

**Convocatoria para presentación de comunicaciones para el IX Congreso
"Museos y espacios patrimoniales: conociendo a los públicos"
1ª Circular**



**Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea
Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación
Donostia-San Sebastián (Gipuzkoa)**

17 y 18 de Octubre de 2013

¿Conocemos a los públicos de los museos y los espacios patrimoniales, y sus formas de interactuar con las propuestas museográficas? Sobre estas preguntas va a reflexionar y debatir este Congreso.

El desarrollo de los estudios de público a lo largo de la historia de los museos y los espacios patrimoniales ha sido muy desigual, variando según países, tipología de museos y métodos y técnicas de estudio. En los países anglosajones estos estudios cuentan con una tradición importante que arranca a principios del siglo XX. En el resto, hay que esperar a la década de los 60 y, especialmente, a la de los 80 del pasado siglo, para ver emerger los estudios de público, en gran medida impulsados por motivos económicos. Respecto a la tipología de los museos, estos análisis se han centrado principalmente en los grandes museos, sobre todo en los de ciencia y técnica y los de arte. Por último, con relación a la metodología, hay una preponderancia de los estudios cualitativos, muy generalistas en bastantes casos.

Así, nos encontramos en el conjunto del campo museístico y patrimonial con un desconocimiento importante de los públicos que se relacionan con esas infraestructuras culturales: de sus motivaciones, intereses, expectativas, preferencias, reacciones, aprendizajes o valorizaciones acerca de las propuestas museográficas, museológicas o patrimoniales. Incluso, muchos museos y espacios patrimoniales carecen de información cuantitativa detallada de sus públicos: volumen, composición, características, modalidades de visita o frecuencia. Consecuentemente muchas de las políticas museísticas y patrimoniales se llevan a cabo sin un apoyo en estudios rigurosos acerca de los públicos y, también, no-públicos. Asimismo muchas propuestas museísticas se actualizan sin contar con esos estudios.

El objetivo de este congreso es analizar y debatir sobre las metodologías y los resultados de los estudios de público con el fin de aportar criterios a la hora de definir las políticas museísticas y patrimoniales, y de elaborar y renovar las propuestas museográficas. Concretamente estará encaminado a responder a las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes visitan los museos y los espacios patrimoniales?
- ¿Qué se conoce de las expectativas y los intereses de los visitantes?
- ¿Qué tipos de interacciones se dan entre los públicos y las propuestas museográficas y museológicas?
- ¿Qué consecuencias tienen esas interacciones en los públicos?
- ¿Qué repercusiones tienen esas interacciones en la política museográfica de los museos y los espacios patrimoniales?

El congreso contará con las secciones de ponencias invitadas y de comunicaciones libres.

Características de las comunicaciones

Las propuestas de comunicación deberán abordar las siguientes temáticas:

1. Planteamientos y problemas teórico-metodológicos de los estudios de público.
2. Presentación y análisis de estudios de público.
3. Reformulación de propuestas museográficas, museológicas y patrimoniales como consecuencia de la realización de algún estudio de público.

Todas las propuestas deberán basarse en estudios de caso y se priorizará aquellas fundamentadas en metodologías cualitativas.

En este congreso el término "público" se entiende de una manera amplia, abarcando también otras denominaciones como "visitante", "usuario", "audiencia", "espectador", "consumidor", "turista", "actor", "productor" o "colectivo local"; es decir, cualquier individuo o colectivo que visite o se vincule a una infraestructura museística o patrimonial o interactúe con una propuesta museográfica. Las propuestas presentadas podrán abordar también el tema de los "no-públicos".

Se aceptarán hasta un máximo de 8 comunicaciones.

Selección de comunicaciones

Los interesados deberán enviar un resumen adjuntando la siguiente información: autor, institución, título, resumen entre 500 y 800 palabras, en cualquier de los idiomas oficiales del congreso (castellano, euskera y francés). El plazo para el envío de propuestas finalizará el día 15 de Abril de 2013.

El resumen deberá contener tres secciones: a) Aproximación teórica y metodología empleada, b) Descripción de la experiencia o el estudio de caso, y c) Bibliografía.

Extensión: 30.000-35.000 caracteres.

Dirección de contacto: actividades.oiasso@irun.org.

Para cualquier consulta, pueden dirigirse al teléfono del Museo Romano Oiasso 943.63.93.53.

Proceso de selección

El comité de selección estará integrado por personal cualificado procedente del mundo universitario y del mundo de los museos.

La selección se resolverá en el mes de Mayo. El texto de las comunicaciones seleccionadas se deberá enviar antes del 1 de Octubre de 2013.

Para la publicación de las comunicaciones será obligatoria la presencia de los autores en el Congreso.