

Los museos españoles ante la pandemia de COVID-19

Encuesta realizada a 255 museos españoles sobre el periodo
marzo-noviembre de 2020

El Observatorio de Museos de España (OME) es un proyecto impulsado por la Subdirección General de Museos Estatales del Ministerio de Cultura y Deporte, con el fin de cohesionar y fortalecer la comunidad de los museos en nuestro país. En el OME participan profesionales de museos de todas las comunidades y ciudades autónomas, así como de los Ministerios de Defensa, Ciencia e Innovación y Presidencia.

Consciente del desafío al que se enfrentan los museos a causa de la crisis sanitaria, el OME se propone explorar las estrategias que estos han desplegado para adaptarse a la nueva situación. Este informe se detiene en

el crítico periodo transcurrido entre marzo y noviembre de 2020. Sus resultados aportan datos sobre el momento de cierre de los museos, y retratan asimismo su actividad en los meses inmediatamente posteriores a la reapertura. Son reflejo, por ello, de la convivencia de los museos con la pandemia.

Desarrollado de forma colaborativa con los miembros del OME, el estudio se basa en una muestra representativa de los museos de nuestro país. Ofrece por tanto una visión panorámica del impacto sufrido por instituciones muy diversas, al tiempo que recoge testimonios de sus profesionales en torno al futuro de los museos.

Índice de contenidos

Observatorio de
Museos de
España



01.

Diseño del estudio.
Museos participantes



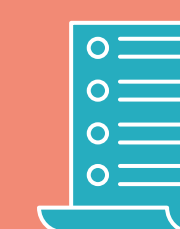
03.

Evolución de las visitas
tras la reapertura



05.

Impacto en la
actividad digital



07.

Algunas
conclusiones



02.

Cierre y reapertura
de los museos



04.

Impacto en la actividad
cultural presencial

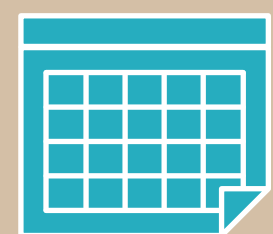


06.

Visión de los profesionales:
el futuro de los museos

Diseño del estudio. Museos participantes

Observatorio de
Museos de
España



Periodo de estudio

Marzo
a noviembre
2020

Convocatoria:

294

museos

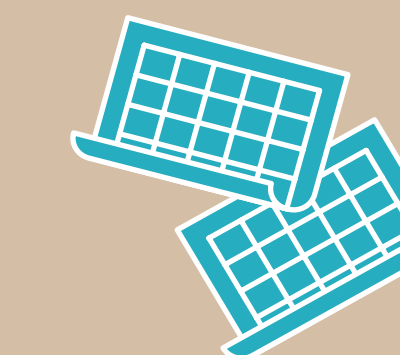
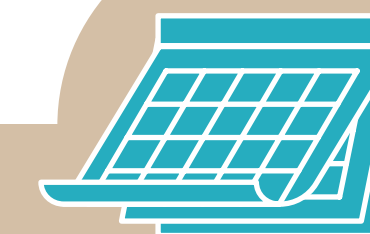
La base del estudio es una encuesta *online* lanzada al 20 % de los museos españoles, según el censo de la Estadística de museos y colecciones museográficas*: 294 museos.

Participantes:

255

respuestas
obtenidas

El 18 % de
los museos y
colecciones
españolas.



Periodo recogida datos

Diciembre 2020
a enero 2021

**Estadística de museos y colecciones museográficas 2018*. Recuperado el 19/04/2021
<http://www.culturaydeporte.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/museos-y-colecciones-museograficas/resultados-museos/2018.html>

Diseño del estudio. Museos participantes

Observatorio de
Museos de
España

Han participado museos de todas las comunidades y ciudades autónomas. La representación de museos por cada una de ellas es equivalente o muy cercana, en casi todos los casos, al porcentaje de museos que corresponde a cada territorio respecto al conjunto del país.

Andalucía: 26

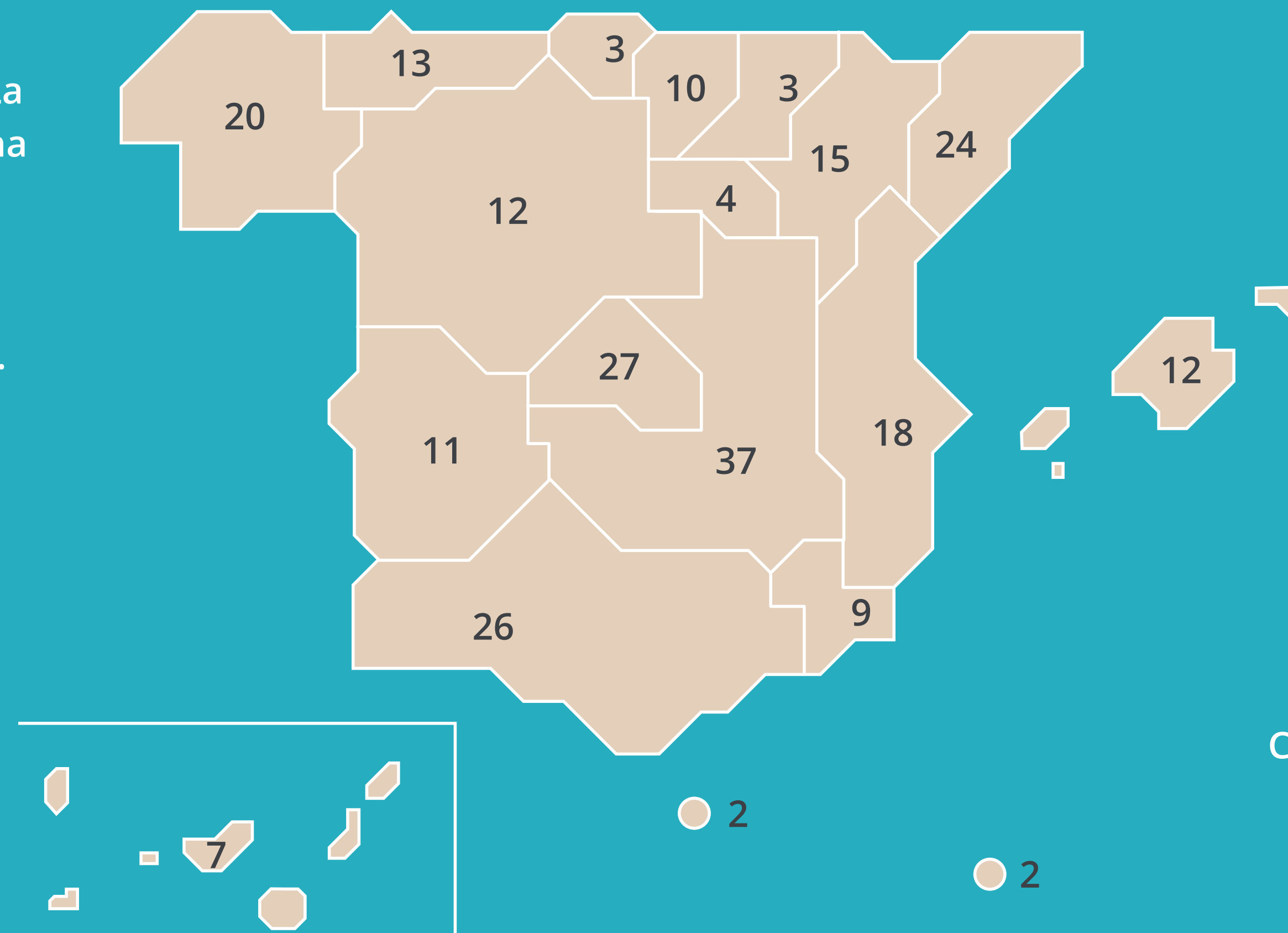
Aragón: 15

Principado de Asturias: 13

Illes Balears: 12

Canarias: 7

Cantabria: 3



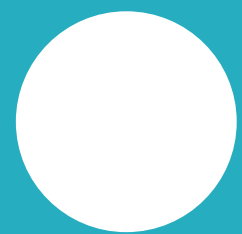
Castilla y León: 12
Castilla - La Mancha: 37
Cataluña: 24
Ceuta: 2
Comunitat Valenciana: 18
Extremadura: 11
Galicia: 20
Comunidad de Madrid: 27
Melilla: 2
Región de Murcia: 9
Comunidad Foral de Navarra: 3
País Vasco: 10
La Rioja: 4

Diseño del estudio. Museos participantes

La muestra se compone museos de todas las titularidades, temáticas y tamaños, siendo reflejo de la diversidad del universo museístico español.

