

Análise da situación dos museos e outros centros museísticos en Galicia

DOI.10.17075/asmocmg.2025

1. Introducción e metodoloxía

Segundo o Consello Internacional de Museos (ICOM)¹, un museo é unha institución sen ánimo de lucro, permanente e ao servizo da sociedade, que investiga, colecciona, conserva, interpreta e exhibe o patrimonio material e inmaterial. Son equipamentos abertos ao público, accesibles e inclusivos

¹ International Council of Museums (ICOM). *Informe final del Comité Permanente para la Definición de Museo, ICOM Define*. Asamblea general Extraordinaria. Praga, 24 de agosto de 2022. En icom.museum/ES_EGA2022_MuseumDefinition_WDoc_Final-2



que fomentan a diversidade e a sustentabilidade e ofrecen experiencias variadas para a educación, o goce, a reflexión e o intercambio de coñecementos.

Os museos cambiaron notablemente ao longo do tempo². Nas súas orixes eran coleccións privadas de arte, gabinetes de curiosidades ou bens culturais por descubrir e as súas funcións principais eran as de conservar, protexer, estudar e difundir o patrimonio. Porén, desde mediados do século XX enfróntanse a unha serie de retos sociais e económicos que implican transformacións, como a mellora da comunicación ou o aumento do número e tipo de actividades que desenvolven. Esta evolución está influenciada polas novas correntes museolóxicas e o enfoque da xestión do desenvolvemento de audiencias, as cales avogan por un cambio xeral institucional na relación e o compromiso dos museos coa comunidade. A museoloxía apunta cara a un novo concepto, máis participativo e conectado coa sociedade.

A concepción actual dos museos está influenciada polos cambios sociais, culturais e tecnolóxicos do século XXI. A definición destes espazos debe reflectir, ademais das súas funcións tradicionais, a súa responsabilidade como espazo de diálogo crítico e promoción da igualdade e xustiza social³.

Os museos deben adaptarse ás dinámicas sociais, culturais e tecnolóxicas cambiantes para promover unha orientación máis inclusiva e participativa na súa xestión e programación. As propostas de novas definicións buscan recoñecelos non só como institucións de conservación, senón tamén como espazos participativos e transparentes que fomentan a diversidade e o benestar. Para isto é importante a participación social e o recoñecemento da pluralidade de experiencias museísticas, que lles permita ás

² Ayala Aizpuru, I.; Cuenca-Amigo, M.; Cuenca Amigo, J. *Los museos en el siglo XXI: de templo de las musarañas a centro de actividades para todos los públicos. Una visión más allá de sus puertas*. III Foro Ibérico de Estudios Museológicos. Madrid, 18-19 de octubre de 2019. En: <https://publicum.deusto.es/los-museos-en-el-siglo-xxi-de-templo-de-las-musarañas-a-centro-de-actividades-para-todos-los-publicos-una-vision-mas-alla-de-sus-puertas/>

³ Brulon Soares, B.(2020): *Definir el museo: retos y compromisos del siglo XXI*. ICOFOM Study Series [En liña], 48-2 |. Publicado o 26 xaneiro de 2021, consultado o 17 de setembro de 2024. URL: <http://journals.openedition.org/iss/2330> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/iss.2330>.

comunidades ter unha voz activa na súa configuración. Neste senso, os retos que afrontan implican adaptarse a un contexto global dixitalizado e abordar cuestións como a sustentabilidade e a inclusión social.

Os museos tamén se enfrontan a retos de índole económica e social, con novos modelos de xestión e a necesidade de obter recursos económicos propios para non depender exclusivamente das axudas públicas. É necesaria unha formación máis específica do persoal, tanto desde o punto de vista da xestión, como do proxecto educativo e das relacións sociais. Ademais, a relación cos visitantes mudou considerablemente⁴, xa que os museos tenden a ser máis participativos e centrar as súas actividades en públicos específicos.

Estas transformacións e retos non son alleos aos museos e ao resto de centros museísticos de Galicia, polo que o Consello da Cultura Galega decidiu que era preciso realizar unha análise para coñecer a súa realidade e a partir dese coñecemento, contribuír a deseñar accións que permitan un desenvolvemento positivo do sistema que forman estes equipamentos.

1.1 Antecedentes

En novembro de 2015, as delegacións dos países membros da Organización das Nacións Unidas para a Educación, a Ciencia e a Cultura (UNESCO) ratificaron o proxecto de *Recomendación sobre la promoción y protección de museos y colecciones*⁵, durante a XXXVIII Conferencia xeral da UNESCO. Esta recomendación non vinculante chama a atención dos estados membros sobre a importancia da protección e a promoción dos museos e coleccións para que colaboren no crecemento sostible a través da conservación e protección do patrimonio, a difusión da diversidade cultural, a transmisión do coñecemento científico e do desenvolvemento de políticas educativas, a formación continua, a cohesión social e o fomento de industrias

⁴ Ayala Aizpuru, Íñigo; Cuenca-Amigo, Macarena; Cuenca Amigo, Jaime: Principales retos de los museos de arte en España. Consideraciones desde la museología crítica y el desarrollo de audiencias. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 80 (Marzo 2019), pp. 61-81

⁵ UNESCO (2015). *Recomendación relativa a la protección y promoción de los museos y colecciones, su diversidad y su función en la sociedad*. En <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000245176/PDF/245176qaa.pdf.multi.page=14>

creativas e da economía do turismo. Así mesmo, recoñécese a importancia dos museos como axentes de cambio social, foros para a diversidade cultural, a paz e o avance comunitario, así como motores económicos que xeran emprego e turismo. Sublíñase a necesidade de ratificar os instrumentos legais internacionais existentes que abordan a protección e promoción dos museos e coleccións, asegurando a súa activación e aplicación efectiva, xunto co desenvolvemento de lexislación e políticas nacionais pertinentes.

Ademais, destácase a importancia de avanzar, adoptar e fortalecer políticas para os museos que aborden un progreso sostible, a transformación social, a implicación comunitaria, o uso das tecnoloxías da información e a mellora da seguridade. Incídese na posta en marcha de mecanismos de cooperación internacional para compartir coñecementos e boas prácticas profesionais, fomentar a colaboración intersectorial, facilitar a cooperación profesional e promover o intercambio de exposicións internacionais e a mobilidade das coleccións. Finalmente, incídese na necesidade de asegurar recursos suficientes e apropiados mediante a dedicación dunha porción dos orzamentos públicos a todos os tipos de museos recoñecidos, a creación de sistemas de confianza e colaboración entre os gobernos e estes centros, o desenvolvemento de asociacións público-privadas para apoialos, a mobilización de financiamento internacional cando as necesidades superen as capacidades nacionais e o apoio ás axencias internacionais que traballan pola protección e promoción dos museos e coleccións.

En relación co anterior, no informe sobre a aplicación da recomendación⁶, os Estados membros proporcionaron comentarios sobre as dificultades atopadas e a axuda que esperaban obter da UNESCO. Algúns mencionaron avances na lexislación propia de cada país que axudaron a abordar moitos dos puntos sinalados na recomendación. En conxunto, destacaron a importancia da diversidade dos museos e as súas funcións, pero tamén a necesidade dunha análise detallada para unha comprensión máis precisa. Ademais, o informe recoñece o papel esencial da UNESCO e do ICOM na supervisión destes centros e na aplicación de estándares. Tamén destaca

⁶ UNESCO (2019): *Report on the implementation of UNESCO 2015 Recommendation on Museums & Collections*. En: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371549_fre



os desafíos relacionados co financiamento, coas tecnoloxías da información e comunicación e coa súa función social.

No caso de España os museos fixeron esforzos para orientarse ás necesidades e expectativas das persoas que os visitan⁷. Na percepción que os usuarios e as usuarias teñen destas infraestruturas culturais, destacan o avance na accesibilidade, o acollemento, a implicación social e o afán dos museos por seren máis inclusivos, o cal fai posible que se mellore a experiencia cultural de visitantes. Ademais, resáltase a importancia da interactividade e a tecnoloxía na modernización das exposicións e a conexión cos públicos. Este cambio na percepción evidencia un progreso significativo na forma en que se presentan á sociedade, xa que buscan non só educar senón tamén involucrar activamente o público na experiencia museística.

O feito de situar os públicos no centro de interese dos museos estimula a investigación de distintos perfís para comprender mellor os/-as visitantes e mellorar a xestión e planificación co fin de adaptar os espazos ás expectativas do público, especialmente en termos de accesibilidade, servizos e experiencias ofrecidas⁸. Cómpre fomentar unha maior participación social, consolidar o seu papel como espazo de aprendizaxe e lecer cultural e establecer políticas de xestión baseadas nun coñecemento profundo do perfil e das necesidades dos/das visitantes. Tamén se suxire reforzar a cooperación e o intercambio de boas prácticas. Finalmente, recoméndase mellorar a comunicación e promoción para atraer a un público máis diverso e lograr unha maior fidelización de quen os visita.

En canto á perspectiva dos usuarios/-as, en xeral, a experiencia de acudir a un museo é positiva⁹ e asóciana cada vez máis co benestar e o interese. Considérase que a visita é unha actividade que se fai no tempo de

⁷ Ayala, I., Cuenca, J., e Cuenca-Amigo, M. (2021). “La transformación de los museos en los últimos años. Principales cambios percibidos por los visitantes”. *Arte Individuo y Sociedad*, 33, 935-936. <https://dx.doi.org/10.5209/aris.70437>.

⁸ Ministerio de Cultura (2011). *Conociendo a nuestros visitantes. Estudio de público en museos del Ministerio de Cultura*.

⁹ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2014). *Conociendo a todos los públicos: La experiencia de la visita al museo*.



lecer, que está condicionada pola situación laboral e persoal¹⁰. As persoas que se senten máis satisfeitas son principalmente as mulleres de máis idade, que realizan visitas longas, soas ou acompañadas de familiares ou amizades. Os motivos polos que non se visitan son a falta de comprensión do que está exposto, sobre todo nos museos artísticos, aínda que se valoran moito as visitas guiadas. En contraste, o prezo non constitúe unha barreira importante, xa que depende fundamentalmente do valor que se lle atribúa á visita. Tamén se aprecian moito os servizos de atención ao público.

O público familiar¹¹ non acode aos museos coa afluencia que desexarían os seus xestores polo que gran parte da programación destes espazos ten a este segmento como obxectivo e organiza actividades dirixidas especificamente a este. De feito, este é un sector importante xa que no núcleo familiar se inician os hábitos culturais que os individuos desenvolverán ao longo da súa vida. Non obstante, o grao de satisfacción das persoas adultas que acoden a estes equipamentos culturais en familia é moi alto e destacan como beneficio o feito de compartir unha experiencia enriquecedora e que os nenos e nenas aprendan e descubran cousas novas. Como aspecto negativo cómpre salientar que as familias os perciben como espazos pouco axeitados para a cativada. Por último, os museos de ciencia atópanse ente os preferidos para as familias porque consideran que son axeitados para que a rapazada goce da experiencia.

No caso da análise do segmento das persoas maiores¹², ponse de relevo a importancia dos museos como axentes de benestar social que poden mellorar a calidade de vida da cidadanía, combater o illamento e reforzar a autoestima. Neste sentido, poden contribuír a que o colectivo goce dun ocio satisfactorio. Entre os aspectos máis relevantes que cómpre mellorar están a adaptación dos espazos ás necesidades de accesibilidade e

¹⁰ Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2012). *Conociendo a todos los públicos: ¿qué imágenes se asocian a los museos?*

¹¹ Ministerio de Cultura y Deporte (2016). *Conociendo a todos los públicos: los museos y las familias.*

¹² Ministerio de Cultura y Deporte (2021). *Conociendo a todos los públicos: los mayores y los museos.*

.....

movilidade deste público e a inclusión dunha programación e actividades específicas para eles. Por último, destácase a importancia do voluntariado como actividade salientable para este segmento de idade.

Pola súa parte, a mocidade mostra un interese limitado polos museos¹³, especialmente se se compara con outros grupos de idade. Isto débese, en parte, a que estes centros non logran conectar cos seus intereses e expectativas. Semella necesario adaptar a oferta mediante a incorporación de tecnoloxías interactivas e a creación de experiencias máis participativas e dinámicas que resulten atractivas para este segmento da poboación, proxectar unha imaxe destes espazos estimulante e relevante para a mocidade e involucrala no deseño de actividades e programas, co fin de xerar un maior compromiso e participación.

O ano 2020 supuxo un punto de inflexión no que se refire ao funcionamento dos museos, coa irrupción da pandemia da COVID-19. As consecuencias máis previsibles foron a perda de público, que en moitos casos custou recuperar, e de fondos económicos para poderen sosterse, que mesmo provocaron peches definitivos en todo o mundo^{14,15}. Durante os primeiros momentos xerouse unha situación crítica, con case un 95% das institucións cerradas. Asemade, produciuse un rápido aumento das actividades dixitais, mentres que aparecían interrogantes sobre a sustentabilidade destas prácticas no futuro. En España constatouse a capacidade dos museos de traballar en condicións adversas¹⁶ e durante o peche os traballos de preservación e investigación do patrimonio seguiron adiante. Deuse un gran impulso á conexión dixital co público, ao tempo que se produciu unha achega ás audiencias máis próximos.

¹³ Ministerio de Cultura y Deporte (2021). *Conociendo a todos los públicos: los jóvenes y los museos*.

¹⁴ Consejo Internacional de Museos (2020). *Museos, profesionales de los museos y COVID-19*. En icom.museum/Informe-museos-y-COVID-19

¹⁵ Consejo Internacional de Museos (2020). *Museos, profesionales de los museos y COVID-19: encuesta de seguimiento*

¹⁶ Observatorio de Museos de España (OME) (2022). *Los museos españoles ante la pandemia de COVID-19*. En: https://www.libreria.culturaydeporte.gob.es/libro/los-museos-espanoles-ante-la-pandemia-de-covid-19_9632/.



Porén, ademais das lóxicas consecuencias negativas, a crise sanitaria tamén supuxo unha fonda transformación no funcionamento e mesmo no propio concepto de museo que xa que se iniciara anos atrás coa introdución das novas tecnoloxías nestes espazos culturais. Este proceso de dixitalización viuse acelerado polas circunstancias e necesidades da sociedade nese momento, unha realidade que tamén se detectou en Galicia¹⁷. Malia que moitos espazos xa adoptaran medidas para ofrecer contidos dixitais, incluídas as visitas virtuais, a nova situación levounos a focalizar os esforzos cara á esfera dixital para manteren a conexión coa súa audiencia. Este impulso non só lles permitiu presentar iniciativas innovadoras, senón que tamén facilitou unha maior proximidade e accesibilidade tanto para os profesionais do sector como para o público xeral.

En canto á realidade doutras comunidades autónomas de España, no País Vasco¹⁸ incrementouse o número de museos, así como a oferta de servizos e actividades para o público, especialmente visitas guiadas e actividades educativas. Así mesmo, o número de visitantes entre 2008 e 2018 aumentou un 35%, cun 55% máis de visitantes estranxeiros. Neste sentido, adquire especial relevancia o Museo Guggenheim de Bilbao, que atrae ao 40% dos/-as visitantes dos museos de toda a comunidade. No que se refire ao persoal que traballa nas infraestruturas museísticas, sinálase que a cifra de traballadores/as aumentou e que estes están cada vez máis profesionalizados. Por último, cabe destacar que diminuíu o número de espazos que reciben financiación pública, particularmente de entidades locais.

A análise de Cataluña¹⁹ destaca a riqueza e diversidade do patrimonio cultural, a credibilidade dos museos como institucións culturais de referencia e a experiencia dos seus equipos, que mostran unha gran capaci-

¹⁷ Observatorio da Cultura Galega (2020). *Influencia da COVID-19 nos hábitos culturais da poboación galega*.

¹⁸ Gobierno Vasco. Departamento de Cultura y Política Lingüística (2019). *Museos y Colecciones de la Comunidad Autónoma de Euskadi. Informe estadístico 2008-2018*. En <https://www.euskadi.eus/informes-estadisticos-de-museos-y-colecciones/web01-a2muszen/es/>.

¹⁹ Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. *Els museus de Catalunya avui*. els-museus-de-catalunya-avui.pdf



dade de adaptación e resiliencia. Non obstante, tamén se identifica a insuficiencia de recursos humanos e económicos, a desigualdade na distribución territorial dos espazos e unha integración limitada das novas tecnoloxías. Na estratexia de museos para 2030²⁰ incídese na necesidade de crear e desenvolver un sistema equilibrado, sostible e de calidade que chegue ao conxunto do país, reforzar a capacidade dos equipamentos para que poidan despreñar o seu potencial, proxectar internacionalmente o patrimonio, a historia e a cultura do país e mellorar a conservación e a xestión das coleccións.

A comunidade de Madrid²¹, onde se concentran algúns dos principais museos nacionais, enfróntase a unha situación que combina o recoñecemento do seu valor cultural con desafíos importantes. A percepción social destaca a importancia destes centros como gardiáns do patrimonio cultural e educativo. Non obstante, hai preocupacións sobre a accesibilidade, a relevancia do contido para públicos máis amplos e a necesidade de mellorar a súa xestión e financiamento. Ademais, a crise económica tivo un grande impacto na capacidade de manter e expandir os recursos, xa que isto esixe unha maior atención á sustentabilidade a longo prazo e á incorporación de novas tecnoloxías para atraer novos públicos e diversificar as súas funcións.

En canto á situación de Galicia, a creación de museos²² comeza a destacar especialmente desde a década de 1970, coincidindo cun período de rexurdimento cultural. Un exemplo notable é o das casas-museo, que foron promovidas por entidades cívico-culturais para recuperar inmobles ligados ás biografías de figuras ilustres e convertelas en centros de conser-

²⁰ Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura (2017). *Museus 2030, una estratègia nacional*.

²¹ Comunidad de Madrid. Consejería de Cultura y Turismo (2020). *La percepción social del patrimonio Cultural en la Comunidad de Madrid*. En: <https://www.comunidad.madrid/cultura/patrimonio-cultural/percepcion-social-patrimonio-cultural-comunidad-madrid>

²² Sierra [Rodríguez, Xosé Carlos \(2020\). "Museos en Galicia: Las identidades en escena." *Anales del Museo Nacional de Antropología*. No. 22. Dirección General de Bellas Artes y de Conservación y Restauración de Bienes Culturales.](#)

.....

vación e difusión cultural. Así mesmo, os centros etnográficos desempeñaron un papel moi relevante na preservación e exhibición das tradicións culturais e da vida cotiá das comunidades rurais galegas.

Nos últimos 30 anos, o panorama museístico galego expandiuse de xeito significativo. A pesar das carencias en termos de recursos e apoio institucional e de ter que enfrontarse a varios desafíos continúan sendo espazos importantes para a preservación e a transmisión da identidade. Ademais, a profesionalización de moitos pequenos museos garantiu a súa continuidade e relevancia cultural.

A falta de financiamento adecuado limitou a capacidade dos museos para poñer en marcha iniciativas ambiciosas e manter unha infraestrutura que respondese ás necesidades crecentes de preservación e difusión cultural²³. Ademais, o proceso de profesionalización foi lento, o que xerou unha dependencia significativa do voluntarismo e a carencia de persoal especializado. O Consello Galego de Museos xurdiu como unha plataforma para coordinar os esforzos destes espazos en Galicia, buscando fortalecer a profesionalización e a cooperación entre eles. A través dos seus coloquios e actividades, este organismo intentou influír nas políticas culturais e promover unha maior integración dentro do marco institucional galego. Non obstante, a pesar destes esforzos, o sistema museístico seguiu afrontando desafíos estruturais, como a falta de recursos e o insuficiente apoio institucional, que dificultaron o seu pleno desenvolvemento e consolidación.

En termos estatísticos²⁴, os museos galegos practicamente dobraron o seu número nos últimos 40 anos. A proporción por cada 100.000 habitantes aumentou de 1,66 en 1986 a 3,15 en 2020, confluindo coa oferta media do conxunto do Estado. Así mesmo, mellorou notablemente a infraestrutura dispoñible nos propios centros, xa que se dotaron de salóns de actos, arquivos, bibliotecas, salas de restauración, salas de investigadores etc., das cales en gran medida carecían no pasado.

²³ Pato, Sabela López. “O Museo Do Pobo Galego e a Articulación Do Sistema Museal Galego.” *Grial*, vol. 55, no. 216, 2017, pp. 64–75. JSTOR, <https://www.jstor.org/stable/26528257>.

²⁴ Consello da Cultura Galega (2023). *Corenta anos de cultura galega en estatísticas*. En: <https://consellodacultura.gal/publicacion.php?id=4474>



O Consello da Cultura Galega²⁵ destacou o feito de que a redución das contribucións financeiras a partir da crise de 2009 por parte das entidades gobernamentais tivo un impacto adverso nos museos. Sen ter en conta os máis grandes, os retos máis importantes afectan principalmente aos máis pequenos, especialmente aqueles localizados en zonas rurais, que en moitos casos están nunha situación de vulnerabilidade. O enfoque debería pasar de ampliar as coleccións a preservar as que xa existen. Aínda así, sobresaen polo seu gran potencial, xa que posúen coleccións excepcionais que representan un patrimonio moi valioso e que a pesar de contar con menos persoal, son capaces de transmitirlle ao público a valía do seu acervo.

No marco das reflexións sobre o papel dos museos no século XXI, celebrouse o evento *Museos en positivo. Creando comunidade*²⁶ en Santiago de Compostela, o 26 de novembro de 2024 na sede do Consello da Cultura Galega en colaboración co Consello Galego de Museos²⁷. Nesta xornada houbo diversas intervencións de profesionais destacados no eido museístico, que sinalaron retos e oportunidades que afrontan os museos na era actual, estratexias para a xestión e conservación do patrimonio cultural, así como iniciativas para revitalizar as relacións entre museos e comunidades locais.

De especial interese para este informe foi a mesa redonda titulada *Museo e territorio. A realidade galega*, moderada por Xosé Carlos Sierra Rodríguez, onde participaron profesionais de referencia como Secundino García Mera, Encarna Lago, Lois Ladra, Manuel Mosquera Cobián e Ramón Yzquierdo Peiró. Neste foro, abordáronse as singularidades dos museos galegos e as posibilidades de colaboración para impulsar o sector. Algúns dos temas sinalados como esenciais nesa sesión teñen unha presenza importante neste informe. Destacan nesa análise a insuficiencia de medios, incluíndo a gravidade da escaseza de recursos humanos e problemas laborais relativos á estabilidade e a precariedade. Ademais sinaláronse confli-

²⁵ Consello da Cultura Galega (2018). *Diagnose da cultura galega. Datos para unha estratexia cultural no século XXI*. En: <https://consellodacultura.gal/publicacion.php?id=4315>

²⁶ <https://consellodacultura.gal/evento.php?id=202014>

²⁷ En 2023 as dúas entidades impulsaron a xornada *Museos pospandemia. Para que(n)?* accesible en: <https://consellodacultura.gal/evento.php?id=201695>

tos na relación dos profesionais coas administracións e mesmo incumprimentos da lexislación que afecta a este ámbito. Unha conclusión relevante no referente a coordinación entre centros é a percepción de eivas no sistema galego de museos pese á súa existencia formal.

