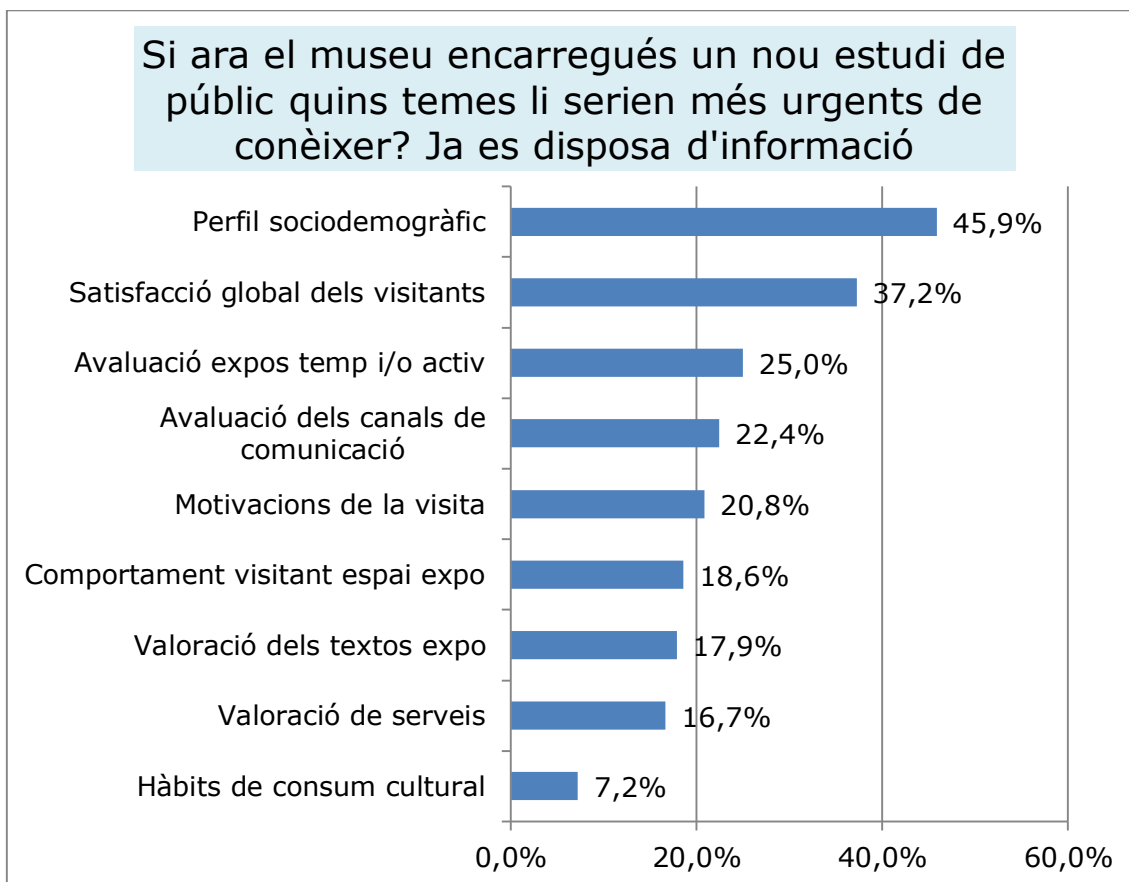
El segon tema sobre el que els museus més s'han interessat és el nivell de satisfacció dels visitants, amb un 37% dels museus que indiquen que ja disposen d'aquesta informació.

L'avaluació de les exposicions temporals i/o de les activitats, l'avaluació dels canals de comunicació, així com les motivacions de la visita obtenen percentatges entre el 21 i el 25%.

El comportament del visitant a l'interior de l'espai expositiu, i les valoracions tant dels textos i elements explicatius de l'exposició com dels serveis complementaris són temes sobre els que els museus disposen d'una informació menor amb percentatge de museus entre el 17 i 19%.

A la cua es troba la informació relativa als hàbits de consum cultural, tema sobre el qual només un 7% dels museus declara disposar

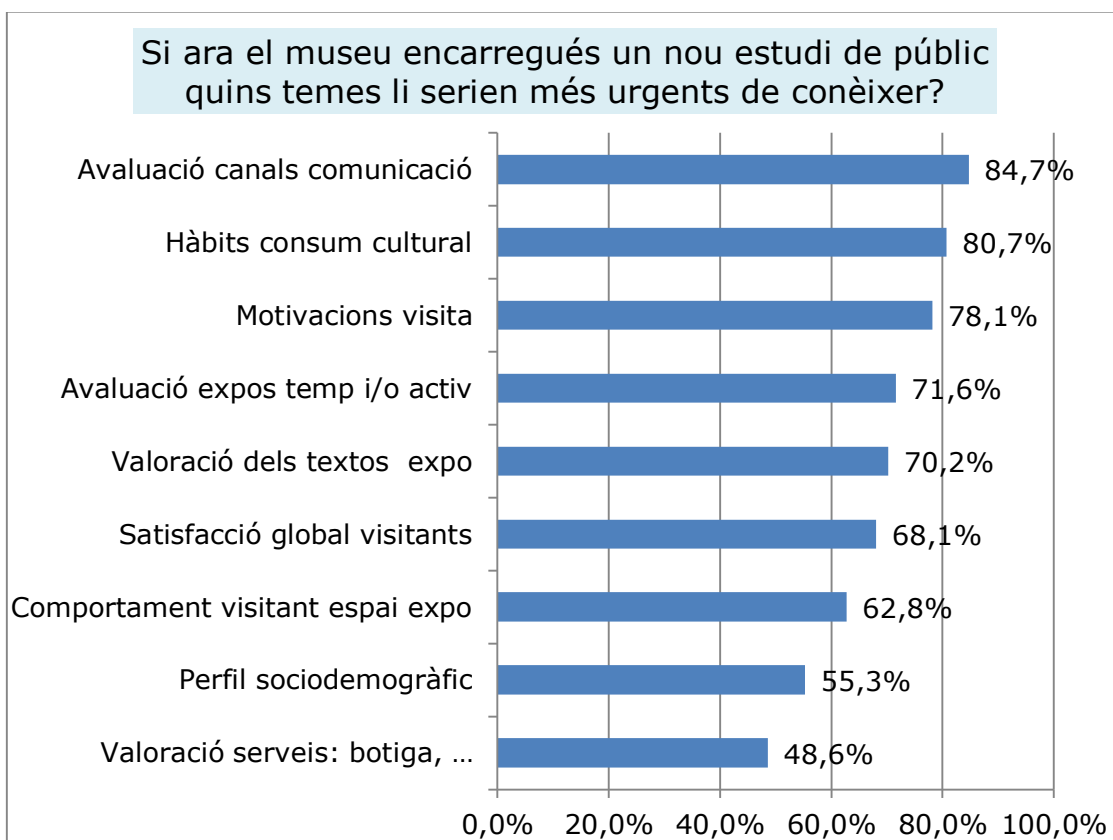
d'informació. Aquest és un resultat ben curiós doncs els hàbits culturals són estudiats a Catalunya tant per part de la Generalitat de Catalunya com del Govern de l'Estat des de fa més de vint anys.



L'avaluació sobre els canals d'informació pels quals els visitants s'assabenten de l'existència del museu és el tema que un major nombre de museus declara com a prioritari (85%).

El segueixen en nivell d'interès dels hàbits culturals dels visitants (81%), així com les motivacions de la visita (78%).

A l'extrem oposat destaca la informació sobre la valoració dels serveis complementaris: botiga, cafeteria,... (49%) segurament perquè una part important de museus no disposa d'aquests serveis, així com el perfil sociodemogràfic dels visitants (55%) doncs un volum important de museus ja disposa d'aquestes informacions.



7. La consideració del públic en la gestió dels museus

7.1. LA GESTIÓ DELS PÚBLICS

Els estudis de públic –l’interès dels responsables dels museus per conèixer els seus visitants i usuaris– constitueixen una tasca que requereix dissenyar algun sistema que reculli informació sobre els visitants i que, un cop aconseguida aquesta informació serveixi per introduir canvi en les decisions que els museus prenen per millorar eventualment diversos aspectes de la seva gestió: decidir els canals de comunicació més òptims, introduir canvis en les exposicions o bé en els serveis complementaris, gestionar l’equip de persones que està en contacte directe amb els visitants, etc.