01. Según su titularidad

4 %



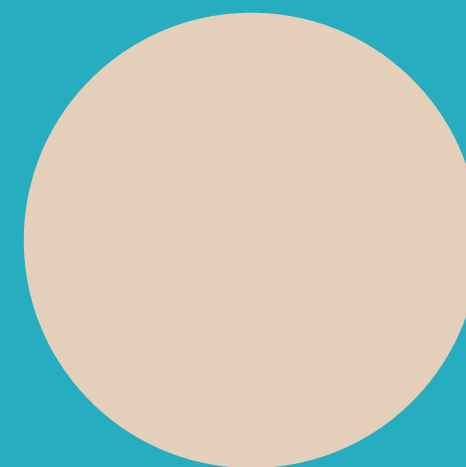
Mixta

27 %



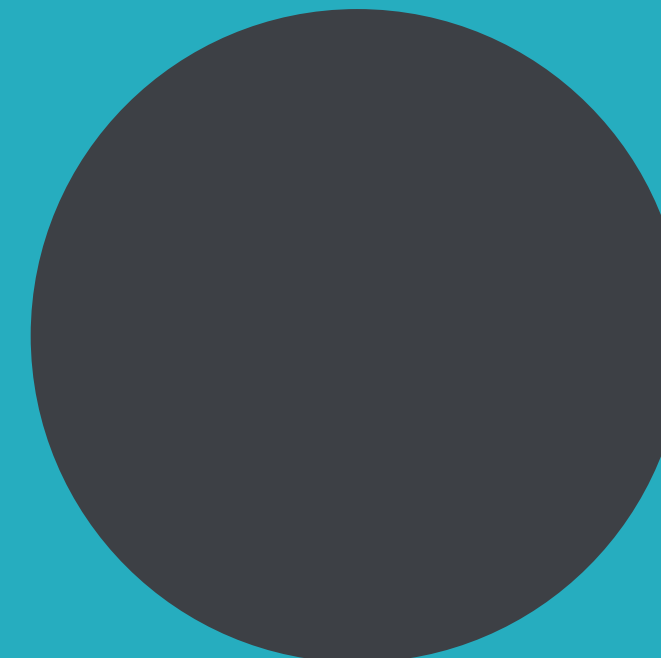
Pública
estatal

17 %



Pública
autonómica

34 %



Pública
local

18 %

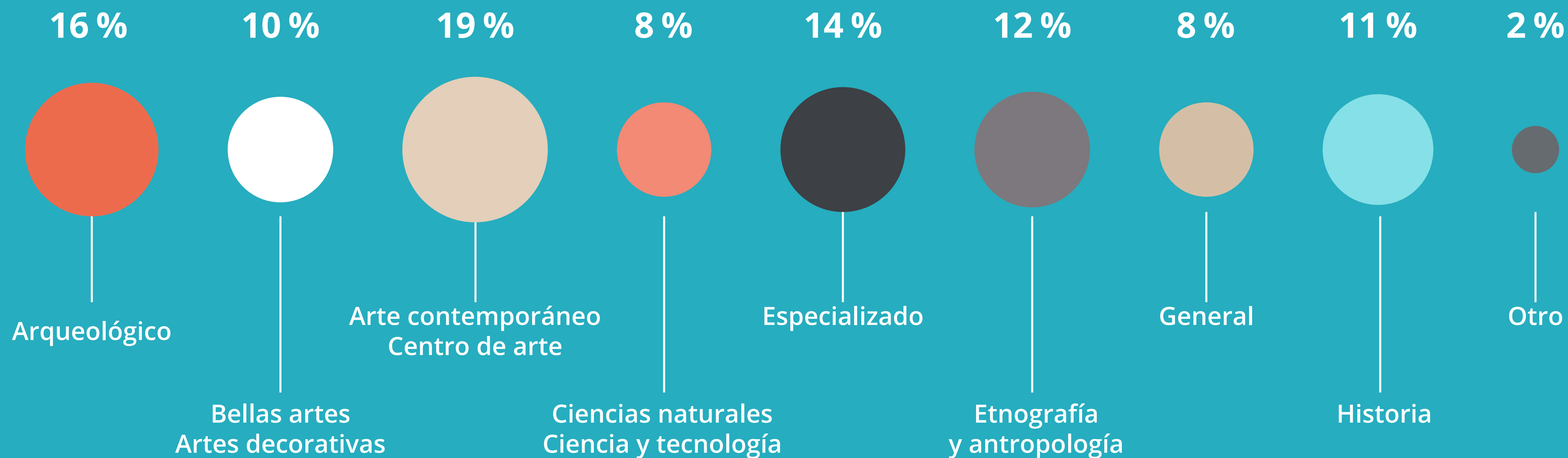


Privada

Diseño del estudio. Museos participantes

Observatorio de
Museos de
España

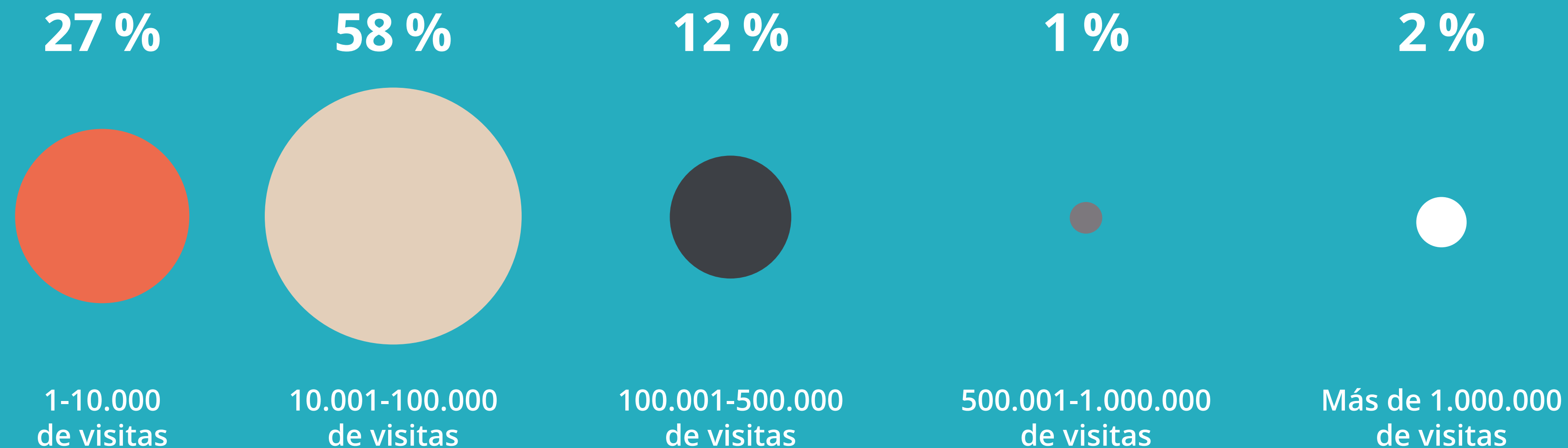
02. Según tipo de colección



Diseño del estudio. Museos participantes

Observatorio de
Museos de
España

03. Según el rango de visitas anuales en el año anterior a la pandemia



85 %

de los museos participantes se situaba, antes de la pandemia, en un rango de visitas inferior a los 100.000 visitantes anuales.

Cierre y reapertura de los museos

El Real Decreto 463/2020 de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la crisis sanitaria, supuso la suspensión de la apertura al público de los locales y establecimientos no esenciales, entre ellos **los museos**, que permanecieron cerrados una media de

**91
días**

hasta su reapertura. El número de días de cierre varía mucho de unos museos a otros: oscila entre los 63 días del museo que pudo abrir antes, y los 243 del que lo hizo más tarde.



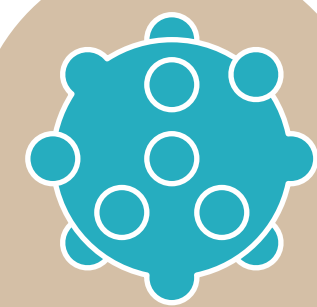
96 %

El 96 % reabrió tras el cierre.



30 %

Aunque un 30 % lo hizo con menos salas abiertas u horario restringido.

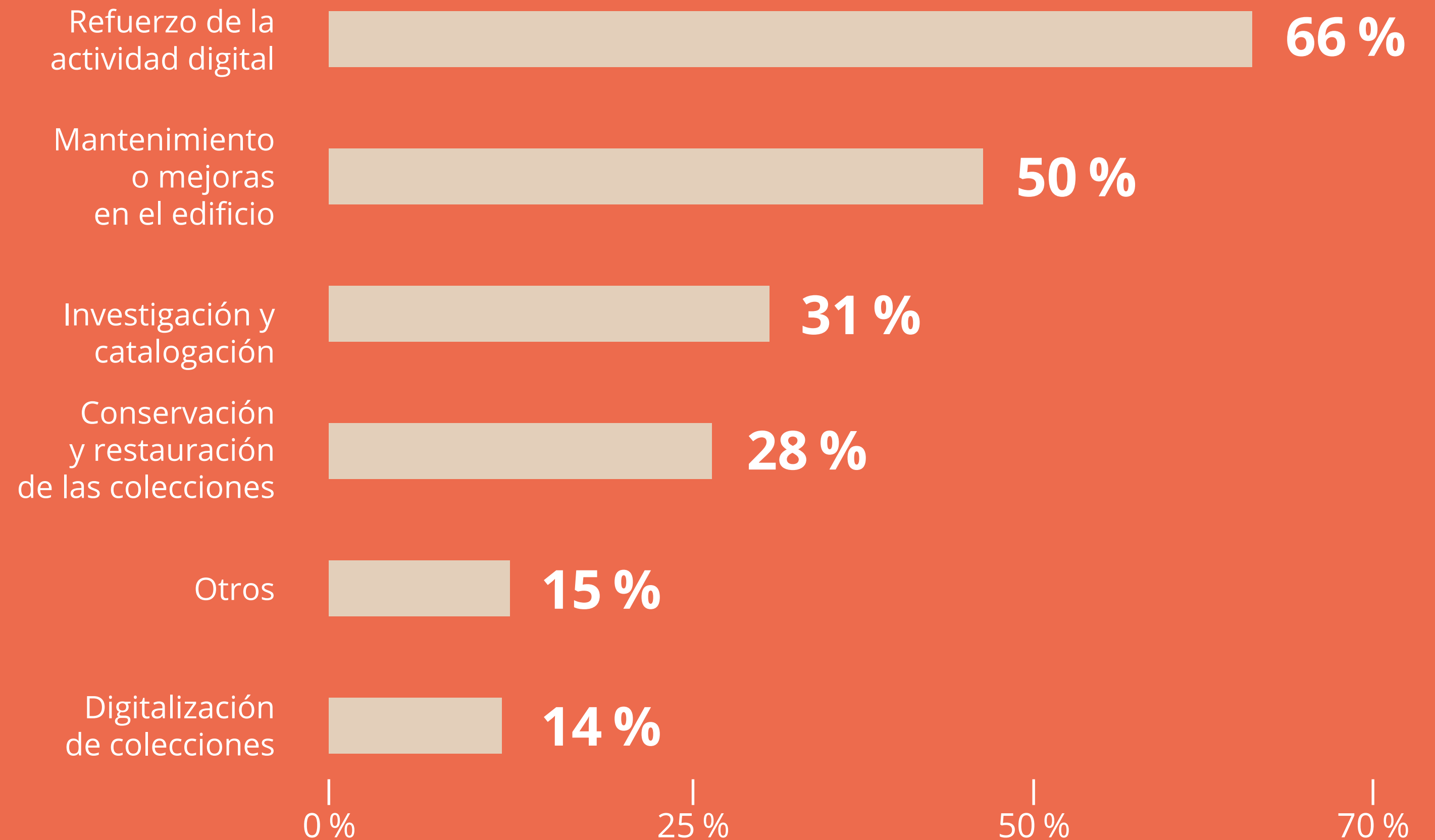


31 %

Y un 31 % de los que reabrieron ha tenido que cerrar al menos una vez más, por motivos derivados de la pandemia.

Cierre y reapertura de los museos

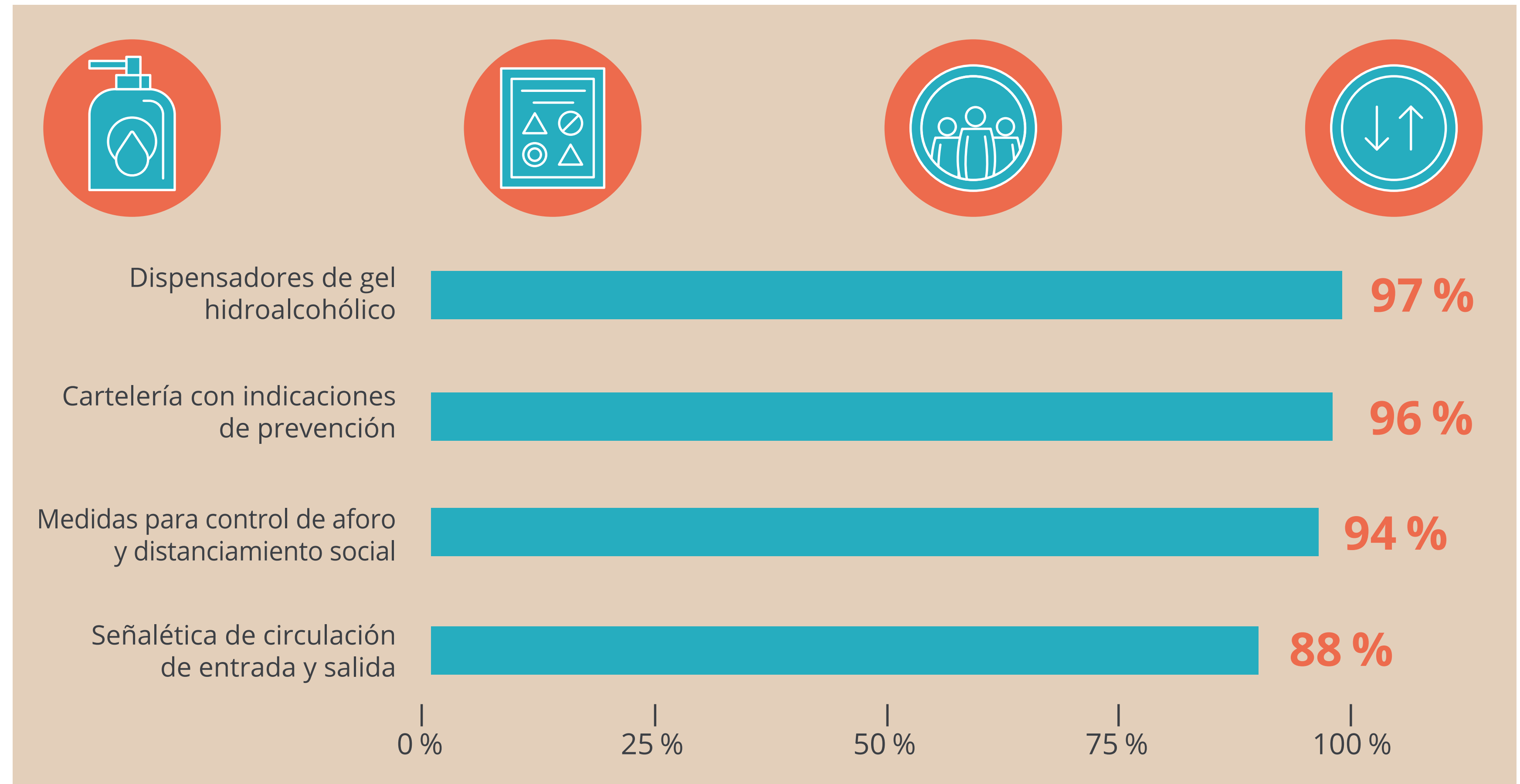
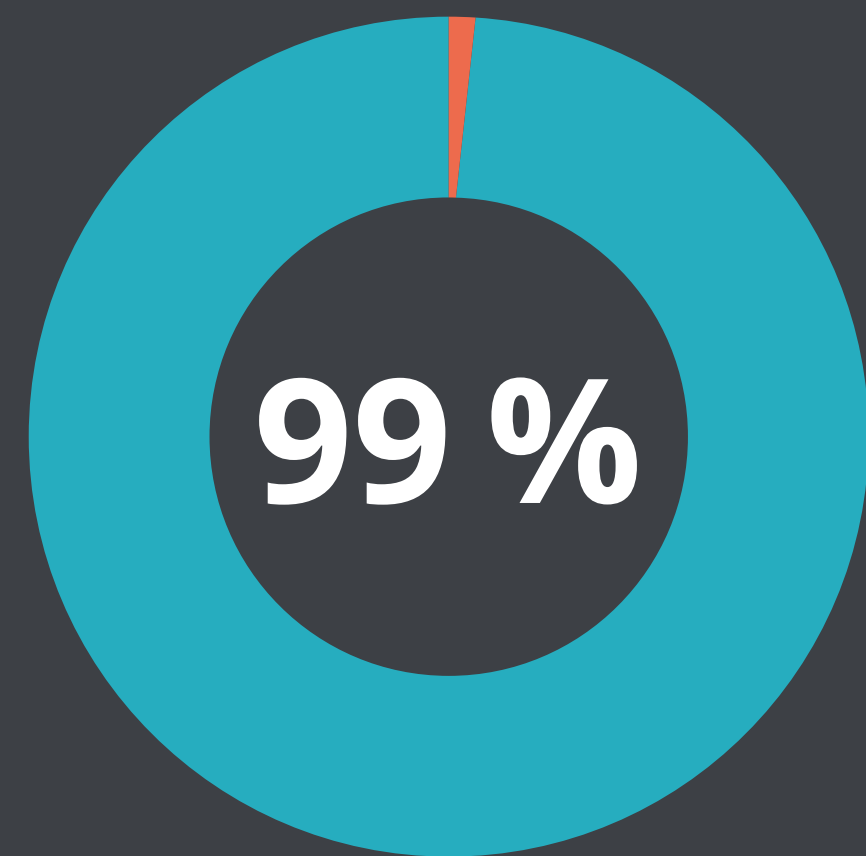
Durante el periodo de cierre se priorizaron determinadas líneas de trabajo: en primer lugar, el refuerzo de la actividad digital, como forma de mantener el contacto con el público, y en segundo, los trabajos de mantenimiento o mejoras en el edificio, que abordaron un **50 %** de los museos encuestados.