Tamén se sinalou como unha cuestión básica as funcións esenciais para o recoñecemento institucional e social destas entidades. Os museos, segundo as definicións consensuadas por organismos internacionais como o ICOM e a normativa estatal e autonómica, deben investigar, conservar, educar e difundir. Porén, algúns profesionais do sector alertan dunha crecente devaluación do termo "museo", empregado con frecuencia para designar espazos ou proxectos que non cumpren estas funcións fundamentais. Esta confusión erosiona a percepción pública e pode desviar recursos cara a iniciativas alleas aos estándares museísticos, comprometendo a credibilidade e o impacto social destas institucións. Protexer o concepto de museo require non só reforzar a aplicación das normativas existentes, senón tamén sensibilizar á sociedade sobre o valor integral das funcións que definen estas institucións e as coleccións que albergan.

Non obstante, os participantes sinalaron casos de éxito en torno a iniciativas en redes museísticas e se reflexionou sobre a importancia da educación e a necesidade de contar con profesionais na construción de comunidades.

1.2. Lexislación e estrutura administrativa

A organización e funcionamento dos museos está condicionados por distintos organismos de diversos niveis administrativos. En España, regúlanse por leis estatais e autonómicas.

Existe unha normativa xeral básica de ámbito estatal. A Lei 16/1985, do 25 de xuño²⁸ ten por obxectivo definir e clasificar todos os bens que integran o patrimonio histórico español que son obxecto de protección, entre os que se atopan os museos de titularidade estatal. Concretamente, de-

²⁸ Boletín Oficial del Estado (BOE) nº 155, do 29 de xuño de 1985. Última modificación: 12 de outubro de 2021. <https://www.boe.es/eli/es/l/1985/06/25/16/con>

.....

fineos como institucións de carácter permanente que adquiren, conservan, investigan, comunican e exhiben para fins de estudo, educación e contemplación conxuntos e coleccións de valor histórico, artístico, científico e técnico ou de calquera outra natureza cultural. Na lei tamén se establece a creación dun Sistema Español de Museos, co que se pretende implantar vías de cooperación para consolidar e desenvolver a actividade das institucións públicas ou privadas e posibilitar a adecuada coordinación e comunicación entre elas. Outro texto lexislativo fundamental é o Real Decreto 111/1986, de 10 de xaneiro, de desenvolvemento parcial da antedita lei²⁹. Neste texto regúlase a organización e funcionamento dos órganos colexiados enunciados nela.

No ámbito exclusivo dos museos aprobouse o Real Decreto 620/1987, do 10 de abril³⁰. Este regulamento dota aos de titularidade estatal duns instrumentos básicos que aseguran o tratamento administrativo e técnico-científico adecuado para a conservación dos seus bens, con independencia do ministerio ou da Administración pública que o xestiona, así como das características propias de cada museo.

Por último, cómpre salientar o Real Decreto 1305/2009, do 31 de xullo, polo que se crea a Red de Museos de España³¹. No seu preámbulo indica que se fai necesaria a creación dunha estrutura con todos os poderes públicos para mellorar a proxección nacional e internacional. Un dos obxectivos consiste en promover instrumentos de cooperación e participación das diferentes administracións públicas e axentes sociais na xestión. Establécese a posibilidade de que se integren institucións de titularidade autonómica ou local que, sempre que reúnan os requisitos especificados, o soliciten, respectando a imaxe de cada institución museística, a titularidade das competencias e a autonomía de xestión.

²⁹ Boletín Oficial de Estado (BOE) nº 24, do 28 de xaneiro de 1986. Última modificación: 28 de decembro de 2022. <https://www.boe.es/eli/es/rd/1986/01/10/111/con>

³⁰ Boletín Oficial de Estado (BOE) nº 114, do 13 de maio de 1987. Última modificación: 21 de marzo de 1994. <https://www.boe.es/eli/es/rd/1987/04/10/620/con>

³¹ Boletín Oficial de Estado (BOE) núm. 204, do 24 de agosto de 2009. Última modificación: 26 de xuño de 2024 <https://www.boe.es/eli/es/rd/2009/07/31/1305/con>

.....

No ámbito estatal as competencias de museos recaen na Subdirección General de Museos Estatales da Dirección General de Patrimonio Cultural y Bellas Artes do Ministerio de Cultura^{32, 33}. As competencias desta subdirección xeral son as de xestión e promoción dos de titularidade estatal adscritos á Dirección General de Patrimonio Cultural y Bellas Artes e dos transferidos ás comunidades autónomas e restantes incorporados ao Sistema Español de Museos, o asesoramento sobre a creación de museos estatais e a colaboración con outras administracións e entidades públicas e privadas. Ademais, encárgase da xestión do Sistema Integrado de Documentación y Gestión Museográfica (DOMUS) e a coordinación e mantemento da Red Digital de Colecciones de Museos de España, así como a coordinación e o establecemento de redes de colaboración no ámbito internacional e de promoción do seu patrimonio, con especial atención ao ámbito iberoamericano.

Xunto a este traballo directo nos museos de titularidade estatal, tamén coopera con outras administracións e entidades nesta materia. Así, froito deste traballo en 2016 creou o Observatorio de Museos de España (OME) coa misión de contribuír á cohesión do sector e ampliar e difundir o coñecemento sobre estes³⁴. O obxectivo principal é constituír unha ferramenta de colaboración entre administracións públicas e institucións que permita unha comprensión global da situación e necesidades dos museos³⁵.

Por outra banda, a Subdirección General de Museos Estatales puxo en marcha o Laboratorio Permanente de Público de Museos. A súa finalidade é proporcionar datos, ferramentas e coñecementos que permitan orientar

³² Boletín Oficial de Estado (BOE), nº 91, do 6 de decembro de 2023. En: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2023/12/05/1009/con>

³³ Boletín Oficial de Estado (BOE), nº 76, do 27 de marzo de 2024. En: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2024/03/26/323>

³⁴ Ministerio de Cultura. <https://www.cultura.gob.es/observatorio-museos-espana/el-observatorio-de-museos-de-espana.html>

³⁵ Observatorio de Museos de España (OME) (2015). *Un observatorio de museos en España. Consulta a expertos. Informe de resultados*. En cultura.gob.es/consulta-a-expertos.



todas as actuacións destes equipamentos culturais que teñen como destinatario último o público.

A organización dos sistemas museísticos difire en cada unha das 17 autonomías, polo que teñen as súas propias normas legislativas máis ou menos desenvolvidas segundo as comunidades. No caso de Galicia, a Lei 5/2016 do 4 de maio que regula patrimonio cultural de Galicia, inclúe no seu articulado a creación e funcionamento destes e a súa integración na Rede de Museos de Galicia. Posteriormente aprobouse a Lei 7/2021, do 17 de febreiro, de museos e outros centros museísticos de Galicia³⁶. No preámbulo dise que “a ausencia dunha normativa propia e específica que teña en conta as diversas tipoloxías de centros, así como outros aspectos relativos á súa creación, supresión, estrutura, xestión ou funcionamento en xeral, estaba a impedir o desenvolvemento do sector.”

Segundo esta normativa, constitúen centros museísticos os museos, as coleccións museográficas e os centros de interpretación do patrimonio cultural. De acordo con esta clasificación, define museos como “institucións de carácter permanente, abertas ao público e sen finalidade de lucro, que, cumprindo os requisitos que para a súa creación establece esta lei, están orientadas á promoción e ao desenvolvemento cultural da comunidade en xeral, por medio da recollida, adquisición, inventario, catalogación, conservación, investigación, difusión e exhibición, de forma científica, estética e didáctica, de conxuntos e coleccións de bens patrimoniais de carácter cultural, así como das prácticas, tradicións e saberes de carácter cultural que constitúen testemuños das actividades do ser humano ou do seu ámbito natural, con fins de estudo, educación, desfrute e promoción científica e cultural.”

Por outra banda, enténdese por colección museográfica “o conxunto de bens patrimoniais de carácter cultural agrupados con carácter permanente e sen fins lucrativos que compren os requisitos que para a súa creación establece esta lei, mais non reúnen todas as características e condicións necesarias para o seu recoñecemento como museo, e cuxas persoas

³⁶ Diario Oficial de Galicia (DOG), núm. 38, do xoves 25 de febreiro de 2021.
https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2021/20210225/AnuncioC3B0-180221-0001_es.html

titulares facilitan, mediante un horario accesible e regular, a visita pública e o acceso das persoas investigadoras, gozando os seus fondos das atencións básicas que garanten a súa custodia e conservación.”

Por último, os centros de interpretación do patrimonio cultural son “instalacións permanentes abertas ao público que compren os requisitos establecidos nesta lei e que, sen exporen necesariamente bens culturais mobles nin teren fins lucrativos, están vinculados a lugares ou monumentos que, contando cos elementos necesarios de infraestrutura e recursos humanos, poden proporcionar á cidadanía as claves para a comprensión dos seus valores culturais.”

A lei establece tamén os criterios para a integración no Sistema Galego de Centros Museísticos, unha estrutura de coordinación e cooperación entre os diferentes museos e centros museísticos de Galicia, que ademais fomenta a colaboración entre estes e outras entidades culturais ou educativas, tanto no ámbito rexional, nacional como o internacional. Este sistema inclúe os tres tipos de centros definidos de titularidade pública autonómica e aqueles pertencentes a outras administracións públicas, sempre que se asine un instrumento xurídico de colaboración. Tamén poden formar parte deste sistema os centros de titularidade privada que decidan integrarse voluntariamente e cumpran coa normativa aplicable.

A integración comporta beneficios como o acceso a axudas, asesoramento técnico, prioridade en colaboracións e promoción cultural, entre outros. Para a creación de novos espazos, as entidades interesadas deben presentar unha solicitude á consellería competente, na que se inclúa un plan museolóxico, documentación sobre inmobles e coleccións e un inventario de fondos. Unha vez creados, deben garantir un horario estable para visitas e investigación, accesibilidade e divulgación dos fondos, exposicións científicas e didácticas, dirección cualificada, orzamento suficiente, medidas de conservación e seguridade, cumprimento da lexislación aplicable e unha programación anual de actividades.

A creación e a acreditación dun centro museístico inscribírase no Rexistro Xeral de Centros Museísticos de Galicia. A lei determina que unicamente os centros que foron oficialmente establecidos e rexistrados terán permiso para usar nas súas denominacións os termos museo, colección

.....

museográfica ou centro de interpretación do patrimonio cultural que corresponda en cada caso.

As competencias da Xunta de Galicia nesta materia recae na Consellería de Cultura, Lingua e Xuventude³⁷, a través da Dirección Xeral de Cultura, que ten encomendada a dirección e coordinación destas institucións. O servizo de museos e centros museísticos, adscrito a Subdirección Xeral de Arquivos e Centros Museísticos, é a unidade administrativa que coordina as actuacións nesta materia na comunidade galega e ten a responsabilidade sobre o control do patrimonio moble custodiado neles, tanto nos de titularidade autonómica ou estatal xestionados pola Dirección Xeral de Cultura, como daqueles que constitúen o Sistema Galego de Museos e Centros Museísticos³⁸. Entre as funcións deste servizo destacan as da coordinación e dirección técnica do Sistema Galego de Centros Museísticos e inspección dos espazos e do seu patrimonio cultural; a xestión dos de titularidade autonómica adscritos á consellería e dos de titularidade estatal de xestión transferida á comunidade galega; a creación, autorización e cualificación de museos, coleccións museográficas e centros de interpretación; a taxación de bens culturais de carácter museístico con fins administrativos ou a tramitación de expedientes (adquisicións, doazóns, depósitos, autorización de publicacións e reproducións, xestión de convenios, etc.).

No ámbito local hai dous niveis que se ocupan da titularidade e/ou xestión dos museos: o nivel provincial a cargo das deputacións e o nivel municipal, a cargo dos concellos. Cabe destacar que se pode atopar unha gran variedade de fórmulas de xestión.

No ámbito provincial, a Deputación Provincial da Coruña, malia non contar con centros inscritos no Rexistro Xeral de Centros Museísticos de

³⁷ Diario Oficial de Galicia (DOG), NÚM. 101, do 27 de maio de 2024
https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2024/20240527/AnuncioG0766-200524-0001_gl.html

³⁸ Xunta de Galicia. Consellería de Cultura, Lingua e Xuventude. Museos de Galicia. Servizo de Centros Museísticos. <https://museos.xunta.gal/gl/xestion/servizo-de-museos>. Consultado 18 de setembro de 2024.



Galicia (RXCMG), xestiona espazos como conxuntos históricos ou coleccións musealizadas, ben directamente ou ben en colaboración con concellos e entidades privadas. A Deputación Provincial de Lugo xestiona a Rede Museística Provincial, constituída oficialmente en 2006 polos centros dependentes da deputación e integrada na actualidade na Área de Cultura, Patrimonio Histórico Artístico e Normalización Lingüística desa institución. No caso de Ourense, a súa deputación tampouco conta entes inscritos no RXCMG, mentres que na provincia de Pontevedra depende da Deputación o Museo de Pontevedra.

No ámbito municipal son de especial relevancia as cidades, que albergan un gran número de equipamentos de variada tipoloxía e titularidade, con centros inscritos no RXCMG e outros non inscritos. Na Coruña, o concello está dotado, dentro do seu organigrama, dun servizo denominado Museos Científicos Coruñeses que comprende os de ciencia interactivos. Conta con centros de titularidade municipal, estatal e privada inscritos no RXCMG, pero existen outros non inscritos. Santiago de Compostela alberga un importante número de museos e coleccións museográficas públicas e privadas. Dos privados, destacan os xestionados por institucións eclesiásticas. A cidades de Lugo e Ferrol dispoñen de diversos museos inscritos no RXCMG, pero ningún de titularidade municipal. O concello de Ourense ten a titularidade dun centro inscrito, pero a cidade alberga outros de titularidade pública e privada. En Pontevedra o concello xestiona directamente un centro de interpretación³⁹ e, finalmente, en Vigo hai varios espazos rexistrados e sen rexistrar e unha rede de museos propia, así como un plan estratéxico de recente aprobación.

Nos concellos máis pequenos, poden atoparse diversas tipoloxías de xestión: hai algúns cuxos museos dependen de servizos municipais que forman parte do seu organigrama, outros nos que están xestionados pola Xunta de Galicia e integrados no Sistema de Museos de Galicia ou en redes museísticas provinciais dependentes das deputacións. Tamén se atopan municipios con diversos centros de xestión de privada con participación ou tutela municipal.

³⁹ Segundo información facilitada polo RXCMG este centro aínda está sen recoñecer (xaneiro de 2025)



1.3 Metodoloxía

O obxectivo do presente informe é diagnosticar o estado dos centros museísticos en Galicia, principalmente os museos e as coleccións museográficas. Para isto deseñouse unha investigación na que se combina unha explotación das fontes estatísticas secundarias relacionadas cos museos coa obtención de datos propios.

Para definir o obxecto de estudo pátense das definicións legais e para describilas acódeuse en primeiro lugar ás fontes oficiais, nomeadamente o Directorio de Museos de España e o Sistema Galego de Centros Museísticos.

O Directorio de Museos y Colecciones de España⁴⁰ recolle os museos e coleccións museográficas que están oficialmente recoñecidos polas comunidades autónomas nas que se atopan, segundo a súa lexislación vixente, a súa definición de museo ou colección museográfica e os requisitos que cada institución debe cumprir para iso. Este directorio, dispoñible no Ministerio de Cultura é actualizado polas comunidades e cidades autónomas, o Ministerio de Defensa e Patrimonio Nacional. Segundo esta fonte, o número de museos e coleccións museográficas censados en Galicia en 2022 é de 82, ano no que todos os censados cubriron a estatística. No momento da redacción deste informe⁴¹, o Sistema galego de museos e centros museísticos está formado por 91 museos e coleccións museográficas.

Pese a que, tal e como se viu no apartado anterior, a lei establece claramente as características que debe ter unha entidade para considerala como museo, colección museográfica ou centro de interpretación⁴², a realidade é que hai moitos entes que se denominan desa maneira e que teñen características propias deste tipo de espazos, pero que non están inscritas

⁴⁰ Ministerio de Cultura. Directorio de Museos y Colecciones de España. <https://directoriomuseos.mcu.es/dirmuseos/eldirectorio.jsp>. Consultado o 19 de setembro de 2024.

⁴¹ Datos facilitados polo RXCMG o 8 de xaneiro de 2025.

⁴² Diario Oficial de Galicia (DOG), núm. 38, do xoves 25 de febreiro de 2021. https://www.xunta.gal/dog/Publicados/2021/20210225/AnuncioC3B0-180221-0001_es.html

.....

en rexistros oficiais. Así mesmo, hai entidades denominadas “museo” que dificilmente compren co establecido na lexislación. Por iso, hai que ter en conta que hai máis centros museísticos (ou denominados con calquera das formas que contempla a lei) dos que se integran no RXCMG.

Para poder estimar cal é a realidade galega, consultáronse como fontes de información, ademais de Museos de Galicia⁴³, que contén a lista de entes inscritos no RXCMG, as páxinas web de Turismo de Galicia⁴⁴, así como as dos concellos e deputacións provinciais. A partir desa explotación, recolleuse unha lista do que nesas páxinas oficiais se denomina “museo”. Nunha primeira achega atopáronse en xaneiro de 2024 fóra do sistema polo menos 132 entes⁴⁵.

Debido a esta situación, o obxecto de estudo do informe depende da fonte que se use para describilo e non se circunscribe unicamente aos centros recollidos nos directorios oficiais. Así, cando se describen os resultados dos museos e coleccións museográficas na estatística oficial, este circunscríbese á realidade dos entes censados. En cambio, cando se usan fontes nas que se analiza o comportamento de visitantes e usuarios, o ente analizado é o que a persoa entrevistada entende por museo. Ao mesmo tempo, cando se acode á consulta de persoas expertas para avaliar a situación e propoñer solucións, os entes tampouco teñen por que coincidir coas listas oficiais, xa que tamén depende, en certo modo, da subxectividade e do criterio desas persoas. Do mesmo xeito, cando se analiza a actividade económica e laboral das entidades privadas rexistradas baixo o epígrafe da CNAE-2009 9102 “actividades de museos”, inclúense algúns de titularidade privada, pero tamén empresas que fornecen servizos a museos, así como actividades afíns (montaxes de exposicións, representación de artistas, comercio de obras de arte, etc..)

⁴³ Xunta de Galicia. Museos de Galicia. <https://museos.xunta.gal/es>

⁴⁴ Xunta de Galicia. Turismo de Galicia. <https://www.turismo.gal> (información consultada en xaneiro de 2024)

⁴⁵ A lista non é exhaustiva porque é posible que haxa máis centros museísticos dos que non se atopou información nas fontes consultadas.

En canto ás fontes secundarias utilizadas para describir a situación xeral destaca a *Estadística de Museos y Colecciones Museográficas*⁴⁶. Esta operación estatística, que forma parte do *Plan Estadístico Nacional*, foi implantada no ano 2000 e lévaa a cabo o Ministerio de Cultura a través da División de estatística e estudos, en colaboración coas comunidades autónomas que son as responsables de facilitar os listados dos centros legalmente recoñecidos e da recollida de datos para a súa entrega ao ministerio quen se ocupa da coordinación, explotación e publicación dos mesmos. Para a elaboración do perfil dos museos e coleccións museográficas galegas, acudiuse a unha explotación específica da base de datos de 2022 en colaboración co Servizo de estudos do ministerio.

Outra fonte empregada para este informe é a *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales*⁴⁷. Esta enquisa constitúe unha investigación dirixida a unha mostra de 16.000 persoas de 15 anos en adiante residentes en España. O deseño mostral da enquisa foi realizado en colaboración co Instituto Nacional de Estadística e, entre outras finalidades, está a de avaliar a evolución dos principais indicadores relativos aos hábitos e prácticas culturais da poboación española entre as que se analizan os de visitas a museos e patrimonio. Por cuestións de diferenzas metodolóxicas e comparabilidade dalgunhas categorías, decidiuse desbotar nalgúns casos os datos de 2002-2003.

Para a elaboración do perfil de visitantes de museos galegos, partiuse da *Enquisa estrutural a fogares (EEF)*⁴⁸, antes denominada *Enquisa de condicións de vida das familias*. Esta é unha actividade estatística anual que desde 1999 realiza o Instituto Galego de Estatística. Trátase dunha enquisa dirixida aos fogares galegos co obxecto de obter información sobre as súas características socioeconómicas. Consta de dous módulos: un primeiro de

⁴⁶ Ministerio de Cultura. *Estadística de Museos y Colecciones Museográficas*.

<https://www.cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/museos.html>

⁴⁷ Ministerio de Cultura. *Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales*. <https://www.cultura.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/cultura/mc/culturabase/encuesta-de-habitos/resultados-habitos.html>

⁴⁸Instituto Galego de Estatística (IGE), *Enquisa Estructural a Fogares (EEF)*. *Ocio e hábitos culturais* (2014) https://www.ige.gal/web/mostrar_actividade_estadistica.jsp?codigo=0206003001&num_pag=1

.....

carácter xeral que se repite todos os anos, deseñado para recoller información sobre variables básicas, e un segundo módulo de carácter específico dedicado a bloques temáticos de variables que presentan unha evolución máis lenta, polo que non necesitan un período anual de recollida de datos. Para a elaboración deste perfil empregouse o módulo específico de “Ocio e hábitos culturais”.

Para coñecer a información sobre gasto público en museos, obtivéronse datos da explotación da Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura do Ministerio de Cultura⁴⁹.

Para obter datos sobre emprego fóra do sector público e actividade empresarial, fíxose unha explotación dos ficheiros coa información desagregada no ámbito provincial da CNAE-2009 a catro díxitos facilitados pola Seguridade Social, concretamente daquelas inscritas baixo o epígrafe 9102 (actividades de museos).

En canto ás fontes propias, estas foron deseñadas coa finalidade de suplir a información ausente nas secundarias. O obxectivo era impulsar investigacións que completasen a información obtida da explotación das estatísticas dispoñibles e non contrastar a xa existente, que se considera que en conxunto ten unha calidade suficiente. Despois de analizar a información dispoñible, considerouse que o máis eficiente sería ampliar a análise dos museos, tanto desde a perspectiva das persoas usuarias, como da de profesionais e expertas relacionadas co ámbito. Para isto, considerouse adecuado utilizar unha achega cualitativa. Deste modo poderíase afondar na análise descritiva, co obxectivo de dar conta das preguntas que a análise estatística non respondía, así como de obter ideas para un estudo prospectivo.