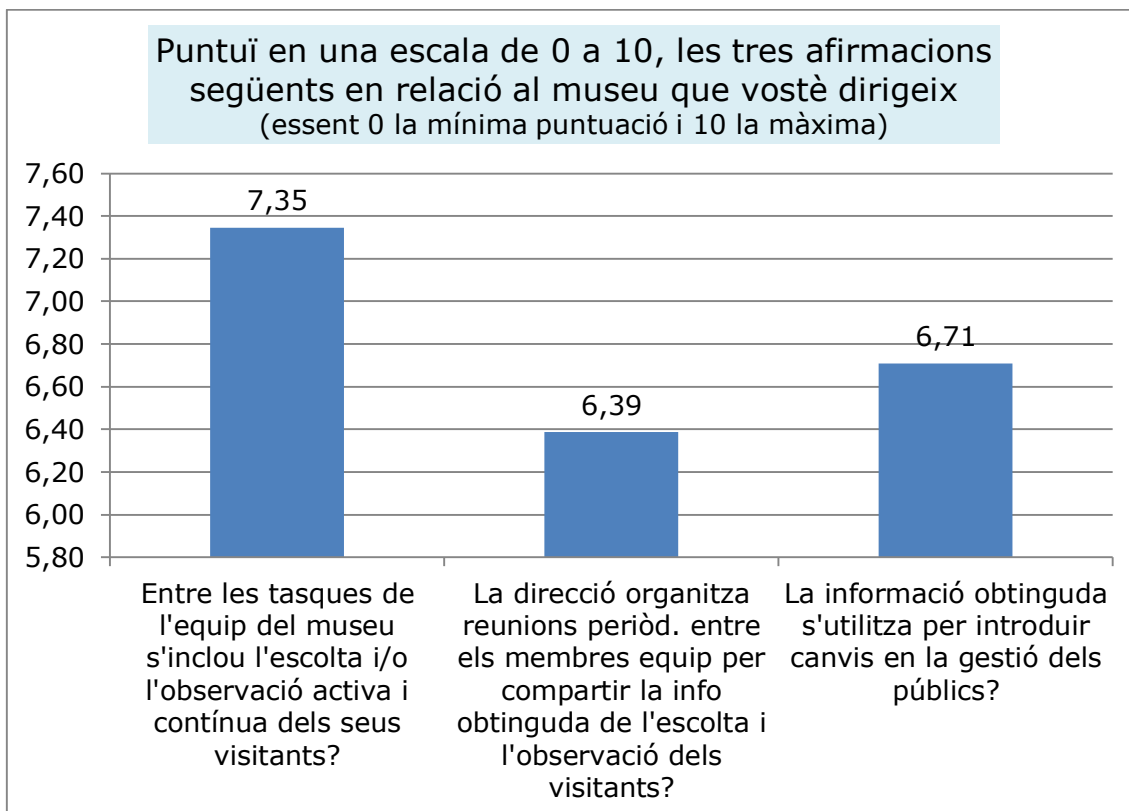
Hi ha la possibilitat que un museu determinat no disposi d’eines per avaluar sistemàticament els seus públics (enquestes, qüestionaris, fulls de suggeriments, entrevistes, etc.) i tanmateix estigui molt atent als comentaris i les reaccions dels seus visitants. Per tant, més enllà de les tècniques emprades es va demanar als responsables dels museus la seva valoració en relació a l’actitud del seu museu en tres aspectes diferents:

- 1) L’equip del museu està atent a què diu i què fa el públic, i aquesta és una tasca explícita entre les seves funcions.
- 2) L’equip de professionals del museu comparteix, discuteix i valora el coneixement que ha obtingut dels processos d’escolta i observació del comportament del públic.
- 3) La informació –ja sigui obtinguda per mecanismes formals o bé d’una manera informal però activa– serveix per introduir canvi en l’organització amb la voluntat de millorar la relació que el museu estableix amb els seus visitants.

Es va demanar als directors-es dels museus que valoressin en una escala de 0 a 10 aquests tres aspectes en la seva organització. Els resultats van ser els següents:

Puntuï en una escala de 0 a 10 (essent 0 la mínima puntuació i 10 la màxima), les tres afirmacions següents en relació al museu que vostè dirigeix Estadístics descriptius		
	Mitjana	Desv. típ.
Entre les tasques de l'equip del museu s'inclou l'escolta i/o l'observació activa i contínua dels seus visitants?	7,35	1,700
La direcció/gerència del museu organitza reunions periòdicament entre els membres de l'equip per compartir la informació obtinguda de l'escolta i l'observació dels visitants?	6,39	2,422
La informació obtinguda s'utilitza per introduir canvis en la gestió dels públics (disseny de programes públics, planificació de la comunicació,...)?	6,71	2,226

Els resultats mostren que, entre les tres funcions plantejades, la més valorada, és a dir la més implantada, en els museus de Catalunya és el coneixement del públic: estar atent al que diu el públic o al seu comportament a l'interior del museu.



En segon lloc, però amb una puntuació significativament més baixa, els museus introdueixen canvis a partir de les informacions que obtenen de l'escolta i l'observació dels seus públics.

Cal notar igualment el valor de la desviació típica de les valoracions, doncs és precisament en aquesta segona valoració on s'observa la desviació més elevada, el que es pot interpretar com un nivell de consens més reduït en comparació amb les altres qüestions plantejades.

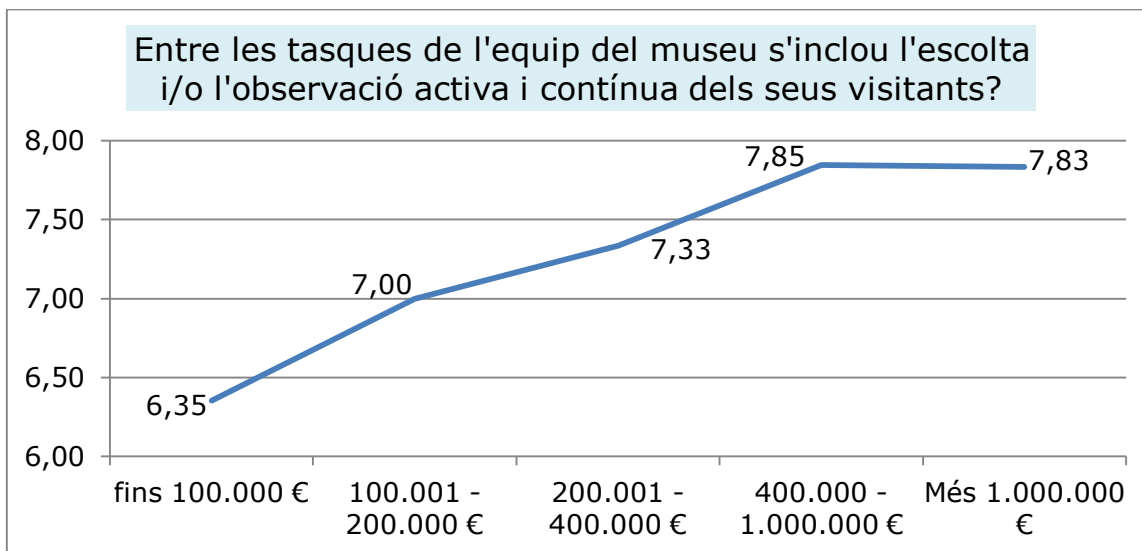
Finalment és menys valorat i per tant menys freqüent que els directors-es dels museus organitzin reunions amb el seu equip per compartir i valorar les informacions que obtenen dels visitants. Aquesta última constatació deixa entreveure que atès l'elevat nombre de museus que no fa estudis de públic o bé els fa escadusserament, els responsables dels museus assignen poc temps a compartir amb les persones que estan en contacte amb el públic. Són precisament aquestes persones de l'equip les que, en el seu tracte diari, obtenen un coneixement més extens i aprofundit de què fa, com és què valoren el públic que els visita.

7.2. GESTIÓ DE PÚBLICS I DIMENSIÓ ECONÒMICA

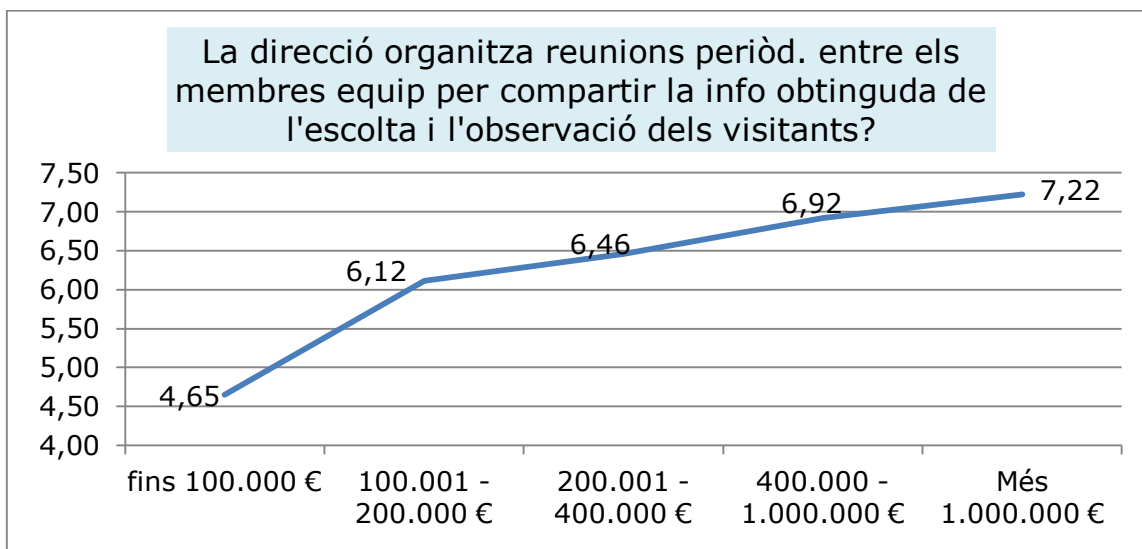
La dimensió econòmica dels museus incideix en les valoracions expressades respecte a les tres funcions anteriors.

