

Conociendo a todos los públicos. ¿Qué imágenes se asocian a los museos?

Publicat per [Interacció](#) [1] el 30/05/2013 - 13:08 | Última modificació: 11/07/2019 - 12:40



El Ministeri d'Educació, Cultura i Esport ha presentat aquest estudi elaborat per l'empresa ARTImetria per la Subdirecció General de Museos Estatales, sobre la percepció que els ciutadans tenen sobre els museus i les barreres psicològiques que els dificulten la seva assistència. S'hi analitza què n'opinen, com els veuen, com o amb qui planifiquen la visita o què n'esperen obtenir. Es tracta d'una informació valuosa que permetrà als museus canviar les seves estratègies de comunicació per intentar atreure els públics potencials i fidelitzar els actuals.

Les **principals conclusions de l'informe** assenyalen que en referència a:

- El temps lliure. Tant no visitants com visitants en tenen la mateixa disponibilitat, tot i que els segons el planifiquen millor. Ambdós busquen evadir-se durant el seu temps d'oci però, mentre els visitants busquen relació social, els no visitants prefereixen aprofitar-lo i extreure'n algun benefici.
- **La imatge dels museus.** Els **no visitants els associen a llocs solitaris i de caràcter passiu**. Els relacionen amb prestigi social però també amb conceptes negatius d'**avorriment, cansament, fredor, aglomeracions o cues**. Consideren els visitants persones distintes a ells. Només els visiten quan viatgen o quan reben amics no residents, ho fan de manera esporàdica i excepcional. En canvi, els visitants, els tenen més incorporats a la seva quotidianitat.
- **Els motius i barreres per visitar museus.** Entre els **no visitants la principal barrera és intel·lectual**, la por a no comprendre el que s'hi exposa (especialment en els museus artístics). **Valoren la visita guiada** perquè els explica les claus del que veuen i els permet socialitzar. **Consideren que els museus no són llocs adequats per a nens. El preu no sembla ser una barrera** ja que manifesten que encara que fossin més barats no els visitarien més. Entre **els visitants**, la distància intel·lectual és més reduïda però **reclamen més instruments d'informació i comunicació** sobre les exposicions. A més coneixement previ del contingut, més els satisfà la visita. Les seves principals barreres són la escassa promoció i la manca de publicitat. El preu tampoc no els és una barrera. La motivació per aprendre no apareix entre les seves prioritats, **valoren més el prestigi social** que els hi atorga.

Pel que fa als suggeriments per incrementar les visites als museus, l'informe revela que els no visitants manifesten diversitat d'opinions respecte a l'efectivitat d'incrementar la promoció. En general, consideren que **la publicitat és poc dinàmica i massa centrada en la marca**. Els visitants, en canvi, reclamen més promoció. **Tant visitants com no visitants coincideixen en la necessitat que els museus els comuniquin els beneficis que obtindran de la visita.**

PDF [Conociendo a todos los públicos. ¿Qué imágenes se asocian a los museos?](#) [2]



[Inicia sessió](#) [3] o [registra't](#) [4] per enviar comentaris

Etiquetes: públic

Etiquetes: museus

- [5]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2013/05/30/conociendo-a-todos-los-publicos-%C2%BFque-imagenes-se-asocian-a-los-museos>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E130083.pdf>

[3] <https://interaccio.diba.cat/>

[4] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[5] <https://interaccio.diba.cat/node/3869>