Con este propósito de completar a análise contando coa perspectiva da persoas visitantes e usuarias dos museos, elixiuse a técnica do grupo de discusión por resultar de gran utilidade en investigacións nas que é preciso recoller opinións e percepcións a través da participación de actores involucrados. Coa intención de abordar as posibles diferenzas territoriais re-

⁴⁹ MCUD. Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura, MHFP. Estadística de Liquidación de los Presupuestos de las Comunidades Autónomas.

.....

alizáronse catro grupos de discusión, un en cada provincia galega, nas cidades da Coruña, Lugo, Ourense e Vigo, nas que participaron entre 7 e 9 asistentes. Na selección das persoas participantes determinouse que era necesario un coñecemento previo sobre o sector que se ía investigar co fin de poder xerar un diálogo e contar con achegas baseadas nas experiencias. Deste xeito, excluíronse individuos “non usuarios de museos” ou que mostraban unha predisposición negativa de cara ao ámbito de estudo. Asemade, para poder constatar as posibles diferenzas de opinión e demandas entre visitantes máis asiduos e outros non tan frecuentes, establecéronse dúas clasificacións:

- Visitantes frecuentes: entendidos como persoas que acoden a museos como mínimo cada 3 meses.
- Visitantes menos frecuentes: realizan como mínimo 1 visita ao ano a museos e non mais de 1 cada 3 meses.

Para a escolma de asistentes elaborouse un cuestionario de captación que permitiu coñecer e determinar tanto a frecuencia de visitas como o resto de variables que se tiveron en conta na escolla dos perfís: representación dos grupos de idade, sexo, situación socioeconómica, nivel de estudos e presenza ou non de menores no fogar.

A dinamización dos diálogos en cada un dos grupos de discusión realizouse a través dunha guía de tópicos previamente estruturada na que se tratou de plasmar os obxectivos xerais e concretos da investigación.

Este guiión comeza cun primeiro bloque de introdución e presentación no que as persoas participantes definen cales son as súas prácticas máis frecuentes no tempo de lecer e se estas adoitan ser en compañía ou non, co fin de inducir a que o discurso desemboque espontaneamente no primeiro bloque temático, que é a definición e significado das actividades culturais.

Do mesmo xeito, esta definición conduce ao obxecto de estudo: as visitas aos museos. Neste segundo bloque as persoas participantes relatan as súas experiencias nestes equipamentos, xa sexan positivas ou negativas, sen circunscribírense a ningún contorno en particular, para determinar que aspectos se mencionan espontaneamente nestas valoracións.



Posteriormente, nunha terceira fase, discuten sobre as motivacións e dificultades que teñen estas persoas e o seu contorno inmediato cando acoden a un museo e as diferentes situacións que poden influír na súa decisión.

No cuarto bloque do guión, centrado nos museos galegos, analizan cada unha das variables propostas polo participantes e suxeridas polo moderador co fin de avaliar os museos galegos na actualidade. A posta en común termina coa definición dos aspectos de mellora e formulación de necesidades ou demandas non cubertas.

En canto á obtención de datos dende a perspectiva das persoas expertas elixiuse a técnica Delphi. A metodoloxía foi orixinalmente desenvolvida como un método sistemático e interactivo que se basea nun panel de persoas con coñecemento experto nunha materia que se vai analizar. O método Delphi utilízase para alcanzar un consenso nun grupo a través dunha serie de roldas de cuestionarios con retroalimentación controlada. Neste tipo de metodoloxía as persoas expertas consultadas non teñen por que traballar fisicamente xuntas (como ocorreu neste caso), senón que cada unha opina de forma libre, sen que ningún dos outros participantes coñeza as súas opinións persoais. Con iso perséguese recibir a información dunha serie de especialistas nun ambiente de anonimato que facilita a súa liberdade de expresión.

O obxectivo principal desta metodoloxía é obter unha converxencia de opinións sobre un tema específico mediante a reiteración de preguntas e a reflexión individual e colectiva co fin de facilitar a identificación de puntos de acordo e desacordo.

Para a presente investigación empregouse esta metodoloxía seguindo un proceso en dúas fases principais. Antes de iniciarse o panel Delphi seleccionáronse as persoas expertas que ían participar. A lista definitiva estaba composta por 59 individuos entre os que había persoas integrantes da dirección de museos, fundacións galegas e galerías de arte, funcionariado da Administración, críticos de arte, comisarios de exposicións, profesores de historia da arte, artistas e presidentes de asociacións de amigos de museos.

.....

Para conseguir o compromiso de colaboración e explicarlles en que consistía o método, redactouse unha carta que se enviou xunto coas preguntas da primeira rolda do Dephi.

Na primeira fase elaborouse un cuestionario composto por 9 preguntas abertas que permitiron recoller unha ampla gama de ideas, opinións e suxestións e proporcionaron unha base rica e variada de información cualitativa. O cuestionario desta primeira rolda foilles enviado o 23 de maio e déuselles de prazo para contestar ata o 26 de xuño de 2024.

A partir das respostas obtidas na primeira fase elaborouse un segundo cuestionario, esta vez composto por 36 preguntas, que foi deseñado para avaliar o grao de acordo ou desacordo coas ideas extraídas do primeiro. As preguntas desta fase formuláronse en diversos formatos de escala Likert, que lles permitían expresar o seu nivel de conformidade coas afirmacións presentadas. Este cuestionario foilles enviado o 10 de xullo e déuselles de prazo para responder ata o 2 de agosto de 2024.

Contestaron á primeira rolda do panel 32 persoas, o que supón un índice de resposta dun 54,2%. Á segunda rolda do panel Delphi responderon 39 persoas, é dicir, un 66,1% de persoas participantes. Desas 39 persoas, 24 xa contestaran na primeira fase, co que 15 novas responderon nesta segunda etapa da investigación. En total, 47 persoas expertas participaron nalguna das dúas fases do Delphi, cun índice de resposta total do 79,6%.

2. Panorama estatístico dos museos e coleccións museográficas de Galicia

Este capítulo estrutúrase en nove subapartados, a través dos que se ofrece unha visión da evolución do estado dos museos galegos mediante unha análise estatística descritiva. A serie temporal estudada é ampla pero varía en función da dispoñibilidade dos datos achegados polas fontes consultadas. Así mesmo, establécese unha comparativa evolutiva coa media estatal.

O capítulo principia coa exposición do número de museos e as súas principais características entre os anos 2000 e 2022. O contido aborda as-

.....

pectos como a tipoloxía dos espazos, superficie útil, prezo e tarifas especiais, tipo de acceso, días de apertura e cantidade de centros por cada 100.000 habitantes.

O segundo subapartado trata sobre os fondos inventariados nos museos e coleccións museográficas de Galicia segundo a súa clasificación temática e tratamento técnico, así como a realización de exposicións ou outro tipo de actividades como concertos, conferencias, cursos ou actividades educativas, entre outras.

O tipo de equipamentos dos que dispoñen os museos e as súas diferentes características preséntanse na terceira parte do apartado. Nesta analízase a existencia de servizos como visitas guiadas, guías en soporte electrónico, biblioteca, salón de actos, sala audiovisual, sala de investigadores, etc., así como a presenza de tenda, librería, cafetería ou acceso a persoas con discapacidade, entre outros. Tamén se presta atención a aqueles servizos proporcionados pola páxina web.

O cuarto subapartado céntrase na evolución do número total de visitantes de museos en comparativa coa media estatal e detense en cuestións como a cifra estimada de público estranxeiro e visitantes segundo o tipo de tarifa que utilizan.

O emprego é o quinto tema que se aborda neste capítulo, a través do estudo da evolución do persoal adscrito aos museos e coleccións museográficas. Os resultados preséntanse segundo certas variables como sexo, tipo de xornada (a tempo completo ou a tempo parcial) e situación laboral, é dicir, se é remunerado (permanente ou temporal), voluntario ou non remunerado. Finalmente, tamén se analiza a presenza de bolseiros ou estudantes en prácticas.

O sexto subapartado recolle datos sobre emprego e actividade empresarial nas entidades privadas dos museos, tales como o número de empresas dedicadas a actividades museísticas no conxunto de Galicia e a súa desagregación por provincias. Outra das cuestións que aborda ten que ver co número de persoas que traballan en actividades de museos, aspecto que tamén se analiza por provincia e segundo o réxime de afiliación á Seguridade Social (xeral ou autónomo).

As fontes de financiamento dos museos e coleccións museográficas é outro dos elementos que se abordan neste capítulo. O sétimo subapartado analiza a evolución da porcentaxe de museos financiados con ingresos xerados pola propia entidade, polo sector público ou por achegas privadas.

O gasto público das administracións destinado aos museos é o tema que ocupa a oitava parte deste apartado. Aquí descríbese o papel das administracións locais (concellos e deputacións provinciais) no gasto asignado para os equipamentos culturais dos museos e a proporción deste sobre o total do que os organismos locais destinan a cultura, así como a evolución do gasto en investimentos e transferencias de capital en museos e a porcentaxe que representa con respecto ao gasto total en cultura.

O perfil tipo dos museos e coleccións museográficas que existen en Galicia completa este capítulo 2. A información que se recolle parte dunha explotación específica realizada para este traballo da última Encuesta de Museos e Colecciones Museográficas do Ministerio de Cultura de 2022. Así, indícanse, a través dos datos obtidos, as particularidades dos museos galegos a través de cinco variables: número de visitantes estimados (nacionais e estranxeiros), persoal adscrito, gasto realizado e fontes de financiamento.

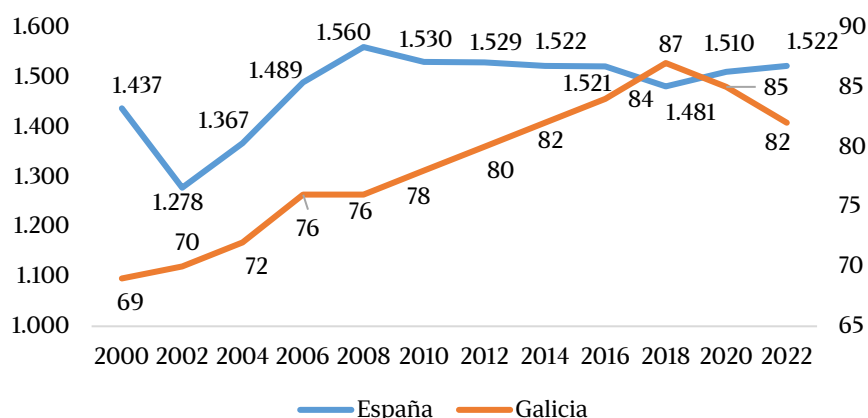
2.1 Evolución do número de museos e as súas características principais

Galicia conta en 2022 con 82 museos ou coleccións museográficas, un 5,4% dun total de 1.522 no conxunto do Estado. En relación ao ano 2000, esta cifra supón un aumento de 13 e 85 museos respectivamente⁵⁰. Con todo, a comunidade galega experimentou un incremento nestes 22 anos dun 15,9%, 10 puntos porcentuais máis que o total de España (5,9%).

⁵⁰ Segundo información facilitada polo RXCMG en 2022 había censados 87 centros e en 2000, 62.



Evolución do número de museos e coleccións museográficas censados

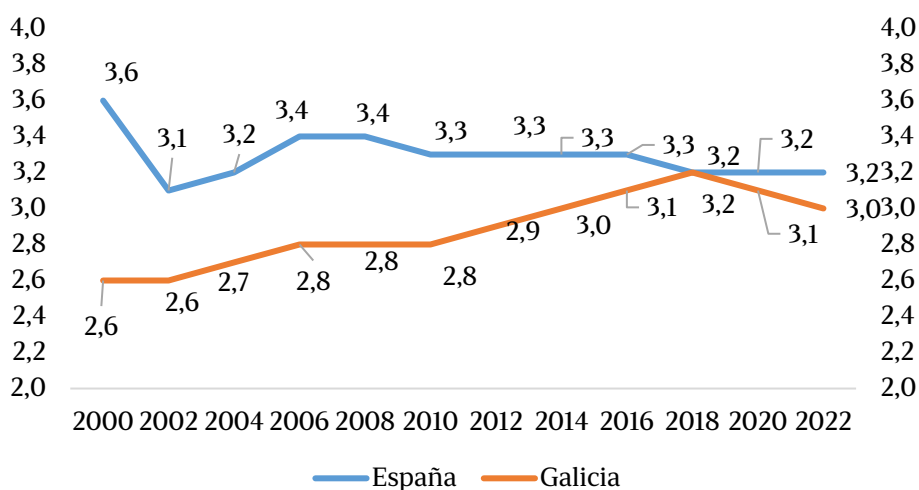


Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Ao longo da serie temporal analizada, o número de museos e coleccións museográficas por 100.000 habitantes é nun principio inferior en Galicia que no conxunto do Estado. Porén, como se pode observar na seguinte gráfica, as diferenzas vanse estreitando ata confluír no ano 2020 cun índice idéntico de 3,2 museos por cada 100.000 habitantes. No último ano do período a distancia é mínima: 3,2 museos no total de España e 3,1 na comunidade galega.



Evolución do número de museos e coleccións museográficas censados por 100.000 habitantes



Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Os museos de tipo etnográfico e antropológico, os de belas artes e os especializados son os máis numerosos, xa que constitúen o 22%, 15,9% e 12,2% respectivamente do total. No conxunto estatal tamén teñen unha presenza importante os etnográficos e antropológicos (16,5%) e os de belas artes (13,4%), xunto cos arqueolóxicos (12,5%).

As tipoloxías que máis se incrementaron na comunidade galega entre 2000 e 2022 foron os de belas artes, que pasaron de contar con dous espazos museísticos a 13; os de ciencia e tecnoloxía (de 1 a 5) e os de arqueoloxía (de 2 a 6). No total de España, o maior aumento correspóndelles aos museos de historia, que pasaron de 50 a 140 espazos, seguidos dos de belas artes (de 85 a 200) e arte contemporánea (de 69 a 136).

Evolución dos museos e coleccións museográficas por tipoloxía

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>												
Arqueolóxico	158	155	156	168	180	172	173	178	191	191	188	187
Arte contemporánea	69	83	86	106	122	130	126	131	134	133	130	136
Artes decorativas	18	27	28	27	29	30	33	29	28	24	25	27
Belas artes	85	160	208	192	183	228	227	220	218	185	196	200
Casa-museo	72	65	66	75	95	93	92	87	86	84	87	88
Ciencia e tecnoloxía	39	37	37	37	59	55	56	57	62	63	62	68
Ciencias naturais e Hª natural	37	45	50	51	55	59	58	54	57	58	59	62
De sitio	27	31	38	47	59	49	37	35	36	36	37	36
Especializado	222	123	121	130	148	147	140	144	152	156	163	162
Etnografía e antropoloxía	156	160	202	228	241	256	262	261	262	250	248	246
Xeral	141	148	146	160	151	142	144	138	141	134	133	139
Historia	50	81	79	96	106	108	111	129	133	145	144	140
Outros	51	22	21	26	27	10	5	5	4	2	2	1
<i>Galicia</i>												
Arqueolóxico	2	3	2	2	3	3	5	5	6	6	6	6
Arte contemporánea	2	6	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
Artes decorativas	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
Belas artes	2	2	17	17	13	16	15	15	15	15	14	13
Casa-museo	7	6	7	5	5	6	7	8	8	8	8	8
Ciencia e tecnoloxía	1	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	5
Ciencias naturais e Hª natural	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1

De sitio	1	2	2	2	1	1	-	-	-	-	-	-
Especializado	14	16	5	7	7	7	7	7	7	8	9	10
Etnografía e antropoxía	11	15	13	11	14	16	18	18	18	20	17	18
Xeral	14	9	9	11	11	8	9	10	10	10	10	9
Historia	5	5	5	3	4	5	5	5	6	7	8	6
Outros	5	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Entre 2008 e 2022 obsérvase unha evolución significativa na distribución da superficie total útil dos museos e coleccións museográficas en Galicia, en comparación co conxunto de España. Así, nesta comunidade autónoma, a tendencia mostra un incremento no número de espazos museísticos con menos de 1.001 m², que pasa de 42 museos en 2008 a 51 en 2022. Simultaneamente, o número de museos con 1.001 m² ou máis variou lixeiramente, polo que se mantén unha cifra de arredor dos 30-34 museos na maior parte do período, cun lixeiro descenso de ata 31 en 2022. Con todo, a proporción de museos grandes e pequenos non mudou substancialmente ao longo da serie.

No ámbito estatal tamén se percibe unha suba da cantidade de museos de menor tamaño (menos de 1.001 m²): de 660 espazos en 2008 pasouse a 844 en 2022, un incremento dun 27,9%. Paralelamente, os museos de maior tamaño (de 1.001 m² ou máis) tamén aumentaron: mentres que en 2008 se contaba con 498 museos, este número creceu ata os 648 en 2022, o que supón un incremento dun 30,1%. No caso de Galicia, o incremento dos espazos máis pequenos durante a serie temporal é dun 21,4% fronte ao 34,8% dos máis grandes. Aínda que o aumento das grandes instalacións foi superior, as de menor tamaño seguen a representar o 62,2% do total dos museos galegos, 5,6 puntos porcentuais por riba do conxunto estatal (56,6%).

Evolución dos museos e coleccións museográficas segundo superficie total útil en metros cadrados

	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>								
Menos de 1.001 m ²	660	711	743	760	783	768	834	844
1.001 m ² ou máis	498	547	554	566	577	585	634	648
Non consta	297	221	167	142	144	108	6	-
<i>Galicia</i>								
Menos de 1.001 m ²	42	43	43	46	48	51	49	51
1.001 m ² ou máis	23	28	30	31	31	33	34	31

.....

Non consta 4 2 3 2 2 1 0 -

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Un 54,9% dos museos galegos non cobran tarifas de entrada, mentres que a porcentaxe no total España baixa lixeiramente ata o 49,8%. Entre os que si teñen tarifa, a opción de que esta sexa de balde para determinados colectivos é utilizada por un 42,7% dos espazos museísticos galegos e por un 43,7% dos do conxunto estatal.

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas segundo tipo de tarifa

		2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>												
	Total	54,4	59,9	56,6	55,3	56,9	56,4	58,9	56,9	55,6	52,2	50,2
Con tarifa	Completa	46,4	43,6	46,2	49,3	48,9	52,5	58,2	56,5	53,5	51,6	50,2
	Reducida a determinados colectivos	36,9	36,8	38,3	41,4	39,0	43,9	44,7	45,4	44,2	42,4	43,4
	Gratuíta a determinados colectivos	31,8	32,7	34,8	37,6	35,4	40,2	41,0	39,6	41,6	39,6	43,7
	Exclusivamente gratuito	45,6	40,1	43,4	44,7	43,1	43,6	41,1	43,1	44,4	47,8	49,8
<i>Galicia</i>												
	Total	45,7	52,9	50,7	50,7	46,6	50,0	49,4	46,9	48,2	45,8	45,1
Con tarifa	Completa	44,3	50,0	43,3	50,7	45,2	48,7	49,4	46,9	48,2	45,8	45,1
	Reducida a determinados colectivos	27,1	31,4	25,4	34,8	32,9	36,8	38,0	35,8	35,3	37,3	40,2
	Gratuíta a determinados colectivos	34,3	41,4	31,3	39,1	39,7	42,1	41,8	43,2	43,5	37,3	42,7
	Exclusivamente gratuito	54,3	47,1	49,3	49,3	53,4	50,0	50,6	53,1	51,8	54,2	54,9

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Ao longo dos anos, obsérvanse flutuacións nas porcentaxes de museos con distintos tipos de tarifas, aínda que a tendencia xeral presenta unha inclinación cara á gratuidade ou ao cobro de tarifas reducidas para colectivos específicos.

Máis da metade dos museos e coleccións museográficas de Galicia son exclusivamente de balde, cunha porcentaxe lixeiramente superior á media estatal ao longo de toda a serie temporal. En 2022, os museos e coleccións museográficas que ofrecen entrada totalmente gratuíta en Galicia

son 45 dos 82, máis da metade dos espazos. Entre os que cobran unha entrada, a maioría sitúase en cifras baixas e son menos dun 5% os que cobran máis de 6€.

Evolución dos museos e coleccións museográficas segundo prezo da entrada

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>												
Só gratuíto	556	518	497	651	637	638	638	603	647	649	704	743
Ata 1 €	52	45	40	81	84	78	78	80	72	62	45	39
Máis de 1 € ata 2 €	240	241	211	240	226	225	225	264	245	225	210	195
Máis de 2 € ata 3 €	99	150	159	195	196	219	219	250	264	243	212	194
Máis de 3 € ata 4 €	13	39	50	69	79	89	89	90	89	81	94	86
Máis de 4 € ata 5 €	17	18	28	50	59	61	61	65	74	75	72	78
Máis de 5 € ata 6 €	7	5	13	23	24	27	27	36	45	53	56	63
Máis de 6 €	4	11	15	34	40	70	70	72	68	73	81	94
Non consta	137	110	225	112	134	57	57	8	-	-	-	-
<i>Galicia</i>												
Só gratuíto	35	38	33	34	39	38	38	40	43	44	45	45
Ata 1 €	5	6	9	7	8	9	9	7	7	9	4	2
Máis de 1 € ata 2 €	16	16	14	16	15	15	15	19	16	16	15	13
Máis de 2 € ata 3 €	6	8	9	9	8	9	9	9	9	9	8	8
Máis de 3 € ata 4 €	-	-	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2
Máis de 4 € ata 5 €	-	1	2	1	1	0	0	0	2	3	4	4
Máis de 5 € ata 6 €	-	-	-	0	0	1	1	1	2	2	3	4
Máis de 6 €	-	-	-	0	0	1	1	0	0	0	2	4
Non consta	4	1	2	1	1	1	1	0	-	-	-	-

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

En Galicia, a tendencia xeral é a mantense como museos de acceso libre, pese a ter unha porcentaxe lixeiramente maior de museos con restricións, en comparación coa media estatal nos últimos anos rexistrados. A porcentaxe de museos con acceso restrinxido é notablemente baixa, xa que constitúe só un 4,8% dos museos en Galicia e un 2% no conxunto estatal en 2022. Isto significa que case toda a oferta museística está dispoñible sen restricións significativas para o público, aínda que existen algunhas excepcións que poden deberse a razóns de conservación, seguridade ou especificidades da colección.

.....

