

## **Encuesta sobre el Día Internacional de los Museos 2013**

Como viene siendo habitual en los últimos años, el Comité español de ICOM realiza en las semanas previas al Día Internacional de los Museos esta encuesta sobre la celebración del evento. El formulario se construye mediante Google Docs y se distribuye un enlace al mismo por correo electrónico. En esta ocasión se han remitido 2714 emails a museos españoles y a asociados de ICOM, tanto individuales como institucionales.

El seguimiento de la encuesta sigue creciendo por cuarto año consecutivo, pasando de 196 a 231 respuestas. El número de museos representados es algo mayor, pues en algún caso se ha respondido a la encuesta desde el órgano gestor de una red de museos, como es el caso de la Rede Museística de Lugo, que agrupa al Museo Provincial de Lugo, al Museo de San Paio de Narla, al Museo Pazo de Tor y al Museo Provincial del Mar. Por otra parte, la encuesta también ha sido atendida por un museo foráneo, el Museo Nacional de Bellas Artes de la Habana, pues ICOM España mantiene contactos cordiales con los comités latinoamericanos de ICOM y se les remitió el formulario.

Por comunidades autónomas, un año más son los museos catalanes, con un 14%, los que han manifestado un mayor interés en la encuesta, seguidos muy de cerca por los valencianos y madrileños, con el 13% y 12% respectivamente. Tras ellos, los andaluces y vascos. Están ausentes gran parte de los grandes museos (salvo excepciones, como el Museo Nacional de Ciencia y Tecnología, Museo Nacional de Ciencias Naturales, Museo Thyssen-Bornemisza, Museo Arqueológico Nacional o el Museo de Bellas Artes de Bilbao), predominando —un año más— los museos locales y provinciales. Respecto a la tipología de museos, hay una importante representación de museos arqueológicos e históricos, seguidos de museos de Bellas Artes y de Arte Contemporáneo. Destaca también la participación de museos de antropología, etnología y tradiciones populares, los museos científicos y las casas-museo.

### **LA CELEBRACIÓN DEL DÍA INTERNACIONAL DE LOS MUSEOS (DIM 2013)**

El 92 % de los centros manifiestan su intención de celebrar el evento, un número ligeramente menor que el del año anterior (95 %). Los que no lo celebrarán aducen dificultades económicas o falta de tiempo. En cuanto a la Noche de los Museos, el número de los que la celebrarán sigue estancado en un tercio del total, a pesar de que este año la cita tendrá lugar el mismo 18 de mayo y cae en fin de semana. Uno de los museos da la clave de la relativamente baja participación en este acto: los recortes han obligado a reducir el personal de seguridad y no pueden garantizar la apertura en horario nocturno.



Respecto al lema propuesto este año por ICOM: Museos (memoria + creatividad = Progreso social) el 39% de los encuestados tiene previsto organizar actividades directamente relacionadas con dicha consigna. El 37% de las instituciones confiesa un diplomático “relativamente”, mientras que el 17 % afirma que sus actos no tendrán relación con ella.

En cuanto a las actividades previstas, la gratuidad de la entrada (75 %) y la apertura en horario especial (37 %) son las más habituales. Más de la mitad (57%) organizarán visitas guiadas, un 38% ha programado talleres y otro 39% actividades didácticas de otro tipo. Exposiciones temporales, conciertos, conferencias y representaciones teatrales completan el programa. La mayor parte de los centros desarrolla actividades dirigidas a un público sin distinción (63%), un 8% ha programado actividades para grupos familiares y un 8% para escolares, disminuyendo de nuevo la participación de escolares, quizá otro año más por el descenso de salidas de este colectivo a causa de los recortes presupuestarios en la enseñanza.

Entre las propuestas más originales, el Museu Municipal de Montmeló organiza una visita nocturna y teatralizada a un yacimiento arqueológico, con sesión de leyendas históricas in situ; sobre el yacimiento; el Museo de Arte Ibérico de El Cigarralejo propone montar un tablao Flamenco en el jardín; el Museo Arqueológico de Córdoba ha organizado un concurso de relatos sobre el museo; el MACA de Alicante ha programado una sesión de danza y el Museo de Historia de Valencia una gala en homenaje a sus 10 años de vida; el Museo de Bordados Paso Blanco (muBBla) repite la pasarela histórica que ya ha hecho otros años. Una propuesta original es la del Museu de l'Hospitalet, que hará juegos de mesa históricos con una entidad dedicada a esta actividad, al tiempo que un bar de la localidad ofrecerá una “tapa del día de los museos” a precio especial. Digna de mención es la inauguración del módulo interactivo para discapacitados visuales del Museu del Càntir d'Argentona.

Más de la mitad de los centros (52%) prolongan los actos a más de un día. Fundamentalmente se van a extender las actividades hasta el domingo 19 de Mayo, aunque bastantes instituciones comienzan los actos el viernes. Incluso hay museos y redes de museos que plantean la semana de los museos, del 13 ó 14 de Mayo 2013 hasta el 19 de Mayo.