Cierre y reapertura de los museos

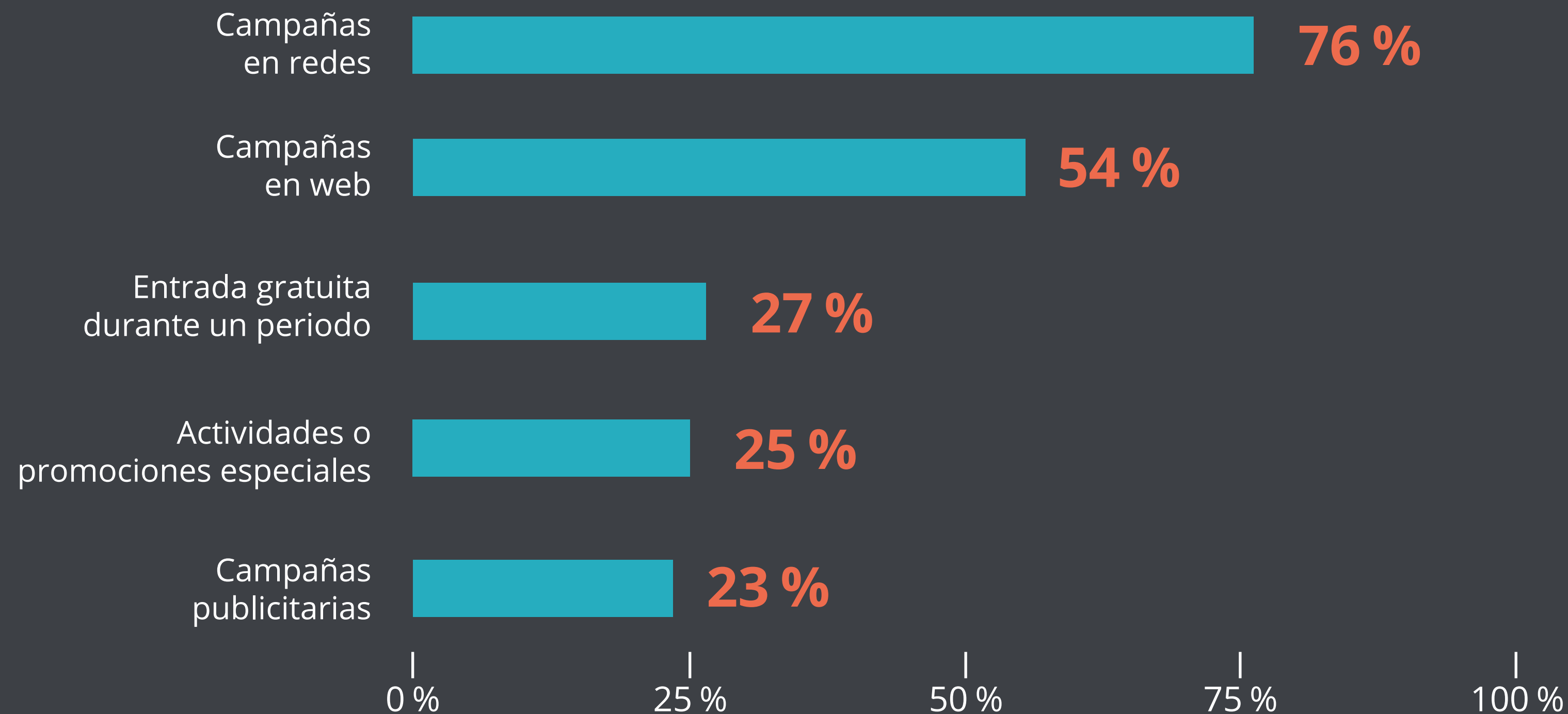
Observatorio de Museos de España

El esfuerzo de los museos por adaptarse a la nueva situación es generalizado: el **99 %** de los museos que han reabierto tomaron medidas especiales para hacer más segura la visita.



Cierre y reapertura de los museos

También se hicieron campañas para incentivar la visita tras la reapertura, entre las que destacan:



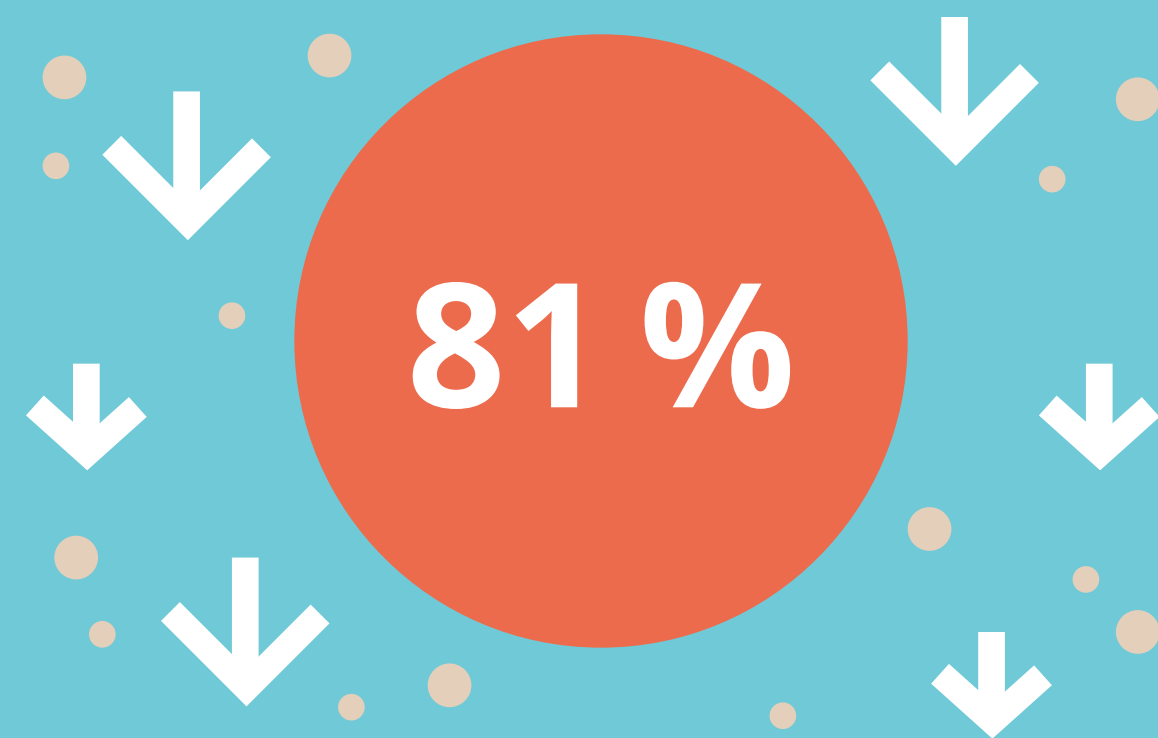
Entre los que optaron por modificar su política de precios mediante medidas de gratuidad y de reducción del precio de la entrada, predominan los museos de titularidad pública estatal.



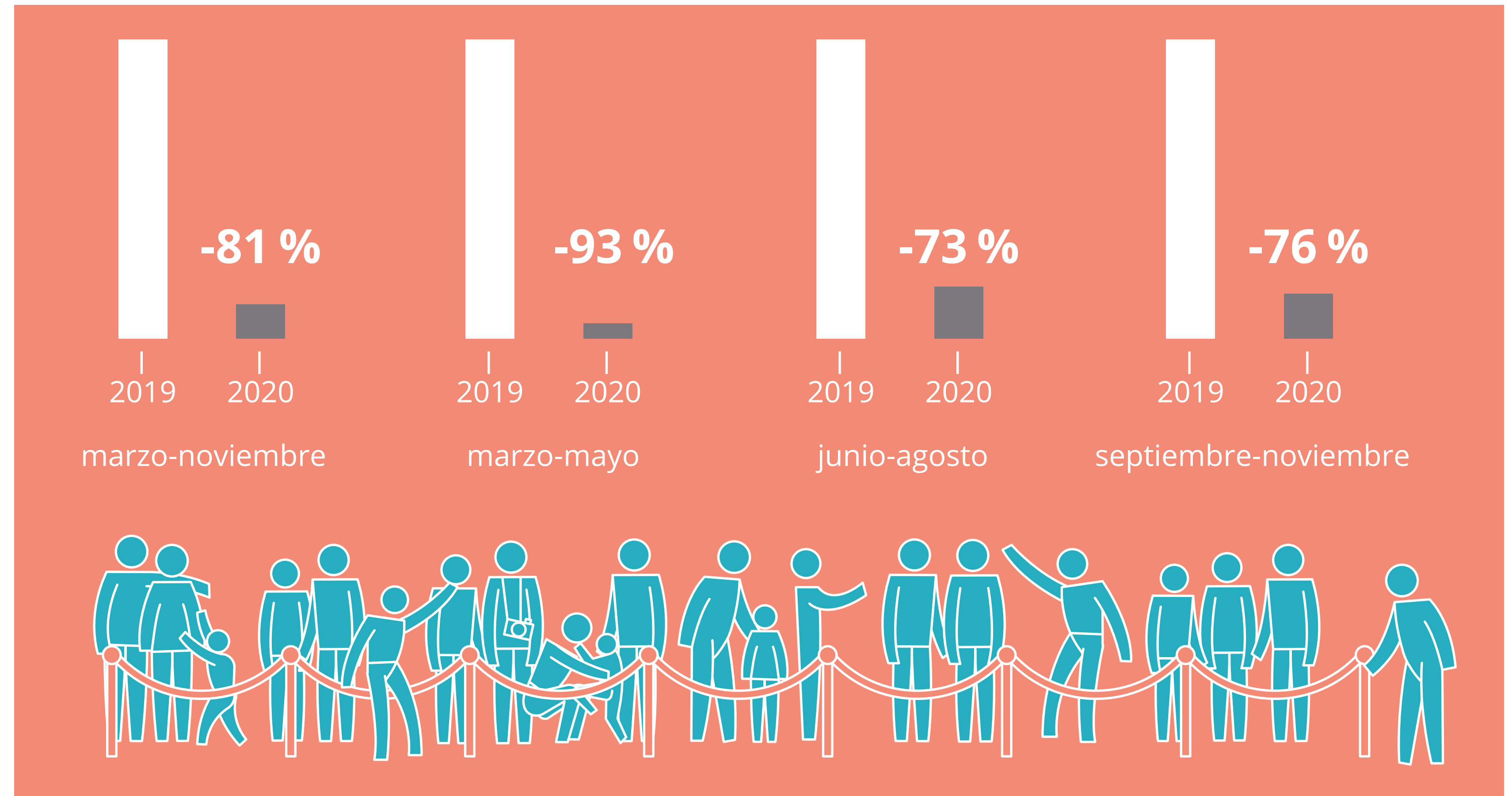
En el grupo de los que realizaron campañas publicitarias, los de titularidad privada o mixta.

Evolución de las visitas tras la reapertura

Observatorio de
Museos de
España



Las visitas cayeron un 81 % entre marzo y noviembre de 2020, respecto al mismo periodo de 2019, pero el porcentaje de caída no es igual en todos los trimestres: tal como era previsible, es mayor en primavera, durante el confinamiento, y menor en verano y en otoño.



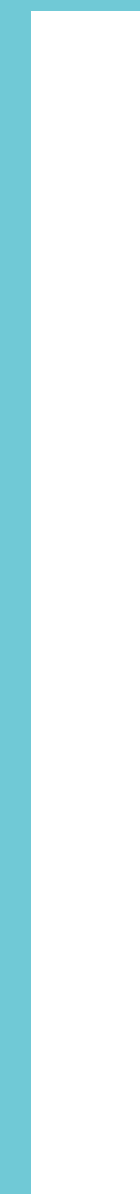
Evolución de las visitas tras la reapertura



Las restricciones han tenido un impacto más acentuado en ciertos sectores de público, especialmente en los que realizan la visita en grupo.

Más de un 80 % de museos declara que el colectivo escolar es el que más ha disminuido a causa de la pandemia.
Más del 70 % constata la caída del público turista.

81 %



Centros
escolares

72 %



Grupos
turísticos

Sin embargo, el descenso en las cifras no se da en todos los casos. Un pequeño grupo de museos, aproximadamente un 8 %, señala que han crecido en número de visitas en los dos últimos trimestres del periodo estudiado: verano y otoño.



Se trata principalmente de museos de titularidad pública local.



Y con un rango de visitas entre 10.001 y 100.000 en el año anterior a la pandemia.

 = 10.000 visitas

Evolución de las visitas tras la reapertura

Observatorio de Museos de España



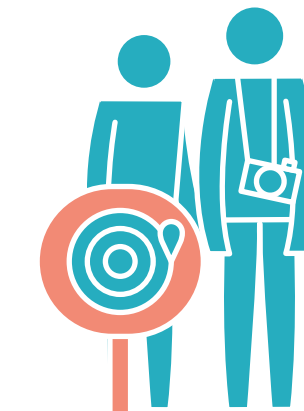
Con la pandemia gana importancia la presencia en los museos de **visitantes locales**, procedentes del mismo municipio o provincia. Solo la mitad de los museos encuestados, no obstante, ofrece estimaciones porcentuales sobre la procedencia de sus visitantes durante este periodo.