Evolución dos museos e coleccións museográficas segundo tipo de acceso

	España		Galicia	
	Acceso libre	Acceso restrinxido	Acceso libre	Acceso restrinxido
2002	1.111	26	67	3
2004	1.216	22	66	4
2006	1.326	17	65	2
2008	1.429	26	68	1
2010	1.458	21	71	2
2012	1.455	9	75	1
2014	1.441	27	79	0
2016	1.475	29	81	0
2018	1.436	25	84	1
2020	1.444	30	79	4
2022	1.465	27	78	4

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

A maior parte dos museos abren fundamentalmente de martes a venres e as fins de semana, mentres que o luns é o día laborable no que pechan máis. En Galicia abren menos os festivos que no conxunto estatal.

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas por días de apertura ao público

	España					Galicia				
	Luns	Martes a venres	Fins de semana	Festivos	Non consta	Luns	Martes a venres	Fins de semana	Festivos	Non consta
2002	31,0	79,2	72,2	55,2	12,8	54,3	90,4	70,0	35,7	4,3
2004	27,2	77,1	73,3	53,6	18,3	50,0	92,9	85,7	44,3	2,9
2006	32,0	89,8	89,1	60,2	-	49,3	95,5	89,6	49,3	-
2008	29,9	85,4	83,7	61,2	-	42,0	94,2	89,9	59,4	-
2010	29,6	88,2	85,3	59,8	-	43,8	93,2	86,3	52,1	-
2012	30,5	84,7	82,4	60,5	-	46,1	92,1	89,5	47,4	-
2014	30,7	90,2	88,6	63,1	-	43,0	94,9	91,1	48,1	-
2016	32,3	93,6	91,8	70,0	-	44,4	95,1	92,6	48,1	-
2018	31,3	92,5	89,0	65,8	-	42,4	96,5	91,8	45,9	-
2020	30,9	94,2	89,7	67,1	-	42,2	95,2	88,0	47,0	-
2022	30,8	94,0	89,5	67,4	-	42,7	97,6	86,6	47,6	-

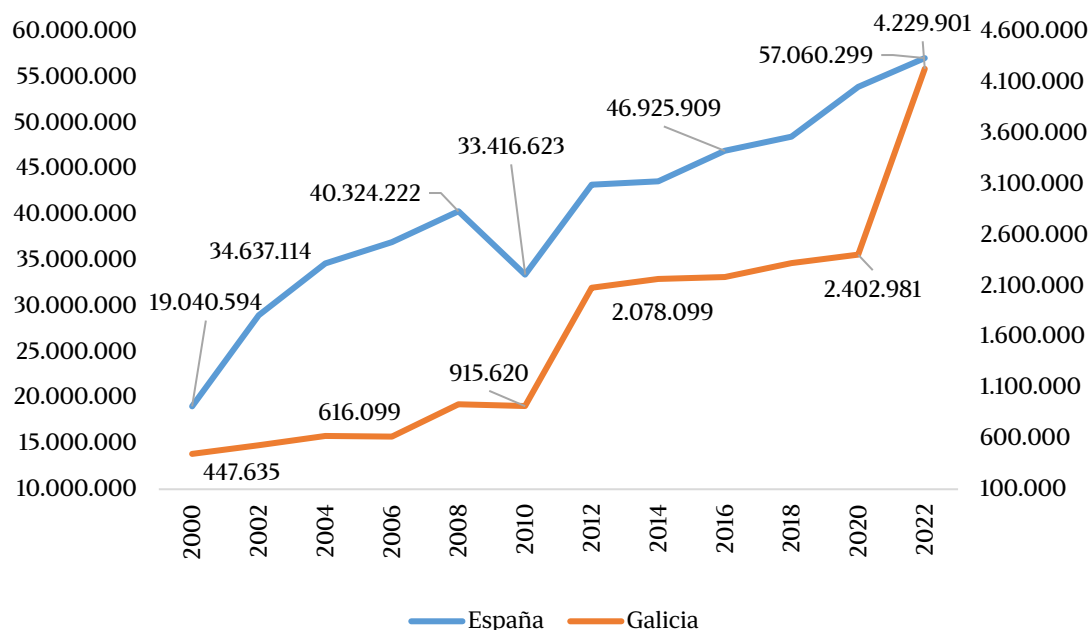
Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

2.2 Fondos museísticos, exposicións e outras actividades

Os museos e coleccións museográficas de Galicia aumentaron os seus fondos entre os anos 2000 e 2022 en máis de 3,7 millóns de unidades (38 millóns no conxunto do Estado). O primeiro crecemento significativo no caso

da comunidade galega produciuse no ano 2012, cun incremento interanual dun 127% con respecto a 2010: pasou de 915.620 a superar os 2 millóns. O segundo aumento destacable acontece en 2022, cunha suba de 1.826.920 fondos en relación con 2020 (case o dobre) e un incremento dun 76%.

Evolución do total dos fondos dos museos e coleccións museográficas



Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

En 2022 a porcentaxe máis elevada de fondos inventariados foi a relacionada coas ciencias naturais (52,7%), cunha evolución moi irregular ao longo da serie e subas concentradas nos anos 2008, 2010, 2014 e 2020. Tras este tipo de temática, a etnografía e antroploxía constitúen un 21,1% dos fondos inventariados en 2022 (8,6% no total do Estado) pero, como sucedía coa anterior clasificación, o comportamento é moi desigual con cotas porcentuais moi elevadas nos anos 2012 (37,4%), 2016 (36,5%) e 2018 (32,5%). O mesmo sucede cos fondos arqueolóxicos e de arte, que amosan unha forte disparidade no decurso do tempo.

No conxunto de España, as temáticas de maior presenza no último ano son as ciencias naturais (36,9%) e a arqueoloxía (30,6%), cunha evolución moi regular ao longo dos últimos 22 anos.

Evolución da porcentaxe de fondos inventariados en museos e coleccións museográficas, segundo clasificación temática dos fondos da colección estable

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>												
Arqueoloxía	31,7	43,3	29,4	27,3	34,3	29,8	35,5	35,1	34,8	32,8	33,9	30,6
Arte	3,4	4,8	2,8	3,0	2,9	3,3	5,4	5,7	6,7	5,0	4,7	9,3
Artes decorativas	1,4	3,1	1,1	1,4	1,3	2,4	1,3	1,0	1,0	1,1	1,0	0,9
Ciencia e tecnoloxía	0,6	0,5	0,4	0,6	0,4	0,5	0,5	0,5	0,7	0,8	0,7	0,9
Ciencias naturais	30,8	41,6	46,0	44,3	42,5	40,7	39,3	40,0	36,9	35,4	40,5	36,9
Etnografía e antropoloxía	23,2	2,3	10,1	10,1	9,9	12,4	5,8	5,0	10,8	10,2	9,4	8,6
Historia	1,5	1,8	1,3	1,7	6,0	7,2	8,3	6,5	7,3	11,9	6,3	10,5
Outros	7,5	2,6	8,9	11,7	2,6	3,7	4,0	6,1	1,8	2,8	3,4	2,3
<i>Galicia</i>												
Arqueoloxía	34,1	33,4	37,0	33,3	23,8	20,6	7,2	4,5	8,3	11,2	4,9	7,8
Arte	31,8	33,3	23,7	23,2	16,4	16,6	8,8	4,9	9,1	8,8	4,7	3,4
Artes decorativas	4,0	5,7	3,2	3,7	2,3	2,3	1,1	0,5	1,0	1,4	0,8	0,5
Ciencia e tecnoloxía	0,5	0,7	0,5	2,0	1,4	1,3	0,5	0,7	1,4	1,4	0,6	0,6
Ciencias naturais	9,3	8,5	5,7	6,4	34,3	34,3	16,9	55,6	16,3	17,1	54,1	52,7
Etnografía e antropoloxía	9,2	9,1	6,3	6,7	4,8	5,9	37,4	19,5	36,5	32,5	19,8	21,1
Historia	6,5	5,9	4,4	5,3	3,1	3,4	1,5	1,1	24,1	4,6	1,7	2,6
Outros	4,7	3,3	19,3	19,4	14,0	15,6	26,5	13,2	3,4	23,0	13,4	11,4

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

A porcentaxe de fondos inventariados das coleccións estables dos museos e coleccións museográficas que, ou ben foron incluídos no catálogo sistemático ou ben informatizados, incrementouse notablemente en 2022, tanto na comunidade galega como no conxunto estatal. A cifra total de fondos inventariados supera os 3 millóns en Galicia, cifra que supón un 9,2% do total dos fondos inventariados en España. No que se refire aos fondos informatizados e accesibles por Internet, experimentaron un ascenso significativo, cun incremento de 40,6 puntos porcentuais entre 2012 e 2022. Os museos galegos, cun 18,6% dos fondos inventariados informatizados e con acceso por Internet, supera en 10,7 puntos porcentuais a media estatal.



Evolución dos fondos inventariados nos museos e coleccións museográficas, segundo tratamento técnico da colección estable

	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>						
Total fondos inventariados	19.135.203	17.254.345	20.342.378	22.877.106	23.946.611	33.973.728
Incluídos en catálogo sistemático	19,7	36,5	47,2	43,1	44,3	41,2
Informatizados	25,7	32,5	47,5	42,1	45,6	41,4
Informatizados e accesibles por Internet	2,9	5,1	6,2	6,7	8,6	7,9
<i>Galicia</i>						
Total fondos inventariados	910.327	3.311.955	787.672	839.834	918.108	3.132.659
Incluídos en catálogo sistemático	37,8	16,6	61,6	76,8	53,2	72,4
Informatizados	28,5	33,9	60,0	56,8	45,5	69,1
Informatizados e accesibles por Internet	3,6	0,9	2,9	3,7	10,8	18,6

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

A realización de exposicións temporais é unha práctica frecuente. En 2022 un 48,8% dos museos galegos realizaron exposicións temporais, o que supón un incremento de 3,4 puntos porcentuais con respecto a 2020, pero 9,7 menos que en 2018, ano no que se rexistrou a porcentaxe máis elevada. No conxunto do territorio español a porcentaxe de museos que organizaron exposicións temporais é máis elevada que en Galicia, xa que supera o 56%. Ao igual que en Galicia, o ano no que se realizaron máis exposicións temporais foi en 2018, no que un 67% dos museos de España albergaron estas mostras.

Con respecto ao número medio de exposicións temporais, pode comprobarse que en Galicia medrou a cifra nestes 20 anos, xa que pasou de 3,4 exposicións en 2002 a 5,3 en 2022. O ano no que se realizaron máis mostras foi en 2018, con 7,6 de media. No conxunto de España apréciase a tendencia á diminución, xa que pasan de 6,2 de media en 2002 a 4,5 en 2022.

Evolución dos museos e coleccións museográficas que realizaron exposicións temporais

	España		Galicia	
	Porcentaxe	Nº medio de exposicións temporais	Porcentaxe	Nº medio de exposicións temporais
2002	45,8	6,2	45,7	3,4
2004	41,0	5,6	48,6	6,7
2006	42,8	6,1	41,8	7,6
2008	44,5	5,2	40,6	7,4
2020	45,2	4,8	39,7	5,1

2012	48,1	5,1	38,2	4,8
2014	57,6	5,8	50,6	5,6
2016	61,6	4,8	50,6	5,4
2018	67,0	4,7	56,5	4,9
2020	39,2	3,4	43,4	3,8
2022	56,6	4,5	48,8	5,3

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

As actividades que realizan unha maior porcentaxe de museos e coleccións museográficas son as educativas destinadas a grupos específicos. En concreto, en Galicia a porcentaxe de museos que organiza este tipo de actividades é dun 65,9% en 2022, 4,9 puntos porcentuais máis ca no conxunto de España. A evolución temporal mostra un aumento deste tipo de eventos tanto en Galicia como no total estatal. A segunda actividade máis frecuente é a de conferencias, que acada unha taxa dun 47,6% en Galicia e un 36,1% no total de España, onde a actividade que acada o segundo posto é a organización de cursos e seminarios, cunha participación dun 37,9% dos museos.

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas segundo actividades realizadas

	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>											
Actividades educativas para grupos específicos	46,0	41,5	46,2	53,2	52,9	57,7	52,3	59,0	64,8	46,3	61,0
Concertos	22,4	21,0	21,4	24,5	23,8	25,7	23,8	27,8	32,5	14,9	27,7
Conferencias	37,6	30,3	33,1	33,5	31,3	32,7	29,9	34,3	39,8	19,9	36,1
Cursos ou seminarios	28,4	23,9	26,1	31,2	33,1	33,1	32,6	36,5	42,6	26,5	37,9
Proxeccións	15,9	15,5	17,9	18,8	20,1	21,2	21,3	26,5	29,6	17,6	22,7
Outras actividades	26,8	15,6	9,9	12,3	28,4	30,4	30,7	37,2	44,8	25,0	37,5
<i>Galicia</i>											
Actividades educativas para grupos específicos	55,7	48,6	46,3	52,2	53,4	51,3	57,0	58,0	65,9	49,4	65,9
Concertos	32,9	25,7	25,4	15,9	26,0	22,4	30,4	27,2	32,9	21,7	29,3
Conferencias	51,4	40,0	34,3	29,0	23,3	22,4	38,0	33,3	42,4	26,5	47,6
Cursos ou seminarios	32,9	30,0	26,9	30,4	34,2	26,3	38,0	39,5	49,4	41,0	45,1
Proxeccións	42,9	28,6	31,3	27,5	21,9	13,2	27,8	25,9	36,5	27,7	30,5
Outras actividades	52,9	21,4	13,4	23,2	24,7	27,6	39,2	40,7	47,1	32,5	43,9

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

2.3 Outros equipamentos e características

Ao redor da metade dos museos e coleccións museográficas posúen biblioteca tanto en Galicia (56,1%) como no total de España (48,4%). Outros dous equipamentos que teñen unha presenza importante son os salóns de actos e as salas de audiovisuais, equipamento este último que experimenta un incremento moi salientable. O desenvolvemento de actividades didácticas tamén se sitúa como un dos servizos máis ofertados, cun forte crecemento entre 2008 e 2022.

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas segundo dispoñibilidade de servizos e equipamentos (táboa 1)

	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>								
Obradoiro de restauración	23,8	22,8	24,3	24,0	23,7	24,8	25,0	25,6
Laboratorio fotográfico	7,1	5,9	6,9	6,1	6,5	7,0	8,7	9,2
Biblioteca	43,8	40,4	43,4	43,5	45,1	47,9	47,6	48,4
Salón de actos	32,9	32,7	35,2	35,8	39,1	40,7	41,2	43,0
Sala audiovisual	31,4	30,1	31,8	32,7	36,5	40,7	40,5	41,9
Sala de investigadores	14,0	16,2	19,7	19,6	22,0	23,5	23,9	27,2
Espazo para actividades didácticas	33,3	32,9	37,0	38,2	42,5	46,5	46,8	48,7
<i>Galicia</i>								
Obradoiro de restauración	21,7	20,5	22,4	25,3	24,7	24,7	22,9	25,6
Laboratorio fotográfico	5,8	2,7	2,6	3,8	3,7	4,7	4,8	4,9
Biblioteca	59,4	61,6	61,8	58,2	60,5	62,4	54,2	56,1
Salón de actos	34,8	37,0	36,8	38,0	44,4	47,1	45,8	48,8
Sala audiovisual	18,8	28,8	28,9	31,6	34,6	35,3	36,1	37,8
Sala de investigadores	10,1	17,8	25,0	25,3	27,2	25,9	27,7	30,5
Espazo para actividades didácticas	27,5	34,2	32,9	40,5	44,4	48,2	44,6	51,2

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Entre os espazos que experimentaron un aumento destacable atópanse as salas de investigadores, que pasaron de ser equipamentos cos que contaban só un 10,1% dos museos galegos a estaren presentes nun 30,5% nos últimos 20 anos. Pola contra, a porcentaxe de museos que contan cun obradoiro de restauración apenas se incrementou, situándose no 25,6% en 2022, unha porcentaxe similar á do conxunto do Estado.

Máis do 90% dos museos e coleccións museográficas ofrecen información sobre a exposición permanente. Trátase dun dos servizos prioritarios destes espazos xunto coas visitas guiadas. A evolución de ambos indi-

cadores é bastante regular ao longo do período de estudo. Tamén experimentaron un incremento destacable as guías en soporte electrónico e a información accesible.

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas segundo dispoñibilidade de servizos e equipamentos (táboa 2)

		2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>									
Información sobre	Total	63,6	66,5	75,1	74,2	77,5	83,6	87,3	89,5
exposición permanente	En sala	50,9	55,0	64,0	63,8	66,8	73,7	77,2	82,4
	Outra información	49,3	53,3	60,7	58,2	62,0	65,8	64,7	65,3
Guías en soporte electrónico		9,2	11,0	13,8	14,0	14,2	16,3	18,7	22,8
Visitas guiadas		61,0	56,7	63,9	61,6	66,2	71,7	70,8	71,3
Información accesible a persoas con discapacidade		14,3	17,9	19,9	18,8	21,3	23,0	25,4	28,3
<i>Galicia</i>									
Información sobre	Total	75,4	72,6	76,3	79,7	80,2	85,9	85,5	90,2
exposición permanente	En sala	65,2	63,0	68,4	72,2	74,1	80,0	77,1	82,9
	Outra información	49,3	47,9	57,9	55,7	56,8	67,1	67,5	72,0
Guías en soporte electrónico		5,8	11,0	11,8	12,7	14,8	14,1	20,5	24,4
Visitas guiadas		71,0	75,3	73,7	78,5	82,7	87,1	83,1	85,4
Información accesible a persoas con discapacidade		18,8	11,0	15,8	19,0	23,5	27,1	28,9	24,4

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Un dos servizos que experimentou un forte incremento entre 2008 e 2022 foi o acceso para persoas con discapacidade: máis da metade dos museos e coleccións museográficas galegas contan con el na actualidade. A presenza de espazos como librarías/tenda e cafeterías e restaurante non se incrementa ao longo da serie e crece timidamente o alugueiro de espazos a terceiros.

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas segundo dispoñibilidade de servizos e equipamentos (táboa 3)

		2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>									
Tenda/librería		37,5	33,9	36,7	37,7	38,4	40,9	38,6	40,5
Cafetería/restaurante		11,3	10,7	11,7	11,3	11,3	12,7	11,1	11,7
Acceso a persoas con discapacidade		40,4	39,5	42,7	42,3	47,3	53,5	53,4	56,1
Aluguer de espazos a terceiros		10,8	11,6	14,5	15,8	16,3	17,9	17,9	19,3
Control ambiental		25,9	24,7	24,7	23,6	26,1	29,1	29,9	36,7
Aparcadoiro público		21,5	20,8	20,8	22,4	23,5	25,6	25,9	29,4
<i>Galicia</i>									
Tenda/librería		42,0	35,6	39,5	41,8	38,3	37,6	34,9	40,2
Cafetería/restaurante		8,7	6,8	7,9	6,3	4,9	4,7	3,6	7,3

Acceso a persoas con discapacidade	37,7	45,2	43,4	36,7	40,7	48,2	54,2	57,3
Aluguer de espazos a terceiros	5,8	8,2	9,2	10,1	11,1	10,6	9,6	12,2
Control ambiental	82,6	53,4	46,1	34,2	38,3	44,7	33,7	37,8
Aparcadoiro público	21,7	23,3	28,9	29,1	28,4	30,6	30,1	35,4

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

No último ano de referencia, un 91,5% dos museos e coleccións museográficas de Galicia contaba con páxina web, máis do dobre que no ano 2004. No conxunto estatal o comportamento é similar, cunha porcentaxe en 2022 dun 97,1% de museos con respecto ao 49,4% do principio do período analizado. Os indicadores relacionados cos servizos proporcionados a través da páxina web que experimentaron un maior incremento entre 2004 e 2022 na comunidade galega foron, ademais da propia dispoñibilidade desta, a investigación científica, a comunicación de visitantes ao museo e os servizos en liña, igual que no total de España, aínda que neste caso os incrementos foron algo menores.

Os datos comparados entre 2020 e 2022 tamén mostran unha importante suba nos servizos proporcionados polos museos galegos á investigación científica, que pasaron dun 20,5% a un 26,6%. No conxunto estatal o indicador que máis aumentou foi a comunicación do museo a visitantes, que pasa do 40,6% en 2020 ao 52,4% en 2022. En xeral, a dispoñibilidade de páxina web e a información a visitantes son as prestacións ofrecidas pola maior porcentaxe dos espazos museísticos.

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas, segundo dispoñibilidade e servizos proporcionados pola páxina web

	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>										
Con páxina web	49,4	57,2	72,2	79,2	81,7	86,1	87,3	92,2	94,4	97,1
Información básica a visitantes	27,9	35,4	52,9	54,4	60,4	61,9	65,0	73,7	81,5	84,8
Visita virtual	-	-	17,7	15,5	17,5	19,2	18,9	17,7	20,1	23,1
Acceso a coleccións	-	-	14,1	15,6	17,8	18,4	19,8	21,8	24,6	26,3
Actividades educativas	9,7	11,0	15,4	18,8	22,5	24,3	25,8	26,8	29,5	30,8
Investigación científica	5,0	5,4	11,8	13,3	15,8	16,4	17,6	18,5	19,5	22,0
Comunicación do museo a visitantes	17,2	21,0	22,5	24,6	28,4	29,5	31,8	35,1	40,6	52,4
Comunicación de visitantes ao museo	11,1	13,3	28,6	34,8	39,2	40,9	43,8	46,1	50,3	54,0
Servizos en liña										
Total	5,7	7,1	8,7	11,1	13,0	13,1	15,0	17,9	20,6	24,0
Venda de entradas	-	-	1,8	2,2	3,5	3,8	5,5	8,4	11,0	14,4

	Outros	-	-	6,0	8,9	10,0	10,2	10,8	11,0	12,2	17,2
<i>Galicia</i>											
Con páxina web	44,3	53,7	73,9	80,8	77,6	81,0	77,8	84,7	86,7	91,5	
Información básica a visitantes	32,9	40,3	65,2	69,9	72,4	69,6	71,6	76,5	83,1	89,0	
Visita virtual	-	-	14,5	11,0	17,1	25,3	27,2	25,9	24,1	28,0	
Acceso a coleccións	-	-	8,7	13,7	15,8	19,0	18,5	22,4	24,1	28,0	
Actividades educativas	8,6	6,0	11,6	20,5	21,1	19,0	19,8	22,4	30,1	32,9	
Investigación científica	2,9	1,5	10,1	11,0	14,5	16,5	19,8	18,8	20,5	26,8	
Comunicación do museo a visitantes	20,0	11,9	27,5	27,4	26,3	26,6	27,2	28,2	39,8	48,8	
Comunicación de visitantes ao museo	10,0	4,5	31,9	38,4	43,4	45,6	46,9	54,1	53,0	61,0	
	Total	4,3	1,5	4,3	6,8	11,8	15,2	14,8	12,9	24,1	25,6
Servizos en liña	Venda de entradas	-	-	0,0	0,0	2,6	2,5	2,5	3,5	4,8	8,5
	Outros	-	-	2,9	6,8	11,8	13,9	13,6	10,6	19,3	22,0

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

A presenza de asociacións de amigos dos museos é algo superior na comunidade galega en comparación co conxunto estatal ao longo da serie temporal estudada. Con todo, son maioría os museos e coleccións museográficas que non contan con este tipo de asociacións. A evolución temporal mostra unha tendencia ao aumento maior se se compara co resto de España ao longo do período 2002-2022. Estas asociacións desempeñan un papel importante á hora de brindar apoio, tanto económico como de voluntariado, para o mantemento das actividades museísticas e a difusión da cultura. A proporción de museos que contan con este tipo de asociacións mantense relativamente estable dende 2004 e acada a cifra máis elevada na última anualidade de referencia, que indica que un terzo de museos galegos dispón destas asociacións.