En efecte, a mida que augmenta la dimensió econòmica del museu la valoració per part del seu responsable s'incrementa significativament.

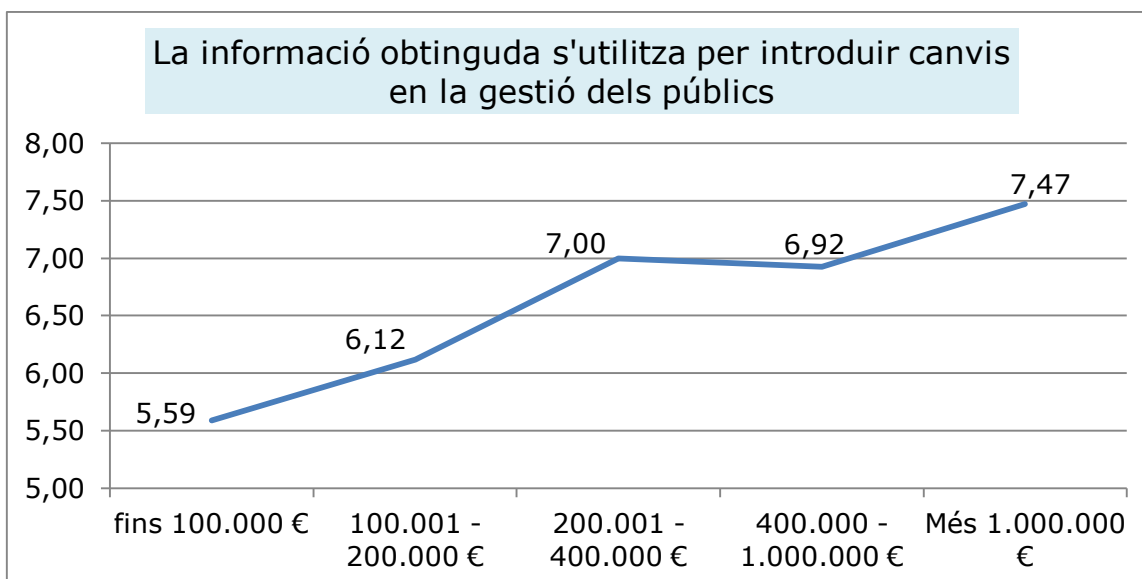
Així, mentre els museus amb uns ingressos superiors als 400.000 euros valoren amb un 7,84 l’afirmació segons la qual les tasques del seu equip inclou l’escolta i l’observació dels visitants, aquesta puntuació baixa a 6,35 entre els museus amb pressupostos inferiors als 100.000 euros.



Més acusada és la diferència en les valoracions dels responsables dels museus en quant a l’organització de reunions periòdiques per valorar el coneixement dels públics entre els membres del seu equip, doncs entre la puntuació més alta i la més baixa hi ha més de 2,5 punts de diferència.

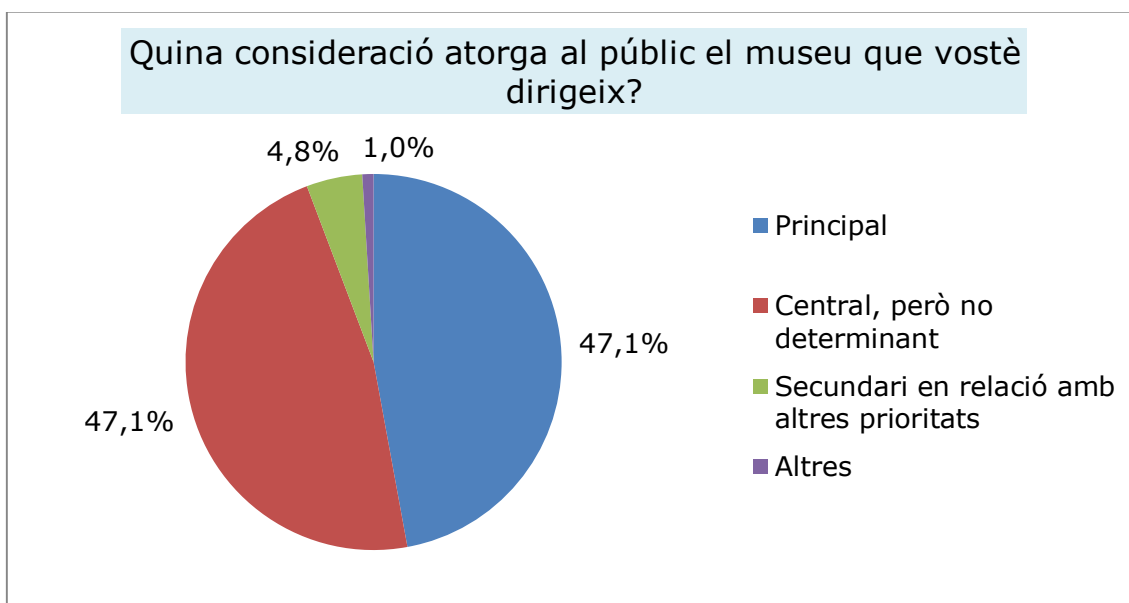


Un patró similar apareix quan es comparen les valoracions que els responsables dels museus fan a la valoració sobre el nivell de canvi que l'organització introdueix en la seva gestió arran de la informació sobre els visitants. Puntuacions al voltant del 7 entre els museus amb pressupostos entre 200.000 i 1.000.000 d'euros, fins arribar al 7,47 en els de major dimensió econòmica. En canvi entre els museus amb pressupostos reduïts aquesta puntuació baixa fins el 5,59.

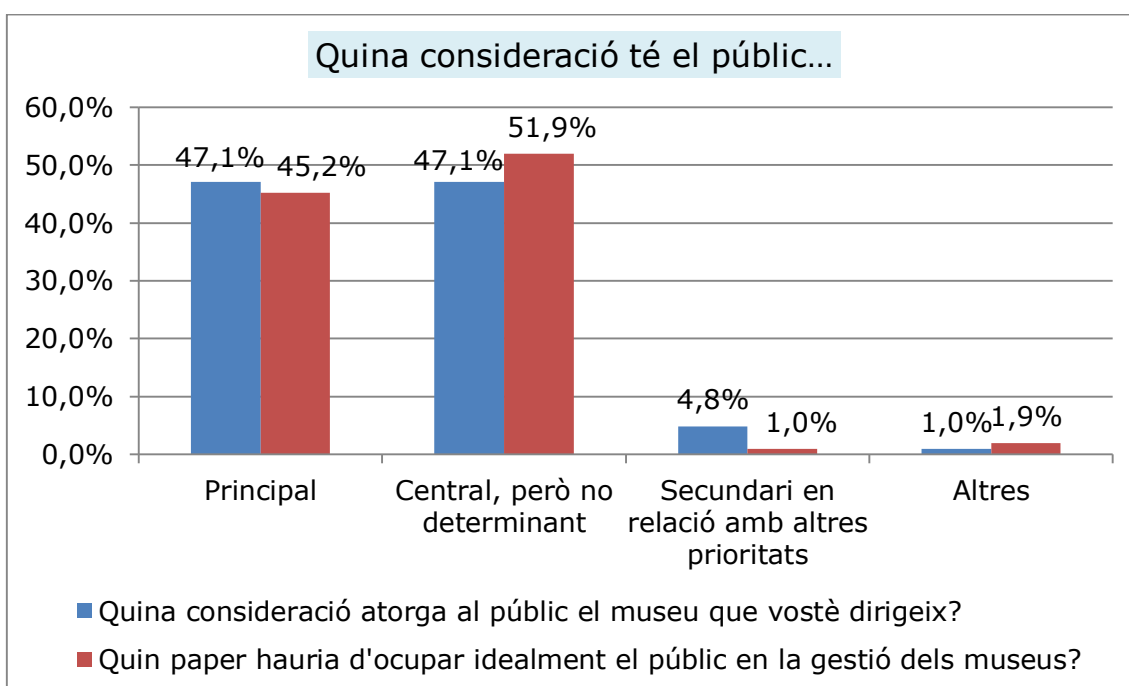


7.3. LA POSICIÓ DELS PÚBLICS EN ELS MUSEUS

Es va demanar als directors-es dels museus de Catalunya quina era la posició que atorgaven al públic en el seu museu. Les opinions es van distribuir a parts iguals entre els que atorguen al públic un paper principal i aquells altres que li adjudiquen un rol "central, però no determinant". Només un 5% dels responsables van optar per declarar que el públic té un paper secundari en el seu museu.