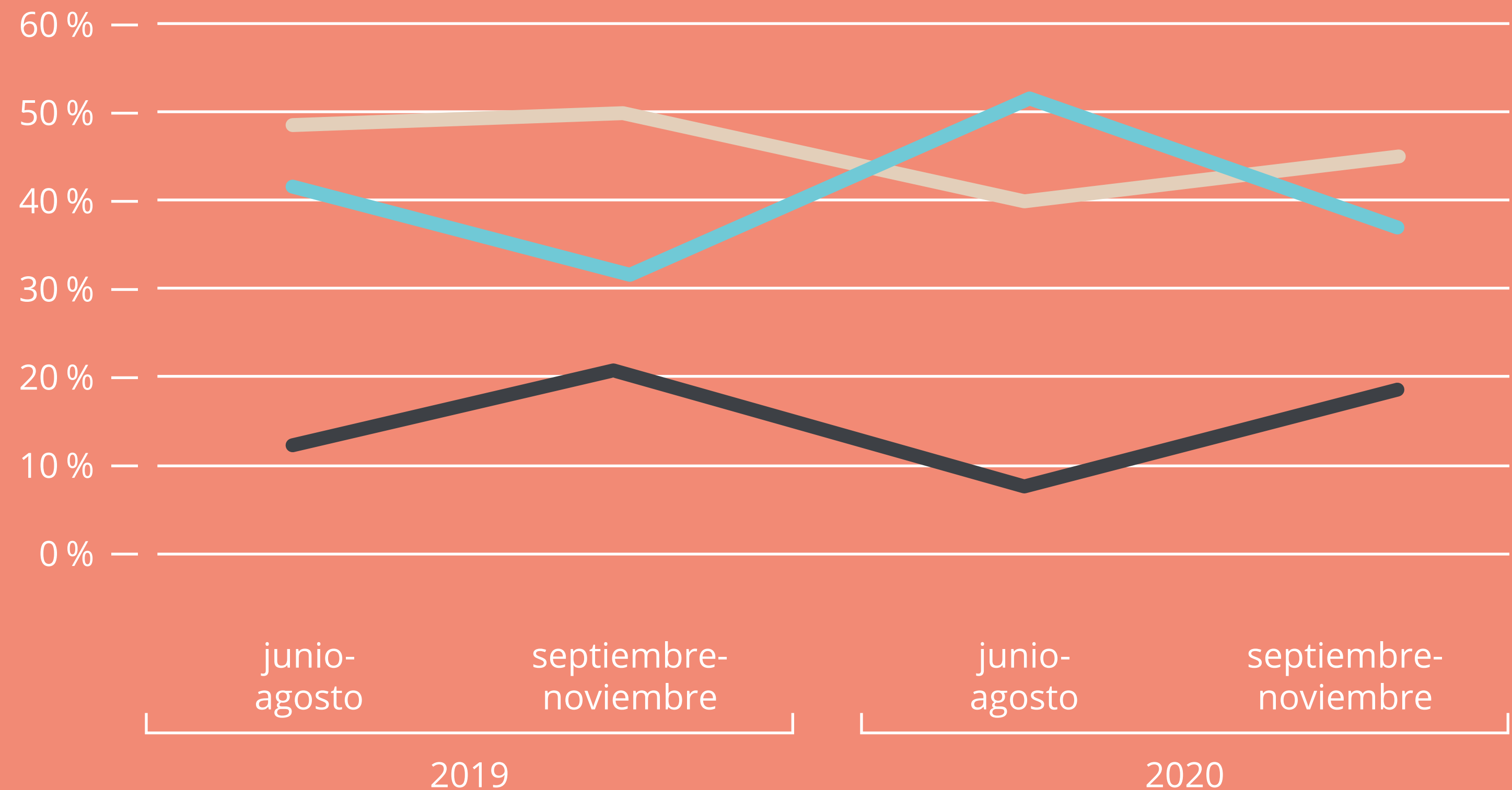
Nacionales



Locales



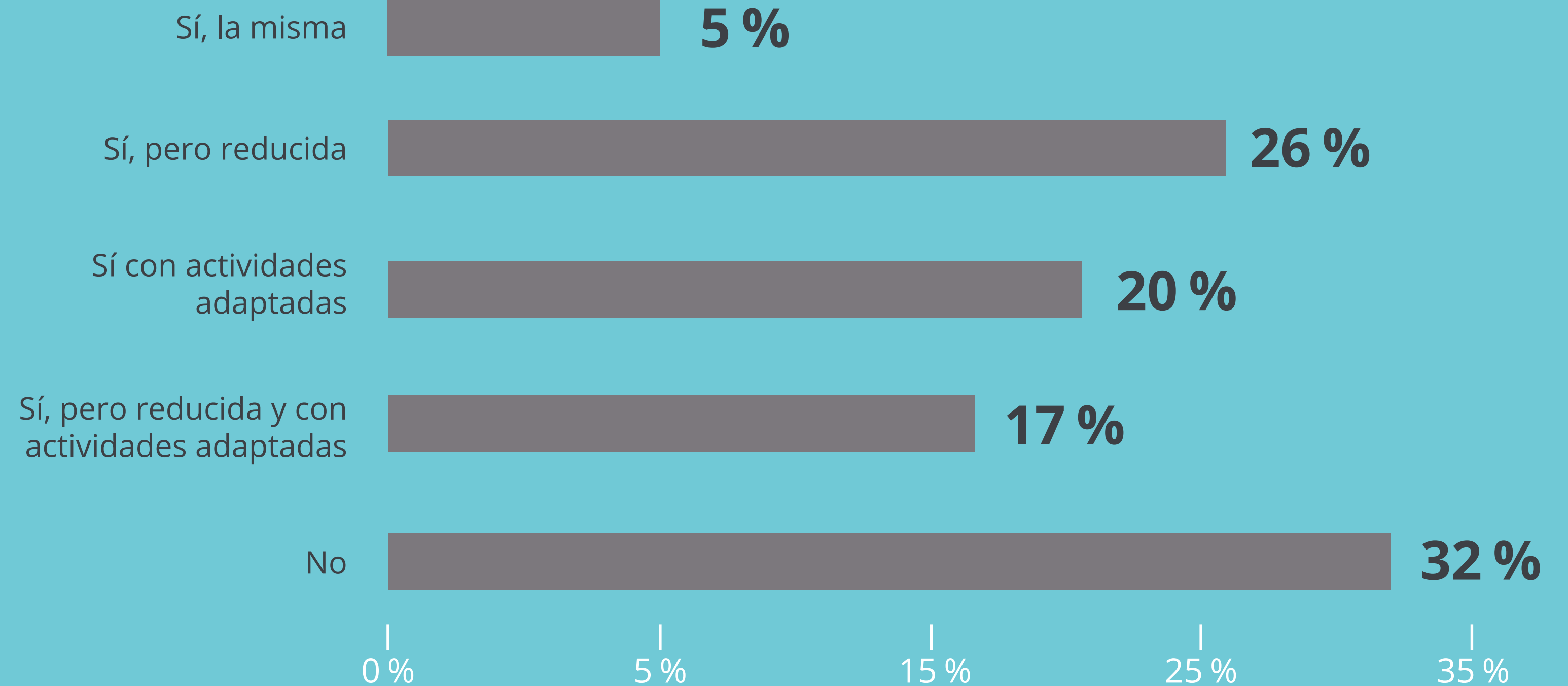
Internacionales



Impacto en la actividad cultural presencial

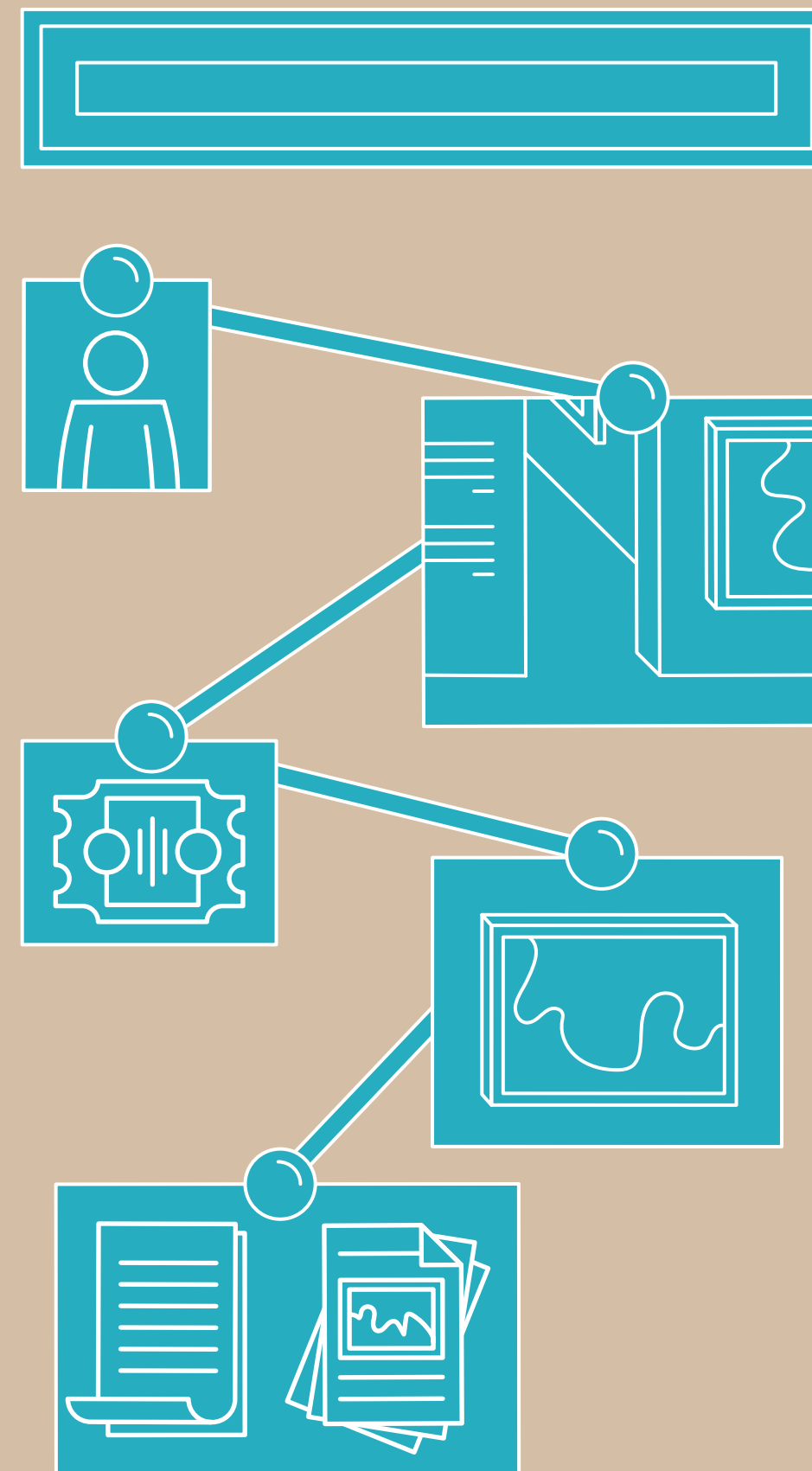
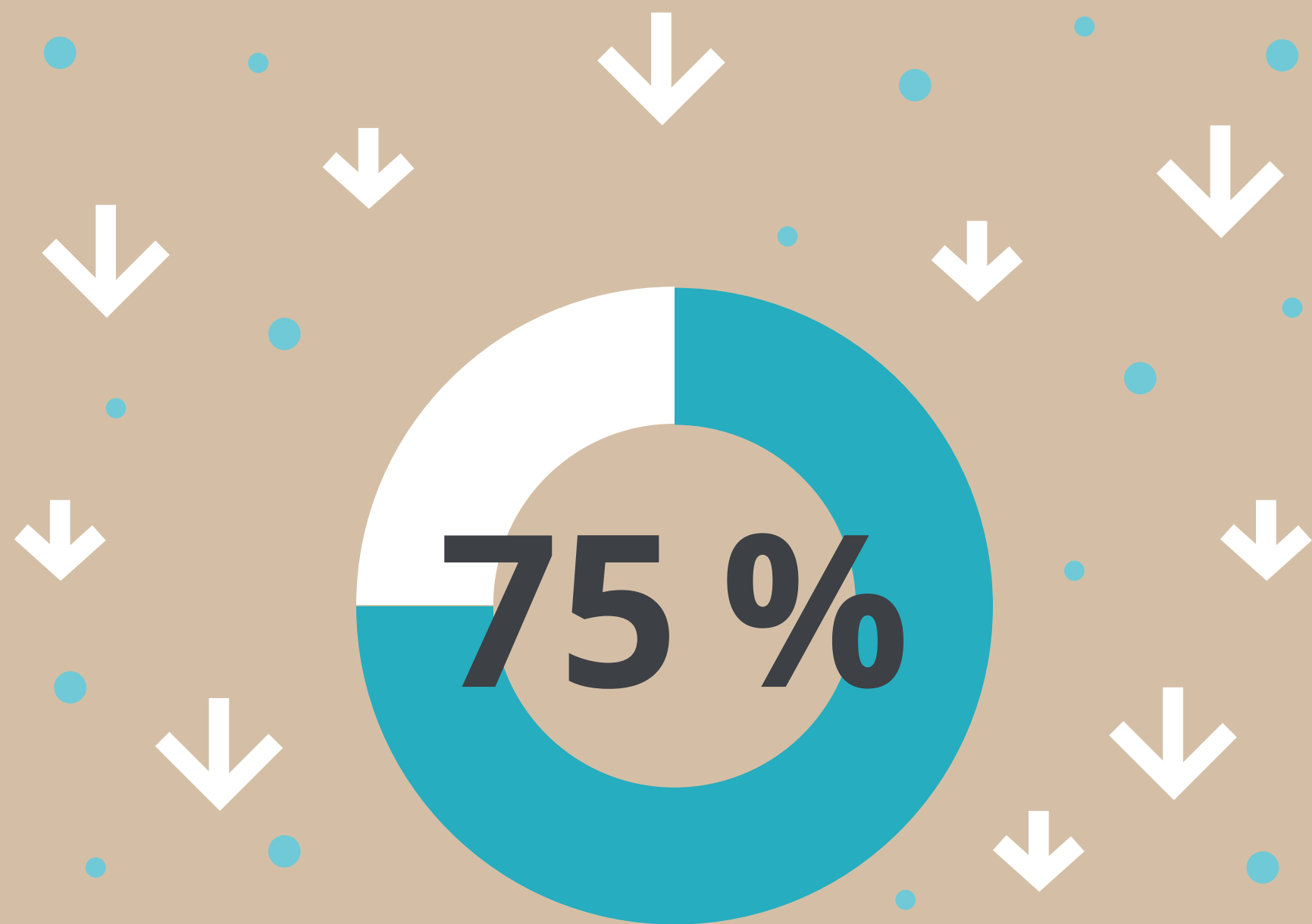
Además de la apertura del espacio de la exposición permanente, el **68 % de los museos** ha retomado la programación de la actividad cultural presencial, si bien la mayoría con reducciones y adaptaciones.