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas segundo existencia de asociación de amigos

	España		Galicia	
	Si	Non	Si	Non
2002	16,1	83,9	17,1	82,9
2004	16,2	83,8	31,4	68,6
2006	18,3	81,7	28,4	71,6
2008	18,2	81,8	29,0	71,0
2010	20,6	79,4	28,8	71,2
2012	23,0	77,0	30,3	69,7
2014	24,0	76,0	29,1	70,9
2016	23,7	76,3	24,7	75,3
2018	25,5	74,5	31,8	68,2



2020	25,9	74,1	30,1	69,9
2022	27,4	72,6	32,9	67,1

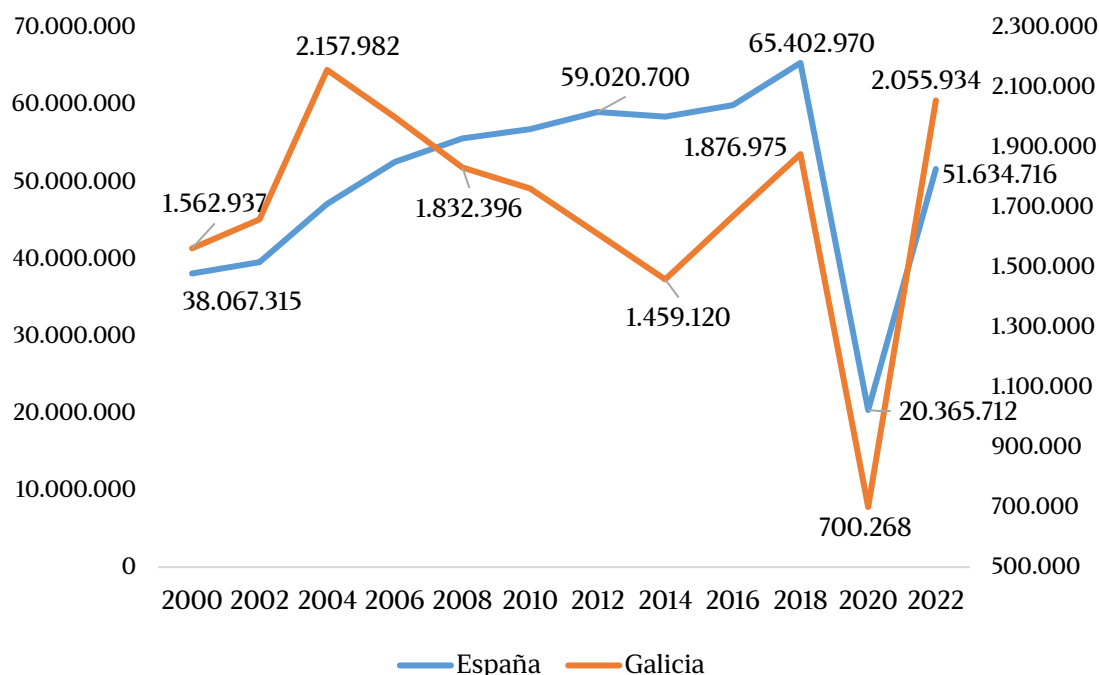
Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

2.4 Evolución da cifra estimada de visitantes

A porcentaxe estimada de visitantes presenta unha tendencia bastante diferenciada entre España e Galicia. Na comunidade galega acada a súa cota máxima en 2002 e comeza a descender progresivamente ata 2020 para incrementarse de novo ao final do período ata superar os dous millóns de visitantes, cifra moi semellante á do comezo da serie. Porén, no conxunto estatal a liña de tendencia é claramente alcista e regular ata 2018, cando acada o valor máximo. Logo do descenso acontecido por mor da pandemia, produciuse unha suba importante pero quedou moi lonxe dos máis de 65 millóns de visitantes acadados en 2018: concretamente, a cifra de visitantes diminuíu en case 14 millóns de visitantes.

Evolución do número de visitantes⁵¹ totais nos museos e coleccións museográficas

DOCUMENTOS
DE TRABALLO
CCG



Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

⁵¹ A partir de 2012 aparecen como visitantes estimados.

Se se observan as cifras de visitantes por museo, pódese comprobar que en Galicia aumenta de maneira significativa entre 2002 e 2004 (un 30%), máis do triplo que no total de España. Desde 2004 ata 2014 este indicador en Galicia diminúe en máis de 12.000 persoas, cando se acada a cifra máis baixa de visitantes por museo, agás en 2020, que foi o ano da pandemia e moitos museos permaneceron pechados. Volveu recuperarse durante tres anos e en 2022 superou os 25.000 visitantes por museo, cifra que supón un incremento dun 19,2% con respecto a 2002. No conxunto de España mantívose estable ata 2016, aumentando a cifra de visitantes ata o ano 2018 que se incrementou un 12,4% con respecto a 2016. O ano 2020 rexistrou un descenso dun 69,1% de visitantes por museo e logo foise recuperando ata acadar unha cifra moi similar á de 2002, pero algo máis baixa. Non obstante, en todo o período a proporción de visitantes por museo en Galicia é arredor dun terzo menor que no conxunto estatal.

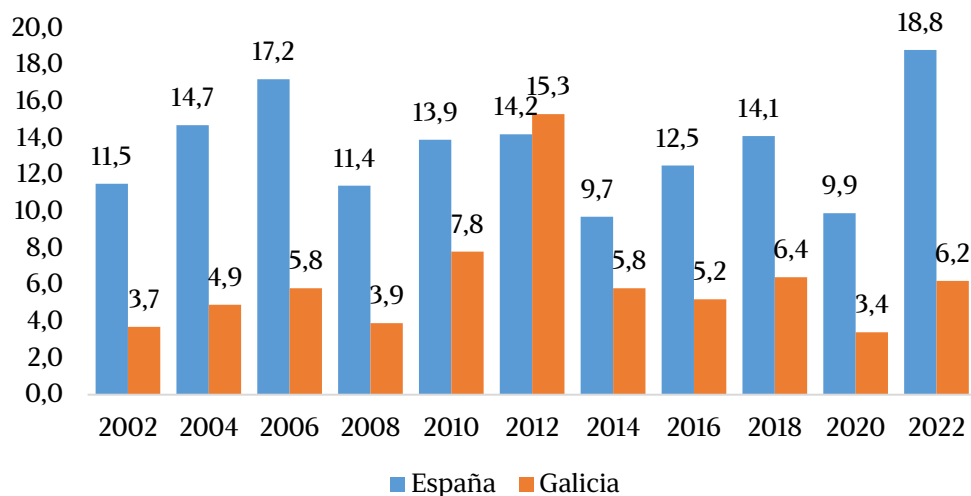
Evolución do número de visitantes por museo

	España	Galicia
2002	34.775	23.706
2004	38.053	30.828
2006	39.119	29.859
2008	38.209	26.556
2010	38.401	24.145
2012	40.315	21.201
2014	39.795	18.470
2016	39.833	20.620
2018	44.766	22.082
2020	13.827	8.437
2022	34.608	25.072

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

A porcentaxe de visitantes estranxeiros presentan unha evolución moi irregular, con fortes variacións interanuais. En 2022 a taxa de visitantes estranxeiros aos museos galegos acadou un 6,2% do total, cifra moi semellante á atopada en 2018. No conxunto de España esta cifra de público estranxeiro acadou a taxa máis elevada dos últimos 20 anos, cun total do 18,8% de asistentes procedentes doutros países.

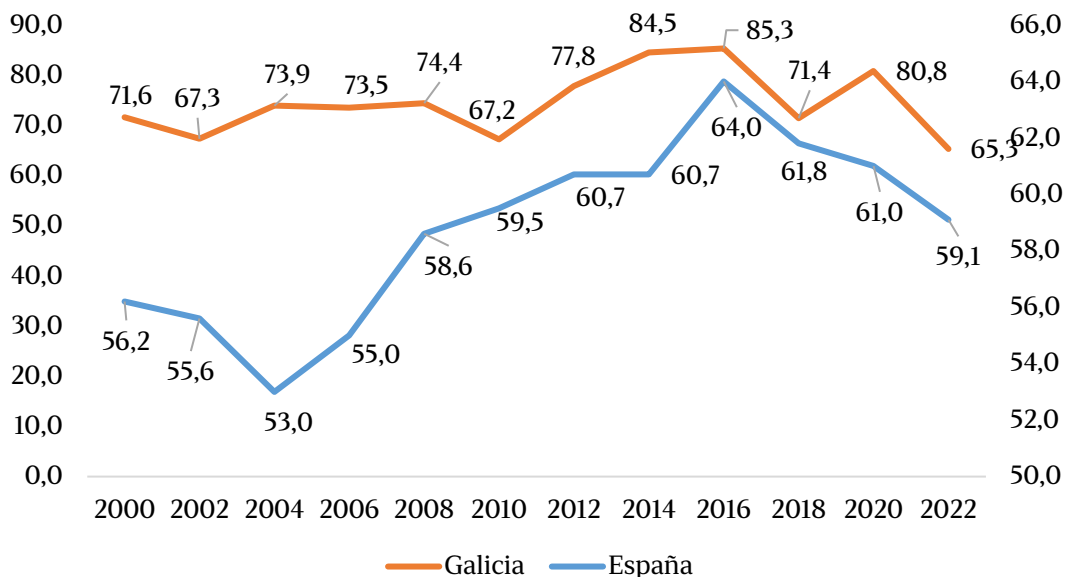
Evolución da porcentaxe de visitantes estranxeiros nos museos e coleccións museográficas



Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Na maioría dos museos pódese entrar de balde. A tarifa gratuíta aplícase no 80,8% destes espazos en Galicia, cifra que supón case 20 puntos porcentuais por riba da acadada no total de España, unha diferenza que se mantén ao longo da serie temporal.

Evolución da porcentaxe de visitantes nos museos e coleccións museográficas con tarifa gratuíta



Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Como se puido ver na gráfica anterior, a opción da gratuidade é a máis habitual seguida da tarifa completa que se aplica ao redor dun 12% dos museos en Galicia e dun 26,6% no conxunto de España. En cambio, a reducida é a menos utilizada, aínda que se aplica case o dobre no total do Estado que en Galicia: 12,5% e 6,9% respectivamente.

Evolución da porcentaxe de visitantes nos museos e coleccións museográficas, segundo tipo de tarifa

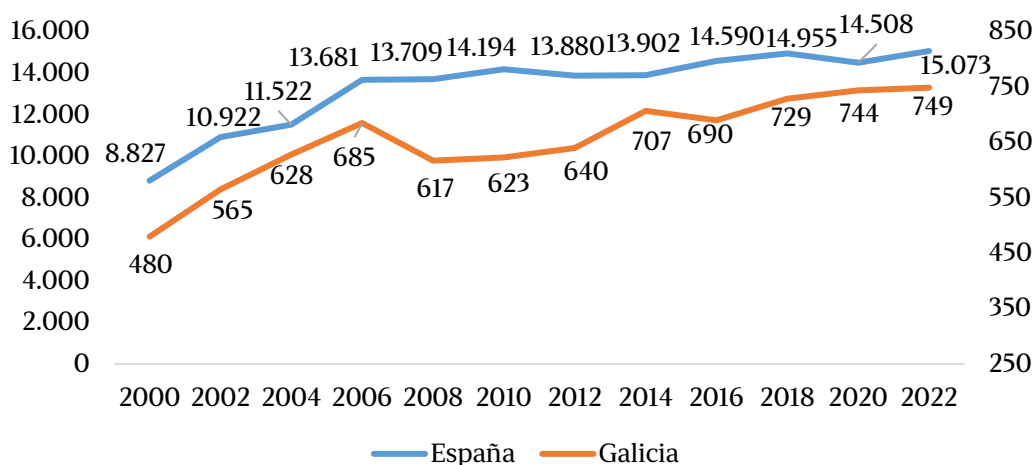
	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>												
Completa	30,3	29,7	30,1	27,3	28,7	27,6	27,1	24,6	22,0	23,7	26,6	27,7
Reducida	13,6	14,8	16,9	17,7	12,8	12,9	12,2	14,7	13,9	14,5	12,5	13,2
Gratuíta	56,2	55,6	53,0	55,0	58,6	59,5	60,7	60,7	64,0	61,8	61,0	59,1
<i>Galicia</i>												
Completa	22,9	27,4	17,3	17,3	15,6	20,7	12,1	8,2	7,3	16,5	12,3	21,8
Reducida	5,5	5,4	8,7	9,2	10,0	12,1	10,1	7,3	7,4	12,1	6,9	13,0
Gratuíta	71,6	67,3	73,9	73,5	74,4	67,2	77,8	84,5	85,3	71,4	80,8	65,3

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

2.5 Emprego

En 2022 Galicia contaba cun cadro de persoal composto por de 749 persoas adscritas aos museos e coleccións museográficas, un 5% do total de España (15.073 persoas). A liña de evolución nestes 22 anos foi positiva, con incrementos dun 56% e un 70,8% respectivamente en ambos os dous casos.

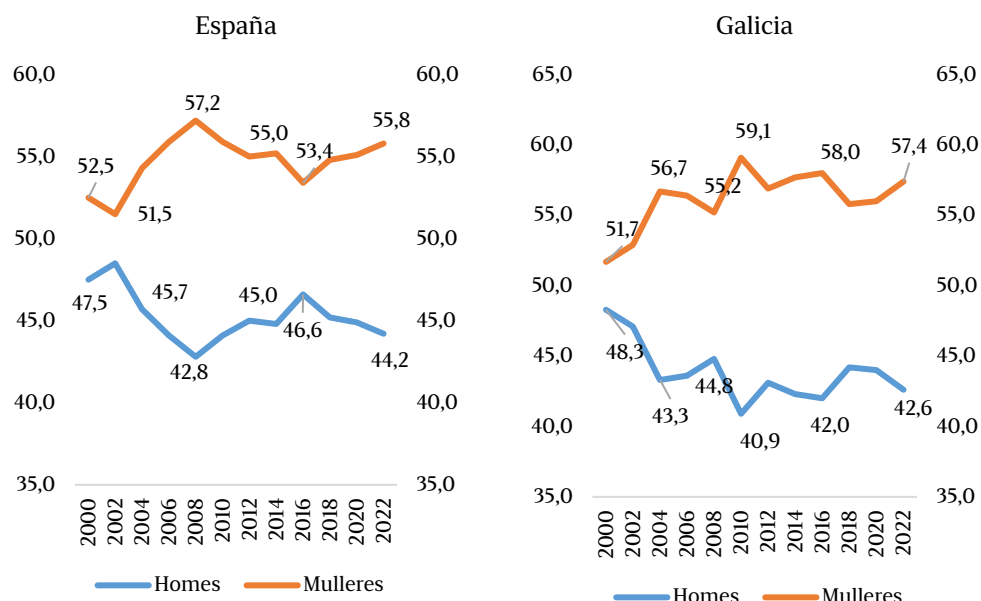
Evolución do total do persoal adscrito aos museos e coleccións museográficas



Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

A presenza da muller é superior á dos homes nos cadros de persoal ao longo de todo o período analizado. En 2022, a porcentaxe de mulleres na comunidade galega é dun 57,4%, 14,8 puntos porcentuais máis ca os homes. No total do Estado a presenza das mulleres redúcese 1,6 puntos e sitúase nun 55,8%, 11,6 puntos máis ca os homes.

Evolución da porcentaxe de persoal adscrito aos museos e coleccións museográficas segundo sexo



Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

A maior parte do persoal traballa a tempo completo, unha situación que se mantén ao longo da serie temporal e que se asenta en 2022 nun 72,9% no caso de Galicia e un 75,5% no conxunto estatal.

Evolución da porcentaxe de persoal adscrito aos museos e coleccións museográficas, segundo tipo de xornada

	España		Galicia	
	A tempo completo	A tempo parcial	A tempo completo	A tempo parcial
2000	82,9	17,1	78,3	21,7
2002	71,8	28,2	67,8	32,2
2004	69,4	30,6	76,1	23,9
2006	68,4	31,6	71,2	28,8
2008	74,4	25,6	75,9	24,1
2010	72,8	27,2	76,2	23,8
2012	73,1	26,9	73,9	26,1
2014	72,6	27,4	74,0	26,0
2016	71,9	28,1	69,6	30,4



2018	71,3	28,7	70,6	29,4
2020	73,4	26,6	73,3	26,7
2022	75,5	24,5	72,9	27,1

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

A situación laboral do persoal é maioritariamente remunerada permanente, cunha evolución positiva entre 2002 e 2022 e un incremento moi significativo en Galicia que supera o 67% en contraste co 14,9% do total España. En 2022, un 79% do cadro de persoal que traballaba en Galicia e un 75,4% no conxunto estatal era permanente. En cambio, o persoal temporal remunerado descendeu un 63,9%, de tal xeito que acaba en Galicia un 11,3%, case 5 puntos menos que no resto do Estado (16,1%). O persoal non remunerado e o voluntariado ocupan un 6,8% e un 2,8% respectivamente en Galicia, mentres que no total de España supoñen un 4,3% en ambos os dous casos.

Evolución da porcentaxe de persoal adscrito aos museos e coleccións museográficas, segundo situación laboral

DOCUMENTOS
DE TRABAJO
CCG

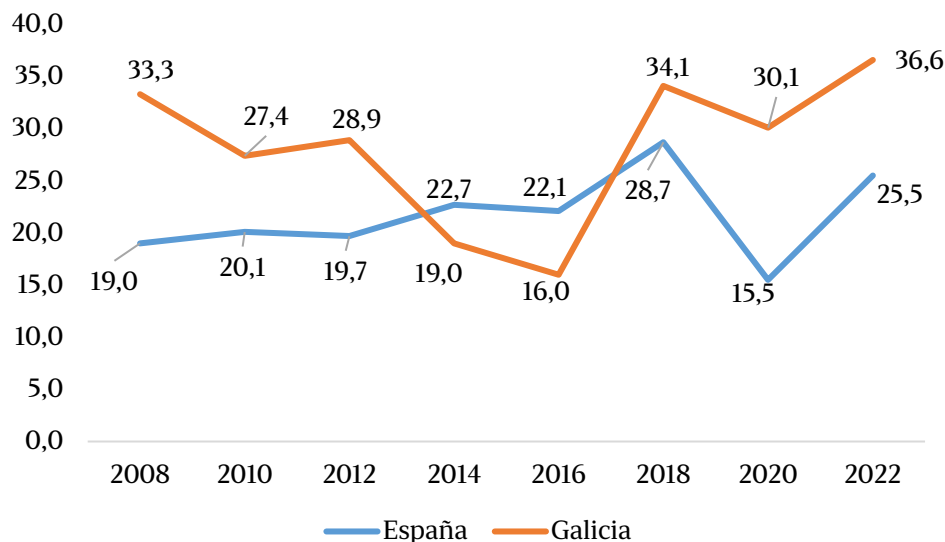
		2002	2004	2006	2008	2010	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>												
Remunerado	Permanente	65,6	63,3	57,4	63,8	69,4	71,8	72,4	71,8	69,4	72,7	75,4
	Temporal	15,3	16,8	20,1	23,3	19,0	15,9	15,6	16,3	18,4	17,1	16,1
Non remunerado		7,5	8,7	9,9	6,0	5,5	4,9	5,0	5,0	4,9	3,9	4,3
Voluntario		11,6	11,2	12,5	6,9	6,1	7,4	7,0	7,0	7,3	6,3	4,3
<i>Galicia</i>												
Remunerado	Permanente	47,1	63,7	61,6	72,9	77	79,5	77,7	79,6	76,4	79,7	79
	Temporal	31,3	20,4	17,5	14,1	11,7	9,7	11,3	9,0	11,1	12,8	11,3
Non remunerado		6,4	11,1	11,8	9,1	7,1	7,2	7,3	6,8	7,0	5,9	6,8
Voluntario		15,2	4,8	9,1	3,9	4,2	3,6	3,7	4,6	5,5	1,6	2,8

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

A presenza de bolseiros/as ou estudantes en prácticas sitúase en 2022 nun 36,6% nos museos e coleccións museográficas galegos e nun 25,5% nos do conxunto do Estado. A evolución é positiva, aínda que Galicia experimentou certo descenso entre os anos 2014 e 2026 e o total España en 2020.



Evolución da presenza de bolseiros/as ou estudantes en prácticas nos museos e coleccións museográficas



Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

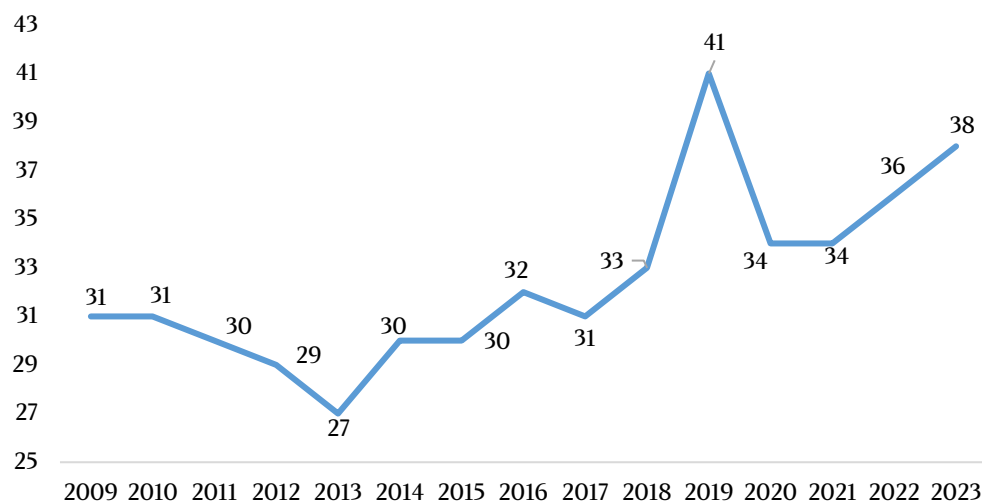
2.6. Emprego e actividade empresarial nas entidades privadas dos museos

Este apartado recolle a información de emprego e empresas inscritas baixo o epígrafe 9102 (actividade de museos) da CNAE-2009, que comprende entidades privadas dedicadas á explotación dalgúns museos de titularidade privada e aqueles que fornecen servizos como montaxe de exposicións, comisariado, xestión integral de espazos museísticos, etc. Non se inclúen todos os provedores de servizos dos museos que poden estar incluídos noutros epígrafes, como transportistas, iluminación, son, etc.