D'altra banda, també es va demanar sobre la consideració que el públic ha de tenir en la gestió dels museus d'una manera general, sense referir-se concretament la museu que dirigeix. En aquest cas hi va haver una lleugera disminució de l'opció "principal" en benefici de "central però no determinant".



8. Comentaris sobre els estudis de públic

El qüestionari incloïa una pregunta oberta: "Té algun comentari sobre els estudis de públic i la situació del seu museu?"

De totes les respostes rebudes, 46 directors-es han afegit comentaris sobre la seva situació en relació als estudis de públic. Els comentaris responen als temes següents:

- ✓ Què fa i què no fa el museu.
- ✓ Necessitats generals i específiques.
- ✓ Manca de recursos que impedeix estudiar els públics.
- ✓ Beneficis de conèixer el públic.
- ✓ El públic no és prioritari.
- ✓ Poca adequació dels estudis de públic.
- ✓ Plans futurs.

A continuació, s'inclouen alguns exemples dels comentaris dels enquestats.

Què fa i què no fa el museu

A part de la recollida de dades estadístiques quantitatives, la resta de coneixement de públics obeeix a observació directa i comentari oral entre el personal del museu en les sessions setmanals d'avaluació de tasques. O esporàdicament.

El personal d'atenció al públic és qui gestiona l'estudi que entrega cada trimestre a direcció.

El públic del Museu varia en funció de les activitats i de l'estació de l'any. A l'hivern es fan conferències i exposicions temporals i presentació de publicacions i a l'estiu, en ser un municipi turístic rep molta afluència de visitants que passen les vacances a l'Escala i s'intensifiquen les visites guiades de coneixement del patrimoni del municipi. A l'hivern es fan per a les escoles i altres grups, segons demanda i a l'estiu es fan regulars per a petits grups.

El públic té mandra de respondre enquestes; els becaris ens ajuden en aquesta tasca.

Realitzem control de públic per franges horàries i distinció d'usuaris segons oferta (exposicions temporals, permanent, activitats), pagament o gratuïtat, tipologia de grups (servei educatiu, activitats per públic familiar,...), procedència, i poca cosa més.

Fem enquestes sempre a les escoles, ho tenim com obligatori, però costa molt que respongui el públic, potser no els hi oferim sempre.

Han estat insuficients i ara entrem en nova etapa organitzativa dels serveis d'atenció al públic.

Recollim i analitzem informació, sense sistemàtica i explotació òptima.

Necessitats generals i específiques

Es tracta d'un aspecte a millorar.

És un dels aspectes que tenim més abandonat.

Hi ha molta feina a fer, al respecte.

Disposar de més informació sobre la demanda del públic.

Ens convindria disposar d'estudis en un entorn turístic com és el nostre. Per desestacionalitzar ens caldria veure quin públic ens convindria captar. Mantenir el públic més local.

Sempre rebem peticions de dades des de diferents departaments i centres que fan estudis, però mai no rebem els resultats i les conclusions. També trobo interessant la possibilitat de compartir/contrastar els nostres resultats amb museus d'estructura i temàtica similar.

Sí, falten estudis rigorosos.

Per al Museu de Lleida és imprescindible un estudi de públic sobretot de cara a tenir eines suficients per captar nous públics i, també, per conèixer el "turista accidental" que arriba a la ciutat de Lleida.

Manca de recursos que impedeix estudiar els públics

Ens trobem en uns moments molt difícils per mantenir uns mínims de qualitat i professionalitat en les accions previstes i una gran dificultat per emprendre nous projectes.

Que no se li dediquen els recursos necessaris.

El museu està en una situació crítica, per sota dels mínims, ja que no hi ha un pressupost suficient per tirar endavant qualsevol objectiu. Només hi ha una persona contractada que fa de tot.

Cal més personal i temps per dedicar a l'estudi.

Crec que és un tema fonamental que anualment em plantejo però que no he pogut assolir mai per manca de personal.

Beneficis de conèixer el públic

Conèixer el teu públic permet adequar objectius.

Conèixer el teu públic t'ajuda a marcar objectius específics.

És una eina important per decisions.

*Tota anàlisi i valoració és sempre interessant
per poder millorar la gestió del museu.*

El públic no és prioritari

*En general, per als museus, diríem que convé tant o més incidir en la rellevància
de la programació que en les actituds dels qui els visiten.*

Hem de treballar amb acció-èxit/error.

La situació actual del Museu no permet estar gaire pel públic.

No disposem de recursos ni tampoc és el més prioritari.

Poca adequació dels estudis de públic

*Els estudis generals de l'administració no arriben a primfilar
les necessitats de coneixement del públic que té el museu.*

*Ens agradaria que aquests estudis estiguessin adaptats
als diferents perfils de museus.*

Hauria de contemplar el fet que som xarxa de museus.

Els estudis de públic marquen unes actuacions que no sempre es prioritzen.

*En general, per als museus, diríem que convé tant o més incidir en la rellevància
de la programació que en les actituds dels qui els visiten.*

Plans futurs

*Ara està previst fer un estudi de públic al recinte emmurallat de Vila Vella i els hem
demanat si poden incloure el Museu Municipal.*

*El Museu analitza els públics i els comportaments del visitant
per modelar la futura exposició permanent.*

Annex 1. Informació del Registre de Museus

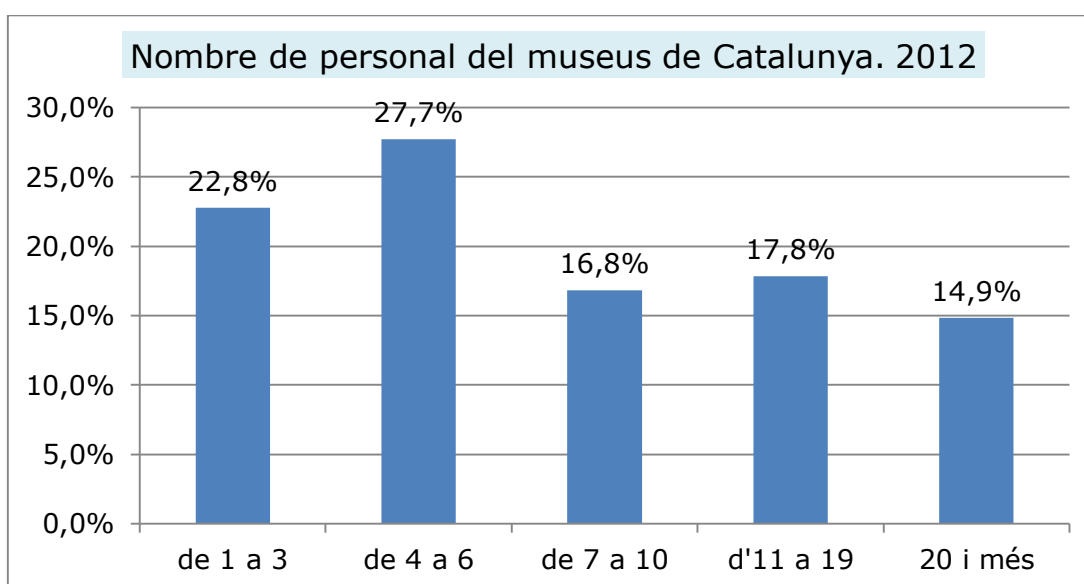
Essent l'univers de l'estudi els museus registrats de Catalunya, el Registre de Museus va facilitar a l'ICRPC les dades procedents relatives als ingressos i les despeses de 2012, així com el nombre de personal que treballa en el museu.

Les dues informacions han estat de molta utilitat per crear algunes respostes amb la dimensió econòmica i laboral dels equipaments patrimonials.

Aquests creuaments han permès contrastar algunes hipòtesis.