68 %



Impacto en la actividad cultural presencial

Dos tercios de las instituciones que han reducido la actividad cultural presencial señalan un descenso de en torno a un 75 % respecto al mismo periodo del año anterior.



Próximamente

49 %
museos

pospuso
o canceló

75 %
expos

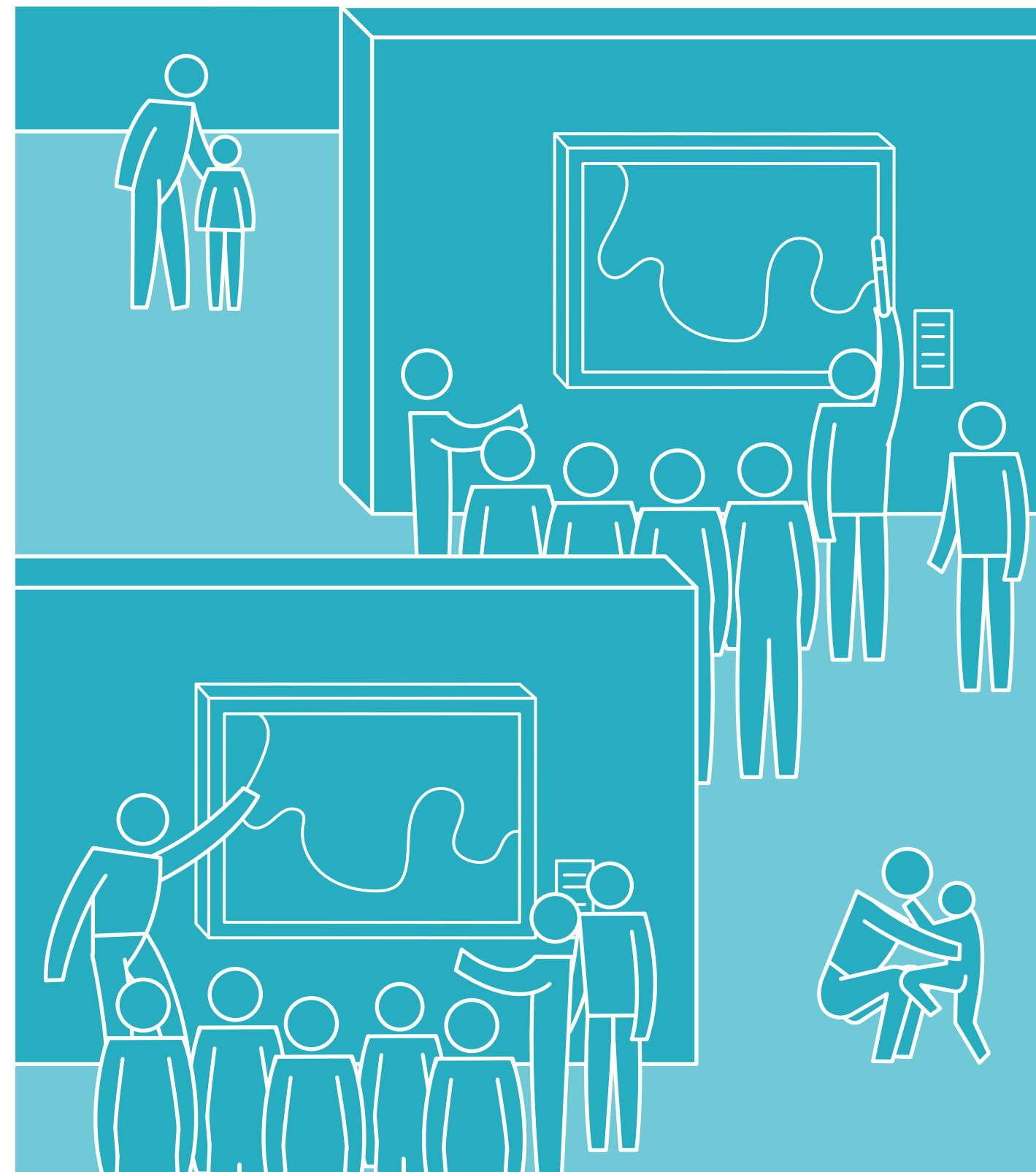
La programación de exposiciones temporales se ha visto también muy reducida. El 49 % de los museos señala que pospuso o canceló el 75 % o más de las exposiciones programadas.

Impacto en la actividad cultural presencial



73 %
visitas
guiadas

De las actividades que se organizan, las más frecuentes son las visitas guiadas, ofrecidas por un 73 % de los museos que retoman la actividad.



55 %
museos

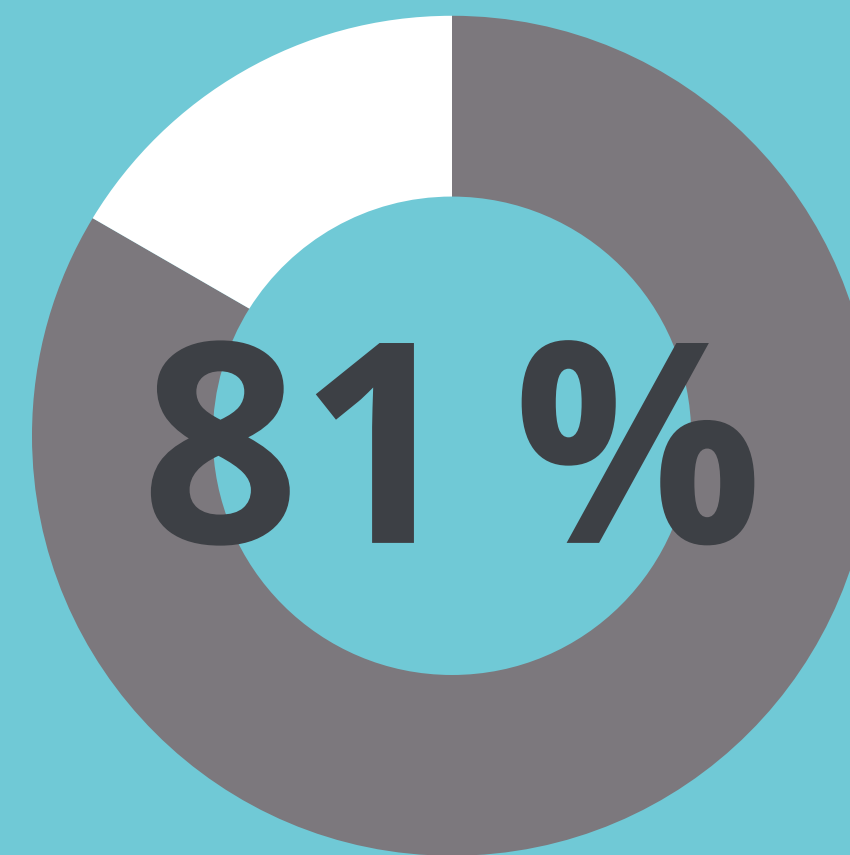
cubren
aforos
75 %
o más

El 37 % de los museos que han ofertado actividades indica que se han completado aforos, y un 18 % más, que estos se han cubierto en un 75 %. Por lo tanto, en el 55 % de los casos, los aforos se han cubierto en al menos un 75 %, reflejando así el interés del público en estas actividades.

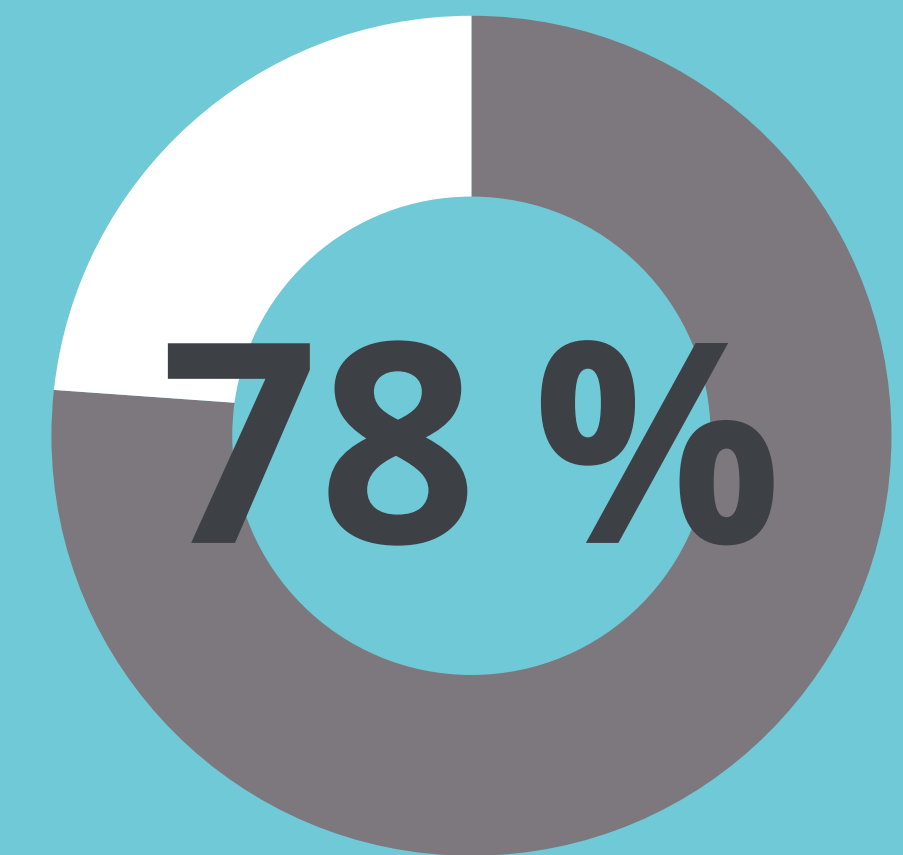
Impacto en la actividad cultural presencial



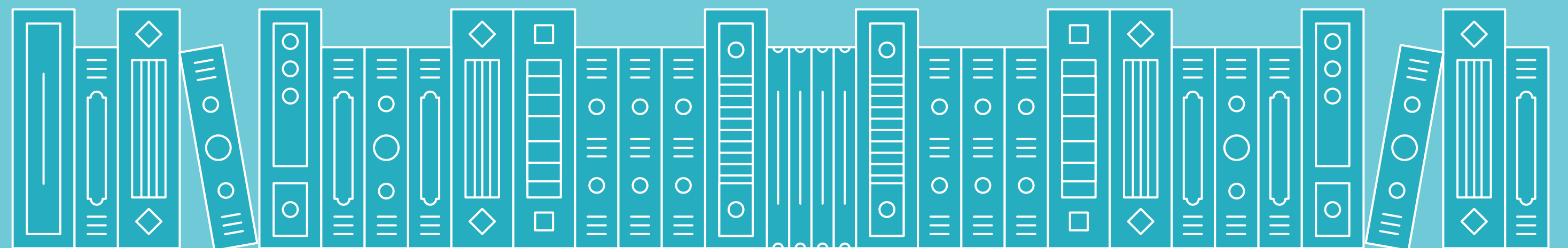
Junto a las salas de la exposición permanente, muchos museos han podido reabrir otros espacios al público. Un 81 % de los museos que tienen biblioteca, y un 78 % de los que cuentan con archivo, pudieron retomar estos servicios.