De nuevo es el personal del museo (en el 86% de los casos) quien se encarga de la organización de las actividades, aunque aquellos que pueden se apoyan en la Asociación de Amigos del museo. La asistencia a los actos por parte de políticos y altos cargos administrativos se mantiene igual que el año pasado (31 % contestan afirmativamente frente al 24 % del año 2011).

En relación con la organización individual o coordinada en redes de museos, ha disminuido el número de centros que organizan actos de forma independiente (de 57% de 2012 al 54% de 2013), Este año un 23% plantea actividades coordinadas con otros museos de la red, mostrándose la colaboración en redes como una de las vías para seguir desarrollando actividades en las circunstancias económicas actuales.



Respecto al coste de organización del evento. El 75% de los museos invierten poco o muy poco presupuesto en el desarrollo de dichos actos y más de la mitad de los encuestados asegura que la cantidad es similar al año pasado. Cabe destacar también que casi un 20% señala un presupuesto menor que en 2012 para la celebración del DIM2013.

Más del 70% de los encuestados considera el DIM como una cita muy destacada en su programa anual de actividades, que tiene una repercusión en medios de comunicación importante o relevante para el 42% de los encuestados y moderada para el 47%.

Los argumentos planteados para celebrar el DIM siguen siendo similares, el 87% considera que ayuda a acercar el museo a los visitantes potenciales (incrementándose en 3 puntos respecto al año anterior). El 59% valora también el impacto mediático, permitiendo que los museos tengan mayor presencia en los medios de comunicación. Destaca también el 28% de encuestados que señalan que el DIM ayuda a que el museo tenga mayor visibilidad ante los representantes políticos.

Respecto al esfuerzo para apoyar la organización del DIM realizado por ICOM, más del 86% de los encuestados consideran el apoyo muy correcto o correcto. Entre las sugerencias de mejora destacan la complejidad de adaptar las actividades a los lemas propuestos y se plantea la falta de presupuesto como uno de los problemas más relevantes para participar del DIM.

### MUSEOS, DIM Y REDES SOCIALES

Las redes sociales se han convertido en una herramienta clave para la difusión de eventos como el DIM. Desde el secretariado global de ICOM se promueve la difusión de las actividades a través de Facebook y Twitter. La información está disponible tanto en la Web global del Evento <http://network.icom.museum/international-museum-day> como en la portada de la Web de ICOM-ESPAÑA, en la guía *¿Cómo preparar el día de los museos?*, disponible en [www.icom-ce.org/recursos/DIM/2013/DIM%202013\\_museos\\_kit\\_ESP.pdf](http://www.icom-ce.org/recursos/DIM/2013/DIM%202013_museos_kit_ESP.pdf)

Un 90% de los encuestados consideran muy interesantes o interesantes las iniciativas propuestas a través de redes sociales, lo que supone un significativo aumento respecto al año pasado (7% más). A pesar de este claro beneplácito, tan sólo un 45% de los encuestados conocía la iniciativa [www.facebook.com/internationalmuseumday](http://www.facebook.com/internationalmuseumday) lanzada por ICOM. La consigna o hashtag de Twitter (**#IMD2013**) todavía gozaba de menos adeptos, pues un 64% desconocía la iniciativa y un 11% la conocía pero no usa Twitter en su institución.

Un 84% de museos dispone de página Web, porcentaje similar al del año anterior, lo que demuestra que éste es ya un medio consolidado. Un 55% presta atención en el museo a las redes sociales, frente al 45% del año anterior, y un 19% más está empezando a hacerlo. Destaca al tiempo el 19% que manifiesta su interés por introducirse en este mundo, de manera que el porcentaje de instituciones ajenas a este fenómeno social disminuye año tras año.



¿Cuales son las redes más usadas? Facebook está claramente en cabeza (89%), junto a Twitter, que experimenta un aumento muy destacado, del 40% de 2012 al 53% en 2013. Youtube es mencionado por el 42% de los encuestados, y los Blogs (26%) y Flickr (23%) para las imágenes son algunas de las herramientas más utilizadas. Destaca también la aparición en la encuesta de Google+, mencionado por un 18% de los centros. Cabe señalar también que las redes profesionales como LinkedIn aún son poco utilizadas en el ámbito museístico español (tan sólo un 5% de los museos usuarios de redes que respondieron declara estar presente).

### LA REVISTA ICOM-DIGITAL

Queríamos conocer también la opinión sobre la revista digital de ICOM (Disponible en el apartado Hemeroteca de la Web de ICOM-ESPAÑA [www.icom-ce.org](http://www.icom-ce.org)). La mayoría (76%) afirma conocerla y la opinión es buena o muy buena. Destaca el incremento del 64% de 2012 al 76% de este año de centros que conocen la revista, lo que muestra que el impacto de la misma es cada vez mayor.

ICOM-ESPAÑA agradece los comentarios favorables, las palabras de ánimo y las críticas. Las propuestas de temas que han sido enviadas van a ser muy útiles para futuros números, destacan las peticiones de números dedicados a la difusión, actividades y proyectos para distintos perfiles de público y temas vinculados con museos locales. Esperamos contar con vuestra participación, pues se trata de una revista que hacemos entre todos.