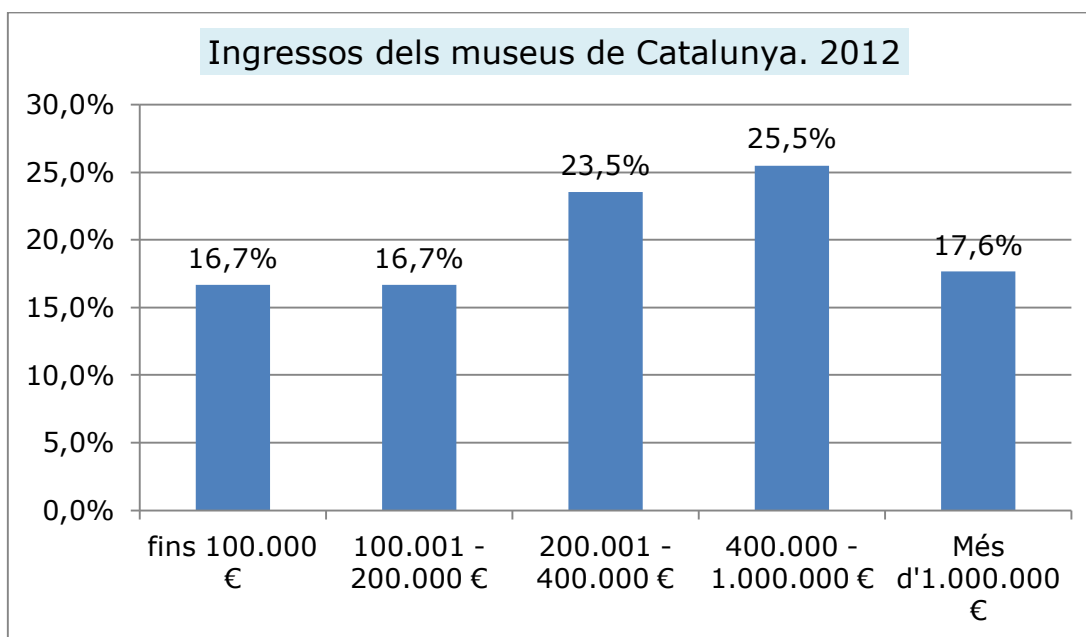
A1.1. NOMBRE DE PERSONAL

Nombre de personal del museus de Catalunya. 2012				
	N	%	% vàlid	% acumulat
de 1 a 3	23	22,1%	22,8%	22,8%
de 4 a 6	28	26,9%	27,7%	50,5%
de 7 a 10	17	16,3%	16,8%	67,3%
d'11 a 19	18	17,3%	17,8%	85,1%
20 i més	15	14,4%	14,9%	100,0%
Total	101	97,1%	100,0%	
NC	3	2,9%		
Total	104	100,0%		



A1.2. INGRESSOS DELS MUSEUS

Ingressos dels museus de Catalunya agrupats en 5 trams. 2012				
	N	%	% vàlid	% acumulat
fins 100.000 €	17	16,3%	16,7%	16,7%
100.001 - 200.000 €	17	16,3%	16,7%	33,3%
200.001 - 400.000 €	24	23,1%	23,5%	56,9%
400.000 - 1.000.000 €	26	25,0%	25,5%	82,4%
Més d'1.000.000 €	18	17,3%	17,6%	100,0%
Total	102	98,1%	100,0%	
NC	2	1,9%		
Total	104	100,0%		



Annex 2. Taules estadístiques. Freqüències

P1. QUINA CONSIDERACIÓ ATORGA AL PÚBLIC EL MUSEU QUE VOSTÈ DIRIGEIX?

Quina consideració atorga al públic el museu que vostè dirigeix?		
	N	%
Principal	49	47,1%
Central, però no determinant	49	47,1%
Secundari en relació amb altres prioritats	5	4,8%
Altres	1	1,0%
Total	104	100,0%

P2. EN LA SEVA OPINIÓ, QUIN PAPER HAURIA D'OCUPAR IDEALMENT EL PÚBLIC EN LA GESTIÓ DELS MUSEUS?

En la seva opinió, quin paper hauria d'ocupar idealment el públic en la gestió dels museus?		
	N	%
Principal	47	45,2%
Central, però no secundari	54	51,9%
Secundari en relació amb altres prioritats	1	1,0%
Altres	2	1,9%
Total	104	100,0%

P3. ENTRE LES TASQUES DE L'EQUIP DEL MUSEU S'INCLOU L'ESCOLTA I/O L'OBSERVACIÓ ACTIVA I CONTÍNUA DELS SEUS VISITANTS (CREU QUE EL MUSEU FA POC O FA MOLT).

[per equip del museu entenem tant el personal propi com el de l'empresa contractada que dóna serveis de taquilla, personal de sala, visites guiades, monitoratge, programa didàctic, activitats, seguretat, etc.]

Entre les tasques de l'equip del museu s'inclou l'escolta i/o l'observació activa i contínua dels seus visitants?			
	N	%	% acumulat
3	3	2,9%	2,9%
4	6	5,8%	8,7%
5	7	6,7%	15,4%
6	9	8,7%	24,0%
7	22	21,2%	45,2%
8	34	32,7%	77,9%
9	14	13,5%	91,3%
10	9	8,7%	100,0%
Total	104	100,0%	

P4. LA DIRECCIÓ/GERÈNCIA DEL MUSEU ORGANITZA REUNIONS PERIÒDICAMENT ENTRE ELS MEMBRES DE L'EQUIP PER COMPARTIR LA INFORMACIÓ OBTINGUDA DE L'ESCOLTA I L'OBSERVACIÓ DELS VISITANTS (CREU QUE EL MUSEU FA POC O FA MOLT).

La direcció/gerència del museu organitza reunions periòdicament entre els membres de l'equip per compartir la informació obtinguda de l'escolta i l'observació dels visitants?				
	N	%	% vàlid	% acumulat
0	2	1,9%	1,9%	1,9%
1	3	2,9%	2,9%	4,9%
2	2	1,9%	1,9%	6,8%
3	11	10,6%	10,7%	17,5%
4	4	3,8%	3,9%	21,4%
5	8	7,7%	7,8%	29,1%
6	12	11,5%	11,7%	40,8%
7	22	21,2%	21,4%	62,1%
8	22	21,2%	21,4%	83,5%
9	10	9,6%	9,7%	93,2%
10	7	6,7%	6,8%	100,0%
Total	103	99,0%	100,0%	
NC	1	1,0%	1,9%	
Total	104	100,0%	2,9%	

P5. LA INFORMACIÓ OBTINGUDA S'UTILITZA PER INTRODUIR CANVIS EN LA GESTIÓ DELS PÚBLICS (DISSENY DE PROGRAMES PÚBLICS, PLANIFICACIÓ DE LA COMUNICACIÓ,...) DEL MUSEU (CREU QUE EL MUSEU FA POC O FA MOLT).

La informació obtinguda s'utilitza per introduir canvis en la gestió dels públics (disseny de programes públics, planificació de la comunicació,...)?				
	N	%	% vàlid	% acumulat
0	2	1,9%	1,9%	1,9%
1	2	1,9%	1,9%	3,9%
2	1	1,0%	1,0%	4,9%
3	4	3,8%	3,9%	8,7%
4	8	7,7%	7,8%	16,5%
5	8	7,7%	7,8%	24,3%
6	13	12,5%	12,6%	36,9%
7	23	22,1%	22,3%	59,2%
8	20	19,2%	19,4%	78,6%
9	16	15,4%	15,5%	94,2%
10	6	5,8%	5,8%	1,9%
Total	103	99,0%	100,0%	
NC	1	1,0%		
Total	104	100,0%		

PUNTUACIONS P3–P5. ESTADÍSTICS

Estadístics descriptius					
	N	Mínim	Màxim	Mitjana	Desv. típ.
Entre les tasques de l'equip del museu s'inclou l'escolta i/o l'observació activa i contínua dels seus visitants?	104	3	10	7,35	1,700
La direcció/gerència del museu organitza reunions periòdicament entre els membres de l'equip per compartir la informació obtinguda de l'escolta i l'observació dels visitants?	103	0	10	6,39	2,422
La informació obtinguda s'utilitza per introduir canvis en la gestió dels públics (disseny de programes públics, planificació de la comunicació,...)?	103	0	10	6,71	2,226

P6. EL SISTEMA DE RECOMPTE DELS PÚBLICS DEL MUSEU PERMET DIFERENCIAR ELS TRES CONCEPTES SEGÜENTS

El sistema de recompte dels públics permet diferenciar els VISITANTS: persones que entren per la porta del museu		
	N	%
Sí	88	0,8
No	16	0,2
Total	104	1,0

El sistema de recompte dels públics permet diferenciar les VISITES: nombre d'assistents als espais expositius			
	N	%	% vàlid
Sí	90	86,5%	88,2%
No	12	11,5%	11,8%
Total	102	98,1%	100,0%
NC	2	1,9%	
Total	104	100,0%	

El sistema de recompte dels públics permet diferenciar els USOS nombre de persones que assisteixen a activitats no expositives del museu			
	N	%	% vàlid
Sí	94	90,4%	92,2%
No	8	7,7%	7,8%
Total	102	98,1%	100,0%
NC	2	1,9%	
Total	104	100,0%	

P7. S'HAN FET O ES FAN ESTUDIS SOBRE EL PÚBLIC EN EL SEU MUSEU?