Reabrió
biblioteca



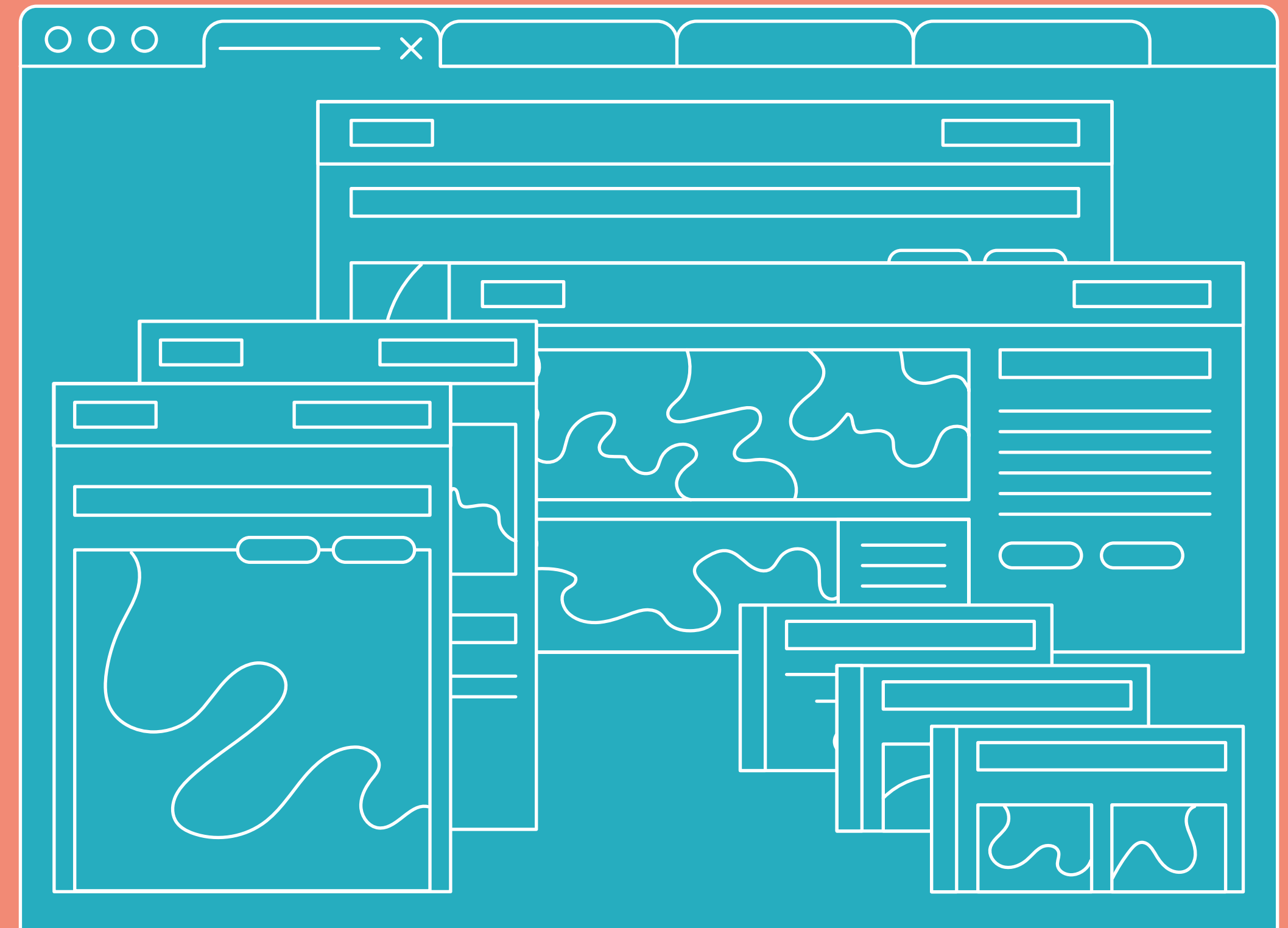
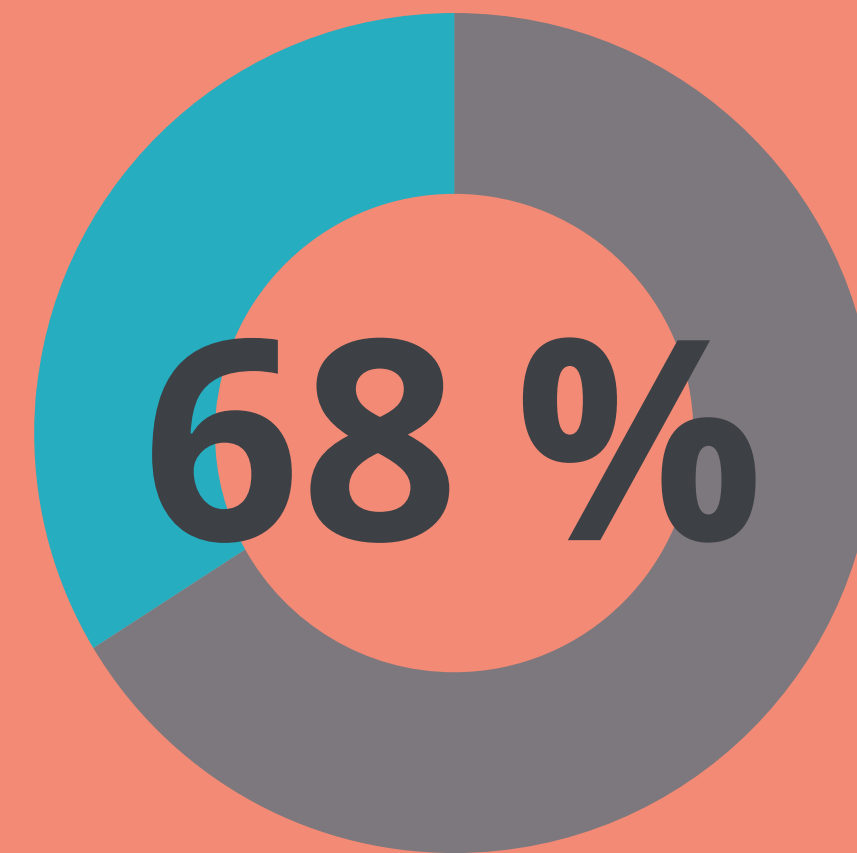
Reabrió
archivo



Impacto en la actividad digital

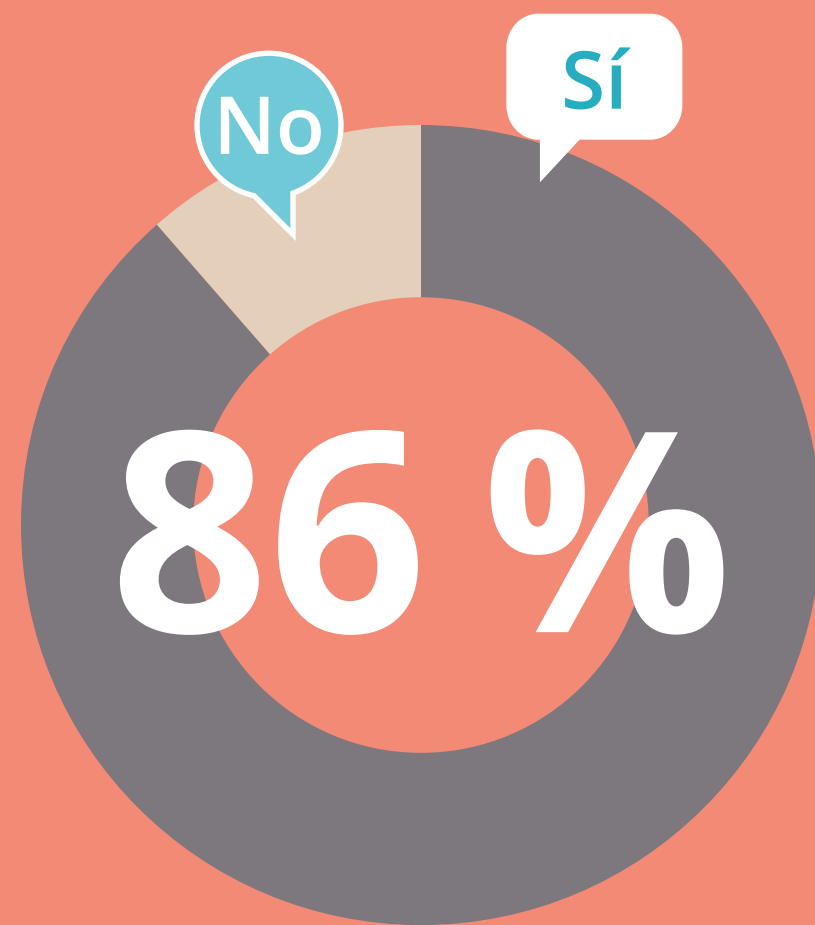
La actividad digital ha sido una línea de trabajo importante, tanto durante el cierre, cuando los museos la han utilizado como herramienta para mantener el contacto con el público, como para favorecer la reapertura, a través de campañas en su web o redes sociales, así como con el museo nuevamente abierto.

El 68 % de los museos ha aumentado la puesta a disposición de materiales en su web, sus redes u otras plataformas. Las redes sociales han sido las elegidas mayoritariamente.

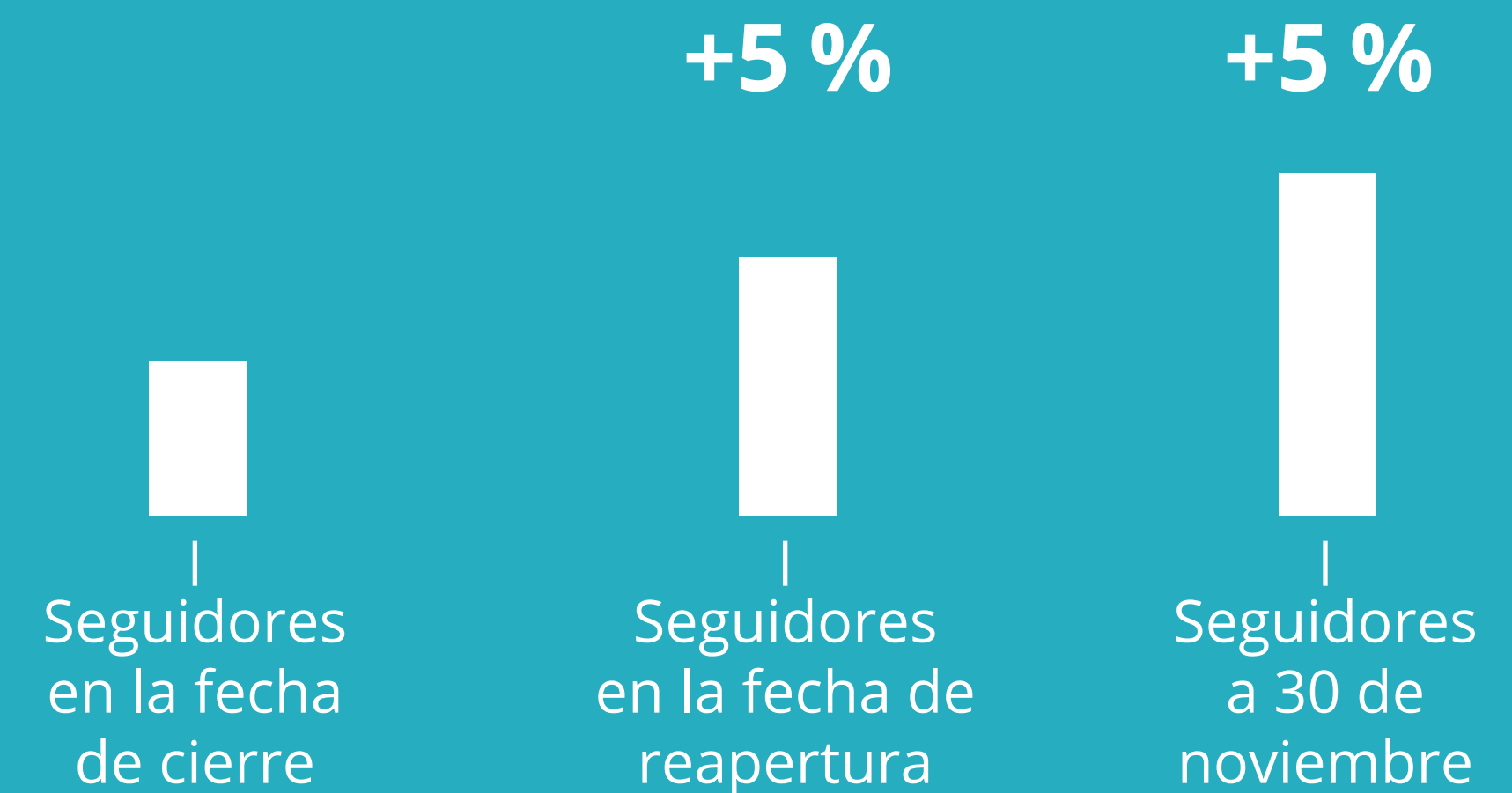


Impacto en la actividad digital

En cuanto a las redes sociales, la mayoría de los museos (86 %) señala un aumento de seguidores y de la interacción con ellos.