O ano 2023 Galicia contaba cun total de 38 empresas dedicadas a actividades de museos, 7 máis que en 2009. Como se pode observar na seguinte gráfica, a evolución ao longo dos 14 anos estudados presenta unha variación irregular debido posiblemente a factores imprevistos relacionados con cambios económicos, políticas culturais ou intereses no sector. Con todo, en xeral a liña de tendencia é ascendente, cun número total de empresas en aumento que alcanza o pico en 2019 con 41 entidades, tras o

cal se experimentou unha caída significativa en 2020, probablemente debido á pandemia, antes de estabilizarse e volver a crecer nos seguintes anos.

Evolución do número de empresas dedicadas a actividades de museos en Galicia



Fonte : Elaboración propia, a partir da información desagregada a nivel provincial da CNAE-2009 a catro díxitos (9102), publicados pola Seguridade Social

No ámbito provincial, Pontevedra con 13 entidades, é a provincia con maior porcentaxe de empresas (34,2%) seguida por Lugo e A Coruña, con 11 e 10 entidades respectivamente e, por último, Ourense con 4. En canto á evolución da cifra deste tipo de empresas entre 2009 e 2023, destaca a provincia de Pontevedra cunha tendencia de crecemento, especialmente salientable desde 2018. Algo similar sucede co aumento que experimenta a provincia de Lugo en 2023, ano no que conta con 11 empresas, o número máis elevado para a provincia no período analizado.

Evolución do número de empresas dedicadas a actividades museísticas por provincia

	Galicia	A Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra
2009	31	12	6	2	11
2010	31	10	6	2	13
2011	30	10	6	2	12
2012	29	12	7	2	8
2013	27	11	8	2	6
2014	30	12	8	3	7
2015	30	10	10	3	7
2016	32	9	9	3	11
2017	31	10	9	3	9

2018	33	10	9	3	11
2019	41	13	10	5	13
2020	34	9	8	5	12
2021	34	10	8	4	12
2022	36	10	9	4	13
2023	38	10	11	4	13

Fonte : Elaboración propia, a partir da información desagregada a nivel provincial da CNAE-2009 a catro díxitos (9102), publicados pola Seguridade Social

En canto ao emprego, en 2023 había un total de 162 traballadores e traballadoras, 6 máis que en 2009, distribuídos por provincias da seguinte maneira: 78 na Coruña, 18 en Lugo, 9 en Ourense e 57 en Pontevedra. Ao longo do período estudado, a cifra de persoal empregado experimentou certas alteracións que posiblemente reflicten algúns cambios na demanda de servizos culturais, investimentos no sector cultural, impacto de factores económicos externos, etc.

A Coruña é a provincia que mantén durante toda a serie temporal o maior volume de emprego, xa que supera durante moitos anos o 50% do total galego. Con todo, mostra variacións salientables: mentres que o pasado ano 2023 absorbía un 48,1% do total, en 2009, por exemplo, superaba o 62% ata acadar a súa cota máxima en 2013 con máis do 70%. A provincia de Pontevedra é a segunda en número de persoas que traballan en museos, cunha porcentaxe sobre o total que oscila entre o 35,2% en 2023 e o 25% en 2009, mais presenta unha tendencia xeral de crecemento, especialmente notable a partir de 2016.

As provincias de Lugo e Ourense, aínda que contan cun volume de persoal moito máis baixo, amosan algunhas variacións. Lugo destaca por un aumento progresivo de profesionais nos primeiros 10 anos de estudo, entre 2009 e 2019, ano este último no que acada o maior número de efectivos dedicados a museos (28), mentres que Ourense experimenta un lixeiro crecemento entre o 2019 e 2021 e, aínda que perde profesionais nos dous últimos anos da serie temporal, semella facelo con certa estabilidade.

Evolución do número de traballadores/-as dedicados a actividades de museos, por provincia

	Galicia	A Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra
2009	156	97	15	5	39
2010	167	115	12	5	35

DOCUMENTOS DE TRABALLO



2011	171	116	13	4	38
2012	170	110	12	3	45
2013	167	118	15	3	31
2014	133	76	14	10	33
2015	139	82	19	7	31
2016	156	85	19	11	41
2017	134	59	20	11	44
2018	177	99	20	9	49
2019	165	74	28	12	51
2020	138	55	23	11	49
2021	139	66	16	13	44
2022	160	76	15	11	58
2023	162	78	18	9	57

Fonte : Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE 2009)

Ao longo dos anos, o número total de persoal contratado no réxime xeral experimentou unha lixeira variación e os profesionais autónomos mantivéronse relativamente estables con pequenas fluctuacións. O rango porcentual de profesionais autónomos con respecto ao total en Galicia varía entre aproximadamente un 10,9% e un 16,4% durante o período de 2009 a 2023.

Evolución do número de traballadores/-as dedicados a actividades de museos, segundo réxime de afiliación á Seguridade Social

	Xeral	Autónomo
2009	132	24
2010	143	24
2011	149	22
2012	148	22
2013	144	23
2014	114	19
2015	121	18
2016	138	18
2017	112	22
2018	152	25
2019	147	18
2020	120	18
2021	120	19
2022	140	20
2023	140	22

Fonte : Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE 2009)

En conxunto, os datos indican que, aínda que houbo variacións ano a ano, hai unha base de emprego estable, con lixeiras tendencias de crecemento en certos momentos.

2.7 Fontes de financiamento

Entre 2012 e 2022, a análise das fontes de ingresos revela que, ao longo do período, a proporción de entidades con ingresos xerados pola propia institución experimentaron unha diminución.

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas financiadas por ingresos xerados pola propia institución

	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>						
Total	71,3	71,6	69,3	65,0	58,7	59,2
Por venda de entradas	54,9	56,9	56,9	51,0	43,6	50,8
Por outros ingresos	52,4	46,1	39,4	36,6	37,4	38,5
<i>Galicia</i>						
Total	68,4	68,4	55,6	60,0	59,0	57,3
Por venda de entradas	48,7	48,1	43,2	44,7	43,4	45,1
Por outros ingresos	53,9	48,1	28,4	29,4	36,1	34,1

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

No que respecta á achega económica das institucións da Unión Europea e do Estado, compróbase que se mantivo relativamente estable, cun lixeiro aumento en certos momentos.

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas financiadas polo sector público

	2012	2014	2016	2018	2020	2022
<i>España</i>						
Total	72,3	80,7	81,1	85,8	86,6	88,1
UE	1,0	1,1	1,3	2,1	2,0	3,4
Administración xeral do Estado	8,2	11,1	10,4	12,2	12,8	14,5
Administración autonómica	22,7	32,4	30,8	34,2	39,5	45,7
Administración local	43,8	66,0	66,2	66,2	75,6	84,7
<i>Galicia</i>						
Total	76,3	83,5	82,7	85,9	80,7	85,4
UE	1,3	0,0	3,0	2,7	1,5	1,4
Administración xeral do Estado	7,9	12,1	10,4	15,1	16,4	14,3
Administración autonómica	38,2	40,9	32,8	38,4	50,7	68,6
Administración local	52,6	65,2	67,2	64,4	77,6	91,4

Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

En canto ás achegas privadas, Galicia mostra unhas porcentaxes notablemente máis altas que a media nacional (arredor do 40%).

Evolución da porcentaxe de museos e coleccións museográficas financiadas por achegas privadas

	España	Galicia
2012	30,1	43,4
2014	33,9	43,0
2016	28,6	44,4
2018	25,4	44,7
2020	25,5	42,2
2022	26,5	42,7

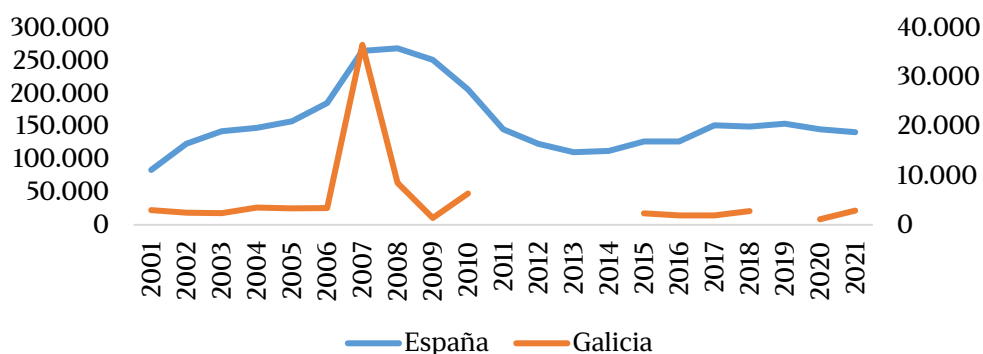
Fonte: Ministerio de Cultura y Deporte. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

2.8 Gasto público en museos

A seguinte táboa mostra cifras de evolución do gasto total liquidado en museos pola Xunta de Galicia en comparación coa media do de todas as administracións autonómicas do Estado entre 2001 e 2021 e nela pode observarse un incremento considerable entre os anos 2001 e 2008. En xeral, este incremento ten relación cun aumento do gasto para a dotación de novos equipamentos e, no que se refire ao caso concreto de Galicia, reflicte a realización de investimentos e transferencias de capital extraordinarias, posiblemente co mesmo fin.

A partir do inicio da crise económica de 2008, o gasto nestes equipamentos comeza a descender de forma evidente, mentres que dende os anos 2011 e 2012 apréciase certa estabilidade. Cómpre sinalar que en Galicia hai anos nos que os datos non están dispoñibles.

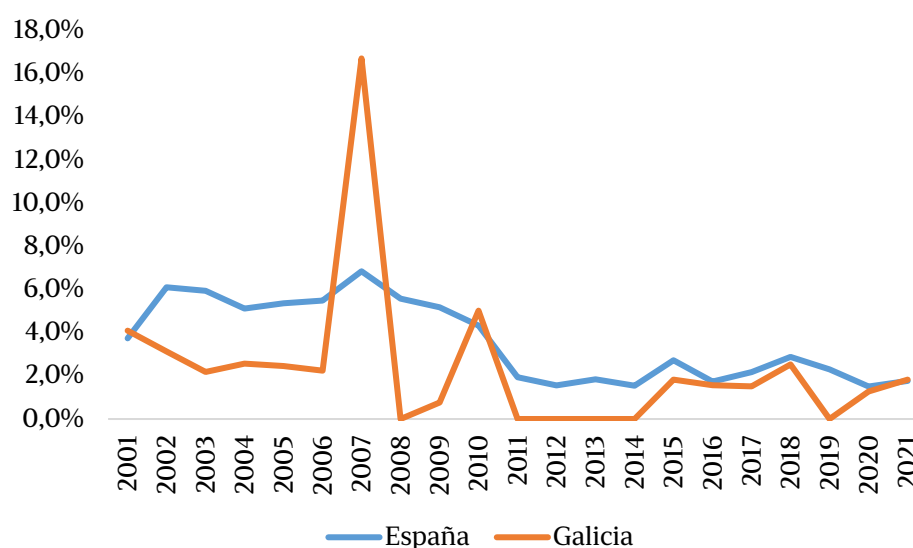
Evolución do gasto público das Administracións autonómicas en museos



Fonte: MCUD. Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura, MHFP. Estadística de Liquidación de los Presupuestos de las Comunidades Autónomas

Dado que cos datos accesibles nesta estatística non é posible comparar o gasto corrente entre as distintas administracións, analízase a proporción do gasto en investimentos e transferencias de capital para museos sobre o total do gasto en cultura co fin de apreciar a diferenza entre Galicia e o total de España. Tal como se observa na seguinte gráfica de evolución, no conxunto estatal a proporción do gasto en investimentos e transferencias de capital foi maior que na comunidade galega, agás en 2007 e 2010.

Evolución do gasto en investimentos e transferencias de capital en museos e porcentaxe respecto do gasto en cultura

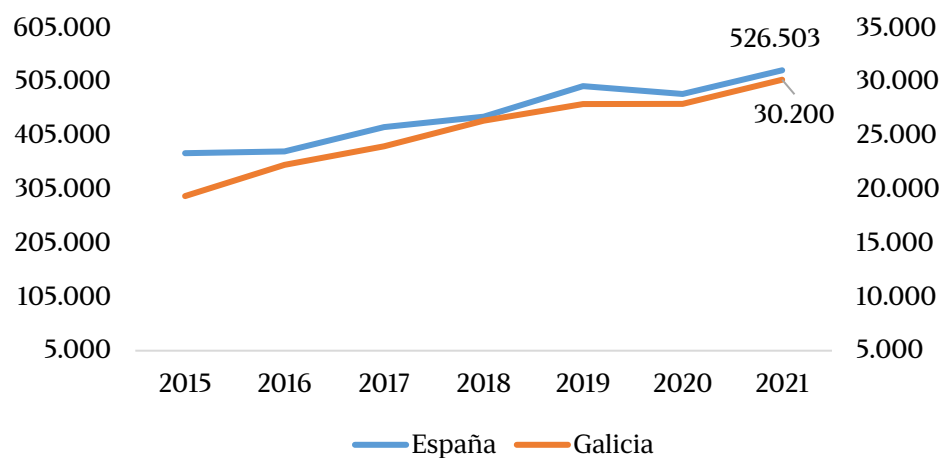


Fonte: MCUD. Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura, MHFP. Estadística de Liquidación de los Presupuestos de las Comunidades Autónomas

Ao analizar o gasto público en equipamentos culturais e museos das administracións locais⁵² (concellos e deputacións provinciais), obsérvase que a tendencia do gasto total é ascendente. En cifras absolutas, o gasto durante o período 2015-2021 incrementouse 14 puntos porcentuais máis na comunidade galega (55,9%) que no total estatal (41,5%). No último ano, o gasto en Galicia superou os 30 millóns de euros e no conxunto de España os 526 millóns de euros.

⁵² Os equipamentos culturais e os museos están integrados no mesmo capítulo orzamentario, polo que non hai unha desagregación que corresponda só a museos.

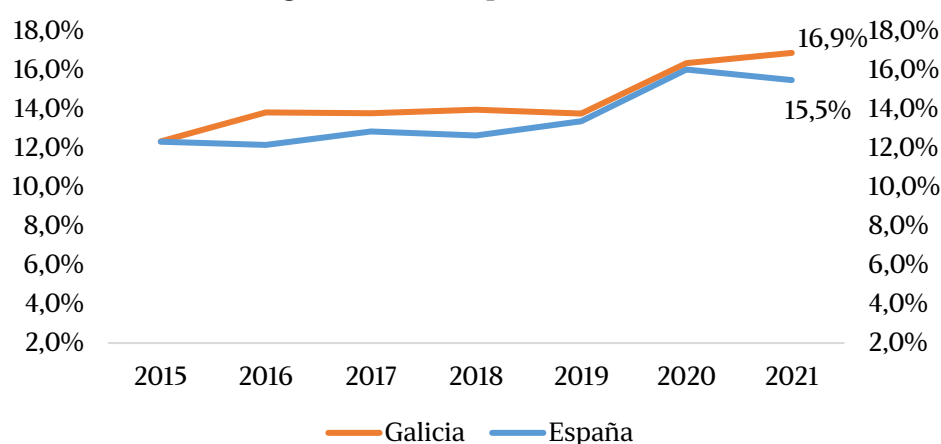
Evolución do gasto total liquidado en equipamentos culturais e museos polas administracións locais



Fonte: MCUD. Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura, MHFP. Estadística de Liquidación de los Presupuestos de las Comunidades Autónomas

En termos porcentuais, o gasto das administracións locais neste concepto sobre o gasto total en cultura oscila entre un 12,2% e un 12,4% no conxunto do Estado, e entre un 16,1% e un 16,9% en Galicia. Cómpre salientar que nos dous últimos anos da serie temporal é cando máis crece o gasto en equipamentos culturais e museos sobre o total: un 16,9% en Galicia e un 15,5% no conxunto de España.

Evolución da porcentaxe do gasto liquidado en equipamentos culturais e museos sobre o total do gasto en cultura polas administracións locais



Fonte: MCUD. Estadística de Financiación y Gasto Público en Cultura, MHFP. Estadística de Liquidación de los Presupuestos de las Entidades Locales.

2.9 Perfil dos museos e coleccións museográficas en Galicia

O 32,9% dos museos e coleccións museográficas en Galicia reciben 3.000 visitantes estimados ou menos, un 13,4% máis de 40.000 e outro 13,4% entre 20.000 e 40.000. A maior parte, un 52,4%, teñen 5.000 visitantes ou menos ao ano.

Número de museos e coleccións museográficas en Galicia por intervalos de visitantes estimados

Intervalos de visitantes estimados	Museos e coleccións museográficas	Porcentaxe
Máis de 40.000	11	13,4
Máis de 20.000 ata 40.000	11	13,4
Máis de 5.000 ata 20.000	17	20,7
Máis de 3.000 ata 5.000	16	19,5
Igual ou menos de 3.000	27	32,9

Fonte: Ministerio de Cultura. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas 2022

Máis da metade dos museos e coleccións museográficas de Galicia non reciben visitantes estranxeiros (un 52,4%) e o 25,6% entre un 4% e un 10% do total de visitantes. Tan só un 8,5%, é dicir, 7 museos, contan con máis dun 30% de asistentes foráneos.

Número de museos e coleccións museográficas en Galicia por intervalos de porcentaxe de visitantes estranxeiros

Intervalos da porcentaxe de visitantes estranxeiros	Museos e coleccións museográficas	Porcentaxe
Máis do 30%	7	8,5
Máis do 10% ata o 30%	11	13,4
Máis do 4% ata o 10 %	11	13,4
Igual ou menos do 4%	10	12,2
Sen visitantes estranxeiros	43	52,4

Fonte: Ministerio de Cultura. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas 2022

Unha cuarta parte dos museos galegos (un 25,6%) teñen dúas persoas adscritas ou menos e un 39% entre 3 e 5. Os espazos expositivos que contan cun cadro de persoal que supere as 10 persoas supón o 23,1% do total.

Número de museos e coleccións museográficas en Galicia por intervalos de persoal adscrito

Intervalos de persoal adscrito	Museos e coleccións museográficas	Porcentaxe
Máis de 20	6	7,3
Máis de 10 ata 20	13	15,8
Máis de 5 ata 10	10	12,2

Máis de 2 ata 5	32	39,0
Igual ou menos de 2	21	25,6

Fonte: Ministerio de Cultura. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas 2022

Tan só un 12,2% dos museos e coleccións museográficas galegas executan un gasto superior aos 600.000 euros. A maioría destes espazos museísticos (57,3%) sitúanse nun intervalo de gasto de entre 50.000 e 200.000 euros.

Número de museos e coleccións museográficas en Galicia por gastos en euros

Intervalos de gastos (euros)	Museos e coleccións museográficas	
	Museos e coleccións museográficas	Porcentaxe
Máis de 600.000	10	12,2
Máis de 200.000 ata 600.000	12	14,6
Máis de 50.000 ata 200.000	19	23,2
Igual ou menos de 50.000	28	34,1
Non informaron de gastos	13	15,9

Fonte: Ministerio de Cultura. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas 2022

Máis do 85% dos museos e coleccións museográficas en Galicia reciben achegas económicas do sector público, sobre todo da Administración autonómica (58,5%) e a local (78,1%). Un 57,3% conta con ingresos xerados pola propia entidade e un 42,7% con axudas económicas procedentes de achegas privadas.

Número de museos e coleccións museográficas en Galicia por intervalos de fontes de financiamento⁽¹⁾

Fontes de financiación	Museos e coleccións museográficas		
	Museos e coleccións museográficas	Porcentaxe	
<i>A. Ingresos xerados polo propio museo</i>	Si	47	57,3
	Non	35	42,6
A.1. Por venta de entradas	Si	37	45,1
	Non	45	54,8
A.2. Outros ingresos	Si	28	34,1
	Non	54	65,8
<i>B. Ingresos procedentes do sector público</i>	Si	70	85,3
	Non	12	14,6
B.1. Da Unión Europea	Si	1	1,2
	Non	81	98,7
B.2. Da Administración xeral do Estado	Si	10	12,2
	Non	72	87,8
B.3. Da Administración autonómica	Si	48	58,5
	Non	34	41,4
B.4. Ingresos procedentes da Administración local	Si	64	78,0
	Non	18	21,9



C. Ingresos procedentes de achegas privadas	Si	35	42,6
	Non	47	57,3

Fonte: Ministerio de Cultura. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas 2022

(1) Resposta múltiple

Á vista dos datos analizados, a maior parte dos museos galegos son espazos expositivos que reciben menos de 5.000 visitantes, máis da metade non reciben visitas de persoas estranxeiras, case un 77% dispón dun cadro de persoal de menos de 10 persoas, un 50% realiza un gasto inferior a 50.000 euros ao ano e máis do 85% conta coa Administración pública como fonte de financiamento.

3. Museos e hábitos culturais da poboación galega

Este apartado trata sobre a evolución dos hábitos culturais da poboación galega na práctica de visitar museos e establece unha comparativa coa media estatal ao longo dun período de 16 anos, entre 2006 e 2022.

O apartado comeza cunha valoración do grao de interese da cidadanía polos museos e coleccións museográficas. De seguido, estúdase a evolución do hábito de asistencia a estes espazos segundo a frecuencia e número medio de visitas. Outros dos hábitos analizados son a forma na que os visitantes adoitan acudir aos museos, sos ou en compañía de familiares ou amizades, así como o tipo de actividades que máis practican nas súas visitas. Esta parte do traballo tamén se ocupa da influencia das novas tecnoloxías na evolución das visitas virtuais e, por último, pechan o apartado dúas cuestións relacionadas cos principais motivos que interveñen na decisión da poboación galega de non visitar museos en comparación co total de España e o perfil do visitante. Para conformar este perfil utilízanse diferentes indicadores socio-demográficos como idade, sexo, nivel de estudos, hábitat e grao de urbanización da poboación na que residen.

3.1 Valoración dos museos e coleccións museográficas

En primeiro lugar analízanse os datos referentes ao grao de interese da cidadanía polos museos, que se avalía cunha puntuación de 0 a 10. Pode observarse que este interese foi incrementándose ao longo do período ata

acadar unha valoración media de 5 puntos na última enquisa de 2021-2022. Paralelamente, a porcentaxe de persoas que manifesta moi pouco ou ningún interese polos museos foi descendendo durante a serie temporal; aínda así, máis dun cuarto da poboación galega expresa este desinterese. Por outra banda, as puntuacións máis altas experimentan tamén un importante aumento, especialmente aquelas que valoran o seu interese entre un 7 e un 8 e as que o valoran entre 9 e 10 puntos tamén soben notablemente. En resumo, pódese concluír que a poboación galega manifesta un interese cada vez maior por estes equipamentos.