S'han fet o es fan estudis de públic en el seu museu?		
	N	%
Sí, anualment	34	32,7%
Sí, esporàdic. segons necessitat	29	27,9%
Només se n'han fet un cop	8	7,7%
Mai se n'han fet	33	31,7%
Total	104	100,0%

P7.1. QUIN TIPUS DE PÚBLIC S'HA ESTUDIAT?

(Només si ha respost 1, 2, 3 a la pregunta 7)

Tipus de públic estudiat		
	N	%
Públic general que visita exposicions	61	85,9%
Públic escolar: professors i/o alumnes	46	64,8%
Usuaris de les activitats	35	49,3%
Altres col·lectius específics: turistes, famílies, etc.	24	33,8%

Base 71 museus que fan estudis de públic.

Multirresposta

P7.2. EN L'ÚLTIM ESTUDI DE PÚBLIC REALITZAT: QUI ES VA ENCARREGAR DE PORTAR-LO A TERME?

(Només si ha respost 1, 2, 3 a la pregunta 7)

En l'últim estudi de públic realitzat, qui es va encarregar de portar-lo a terme?		
	N	%
Personal del museu [tant el personal propi com el de l'empresa contractada que dona serveis]	46	69,7%
La institució/administració de la qual depèn el museu (ACPC, ICUB, Diputació, etc.)	6	9,1%
Un estudiant o becari	4	6,1%
El museu amb la col·laboració d'un expert	2	3,0%
Una consultoria externa especialitz. en gestió cultural	2	3,0%
Una universitat	2	3,0%
Altres	4	6,1%
Total	66	100,0%

P8. DELS SEGÜENTS RECURSOS, SELECCIONI EL QUE NECESSITARIA PRIORITÀRIAMENT PER FER ESTUDIS DE PÚBLIC AL SEU MUSEU

Dels següents recursos, seleccioni el que necessitaria prioritàriament per fer estudis de públic al seu museu			
	N	%	% vàlid
Més personal	29	27,9%	28,2%
Més pressupost	25	24,0%	24,3%
Formació del personal del museu	23	22,1%	22,3%
Més temps	14	13,5%	13,6%
Altres	12	11,5%	11,7%
Total	103	99,0%	100,0%
NC	1	1,0%	
Total	104	100,0%	

P9. SI ARA EL MUSEU ENCARREGUÉS UN NOU ESTUDI DE PÚBLIC QUINS TEMES LI SERIEN MÉS URGENTS DE CONÈIXER?

Avaluació dels canals de comunicació			
	N	%	% vàlid
Sí	74	71,2%	75,5%
Sí i es disposa d'informació	9	8,7%	9,2%
Ja es disposa d'informació i no es diu ni que sí ni que no	13	12,5%	13,3%
No	2	1,9%	2,0%
Total	98	94,2%	100,0%
NC	6	5,8%	
Total	104	100,0%	

Satisfacció global dels visitants			
	N	%	% vàlid
Sí	56	53,8%	59,6%
Sí i es disposa d'informació	8	7,7%	8,5%
Ja es disposa d'informació i no es diu ni que sí ni que no	27	26,0%	28,7%
No	3	2,9%	3,2%
Total	94	90,4%	100,0%
NC	10	9,6%	
Total	104	100,0%	

Avaluació exposicions temporals i/o activitats			
	N	%	% vàlid
Sí	58	55,8%	65,9%
Sí i es disposa d'informació	5	4,8%	5,7%
Ja es disposa d'informació i no es diu ni que sí ni que no	17	16,3%	19,3%
No	8	7,7%	9,1%
Total	88	84,6%	100,0%
NC	16	15,4%	
Total	104	100,0%	

Valoració dels textos i elements explicatius de l'exposició			
	N	%	% vàlid
Sí	59	56,7%	70,2%
Ja es disposa d'informació i no es diu ni que sí ni que no	15	14,4%	17,9%
No	10	9,6%	11,9%
Total	84	80,8%	100,0%
NC	20	19,2%	
Total	104	100,0%	

Perfil sociodemogràfic: edat, estudis, lloc de residència, etc.			
	N	%	% vàlid
Sí	42	40,4%	49,4%
Sí i es disposa d'informació	5	4,8%	5,9%
Ja es disposa d'informació i no es diu ni que sí ni que no	31	29,8%	36,5%
No	4	3,8%	4,7%
No i ja es disposa d'informació	3	2,9%	3,5%
Total	85	81,7%	100,0%
NC	19	18,3%	
Total	104	100,0%	

Comportament del visitant a l'interior de l'espai expositiu			
	N	%	% vàlid
Sí	51	49,0%	59,3%
Sí i es disposa d'informació	3	2,9%	3,5%
Ja es disposa d'informació i no es diu ni que sí ni que no	13	12,5%	15,1%
No	19	18,3%	22,1%
Total	86	82,7%	100,0%
NC	18	17,3%	
Total	104	100,0%	

Valoració de serveis: botiga, cafeteria, confort, etc.			
	N	%	% vàlid
Sí	34	32,7%	47,2%
Sí i es disposa d'informació	1	1,0%	1,4%
Ja es disposa d'informació i no es diu ni que sí ni que no	10	9,6%	13,9%
No	26	25,0%	36,1%
No i ja es disposa d'informació	1	1,0%	1,4%
Total	72	69,2%	100,0%
NC	32	30,8%	
Total	104	100,0%	

Hàbits de consum cultural			
	N	%	% vàlid
Sí	67	64,4%	80,7%
Ja es disposa d'informació i no es diu ni que sí ni que no	6	5,8%	7,2%
No	10	9,6%	12,0%
Total	83	79,8%	100,0%
NC	21	20,2%	
Total	104	100,0%	

Motivacions de la visita			
	N	%	% vàlid
Sí	70	67,3%	72,9%
Sí i es disposa d'informació	5	4,8%	5,2%
Ja es disposa d'informació i no es diu ni que sí ni que no	14	13,5%	14,6%
No	6	5,8%	6,3%
No i ja es disposa d'informació	1	1,0%	1,0%
Total	96	92,3%	100,0%
NC	8	7,7%	
Total	104	100,0%	

P10. ENTRE ELS MEMBRES DE L'EQUIP DEL MUSEU, HI HA UN RESPONSABLE DE PÚBLICS?

Entre els membres de l'equip del museu, hi ha un responsable de públics?		
	N	%
Sí	43	41,3%
No	61	58,7%
Total	104	100,0%

P11. EN EL PRESSUPOST DE 2014, ES CONTEMPLA UNA PARTIDA DESTINADA A ESTUDIS DE PÚBLIC?

En el pressupost de 2014, es contempla una partida destinada a estudis de públic?		
	N	%
Sí	8	7,7%
No	96	92,3%
Total	104	100,0%

P12. TÉ ALGUN COMENTARI SOBRE ELS ESTUDIS DE PÚBLIC I LA SITUACIÓ DEL SEU MUSEU?

A part de la recollida de dades estadístiques quantitatives, la resta de coneixement de públics obeeix a observació directa i comentari oral entre el personal del museu en les sessions setmanals d'avaluació de tasques. O esporàdicament.

Alguns canvis importants que cal fer en el Museu i que s'assenyalen any rere any en les enquestes, no es poden fer per manca de pressupost.

Ara està previst fer un estudi de públic al recinte emmurallat de Vila Vella i els hem demanat si poden incloure el Museu Municipal.

Cal més personal i temps per dedicar a l'estudi.

Calen conceptes globals que permetin comparatives intercentres.

Conèixer el teu públic permet adequar objectius.

Conèixer el teu públic t'ajuda a marcar objectius específics.

Crec que és un tema fonamental que anualment em plantejo però que no he pogut assolir mai per manca de personal.

Crec que no es poden generalitzar, globalitzar i homogeneïtzar per igual per a tots els equipaments de l'ACPC ja que hi ha unes singularitats i especificitats que cal considerar.

Disposar de més informació sobre la demanda del públic.

Disposem de dades aprofundides en grups que empren serveis de visita. Parcial pel que fa a grups. Enquestes per visitants individuals (unes 100 a l'any). El museu és també Oficina de Turisme i s'empra el programari oficial de consultes.