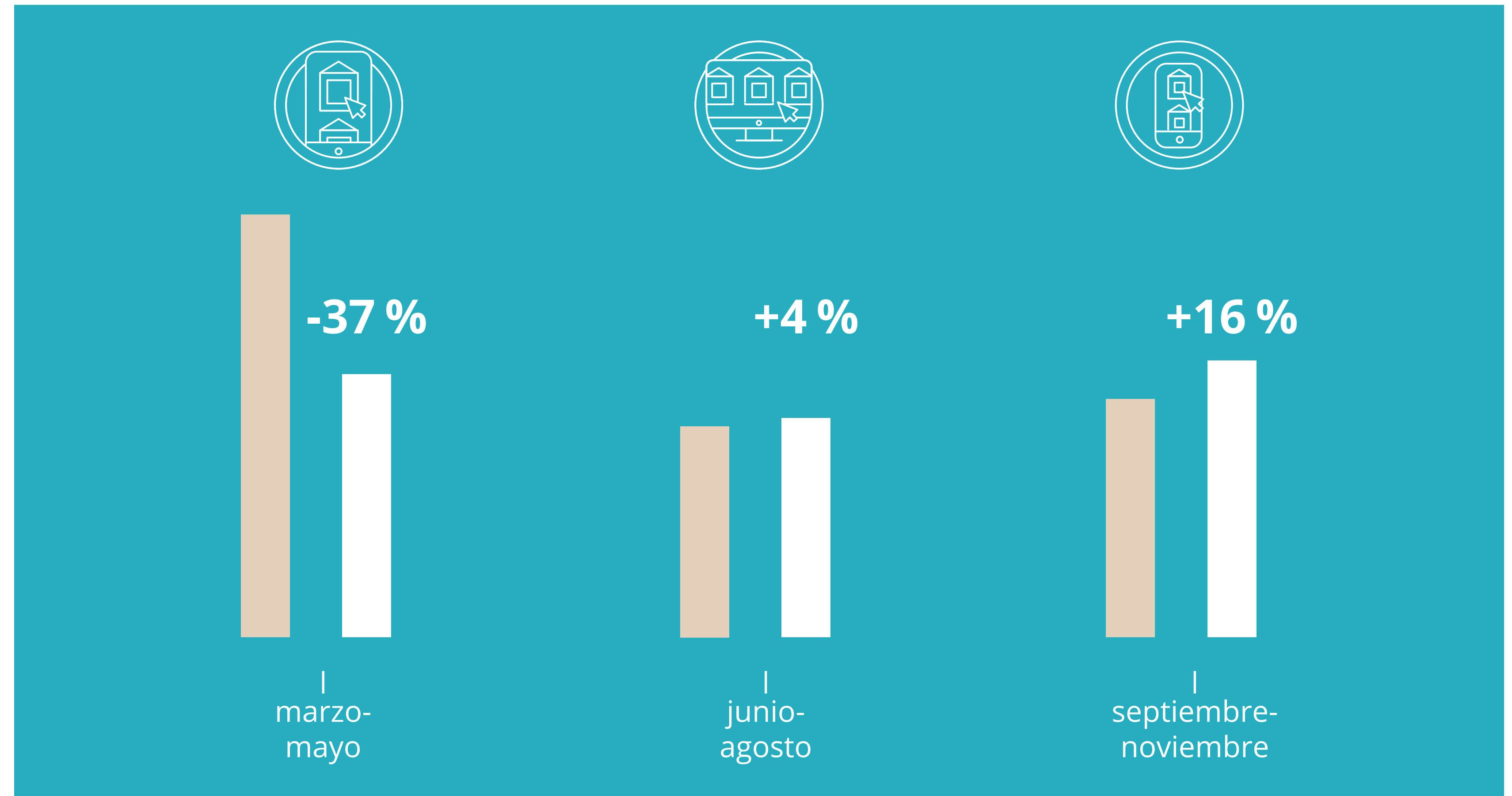
Porcentaje de aumento de seguidores en redes de los museos que han aportado el dato



Impacto en la actividad digital

El 21 % de los museos proporciona datos relativos a su tráfico web. Según estos datos, las visitas a las webs de los museos están muy ligadas a las visitas físicas: se aprecia una caída en el trimestre en el que estuvieron cerrados y una recuperación posterior.

- 2019
- 2020

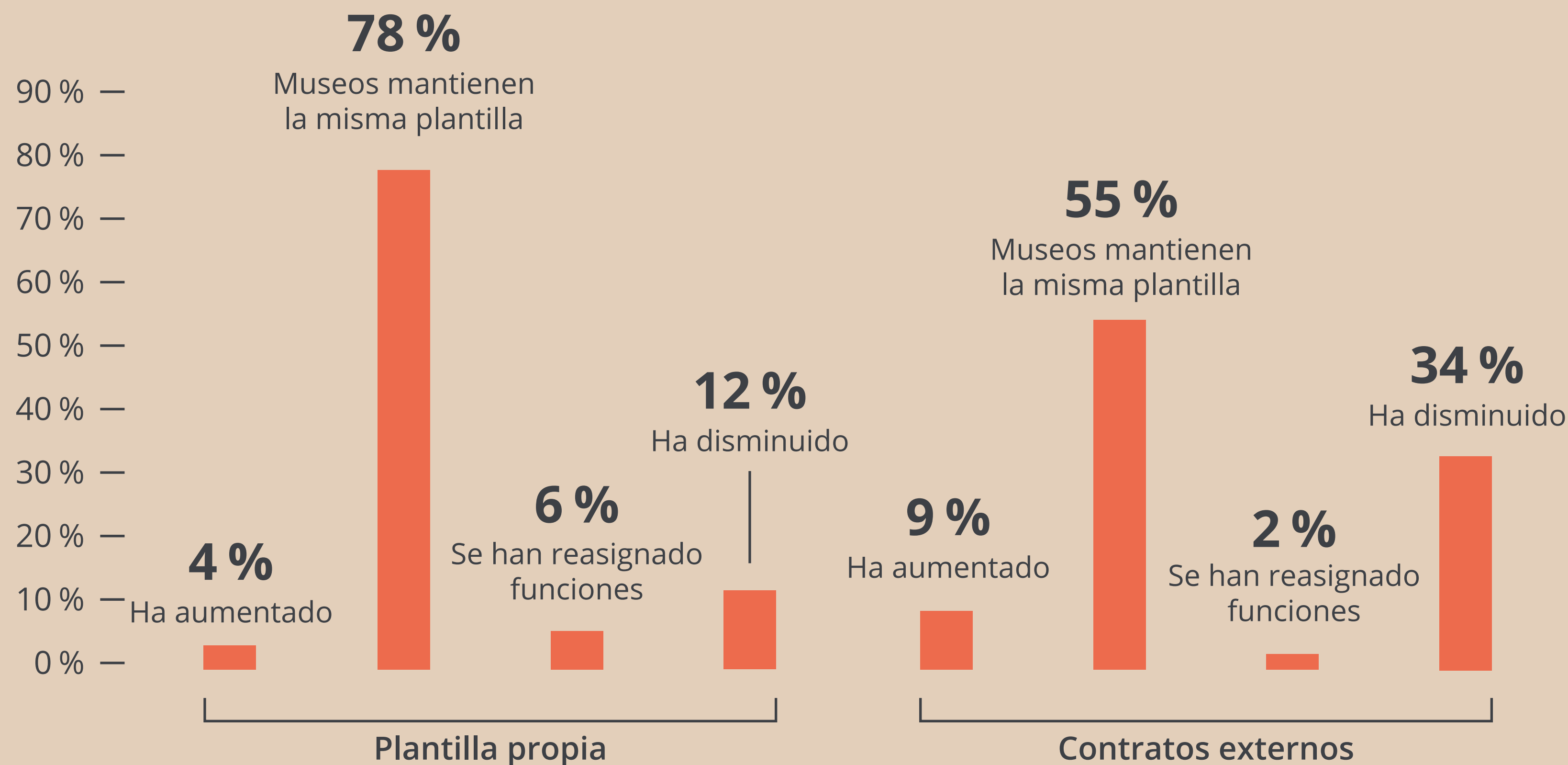


Visión de los profesionales: el futuro de los museos

Observatorio de
Museos de
España



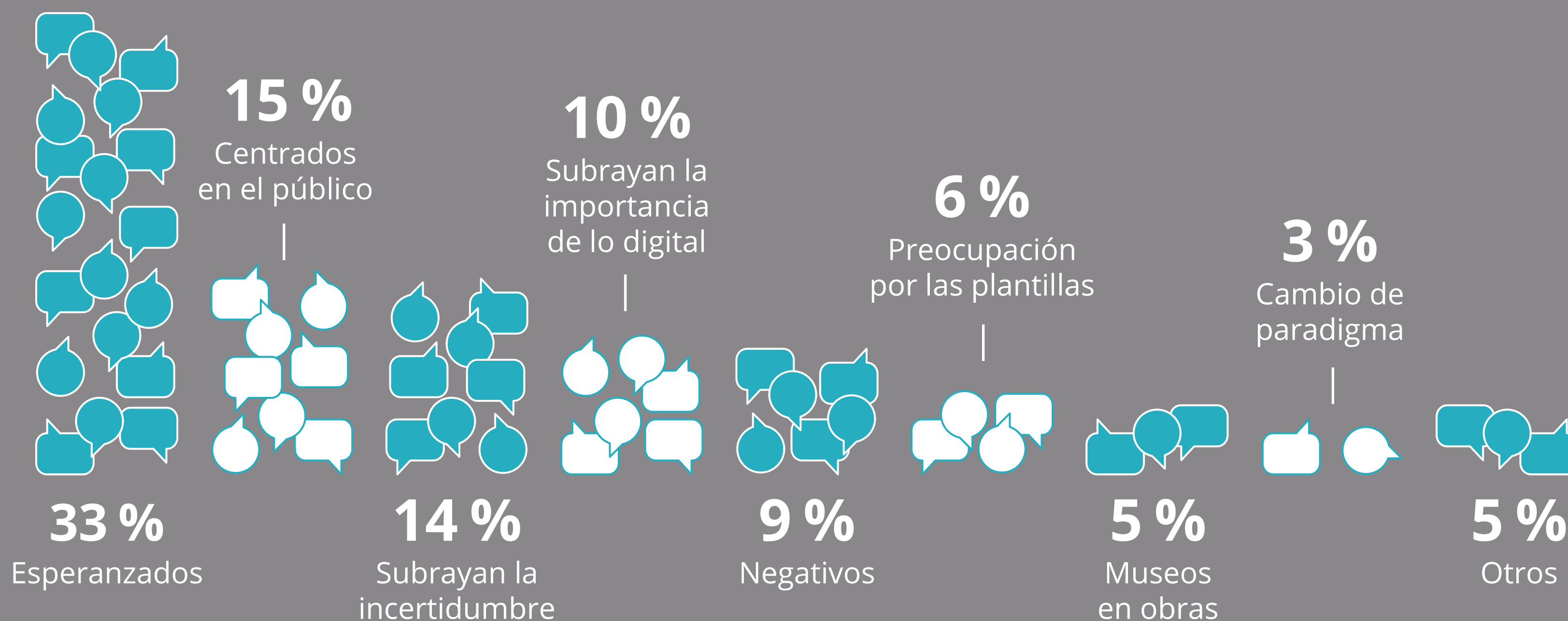
En cuanto a la situación de los profesionales que trabajan en museos, la plantilla propia ha sido la que menos cambios ha sufrido, ya que se ha mantenido igual en número en un 78 % de los museos, frente al 55 % en el caso de contratos externos.



Visión de los profesionales: el futuro de los museos

La situación generada por la pandemia plantea interrogantes respecto al futuro de los museos. En una pregunta abierta, los profesionales han compartido su opinión y sus previsiones. Las 220 respuestas obtenidas dan testimonio de las principales inquietudes actuales, pero también de las posibilidades de renovación que pueden surgir de la crisis.