### MUSEOS Y CRISIS ECONÓMICA

También se han lanzado algunas preguntas relativas al impacto de la crisis económica en los museos. Dentro de esta pregunta, de posible respuesta múltiple, casi la mitad de los encuestados han señalado que la crisis *Ha obligado a introducir cambios, pero la estamos sobrellevando sin alterar demasiado la marcha ordinaria*. No obstante, un número casi idéntico manifiestan que la crisis *Se ha dejado sentir de forma muy notoria, obligando a importantes recortes en la mayoría de áreas*. Son muy pocos los centros que afirman que la coyuntura económica no les ha afectado de forma notoria a su funcionamiento (6 %)

En cuanto a las consecuencias concretas de la crisis, un 54 % de museos ha reducido o directamente suprimido su línea de publicaciones. El 49% señala la reducción de exposiciones o el incremento de la duración de cada una de ellas. Además, el 44% se han visto obligados a reducir su personal. Entre el 30 y 40% hablan de reducción de actividades de cara al visitante y de proyectos de investigación.

Debido a la crisis, el 65% de los museos encuestados están buscando recursos alternativos. Destacan nuevas vías de patrocinio, especialmente micromecenazgo, implicación de las asociaciones de amigos, artistas o colectivos que interactúan con el museo, alquiler de espacios, ampliación de la duración de las exposiciones temporales y coproducción de actividades y exposiciones, desarrolladas gracias a colaboraciones con otros museos, en muchos casos.



Los museos reivindican su papel en la sociedad, también en tiempo de crisis. Muchos museos han comentado cómo pueden ayudar a la sociedad en estos delicados momentos.

Destacamos algunas de las respuestas, que mencionan las ideas más repetidas entre los museos participantes en la encuesta:

- Ofreciendo al ciudadano una programación asequible, rigurosa, que invite a la reflexión sobre la sociedad actual
- Continuar con actividades, seguir estando presentes en el día a día de la ciudad en la que se ubica cada museo
- Como recursos de educación permanente, de estímulo creativo y centro de convivencia social alternativo al ocio de consumo
- Seguir trabajando con mucho compromiso y esfuerzo, generando también trabajo en la medida de lo posible en empresas colaboradoras de diseño, restauración, montaje, vigilancia, imprenta, etc.
- Los museos, como depositarios de la memoria social y generadores de identidad podemos contribuir con el conocimiento de “crisis” pasadas a interpretar la actual, así como a incidir en la cohesión social a través de la igualdad de oportunidades de la cultura.

### PERFIL DEL PERSONAL DE LOS MUSEOS

Este año se ha vuelto a solicitar información sobre la estructura interna de personal de los centros. Los resultados (haciendo la salvedad de que no todos los museos han accedido a proporcionar datos al respecto) son los siguientes:

#### Datos de 2012

Nº de personas	Atención al público	Tareas Internas
1	42 museos	34 museos
2	44 museos	32 museos
3	28 museos	21 museos
4	24 museos	26 museos
Entre 5 y 10	36 museos	41 museos
Entre 10 y 20	10 museos	18 museos
Más de 20	5 museos	15 museos

### Datos de 2013

Nº de personas	Atención al público	Tareas Internas
1	53 museos	52 museos
2	60 museos	40 museos
3	30 museos	28 museos
4	24 museos	23 museos
Entre 5 y 10	37 museos	45 museos
Entre 10 y 20	13 museos	17 museos
Más de 20	8 museos	13 museos

El 23% de los centros que respondieron cuentan en 2013 con 1 persona de atención al público, el 26% cuenta con 2 personas. Destaca el 16% de centros con entre 5 y 10 personas dedicadas a este ámbito. Respecto al personal de oficinas, almacenes, biblioteca, archivo o laboratorio, el 23% de los museos cuenta con un único profesional de espaldas al público y el 29% tiene entre 2 y 3 trabajadores destinados a estas tareas. Destaca el 19% de instituciones que cuentan con entre 5 y 10 personas para todas las tareas internas del centro.

Nuestro objetivo sigue siendo recabar datos para proponer estrategias de cara a optimizar los esfuerzos en el futuro, con el propósito de definir los perfiles de los centros, de sugerir formas de optimización del trabajo y de concienciar sobre la importancia de dotar adecuadamente de personal a los museos.

### MUSEOS E ICOM

Finalmente, destaca el 57% de los museos encuestados, que ofrecen entrada gratuita al titular de la tarjeta de ICOM, frente al 9% que no permiten esta posibilidad. Un alto porcentaje de los museos encuestados no están incluidos en estas cifras, ya que su entrada es gratuita.

Destaca también que un 48% de los museos que han cumplimentado la encuesta planteada por ICOM-ESPAÑA son ya miembros de ICOM. Del resto de centros, casi un 40% declaró no ser miembro, pero estar interesado en serlo, lo que muestra también la relevante vinculación a ICOM de los museos españoles.

### ICOM España