El Museu analitza els públics i els comportaments del visitant per modelar la futura exposició permanent.

El Museu compta amb la col·laboració per l'anàlisi de dades de públic amb el Departament d'estudis d'opinió de l'Ajuntament de Barcelona.

El museu està en una situació crítica, per sota dels mínims, ja que no hi ha un pressupost suficient per tirar endavant qualsevol objectiu. Només hi ha una persona contractada que fa de tot.

El personal d'atenció al públic és qui gestiona l'estudi que entrega cada trimestre a direcció.

El primer any de reobertura les enquestes van passar desapercebudes. El 2014 la direcció va activar l'equip d'atenció al visitant per fomentar-ne l'ús.

El públic del Museu varia en funció de les activitats i de l'estació de l'any. A l'hivern es fan conferències i exposicions temporals i presentació de publicacions i a l'estiu, en ser un municipi turístic rep molta afluència de visitants que passen les vacances a l'Escala i s'intensifiquen les visites guiades de coneixement del patrimoni del municipi. A l'hivern es fan per a les escoles i altres grups, segons demanda i a l'estiu es fan regulars per a petits grups.

El públic té mandra de respondre enquestes; els becaris ens ajuden en aquesta tasca.

Els estudis de públic marquen unes actuacions que no sempre es prioritzen.

Els estudis generals de l'administració no arriben a primfilar les necessitats de coneixement del públic que té el museu.

En general, per als museus, diríem que convé tant o més incidir en la rellevància de la programació que en les actituds dels qui els visiten.

Enguany estem intentant dur a terme un estudi de públic fent una enquesta de satisfacció entre els visitants. La presa d'aquestes dades es realitza durant una setmana de cada mes. La manca de personal fa que aquesta feina no s'estigui fent de la millor manera possible i d'una manera sistemàtica.

Ens agradaria que aquests estudis estiguessin adaptats als diferents perfils de museus.

Ens convindria disposar d'estudis en un entorn turístic com és el nostre. Per desestacionalitzar ens caldria veure quin públic ens convindria captar. Mantenir el públic més local.

Ens trobem en uns moments molt difícils per mantenir uns mínims de qualitat i professionalitat en les accions previstes i una gran dificultat per emprendre nous projectes.

Es tracta d'un aspecte a millorar.

És un dels aspectes que tenim més abandonat.

És un museu que s'ha donat a conèixer fora del municipi. Ha d'atreure públic d'altres poblacions.

És una eina important per decisions.

Fem enquestes sempre a les escoles ho tenim com obligatori, però costa molt que respongui el públic, potser no els hi oferim sempre.

Han estat insuficients i ara entrem en nova etapa organitzativa dels serveis d'atenció al públic.

Hauria de contemplar el fet que som xarxa de museus.

Hem de treballar amb acció-èxit/error.

Hi ha molta feina a fer, al respecte.

La situació actual del Museu no permet estar gaire pel públic.

La situació del Museu es crítica.

No disposem de recursos ni tampoc és el més prioritari.

No hi ha una partida directa; sí que hi ha personal propi que se n'ocupa

Per al Museu de Lleida és imprescindible un estudi de públic sobretot de cara a tenir eines suficients per captar nous públics i, també, per conèixer el "turista accidental" que arriba a la ciutat de Lleida.

Que no se li dediquen els recursos necessaris.

Realitzem control de públic per franges horàries i distinció d'usuaris segons oferta (exposicions temporals, permanent, activitats), pagament o gratuïtat, tipologia de grups (servei educatiu, activitats per públic familiar,...), procedència, i poca cosa més.

Recollim i analitzem informació, sense sistemàtica i explotació òptima.

Sempre rebem peticions de dades des de diferents departaments i centres que fan estudis, però mai no rebem els resultats i les conclusions. També trobo interessant la possibilitat de compartir/contrastar els nostres resultats amb museus d'estructura i temàtica similar.

Sí, falten estudis rigorosos.

Tot i que enguany és impossible pressupostàriament assumir un estudi de públic, pel 2015 seria molt interessant. Els motius d'aquest desig, no és només perquè mai s'ha fet un estudi de públic seriós –el que ja seria suficient–, sinó perquè el proper any el Museu del Ferrocarril haurà aconseguit una estabilitat general que proporciona les condicions idònies per fer-ho. S'acabaran totes les obres de rehabilitació i millora previstes pel període 2011-2014, es celebren els 25 anys d'obertura pública del Museu i conclourà el un nou plantejament museogràfic.

Tota anàlisi i valoració és sempre interessant per poder millorar la gestió del museu.

Annex 3. Taules estadístiques. Creuaments

Entre els membres de l'equip del museu, hi ha un responsable de públics? segons ingressos. 2012							
		Fins 100.000 €	100.001 - 200.000 €	200.001 - 400.000 €	400.000 - 1.000.000 €	Més d'1.000.000 €	Total
Sí	N	1	2	9	14	15	41
	%	5,9%	11,8%	37,5%	53,8%	83,3%	40,2%
No	N	16	15	15	12	3	61
	%	94,1%	88,2%	62,5%	46,2%	16,7%	59,8%
Total	N	17	17	24	26	18	102
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Valor de khi quadrat = 30,07 amb un p-valor = 0,00%

Els percentatges ombrejats indiquen un valor significatiu dels residus estandarditzats en el càlcul de la khi quadrat. Per tant, es poden interpretar com valors significativament diferents dels valors esperats si les dues variables fossin independents.

Entre els membres de l'equip del museu, hi ha un responsable de públics? segons nombre personal							
		de 1 a 3	de 4 a 6	de 7 a 10	d'11 a 19	20 i més	Total
Sí	N	3	6	8	11	13	41
	%	13,0%	21,4%	47,1%	61,1%	86,7%	40,6%
No	N	20	22	9	7	2	60
	%	87,0%	78,6%	52,9%	38,9%	13,3%	59,4%
Total	N	23	28	17	18	15	101
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Valor de khi quadrat = 28,14 amb un p-valor = 0,00%

Els percentatges ombrejats indiquen un valor significatiu dels residus estandarditzats en el càlcul de la khi quadrat. Per tant, es poden interpretar com valors significativament diferents dels valors esperats si les dues variables fossin independents.

Annex 4. Tramesa de qüestionaris i recepció de respostes

A4.1. TEST DEL QÜESTIONARI

Es va realitzar un test del qüestionari, mitjançant la seva a tramesa als següents museus:

- 1 museu Agència Catalana del Patrimoni Cultural: Museu d'Arqueologia de Catalunya.
- 1 museu Ajuntament de Barcelona: Museu Història de la Ciutat.
- 2 museus OPC de la DIBA: Museu d'Història de l'Hospitalet i Museu Comarcal de Manresa.
- 1 museu privat: Fundació Tàpies.
- 1 museu diocesà: Museu Episcopal de Vic.
- 3 museu territorials: de Girona (Museu del Cinema), Lleida (Ecomuseu de les Valls d'Àneu) i Tarragona (Museu d'Art de Tarragona).

Els comentaris al qüestionari proporcionats per aquests museus van permetre elaborar la versió definitiva del qüestionari:

A4.2. TRAMESA DEL QÜESTIONARI DEFINITIU

El 17 de juny de 2014 es va enviar el qüestionari definitiu als 114 museus registrats. Es van admetre respostes fins a finals de juliol.

A4.3. RECEPCIÓ DE RESPOSTES

Després de la tramesa inicial el va enviar un missatge recordatori, una setmana més tard (26 de juny), enviat només als museus que no havien respost el qüestionari.

Finalment s'han rebut 105 respostes. Només 4 museus no han respost. És a dir ha respost el 96,3% del cens.

El total de respostes (104) no es correspon amb el nombre de museus registrats (114) per les següents circumstàncies:

- Els museus barcelonins de Ceràmica, Arts Decoratives i Tèxtil i de la Indumentària ja no existeixen, a l'espera de la inauguració del Museu del Disseny.
- Els dos museus de Martorell (l'Enrajolada i Vicenç Ros) han omplert un únic qüestionari, doncs tenen un mateix equip de gestió.
- Els museus Cau Ferrat i Maricel han estat remodelats i es troben a l'espera de la seva reobertura, per la qual cosa no han respost al qüestionari.

A5. Qüestionari

Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya

Els museus de Catalunya i el coneixement dels públics. Diagnòstic

L'Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya està elaborant un informe sobre el coneixement que els museus tenen dels seus públics.