Clasificación de los comentarios por tema principal



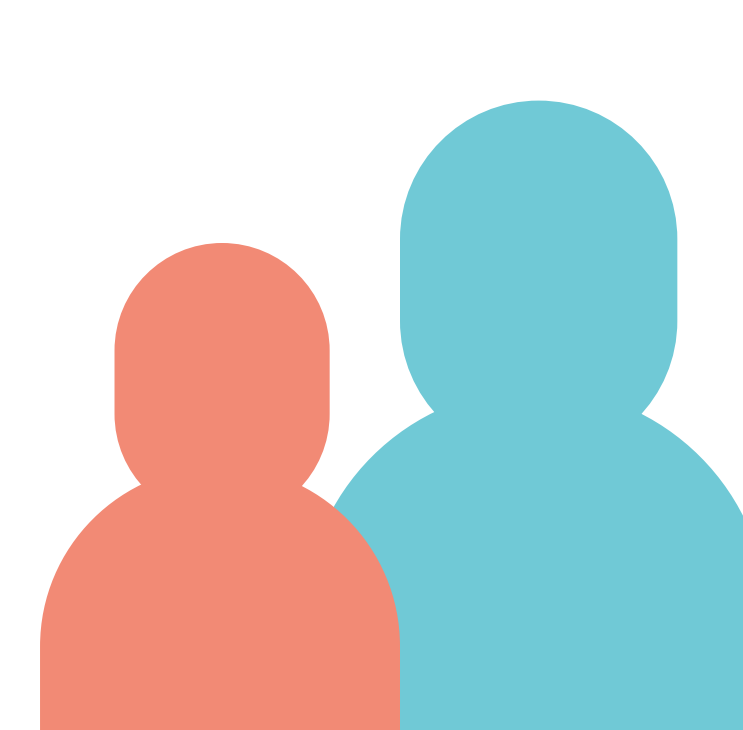
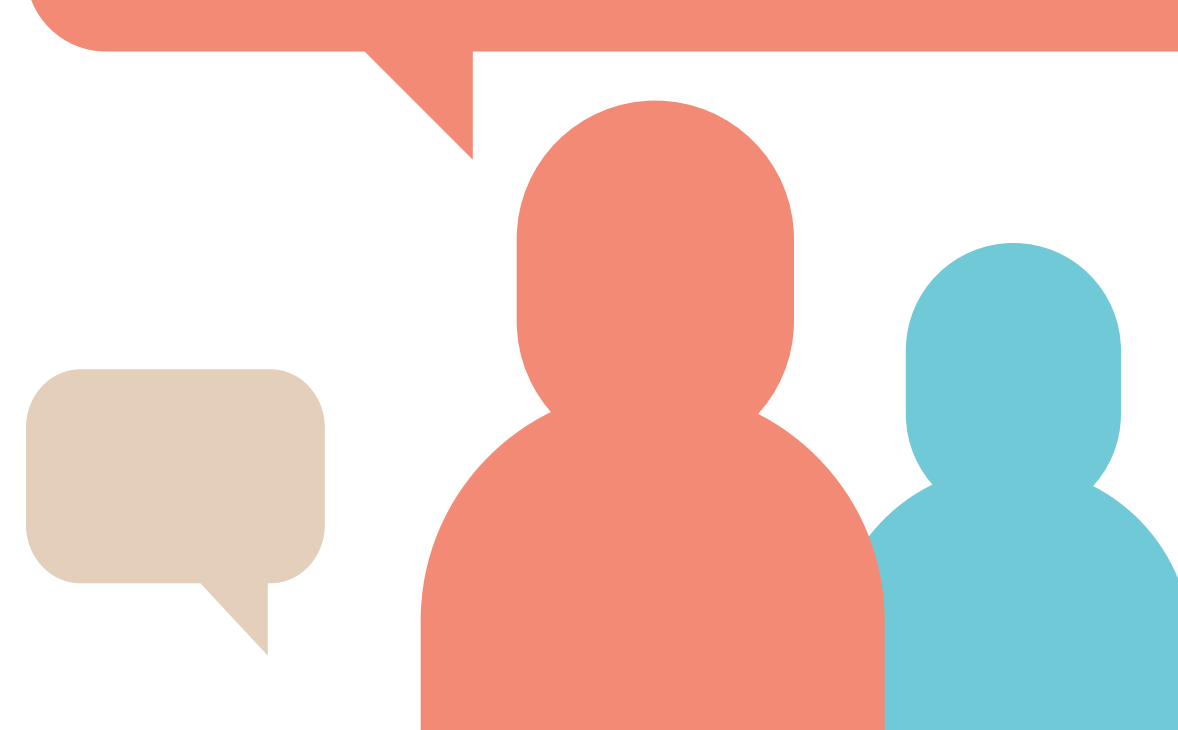
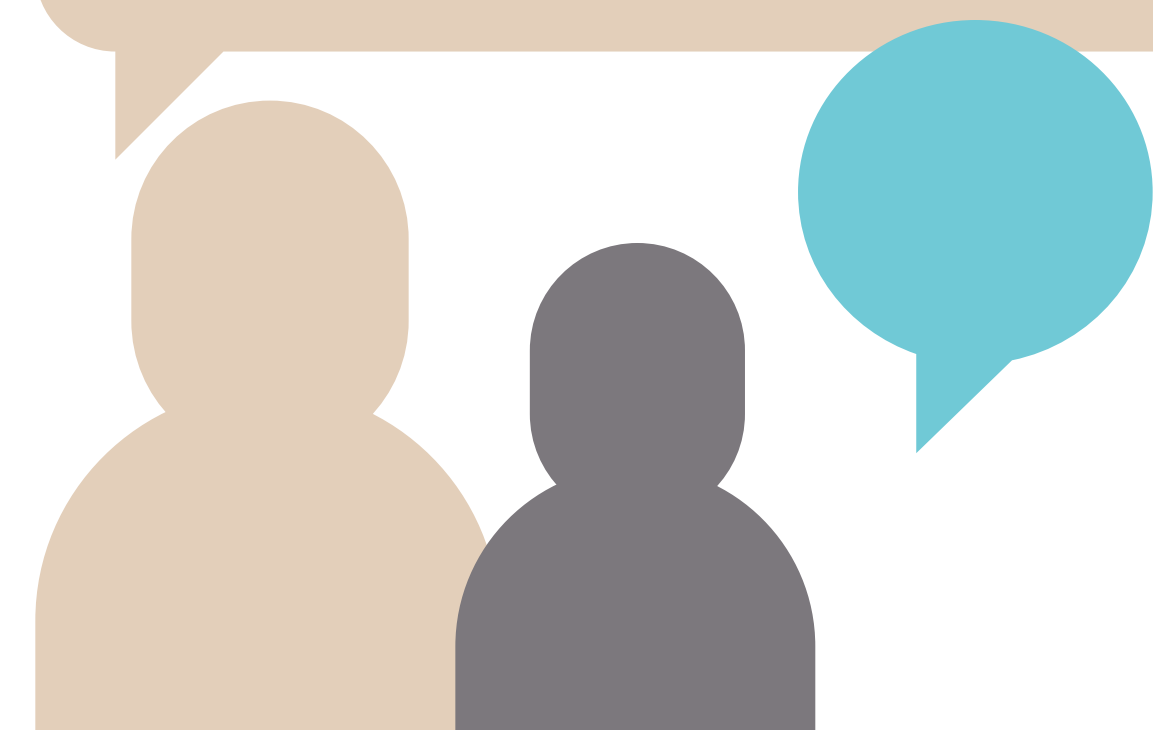
Visión de los profesionales: el futuro de los museos

“El futuro más inmediato estará condicionado por la capacidad del museo de responder a la necesidad de generar experiencias y compartir contenidos con sus usuarios en una combinación de escenarios presenciales con escenarios *online*”

“Todo depende de la generalización de la vacuna y la vuelta a una progresiva normalidad. A corto plazo se prevé que los niveles de afluencia de visitantes sigan siendo proporcionalmente bajos, sobre todo mientras duren las restricciones”

“Nuestra ilusión es seguir trabajando por la difusión cultural y la recuperación de patrimonio. (...) Asumiremos los retos que marcan las circunstancias para adaptarnos”

“Esta crisis nos ha hecho ser conscientes de la fragilidad económica de muchos de los museos e instituciones culturales del país. Puede ser que sea necesario hacer una reflexión en este sentido”

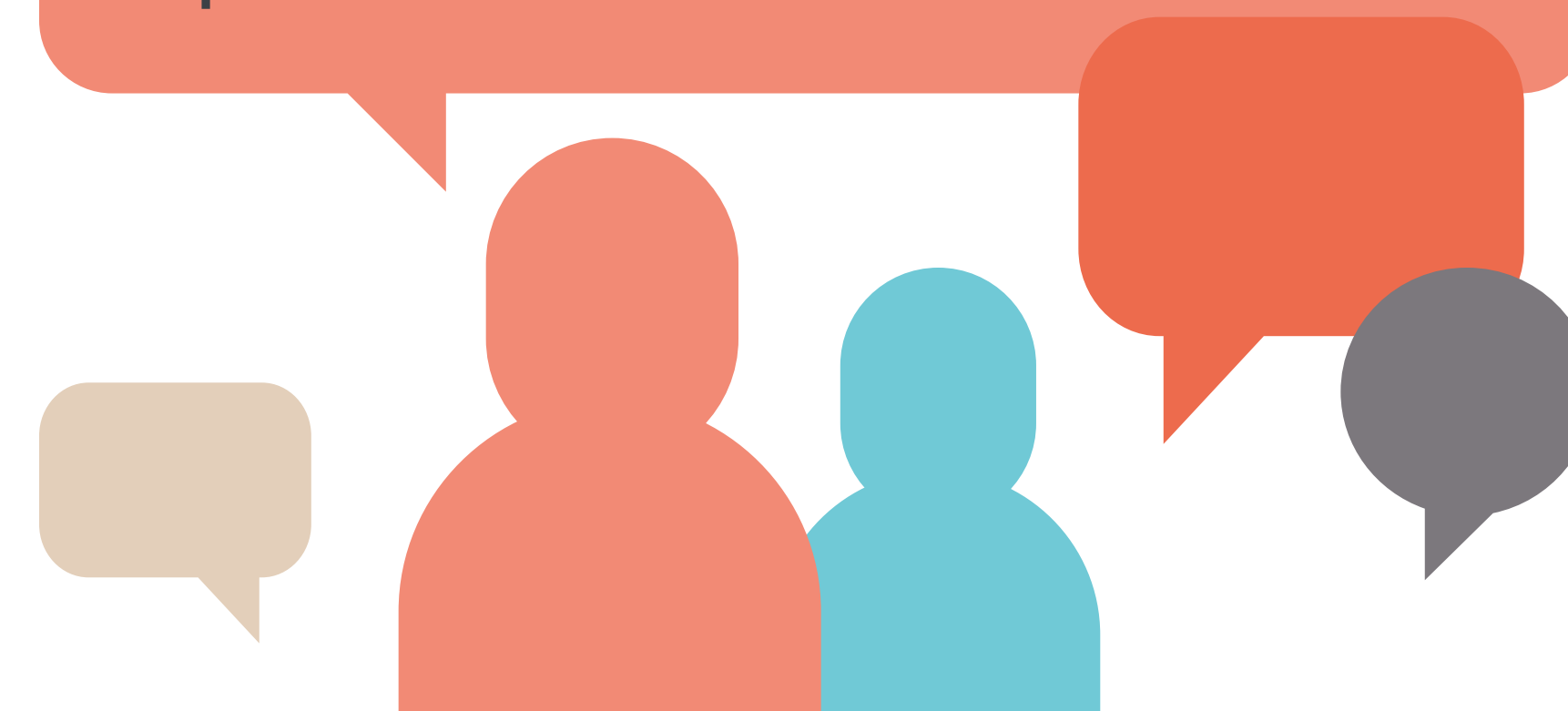
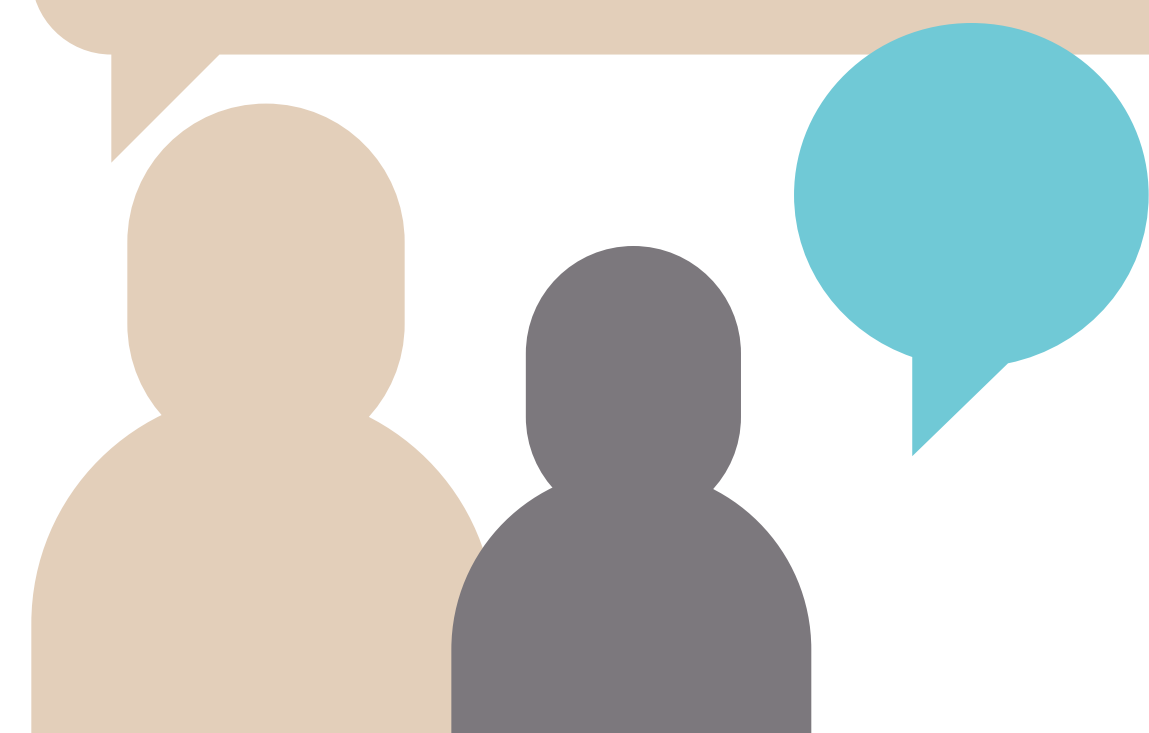


Visión de los profesionales: el futuro de los museos

“El control de aforos pondrá el fin de la tiranía de los récords de números de visitantes, a favor de una experiencia museística centrada en el bienestar del público. En este sentido, es posible que las cifras de visitantes ya no sean el medidor estrella, y empecemos a medir el ‘valor’ de los museos y la cultura por la capacidad de generar aprendizaje, identidad y sentido de pertenencia (...)”

“(...) En estas circunstancias, los mensajes de seguridad y adaptabilidad son señales de que, si la cultura y los museos funcionan, la sociedad funciona (...)”

“Hemos observado un (...) incremento del volumen de trabajo desde el primer confinamiento en marzo de 2020, debido a las nuevas medidas y adaptaciones que se tuvieron que aplicar. Lamentablemente, para lidiar con dicha sobrecarga de trabajo, no solo no se ha contratado personal extra, sino que nos hemos visto con el personal reducido”



Algunas conclusiones

01

Los museos en España, mayoritariamente medianos o pequeños en cuanto a visitas anuales, conforman una red capaz de trabajar en condiciones adversas. Durante el cierre, los trabajos de preservación e investigación del patrimonio siguieron adelante, y se dio gran impulso a la conexión digital con el público.

02

El esfuerzo por reabrir los museos y mantener su actividad cultural presencial y sus servicios, demuestra su resiliencia y su compromiso con la sociedad.

03

El público local ha sido importante para todos los museos, pues les ha permitido reconectar con los públicos de cercanía. La ausencia de turistas se percibe como un factor fundamental en la pronunciada caída de las cifras de visitantes; se da mucha importancia, asimismo, a la recuperación del público escolar.

04

Las redes sociales se reafirman como vía de comunicación entre el museo y su público, mientras que la visita a las páginas web está muy ligada a la preparación de la visita física. Se advierten dificultades para alcanzar la plena transformación digital.

05

Un porcentaje de los profesionales percibe el futuro de los museos como incierto, pero son muchos los que aprecian posibilidades para renovarse, o incluso defienden un cambio de paradigma en la relación con los públicos, o una revisión de la identidad de los museos.

Agradecimientos

Este estudio no se habría podido llevar a cabo sin la colaboración de los miembros del Consejo asesor del Observatorio de Museos de España, que han facilitado la participación de los museos de sus correspondientes territorios, y sin los profesionales de los museos que contestaron la encuesta. A todos ellos, muchas gracias.