

La necesidad de profundizar en el conocimiento de los distintos tipos de visitantes que frecuentan los museos, las exposiciones y otros eventos, y lugares relacionados con la interpretación del patrimonio, aconseja hacer estudios pormenorizados de sus características socio-demográficas, expectativas y motivaciones, las condiciones sociales de la visita, el nivel de utilización de servicios y actividades, los recorridos realizados, las dificultades encontradas, etc., incluyendo la valoración final de la experiencia.

La aceptación, cada vez mayor de esta necesidad por parte de los museos y otros centros afines, implica necesariamente un cambio de rumbo en la manera de entender su función. Este cambio de rumbo ha sido propiciado, entre otras razones, por la consideración de la exposición como un medio de comunicación del que el museo se puede servir para divulgar conocimientos y transmitir valores que den respuesta a las necesidades educativas y culturales detectadas en sus visitantes. Comunicar se convierte así en una meta, en la que convergen todos los quehaceres del equipo del museo.

Las investigaciones sobre el funcionamiento de las exposiciones son, hoy día, una herramienta imprescindible para mejorar su eficacia social. Asimismo, la evaluación de las actividades y la programación cultural en torno a la exposición permite adaptar su mensaje a los distintos tipos de visitantes y propiciar una experiencia de calidad.

El conocimiento de los visitantes es una herramienta fundamental para atender mejor sus necesidades y planificar exposiciones y actividades para un público objetivo bien definido.

Con este curso se pretende conseguir tres objetivos fundamentales:

- Conocer qué es, en realidad, la investigación de público en museos y exposiciones y sus principales áreas y tipologías
- Comprender la importancia de la investigación de público para el desarrollo de una gestión centrada en objetivos evaluables
- Conocer la situación actual de este tipo de investigaciones en España a través de algunos ejemplos de investigaciones actuales

Dirección: Eloísa Pérez Santos. *Universidad Complutense de Madrid, Especialista en Investigación de Públicos en Museos, Asesora científica del Laboratorio Permanente de Público de Museos de la Subdirección General de Museos Estatales del Ministerio de Cultura.*

Ángela García Blanco. *Conservadora y Directora del Departamento de Difusión del Museo Arqueológico Nacional, Asesora científica del Laboratorio Permanente de Público de Museos de la Subdirección General de Museos Estatales del Ministerio de Cultura.*

Sede: IAPH, Sevilla

Fecha: del 26 al 28 de mayo de 2010

Duración: 21 horas.

Nº de plazas: 30

Preinscripción: del 26 de febrero hasta el 26 de abril de 2010

Matriculación: hasta el 5 de mayo de 2010

Horario: miércoles 26 de 10 a 14hs y de 16 a 20hs.; jueves 27 de 9 a 14hs. y de 16 a 20hs.; viernes 28 de 9 a 14hs.

CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DEL PÚBLICO

Los estudios de público ¿causa o consecuencia del cambio en los museos?

El público como referente: el cambio de orientación de los museos

El sentido de los estudios de público

Los datos de público y la gestión museística

Cómo superar las reticencias sobre la evaluación

Origen y definición de los estudios de público

Áreas de investigación y tipología de los estudios de público

VARIABLES implicadas en los estudios de público

El análisis de las características del público: los estudios sociodemográficos y de opinión

Las características generales del público de los museos en Europa y en España

Cómo se diseña y planifica la investigación. Cómo se recogen y analizan los datos

La interpretación y utilización de los datos cuantitativos y cualitativos

La utilización de los datos de público

LA EVALUACIÓN DE EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES MUSEÍSTICAS

La exposición, mensaje y "medio": las estrategias comunicativas

La evaluación como parte del proceso de planificación y diseño expositivo

La evaluación de las actividades y programas en torno a la exposición

La exposición, eje de la programación del museo.

La exposición como mensaje construido en el espacio

La interacción del público y la exposición

El proceso de evaluación de exposiciones y los distintos tipos de evaluación

Los estudios de comprensión y efectividad de los soportes comunicativos de la exposición

La evaluación de las actividades y la programación museística

LOS ESTUDIOS SOBRE LA UTILIZACIÓN DEL ESPACIO, EL CONFORT Y LA SATISFACCIÓN

La utilización del espacio expositivo por parte del público

Orientación y localización espacial: señalización, utilización de planos, mapas y folletos

Factores físicos ambientales que condicionan la visita

La utilización y satisfacción con los servicios museísticos

Las necesidades del público, la satisfacción y la experiencia museística