No conxunto do Estado o grao de interese obtén unha puntuación media algo superior en toda a serie temporal e, ao igual que sucede en Galicia, presenta unha liña de evolución ascendente. No último bienio, por exemplo, a valoración máis alta (10-9) é 0,7 puntos superior no total de España, mentres que a que se corresponde con pouco ou nulo interese (2-0) é moito máis elevada en Galicia, concretamente 5,4 puntos de diferenza, como se expón na seguinte táboa.

Evolución da porcentaxe de persoas segundo o grao de interese polos museos en Galicia (escala de 0-10)

	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022
<i>Galicia</i>					
10-9	8,0	9,5	7,8	11,7	13,6
8-7	40,4	19,3	19,8	24,2	27,2
6-5	11,3	27,0	22,5	21,9	24,3
4-3	24,0	11,4	13,4	8,6	8,8
2-0	16,3	32,8	36,5	33,5	26,1
Media	3,8	4,4	4,1	4,6	5,0
<i>España</i>					
10-9	8,6	11,0	9,2	11,9	14,3
8-7	22,5	25,7	25,3	30,4	29,6
6-5	26,4	23,4	24,4	24,3	28,7
4-3	11,4	11,6	12,0	9,0	8,6
2-0	31,0	28,4	29,2	24,5	18,7
Media	4,5	4,8	4,7	5,2	5,6

Fonte: Ministerio de Cultura. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España

3.2 Evolución do hábito de visitar museos

Na análise dos datos por frecuencia de visitas cómpre ter en conta que a información do último bienio reflicte a repercusión da pandemia. Esta influencia negativa evidenciase no bienio 2021-2022, no que o 60,1% da poboación galega non fora a un museo había máis dun ano, case o dobre que

no período 2018-2019. En cambio, se se toma como período de referencia o bienio 2018-2019, pode observarse que a tendencia é claramente crecente, posto que se rexistra a porcentaxe máis elevada de persoas que acudiron a un museo nun ano (35,9%), 10 puntos porcentuais máis que no período 2006-2007. Outro indicador que constata esta evolución positiva reflíctese no bienio 2021-2022, no que tan só un 20,5% da poboación galega afirmou que non fora nunca ou case nunca a estes equipamentos culturais, menos da metade que no período 2006-2007.

No conxunto de España, a porcentaxe de persoas que visitaron un museo no último ano é superior á de Galicia en case 5 puntos porcentuais no período 2018-2019, aínda que no ano 2021-2022 o índice é practicamente o mesmo.

Tanto a evolución positiva da frecuencia na asistencia, como a diminución das persoas que non van nunca ou case nunca a este tipo de espazos son aspectos nos que coinciden a comunidade galega e o total de Estado.

Evolución da porcentaxe de persoas segundo a frecuencia da visita a museos en Galicia

	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022
Total visitaron no último ano	25,9	25,2	27,3	35,9	19,5
Nos últimos tres meses	11,9	12,2	12,6	18,2	11,5
Entre tres meses e un ano	14,0	13,0	14,6	17,7	8,0
Hai máis dun ano	32,4	32,3	28,3	33,3	60,1
Nunca ou case nunca	41,8	42,5	44,4	30,8	20,5
Total visitaron no último ano	31,2	30,6	33,2	40,5	20,1
Nos últimos tres meses	1,1	15,1	16,5	20,0	11,6
Entre tres meses e un ano	16,0	15,5	16,8	20,5	8,5
Hai máis dun ano	33,2	35,9	28,8	36,6	59,5
Nunca ou case nunca	35,7	33,6	28,0	22,9	20,3

Fonte: Ministerio de Cultura. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España

Na análise de frecuencia de visitas nun trimestre, obsérvase que aumentou de forma importante o número de persoas que acudiron a estes espazos no bienio 2018-2019, no que se acada a porcentaxe máis elevada na comunidade galega (18,2%) e un 20% no conxunto do Estado, 5,6 e 3,5 puntos porcentuais respectivamente de suba con respecto ao bienio anterior. Este tipo de visitante, que se podería considerar usuario frecuente, incrementouse case un 53% en Galicia entre 2006 e 2019, mentres que se mantivo

estable no total de España. O mesmo sucede co número medio de visitas por trimestre, mentres que na comunidade galega ascende con respecto a períodos anteriores en ambos os dous casos, agás no último bienio.

Evolución da porcentaxe de persoas que visitaron un museo nun trimestre e número medio de visitas en Galicia

	2006-2007	2010-2011	2014-2015	2018-2019	2021-2022
<i>Galicia</i>					
% respecto á poboación	11,9	12,2	12,6	18,2	11,5
Nº medio de visitas	2,0	2,2	2,1	2,5	2,1
<i>España</i>					
% respecto á poboación	15,1	15,1	16,5	20,0	11,6
Nº medio de visitas	2,1	2,2	2,2	2,5	2,1

Fonte: Ministerio de Cultura. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España

A seguinte táboa contén datos sobre a forma en que adoitan acudir aos museos as persoas que os visitan: unhas tres cuartas partes fano con familiares e amizades. A porcentaxe de persoas que acoden soas aos museos é máis elevada en Galicia que no total de España: 7% fronte a 5,6% no bienio 2018-2019. Os nenos e nenas acostuman ir aos museos cos seus proxenitores e este hábito é mais frecuente na comunidade galega que no conxunto estatal (10,3% fronte a 9,4% no bienio 2018-2019), ao contrario do que sucede coas visitas de grupos escolares, xa que tan só un 3,7% da poboación galega realizou este tipo de visitas nese período, 1,6 puntos porcentuais menos.

Evolución da porcentaxe de persoas que visitaron museos nun ano, segundo acudisen sos ou en compañía a última vez que foron

	2014-2015	2018-2019	2021-2022
<i>Galicia</i>			
Só/soa	7,0	7,0	15
Cos seus fillos ou outros menores	16	10,3	7,0
Con outros familiares ou amigos	65,9	76,2	74,7
Grupo escolar	6,0	3,7	2,3
Outros grupos organizados	5,2	2,9	1,0
<i>España</i>			
Só/soa	5,3	5,6	7,8
Cos seus fillos ou outros menores	12,1	9,4	12,7
Con outros familiares ou amigos	72,1	75,6	73,5
Grupo escolar	6,5	5,3	3,2
Outros grupos organizados	4,0	4,2	2,8

Fonte: Ministerio de Cultura. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España

En relación cos actividades que realizan as persoas nos museos durante as súas visitas, a práctica totalidade van ver a colección permanente ou as exposicións temporais, aínda que hai outro tipo de actividades organizadas polos museos nas que tamén participan. Así, as que máis se realizan son a asistencia a conferencias e proxeccións audiovisuais e as actividades educativas. Neste último caso, a presenza no conxunto estatal é o dobre que na comunidade galega: un 10,2% e un 5,1% respectivamente.

Evolución da porcentaxe de persoas que visitaron museos en Galicia nun ano segundo as actividades que realizaron a última vez que foron

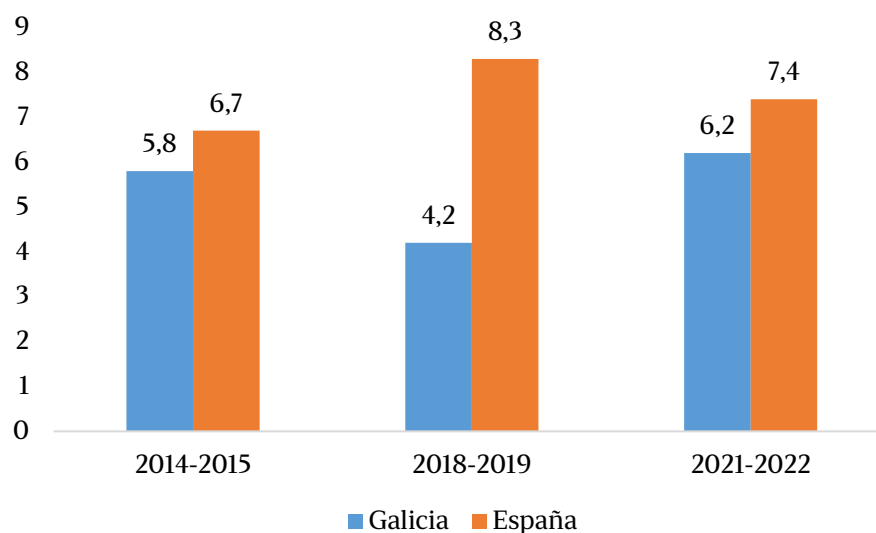
	2014-2015	2018-2019	2021-2022
<i>Galicia</i>			
Visitar a colección permanente ou temporal do museo	95,0	99,1	100
Total	15,1	11,4	10,8
Educativas	7,4	5,0	5,1
Outras actividades			
Cursos, obradoiros, seminarios, xornadas	4,0	4,5	2,9
Conferencias e proxeccións audiovisuais	6,0	5,6	5,1
Concertos e outras actividades escénicas	2,4	3	2,6
<i>España</i>			
Visitar a colección permanente ou temporal do museo	96,3	98,7	99,3
Total	14,0	14,2	16,6
Educativas	5,8	7,1	10,2
Outras actividades			
Cursos, obradoiros, seminarios, xornadas	3,0	4,6	4,5
Conferencias e proxeccións audiovisuais	5,1	7,2	6,3
Concertos e outras actividades escénicas	1,7	2,7	2,3

Fonte: Ministerio de Cultura. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España

Nos últimos anos, co avance das novas tecnoloxías, algúns museos puxeron a disposición do público visitas virtuais aos seus fondos e coleccións. Aínda que polo de agora son minoritarias, a tendencia dende o bienio 2014-2015 ata 2021-2022 é ascendente, cunha suba moi significativa no período 2018-2019, no que a taxa de usuarios de visitas virtuais era dun 4,2% e na comunidade galega é case o dobre ca no conxunto estatal (8,3%). En

2021-2022 a distancia entre o índice de visitas virtuais de Galicia e do total de España redúcense cunha diferenza entre ambos de 1,2 puntos porcentuais.

Evolución das persoas que realizaron no último ano algunha visita virtual a un museo a través de Internet en Galicia



Fonte: Ministerio de Cultura. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España

Os tres motivos que máis inflúen na poboación para non visitar máis os museos son a falta de interese, de tempo e a escaseza de oferta na zona de residencia. A falta de información é outra das causas alegadas, aínda que cun índice bastante afastado das tres primeiras. A seguinte táboa mostra que as motivacións analizadas son variadas, incluído o custo das entradas e a dificultade para conseguilas.

Evolución dos motivos que máis inflúen para non ir máis aos museos en Galicia

	2014-2015	2018-2019	2021-2022
<i>Galicia</i>			
É caro	6,8	6,3	2,6
É difícil conseguir entradas	0,6	0,6	0,3
Hai pouca oferta na súa zona	21,4	22,8	18,1
Hai pouca información	5,9	6,3	3,6
Prefire visitas virtuais	0,1	0,2	0,2
Resúltalle difícil saír da casa	9,4	7,4	4,0
Resúltalle difícil de entender	1,4	1,3	0,4
Non ten tempo	27,8	26,5	19,3
Non ten interese	23,4	22,2	22,3
Non ten con quen ir	3,1	3,2	1,4



Problemas de accesibilidade física ao recinto	-	3,3	1,9
Motivos vinculados á COVID	-	-	26,0
<i>España</i>			
É caro	13,3	11,2	5,0
É difícil conseguir entradas	1,1	1,0	0,7
Hai pouca oferta na súa zona	16,6	15,8	13,4
Hai pouca información	5,8	4,2	4,3
Prefire visitas virtuais	0,3	0,4	0,3
Resúltalle difícil saír da casa	9,8	8,1	4,1
Resúltalle difícil de entender	3,4	1,6	1,0
Non ten tempo	27,2	33,3	21,5
Non ten interese	19,1	20,2	20,2
Non ten con quen ir	3,5	2,3	1,5
Problemas de accesibilidade física ao recinto	-	1,8	1,5
Motivos vinculados á COVID	-	-	26,5

Fonte: Ministerio de Cultura. Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales en España

En Galicia, entre os motivos para non visitar museos obsérvase unha tendencia á baixa na percepción de que o seu prezo é elevado, que pasa dun 6,8% en 2014-2015 a un 2,6% en 2021-2022. Pola súa banda, a dificultade para conseguir entradas mantense relativamente estable, con valores moi baixos. Comparativamente, en España a preocupación polo custo elevado como obstáculo para visitar museos tamén diminúe, aínda que de maneira máis pronunciada, e a dificultade para conseguir entradas presenta tamén unha leve baixada.

A percepción de que a oferta é escasa redúcese lixeiramente ao longo do tempo, xa que pasa dun 21,4% de persoas que consideran que este é un motivo para non visitar museos en 2014-2015 (un 16,6% no conxunto estatal) a un 18,1% en 2021-2022 (un 13,4% no total de España), o que reflicte un incremento na distribución de ofertas.

A falta de tempo como causa para non visitar museos experimenta un descenso importante no período analizado. A comunidade galega pasa dun 27,8% de persoas que alegaban este motivo ao principio da serie temporal a un 19,3% (8,5 puntos porcentuais menos). O mesmo sucede co total de España, que tras un incremento sensible en 2018-2019 (un 33,3%, 6,1 puntos porcentuais máis que en 2014-2015) baixa a un 21,5% en 2021-2022, o que pode indicar un aumento na valoración do tempo dedicado a este hábito cultural.

En canto á falta de interese, as porcentaxes mantéñense altas pero relativamente estables: arredor da quinta parte da poboación alega este motivo para non visitar un museo, cifra que é algo superior en Galicia con respecto ao conxunto do Estado no último bienio de estudo: 22,3% e 20,2% respectivamente.

Os datos sinalan unha tendencia positiva de cara á redución de certas barreiras percibidas para a visita aos museos, especialmente no que se refire ao factor económico.

3.3 Perfil das persoas que visitan os museos

A variable que se refire ao sexo inflúe lixeiramente na frecuencia de asistencia aos museos en Galicia, sobre todo no caso concreto daquelas persoas que se achegan algunha vez ao ano: un 32,5% son mulleres e un 31,5% homes.

Porcentaxe de persoas segundo a frecuencia de asistencia a museos por sexo

	Home	Muller	Total
Algunha vez ao mes	3,5	3,7	3,6
Algunha vez ao ano	31,5	32,5	32,0
Nunca, porque non dispón dese servizo preto do seu fogar	6,3	5,7	6,0
Nunca, por outros motivos	58,7	58,1	58,4

Fonte: IGE. Enquisa estrutural a fogares

A idade é outra das variables que afectan á asiduidade coa que se visitan os museos, xa que canto máis nova é a persoa visitante, maior é a frecuencia da asistencia, sobre todo na opción de algunha vez ao ano: un 56,7% no caso das persoas de entre 5 e 14 anos, un 41,5% das de entre 15 e 29 anos e un 40,1% nas de idades comprendidas entre os 30 e 49 anos. Máis dun 80% das persoas maiores de 65 anos non visitan nunca un museo.

Porcentaxe de persoas segundo a frecuencia de asistencia a museos por idade

	De 5 a 14 anos	De 15 a 29 anos	De 30 a 49 anos	De 50 a 64 anos	De 65 ou máis anos	Total
Algunha vez ao mes	6,0	3,6	4,3	3,8	1,8	3,6
Algunha vez ao ano	56,7	41,5	40,1	27,9	11,0	32,0
Nunca, porque non dispón dese servizo preto do seu fogar	4,4	6,5	5,7	6,4	6,2	6,0
Nunca, por outros motivos	32,9	48,4	50,0	61,9	81,0	58,4

Fonte: IGE. Enquisa estrutural a fogares

O nivel de estudos ten unha gran incidencia. Case un 54% de quen asiste algunha vez ao ano conta con estudos superiores e un 41,7% de quen cursou a segunda etapa de educación secundaria ou pos-secundaria, fronte a un 5,6% das que estudaron educación primaria ou inferior e un 19,6% primeira etapa de educación secundaria. Nestes dous últimos casos un 87,7% e case un 72% non foron nunca a un museo (un 33,2% no caso de que contan con educación superior).

Porcentaxe de persoas segundo a frecuencia de asistencia a museos, por nivel de estudos

	Educación primaria e inferior	Primeira etapa de educación secundaria	Segunda etapa de educación secundaria e pos-secundaria non superior	Educación superior	Total
Algunha vez ao mes	0,4	1,2	3,9	8,7	3,4
Algunha vez ao ano	5,6	19,6	41,7	53,8	29,5
Nunca, porque non dispón dese servizo preto do seu fogar	6,3	7,3	5,9	4,4	6,2
Nunca, por outros motivos	87,7	71,9	48,6	33,2	61,0

Fonte: IGE. Enquisa estrutural a fogares

A frecuencia da asistencia tamén está condicionada polo tamaño do municipio de residencia. Así, máis dun 41% das persoas que residen en concellos de máis de 50.000 habitantes visitaron algunha vez ao ano este tipo de espazos, fronte a un 19,3% das localidades de menos de 10.000 habitantes, nas cales un 69% da poboación non vai nunca. O índice de persoas que visitan museos algunha vez ao ano é bastante similar entre as persoas que residen en municipios de entre 10.000 e 20.000 habitantes (31,8%) e de entre 20.000 e 50.000 (34,8%).

Porcentaxe de persoas segundo a frecuencia de asistencia a museos por tamaño de municipio

	Menos de 10.000 habitantes	Entre 10.000 e 20.000 habitantes	Entre 20.000 e 50.000 habitantes	Máis de 50.000 habitantes
Algunha vez ao mes	1,4	1,9	3,1	6,6
Algunha vez ao ano	19,3	31,8	34,8	41,7
Nunca, porque non dispón dese servizo preto do seu fogar	10,3	8,5	3,8	2,0

Nunca, por outros motivos	69,0	57,8	58,4	49,6
---------------------------	------	------	------	------

Fonte: IGE. Enquisa estrutural a fogares

Á vista dos anteriores datos, o grao de urbanización do concello de residencia é outra variable que inflúe na frecuencia de asistencia a museos. Un 41,7% das persoas que os visita algunha vez ao ano reside en zonas densamente poboadas e un 33,2% en municipios intermedios, fronte a un 18% das que viven en localidades pouco poboadas. De feito, máis dun 70% destas últimas non van nunca a un museo.

Porcentaxe de persoas segundo a frecuencia de asistencia a museos por grao de urbanización do concello

	Zonas densamente poboadas (ZDP)	Zonas intermedias (ZIP)	Zonas pouco poboadas (ZPP)	Total
Algunha vez ao mes	6,6	2,4	1,3	3,6
Algunha vez ao ano	41,7	33,2	18,0	32,0
Nunca, porque non dispón dese servizo preto do seu fogar	2,0	6,6	10,3	6,0
Nunca, por outros motivos	49,6	57,8	70,5	58,4

Fonte: IGE. Enquisa estrutural a fogares

En resumo, o perfil de visitantes de museos en Galicia é o dunha persoa de máis ben nova, con estudos superiores ou que cursou segunda etapa de educación secundaria e pos-secundaria non superior, que reside nun municipio de máis de 10.000 habitantes e, sobre todo, nos que superan os 50.000 habitantes e, en xeral, en zonas con maior densidade de poboación.

Nunha análise agregada da mesma fonte a partir dos microdatos, estimouse un modelo loxístico ordenado xeneralizado coas mesmas variables, ás que se engade a capacidade de gasto (ingresos netos mensuais do fogar). Os resultados son os seguintes:

Efectos marxinais da frecuencia de asistencia a museos

	Algunha vez ao mes	Algunha vez ao ano
<i>Tamaño municipal</i>		
Entre 20.000 e 50.000 habitantes	0,0100***	0,0637***
Máis de 50.000 habitantes	0,0336***	0,1157***
<i>Sexo</i>		
Home	-0,0026	-0,0200***



<i>Nivel de estudos</i>		
Primeira etapa de educación secundaria	0,0083***	0,1045***
Segunda etapa de educación secundaria	0,0314***	0,2448***
Educación superior	0,0637***	0,3446***
<i>Idade</i>		
30-49 anos	-0,0005	-0,0374***
50-64 anos	0,0035	-0,0729***
65 ou máis anos	0,0033	-0,1554***
<i>Ingresos netos no fogar</i>		
De 990€ a 1.600€	0,0072	0,0557***
De 1.600€ a 2450€	0,0125**	0,0785***
Máis de 2.450€	0,0148***	0,1421***

Fonte: Elaboración propia a partir de IGE, Enquisa estrutural a fogares

Nº observacións: 20.813

Pseudo R² 0,1686

NOTA: * p-valor < 0,05, ** p-valor < 0,01, *** p-valor < 0,001

Segundo esta análise, a asistencia a museos vén determinada principalmente polo lugar de residencia, a educación e os ingresos. Canto máis grandes son os concellos nos que se reside maior é a probabilidade de que a súa poboación visite museos, especialmente de forma pouco habitual. O nivel educativo aumenta a probabilidade de visita, o mesmo que os ingresos, se ben neste último caso, o efecto marxinal medio para asistencias mensuais é similar. Para a afluencia máis ocasional o sexo e a idade tamén resultan factores determinantes, xa que ambos teñen un efecto negativo: os homes acoden menos que as mulleres e as persoas de maior idade son menos propensas a asistir que o grupo das máis novas.

4. Os museos galegos dende a perspectiva das persoas usuarias

Este capítulo estrutúrase en tres apartados que conteñen a análise do discurso dos grupos de discusión de persoas usuarias sobre distintos aspectos relacionados cos museos galegos. O primeiro céntrase no concepto que teñen os grupos sobre cales son para elas as actividades que se deben incluír no ámbito da cultura, así como as motivacións principais que lles levan a achegarse aos espazos museísticos.

O segundo afonda no estudo dos hábitos dos/-as visitantes cando deciden acudir a un museo e que cuestións poden influír nesa decisión. Este capítulo trata diferentes aspectos como o emprazamento e tamaño do espazo, os propios gustos persoais, o prezo das entradas, a importancia

da accesibilidade, a asiduidade, o tempo que lle dedican ás visitas e a utilización de visitas virtuais, entre outros.

O terceiro apartado trata da percepción que os grupos teñen sobre as principais características dos museos galegos, a través de dez subapartados, cos que se pretende obter unha visión o máis completa posible dos seus puntos de vista. Entre os contidos que se recollen destacan cuestións relacionadas coas instalacións e o emprazamento dos espazos en Galicia; tipo de centros, fondos e programación; formas de acceso e horarios; características do persoal profesional e recursos tecnolóxicos; servizos; accesibilidade, iniciativas dirixidas ao público infantil; comunicación e, finalmente, estratexias para atraer público.