Nom del Museu *

Nom de la persona que contesta aquest qüestionari *

1. Quina consideració atorga al públic el Museu que vostè dirigeix?

- Principal
- Central, però no determinant
- Secundari en relació amb altres prioritats
- Insignificant
- Altres

2. Per vostè, quin paper hauria d'ocupar idealment el públic en la gestió dels museus?

- Principal
- Central, però no determinant
- Secundari en relació amb altres prioritats
- Insignificant
- Altres

Per conèixer els públics es poden utilitzar estudis amb una metodologia formalitzada –enquesta, grups de discussió, etc.– o eines més informals.

Tant important com l'ús d'unes eines o altres ho és l'actitud dels professionals del museu d'estar atents i escoltar els seus públics.

Hi ha, per tant, museus que no fan estudis amb metodologies formalitzades però són molt receptius a qualsevol tipus de comentari, suggeriment o opinió per part dels seus visitants. Si aquesta actitud d'escolta i observació informal dels visitants després és compartida entre els membres de l'equip del museu i suposa canvis en la gestió dels públics de l'organització –programació, mediació, serveis, comunicació, etc.–, podríem trobar-nos amb casos de museus que dediquen pocs recursos a la recerca formal i sistemàtica dels seus públics però que, en canvi, mostren una actitud contínua de porositat envers el que diuen els visitants.

TANT SI EL VOSTRE MUSEU REALITZA ESTUDIS DE PÚBLIC COM SI NO EN FA, puntuï en una escala de 0 a 10 (essent 0 la mínima puntuació i 10 la màxima), les tres afirmacions següents en relació al museu que vostè dirigeix:

3. Entre les tasques de l'equip del museu s'inclou l'escolta i/o l'observació activa i contínua dels seus visitants (creu que el museu fa poc o fa molt).

[per equip del museu entenem tant el personal propi com el de l'empresa contractada que dóna serveis de taquilla, personal de sala, visites guiades, monitoratge, programa didàctic, activitats, seguretat, etc.]

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. La direcció/gerència del museu organitza reunions periòdicament entre els membres de l'equip per compartir la informació obtinguda de l'escolta i l'observació dels visitants (creu que el museu fa poc o fa molt).

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. La informació obtinguda s'utilitza per introduir canvis en la gestió dels públics (disseny de programes públics, planificació de la comunicació,...) del museu (creu que el museu fa poc o fa molt).

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

6. El sistema de recompte dels públics del museu permet diferenciar els tres conceptes següents:

	Sí	No
VISITANTS: persones que entren per la porta del museu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
VISITES: nombre d'assistents als espais expositius.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
USOS: nombre de persones que assisteixen a activitats no expositives del museu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. S'han fet o es fan estudis sobre el públic en el seu museu?

- Sí, anualment
 Sí, esporàdicament segons necessitat
 Només se n'han fet un cop
 Mai se n'han fet
 Altres

8. Dels següents recursos, seleccioni el que necessitaria prioritàriament per fer estudis de públic al seu museu.

(Una única resposta).

- Més pressupost
 Formació en estudis de públic del personal del museu
 Més temps
 Més personal
 Altres

9. Si ara el museu encarregués un nou estudi de públic quins temes li serien més urgents de conèixer?

	Sí	No	Ja es disposa d'informació
Avaluació dels canals de comunicació	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Satisfacció global dels visitants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Avaluació exposicions temporals i/o activitats	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valoració dels textos i elements explicatius de l'exposició	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Perfil sociodemogràfic: edat, estudis, lloc de residència, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comportament del visitant a l'interior de l'espai expositiu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valoració de serveis: botiga, cafeteria, confort, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hàbits de consum cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Motivacions de la visita	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Entre els membres de l'equip del museu, hi ha un responsable de públics?

- Sí
- No

11. En el pressupost de 2014, es contempla una partida destinada a estudis de públic?

- Sí
- No

12. Té algun comentari sobre els estudis de públic i la situació del seu museu?

13. El museu gestiona els seus ingressos propis?

- Sí: el museu té NIF propi i caixa pròpia
- No: els ingressos van a la caixa de l'administració de la qual depèn
- Altres

14. El museu té capacitat per a contractar personal propi?

- Sí
- No
- Altres

15. Nombre total de personal del museu (propi i empreses de serveis), a 1 de juny de 2014:

[en el cas del personal d'empreses de serveis, comptar llocs de treball, no persones diferents que els ocupen]

16. Nombre total de personal extern d'atenció al públic i seguretat, a 1 de juny de 2014:

[en el cas del personal d'empreses de serveis, comptar llocs de treball, no persones diferents que els ocupen]

Submit

0%

Survey Software powered by SurveyGizmo

 Take a look under the hood!

A6. Museus que han participat

Els museus que van respondre el qüestionari han estat els següents:

Biblioteca Museu Víctor Balaguer
Casa Museu Verdaguer
Centre de Documentació i Museu Tèxtil
Ecomuseu de les Valls d'Àneu
Ecomuseu-Farinera de Castelló d'Empúries
FC Barcelona
Fundació Antoni Tàpies
Fundació Joan Miró
Fundació Municipal Joan Abelló
Fundació Privada Palau
MACBA
MhiC. Museu Història de la Immigració de Catalunya
Museu Arenys de Mar
Museu Arqueològic Comarcal de Banyoles
Museu Arxiu Tomàs Balvey
Museu Comarcal Conca de Barberà, Montblanc
Museu Comarcal de Berga
Museu Comarcal de Cervera
Museu Comarcal de l'Urgell
Museu Comarcal de Manresa
Museu Darder.Espai d'Interpretació de l'Estany
Museu d'Arqueologia de Catalunya, Barcelona
Museu d'Art de Cerdanyola
Museu d'Art de Girona
Museu d'Art de Sabadell
Museu d'Art Jaume Morera
Museu d'Art Modern de Tarragona
Museu de Badalona
Museu de Ciències Naturals de Barcelona
Museu de Ceràmica Popular
Museu de Gavà
Museu de Granollers
Museu de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya
Museu de la Conca Dellà
Museu de la Garrotxa

Museu de la Mediterrània
Museu de la Música de Barcelona
Museu de la Noguera
Museu de la Pagesia de Castellbisbal
Museu de la Pell d'Igualada i Comarcal de l'Anoia
Museu de la Pesca
Museu de la Vida Rural
Museu de l'Anxova i de la Sal
Museu de l'Art de la Pell
Museu de l'Empordà
Museu de les Mines de Cercs
Museu de les Terres de l'Ebre
Museu de l'Estampació de Premià de Mar
Museu de l'Hospitalet
Museu de l'Institut Català de Paleontologia Miquel Crusafont
Museu de Lleida: diocesà i comarcal
Museu de Mataró
Museu de Montserrat
Museu de Premià de Dalt
Museu de Reus.
Museu de Terrassa
Museu de Tortosa. Històric i arqueològic de les Terres de l'Ebre
Museu de Valls
Museu del Càntir d'Argentona
Museu del Cinema-Col·lecció Tomàs Mallol
Museu del Disseny de Barcelona¹
Museu del Ferrocarril de Catalunya
Museu del Joguet de Catalunya
Museu del Suro de Palafrugell
Museu del Ter
Museu dels Sants
Musèu dera Val d'Aran
Museu Deu
Museu d'Història de Barcelona
Museu d'Història de Cambrils
Museu d'Història de Catalunya

¹ Tot i haver respost el qüestionari no s'han tingut en compte les seves respostes doncs el museu encara no havia estat inaugurat en el moment de trametre el qüestionari.

Museu d'Història de Girona
Museu d'Història de Sabadell
Museu d'Història de Sant Feliu de Guíxols
Museu d'Història dels Jueus
Museu Diocesà de Tarragona
Museu Diocesà d'Urgell
Museu Episcopal de Vic
Museu Etnogràfic de Ripoll
Museu Etnològic de Barcelona
Museu Etnològic del Montseny, La Gabella
Museu Frederic Marès
Museu Geològic del Seminari de Barcelona
Museu i Poblat Ibèric de Ca N'Oliver
Museu Marítim de Barcelona
Museu Municipal de Llívia
Museu Municipal de Montmeló
Museu Municipal de Nàutica del Masnou
Museu Municipal de Tossa de Mar
Museu Municipal Josep Aragay
Museu Nacional Arqueològic de Tarragona
Museu Nacional d'Art de Catalunya
Museu Picasso
Museu Romàntic Can Llopis
Museu Romàntic Can Papiol
Museu Torre Balldovina
Museu-Arxiu Josep Maria Codina i Bagué
Museu-Molí Paperer de Capellades
Museus Dalí: Teatre-Museu, Dalí Joies, Púbol i Portlligat
Museus de Martorell
Terracotta Museu de Ceràmica de la Bisbal d'Empordà
Thermalia. Museu de Caldes de Montbui
Tresor de la Catedral de Girona
Vil·la Museu Pau Casals
VINSEUM Museu de les Cultures del Vi de Catalunya