4.1 Definición de actividades culturais e motivacións para asistir

Antes de afondar sobre o eido dos museos, este subapartado presenta unha achega ao concepto que teñen os grupos sobre o que son as actividades culturais e cales englobarían nesta denominación. Neste sentido, as persoas que participan nos grupos coinciden en incluír no ámbito da cultura unha gran diversidade de manifestacións.

Unha das características principais que se lle atribúe á cultura é a súa dimensión educativa. Algúns dos requisitos que debe cumprir unha actividade para considerala cultural é a súa contribución ao enriquecemento persoal, que proporcione e promova o coñecemento e o entendemento, á vez que sirva de estímulo para o crecemento espiritual e intelectual. Os diferentes grupos de discusión coinciden na aprendizaxe que achega a cultura ao individuo.

—Aquelos que podes integrar en ti, que é satisfactorio para alimentar o teu espírito. (GD 1)

—Son aquelas actividades que te proporcionan coñecemento e estimulan todos os sentidos. (GD 2)

—[...] É enriquecedor, ten que chegar algo.
—Tes que gozar facéndoo e ensina algo, aprendes.

—A necesidade de coñecer.
—Coñecer, aprender. (GD 4)

.....

Á hora de enumerar e exemplificar cales serían as distintas actividades que incluírían no ámbito da cultura ou que denominarían como culturais, os diferentes grupos mencionan, de xeito espontáneo e unánime, as visitas aos museos e ás exposicións. Tamén amosan consenso na introdución doutros tipos de manifestacións dentro do concepto de cultura, como o teatro, a danza, o ballet, o cine, así como coloquios, mesas redondas, debates, etc.

En cambio, non sucede o mesmo cando se trata de ámbitos como a gastronomía ou a música. As diverxencias aparecen especialmente cando se trata de obras determinadas da arte contemporánea ou de estilos musicais específicos. O debate xorde especialmente entre as persoas consideradas visitantes frecuentes, xa que son máis críticas. Pódese inferir que o perfil da persoa que acostuma a visitar museos é máis conservadora á hora de definir que é ou non cultura.

—Non sei se [un festival de música moderna] é cultura.

—Hai que respectar todas as actividades.

(GD 2)

Entre todas as persoas atopouse como motivación última para a realización ou participación neste tipo de actividades a obtención de pracer, satisfacción ou desfrute, que xera ao mesmo tempo unha sensación de desconexión.

—En todos os hábitos culturais a finalidade é gozar. (GD 2)

—Aprender gozando é como mellor se aprende. Como se aprende de neno e como se debería seguir aprendendo de adulto. Que sexa como unha experiencia completa. (GD 4)

—Para min desconectar, [...]. Cando vou ao cine quero desconectar e non pensar no que pasa en casa ou en cousas do traballo. (GD 1)

Hai certa diferenza sobre o concepto de que é desfrutar a través da cultura entre as persoas que visitan os museos con frecuencia e as que o fan con menos asiduidade. Para o primeiro grupo esta sensación pracenteira pode estar simplemente provocada pola percepción do enriquecemento persoal, pola concepción da visita como unha experiencia de aprendizaxe, pola achega de coñecemento que as propias persoas determinan. Esta acti-

.....

tude ten especial relevancia cando ese coñecemento se lles pode transmitir ás persoas que os acompañan nunha actividade cultural determinada, sobre todo se se trata de menores. Por este motivo, as persoas que conviven con menores están especialmente motivadas. No caso de visitantes menos frecuentes ese desfrute acostuma a vir dado máis ben pola diversión ou entretemento que lles xera a actividade.

- O motivo é enriquecernos culturalmente. Saber e coñecerse un pouco máis.
- O poder opinar, por exemplo, cando haxa un debate, ou cando vas con amigos a ver unha exposición e podes intercambiar opinións. (GD 1)
- Ao visitar ese museo, introduces un novo coñecemento dentro de ti. (GD 3)
- Eu móvome polo que me gusta, achegarlle coñecemento á miña filla. (GD 4)

No caso de visitantes menos frecuentes os estímulos para que se acheguen ou se sintan atraídos por unha exposición poden estar relacionados coa temática desta. A presentación de contidos suxestivos que poidan ter que ver coas súas afeccións ou profesións, ou tamén polo feito de que espertan a súa curiosidade a través de actividades diferentes ás que poidan realizar habitualmente no seu tempo de ocio e que poden provocar o seu interese.

- Porque de súpeto leo e vexo que algo desa exposición me chama a atención, se non é así non vou, ten que haber algo que me axude a decidir ir visitalo. (GD 2)
- Se non me interesa non me uno por moi culto que sexa o tema. (GD 4)

A forma de achegarse ás actividades culturais tamén é diferente. No caso das persoas que asisten aos museos de forma regular existe unha predisposición e un interese previo por coñecer as propostas culturais que se ofrecen no seu contorno ou nos lugares que van visitar. Trátase dunha busca activa deste tipo de actividades que mesmo se poden chegar a considerar como quefaceres diarios aos que é necesario dedicar tempo.

- Para algún tipo de actividade buscas o tempo. Por exemplo, se quero ver unha película, ou un concerto, ou unha obra de teatro xa estou pendente de cando son e vou directamente. (GD 1)
- Tes un ratiño o domingo pola tarde e buscas algo preto que poidas facer, no só falando de museos, senón calquera actividade que che encha ou que che guste. Primeiro tes que facer unha procura e dis: mira, hai isto, e dentro da oferta que hai, decides: isto interésame, gústame. (GD 3)

.....

Pola contra, entre os consumidores de cultura menos asiduos, máis indifere-
rentes ou con menor interese, a práctica de actividades culturais asóciase
case sempre ao tempo libre (viaxes, vacacións, lecer, etc.). Nalgún caso moi
excepcional, cando a proposta é realmente atractiva, buscan o tempo para
achegarse a unha actividade concreta e sacrifican outras ocupacións para
poder acudir.

—Suponse que se vas a unha cidade, visitas [os atractivos culturais desta], é o nor-
mal. (GD 2)

—Máis ben intégralo dentro dun plan. Cando dis: “imos saír, imos ir a tal sitio”. O
primeiro é visitar o lugar e, unha vez alí, é cando decides. (GD 3)

A pesar de que as actividades culturais poden xerar unión ou vínculos so-
ciais, tanto no ámbito familiar como no das amizades, cando se lles pre-
gunta aos grupos se prefiren acudir a un evento ou realizar algunha activi-
dade cultural sos ou en compañía doutras persoas, xorden de novo claras
diferenzas entre as máis activas culturalmente e as que non o son. As pri-
meiras son máis esixentes e consideran que non é válida calquera persoa
do seu contorno para acompañalos neste tipo de actividades. Aínda así,
non rexeitan en ningún caso realizalas en solitario. En cambio, as persoas
que participan menos na vida cultural pensan neste tipo de actividades
como un acto social máis, polo que tenden a vincular a súa práctica á com-
pañía doutras persoas e incluso poden decidir e elixir a actividade en fun-
ción exclusivamente dos intereses dos seus acompañantes, como se pode
extraer das seguintes afirmacións.

—A min non me gusta ir acompañada a exposicións porque cada persoa vai a un
ritmo.

—Nunha exposición grande, se van varias persoas cada un detense máis ou menos
no que lle interesa e isto condiciona o ritmo da visita.

—A min gústame ir acompañada, dependendo do tipo de exposición. (GD 1)

—É ocio, tempo para xuntarte cos demais. É facer un plan completo para xuntarte
cos demais. (GD 2)

4.2 Hábito de visitar museos

Unha vez expostas as opinións das persoas participantes nos grupos de
discusión sobre as actividades que dende o seu punto de vista forman

.....

parte da vida cultural, analízase o seu comportamento con respecto ás visitas aos museos. Das respostas obtidas extráese unha diferenza substancial entre as vivencias que se experimentan nas visitas a estes equipamentos do propio contorno e aquelas que, ou ben están vinculadas a desprazamentos fóra da súa residencia, ou as que se fan durante viaxes de turismo cultural. Tamén se dan discrepancias entre as motivacións que levan ás persoas a acudir a un museo segundo o seu emprazamento próximo ou afastado do seu lugar de residencia.

Esta diverxencia reflíctese claramente entre a actitude de visitantes habituais e os menos frecuentes. No primeiro caso, semella que as persoas que desfrutan dos espazos museísticos da súa contorna, adoitan acudir coa asiduidade e dedican tempo á visita. Do mesmo xeito que sucedía noutro tipo de actividades culturais, a persoa que consome cultura acotío interésase pola busca activa deste tipo de actividades. En cambio, as persoas que visitan con menos frecuencia os museos recoñecen que é máis probable que no marco dunha viaxe se sintan máis comprometidas para visitar determinados museos pola súa relevancia ou sona.

—Evidentemente, se vas a París, non ir ao Louvre é un pecado, igual que se vas a Londres e non vas ver certos museos. Pero se, por exemplo, vou a unha zona en España, si que podoo decidir non ir a un museo determinado porque penso que podoo volver noutra ocasión ao estar preto. Se é no estranxeiro, xa o pensas máis.

—A min gústame máis visitalos en Galicia, está todo máis preto.

—Con todo se estás en Galicia vas con máis tranquilidade, con máis calma, é outro ritmo. (GD 1)

—Vas a tal cidade e vas ver os museos importantes. (GD 2)

Nas visitas a museos relacionadas co turismo ou enmarcadas nunha viaxe, a elección ou motivación depende de diversas causas, entre as que destaca a propia duración da viaxe. O tempo dispoñible é un dos factores principais que inflúen na decisión de achegarse a un museo. En estancias curtas, especialmente as persoas que acoden aos museos con menos frecuencia, sacrifican as visitas a estes espazos para coñecer outro tipo de elementos culturais da zona, como monumentos ou lugares emblemáticos. No caso das que adoitan visitalos o factor temporal pode determinar a elección da cantidade ou tamaño dos museos que queren ver.



—Eu cando viaxo, depende do tempo que dispoña e como normalmente adoito a organizalo, pois en función da información que lese sobre el, decido se vou velo. (GD 1)

Ademais do tempo dispoñible durante a viaxe turística, outra das cuestións que inflúen na decisión de achegarse a un espazo museístico está relacionada coa oferta turística do lugar de destino: canto maior sexa o atractivo cultural da zona menor é o interese polos museos, que deixan de ser unha prioridade. Igualmente, esta cuestión inflúe en menor grao en visitantes frecuentes.

—Eu vou se é un que impresione moito ou que estea recomendado nas guías de viaxes, se non é ese caso, descarto visitar museos. (GD 1)

O tamaño dos museos inflúe de xeito distinto para visitantes menos frecuentes que para os asiduos. No primeiro caso, en estancias curtas, acostuman a descartar os museos de gran tamaño, mentres que quen ten o hábito de frecentalos móstrase máis proclive a realizar visitas parciais ou a facer unha escolla previa das partes do museos ás que se dan prioridade na visita e non descartan a posibilidade de repetila noutra ocasión.

—Eu estiven en Londres tres noites e catro días. É unha cidade con moito que ver. O Museo Británico, se o queres ver a fondo, precisas moitísimo tempo. Sería cuestión de seleccionar o que se quere ver.

—Ese museo véxoo como unha saturación, eu saín moi saturado. Pasa o mesmo co museo do Prado, hai que seleccionar. (GD 1)

As aglomeracións é outra das causas que poden frear a asistencia de visitantes frecuentes, xa que consideran a posible masificación como unha barreira pola incomodidade que supón e pola percepción de banalización do museo ao considerar que o gran público, a multitude, pode non valorar nin respectar realmente o contido exposto.

—Co Louvre? Levei un chasco enorme. Entrar, ver tanta xente, non poder ver nin unha obra, só xente, xente e xente, fotos, fotos e fotos, e tentar ver algo e non conseguir ver nada e saír de alí dicindo: “e vin aquí a ver isto e voume soamente con vultos de xente”.

—Eu, se hai moita xente non vou, se hai cola, non entro. A xente dicíame: “pero estiveches en Roma e non fuches a ver a capela Sixtina?” Non fun vela porque non fago a cola, négome, e porque non quero sufrir ese ambiente de estar con fotos e con xente por todos os lados. (GD 3)

.....

Noutras ocasións, estas obxeccións (aglomeracións, tamaño do espazo, etc.) pasan a un segundo plano durante as viaxes turísticas ou en contornas afastadas do lugar de residencia. Nestes casos, os intereses particulares ou os gustos persoais deixan de ser a preferencia e a decisión de visitar un museo vén determinada por outros atractivos do propio espazo como a súa fama, notoriedade, prestixio, etc. É por isto polo que as persoas entrevistadas afirman que ao realizaren viaxes fóra chegan a visitar museos de temáticas que *a priori* rexeitarían.

—A nivel internacional, nunha exposición na que entrei de Leonardo da Vinci había moita cola fóra e dixemos: “imos ver que é”, porque parecía importante e gustoume moitísimo. (GD 1)

—Eu son de Barcelona e hai pouco fun ver o museo do Barça cos meus fillos. Cando vivía alí non fora nunca, pero é o museo máis visitado de España. (GD 2)

—Se, por exemplo, visitas Allariz, aproveitas. Hai tres museos, un de xoguetes, e se cadra aínda que non sexas moi fan da moda ou dos xoguetes vas porque é típico de aí. (GD 3)

O prezo da entrada ao museo perde relevancia nas viaxes. Obsérvase que, en certa medida, esa actitude de non ter en conta o custo da visita está máis ben relacionada coas expectativas que xeran os espazos museísticos internacionais ou os que están afastados do seu contorno, polo que se establece certa relación entre o prezo da entrada ao museo e o que se espera del. Como consecuencia, a predisposición a pagar entradas elevadas nos museos máis próximos é baixa en función de que as expectativas tamén son menores.

—Se custa 20 euros e teño a expectativa [moi alta], fago por ir. (GD 3)

—Se vou ver un museo que me interesa pois pago 10 euros, pero por un [sen interese] aquí, nin 1 euro. Non valoramos o [de] aquí, pero cando imos ao estranxeiro pagamos [prezos elevados]. (GD 4)

A contía do prezo acada máis relevancia entre as persoas de menor idade e nos fogares de maior tamaño. As persoas que adoitan visitar museos tenden a rexeitar a gratuidade dos museos porque consideran que o mantemento ten un custo que se debe repercutir dalgún xeito. Manifestan que teñen a sensación de que un pago, aínda que sexa simbólico, lle outorga valor ao espazo.



—As persoas da miña idade tampouco consomen moito. Quizá inflúe [...] que haxa que pagar. Somos estudantes e non dispoñemos de tantos ingresos. (GD 1)

—O prezo pode influír, sobre todo en xente nova, e tamén o desembolso cando vas en familia. Se sodes catro e gastades 120€, se cadra pensas: con eses 120€ gastaríamos en [...]. Iso tírache para atrás [...]. (GD 2)

—Nada debe de ser gratis pero tampouco podemos pagar un sobreprezo. Todo na súa xusta medida para poder manter o museo. Algo simbólico. Un ou dous euros. (GD 3)

En cambio, cando o discurso se centra naquelas visitas a museos da súa cidade que forman parte dun hábito mais cotiá, programado con menos anticipación e non vinculado ao turismo, as motivacións das visitas están determinadas polo interese particular. No contexto dun tempo de lecer que resulta escaso, dase prioridade ás actividades afíns aos seus gustos.

—Se a alguén lle provoca interese vai. Se non hai un interese intrínseco [non asistirá] a menos que o incentives. (GD 2)

—Non vale só que haxa un museo, porque se cadra hai un museo [que non me interesa], pois non vou ir. (GD 3)

Unha cuestión que incide na decisión de visitar un museo pode ser que a entidade organice algún tipo de actividade singular ou orixinal. Pode tratarse dunha exposición novidosa ou tamén algunha acción que se identifique como “exclusiva”. Este tipo de propostas poden conseguir atraer a persoas que nun principio, ou ben pola temática da exposición ou a tipoloxía do museo, non se sentirían motivadas para acudir. Neste sentido, as persoas que visitan os museos con menos asiduidade recoñecen que tanto elas como o seu contorno familiar e social máis próximo se achegan aos museos influídos pola relevancia social que poda ter a actividade, sobre todo cando se promociona como algo “único”. Este tipo de actividades ou a sensación de exclusividade parece tamén un aliciente para pagar entradas.

—Buscas que [...] sorprendan, queres cambiar a rutina e ver algo que [...] impresione. (GD 1)

—Cando hai algo diferente, a xente vai. Tería que dárselles máis publicidade. [...] Cando traen algo decente, a xente vén e a xente paga.

—Si. [as entradas para a] exposición [tiñan un prezo elevado] e non había maneira de conseguir unha entrada. (GD 4)



—Foi atraente que á exposición [...] viñese xente interesante, famosa, houbo moita publicidade e foi moita xente. (GD 2)

— Se ves unha publicidade nova, por exemplo. Vas ver, porque se cadra é famoso [...]. Aínda que [...] non te interese. (GD 3)

No caso de que as persoas entrevistadas estean de viaxe fóra do seu hábitat acostuman a realizar unha busca activa antes da visita a un museo, principalmente por internet. Mencionan explicitamente que cada vez son menos as persoas que visitan as oficinas de turismo. En cambio, cando se atopan no seu contorno a motivación acostuma a estar precedida da publicidade da entidade, unha información non buscada pero que pode ocasionar o interese pola visita. O efecto da publicidade é maior nos perfís menos asiduos que non adoitan facer procuras activas.

—[...] se estou a dar un paseo con bo tempo e me atopo cun cartel dunha exposición que me atraía, miro os horarios e se me podo achegar, aproveito e se se me adapta ben vou vela. Cando vas a unha cidade, mirando na guía turística, veñen os museos, os roteiros, etc. (GD 1)

Unha das cuestións que provoca un consenso xeral é a climatoloxía. Tanto as persoas que van a miúdo como as que o fan con menos frecuencia son máis proclives a realizar as visitas durante os períodos de tempo con condicións climáticas adversas, especialmente nos museos da súa contorna. Por exemplo, en épocas de choiva as persoas son máis activas buscando alternativas de ocio “a cuberto” entre as que se inclúen, ademais doutras, as visitas a museos ou exposicións. Trátase, polo tanto, dunha opción alternativa, sen interese previo, motivada fundamentalmente pola imposibilidade de levar a cabo actividades ao aire libre.

—[...] Para outras, por exemplo no inverno, o caso dun día que está a chover e estou aburrída en casa, miro no xornal para ver que hai, por exemplo, [no museo]. É dicir, nese caso simplemente por darse a situación de mal tempo, vou á [...] exposición. (GD 1)

—[...] Se hai bo tempo é máis difícil que vaiamos a un museo. [Aquí] temos moitos meses ao ano de mal tempo. Para unha fin de semana que veña boa, pois non vas ir ao museo. (GD 2)

—Hai museos [locais] que non son moi atractivos pero son un plan por se chove. Iso xorde a nivel local. Se vas de viaxe a Florencia non vas á praia.

—[na cidade onde vivo] se fai moi bo tempo, é moito menos probable que acabe nun museo. (GD 4)

.....

A accesibilidade é outro factor importante para as persoas que visitan menos os museos e está estreitamente vinculada á localización. Se un museo se atopa nun lugar de fácil acceso e con boas comunicacións é máis factible a súa visita. Tamén inflúe favorablemente o feito de que esa actividade forme parte dun plan de ocio que inclúa diversas accións culturais.

—No meu caso opino que se poden integrar varias opcións nunha mesma tarde, por exemplo dar un bo paseo polo centro da cidade, ir a un sitio céntrico e de paso vas [a un museo], é dicir, trazar un “roteiro” e compaxínalos.

—Fun á exposición [...], pero porque era a zona pola que estabamos nese momento. A localización é moi importante para que a xente acuda aos museos. (GD 1)

Nas viaxes turísticas e excursións, tanto as persoas que asisten con máis frecuencia como as que o fan de forma máis ocasional, non adoitan repetir visitas a un museo concreto se xa se visitou con anterioridade, a non ser que se trate de exposicións temporais moi relevantes ou museos de gran tamaño que non visitaran na súa totalidade.

—Se eu vou a Allariz mañá e volvo ir dentro dun ano xa non volvo ir ao museo. Visto unha vez, visto para sempre. (GD 3)

—Se vas a París a ver o Louvre e volves, vas ver outra vez o Louvre? [...] se cadra apetéceche ver outra cousa. (GD 2)

Pola contra, no caso das visitas a museos situados na contorna máis próxima, as persoas que van máis a miúdo afirman que repiten estas visitas periodicamente, especialmente nos espazos interactivos que lles proporcionan experiencias máis dinámicas e entretidas e que non achegan un contido redundante. Ademais, outra das motivacións mencionadas para volver visitar un museo coñecido está ligada á organización dalgunha actividade complementaria ou novidosa. Non é o caso das persoas que van con menos frecuencia, que aseguran que na maioría das ocasións se repiten unha visita a un museo é en situacións nas que se senten na “obriga” de exercer como anfitriños doutras persoas que non coñecen o museo.

—Se [...] é interactivo a visita percíbela doutra maneira, entón poderías repetir. Non che importa volver a condición de que cho fagan ameno e divertido.

—Volves se tes que acompañar a alguén que non o viu. [...]. Xa o viches e se non hai un motivo [como] que alguén que vén de fóra me “obrigue”, digamos, a acompañalo, xa non volvo ir porque xa o vin. (GD 3)



- Ao longo dos anos eu repito. Vas buscando se teñen novidades.
- Repetimos museos na propia cidade cando realizan actividades novas. No museo [...] facían concertos. Aproveitas e volves ver o museo.
- Volves pasados os anos porque non te acordas ou se vén alguén de fóra. (GD 4)

Respecto ás visitas virtuais, aínda que o seu uso non é maioritario, son habituais para as persoas que acoden con asiduidade aos museos, sobre todo no caso dos grandes espazos doutras cidades fóra da súa contorna. Este tipo de visitantes utilizan en ocasións a experiencia virtual como un “cribado” previo á visita presencial. Deste modo poden organizar e preseleccionar aquelas zonas ou contidos aos que desexan dedicar o tempo que dure a actividade. As visitas virtuais en ningún caso substitúen as presencias e non adoitan buscarse activamente, xa que chegan a elas a través das redes sociais ou as *newsletters* dos propios museos.

—Eu fixen a do Museo do Prado. Levoume a facela a curiosidade. Creo que me decatei de que existía pola televisión. Para min unha visita virtual non o consideraría como visitar o museo. (GD 1)

—Eu antes de ir ver o museo -eu vin a noticia nalgún sitio e pareceume interesante- investigas un pouco e mergullas por internet. (GD 2)

— Cando me salta no móbil ou no computador – ou se, por exemplo, me apetece [...] digo, vou ver isto que acaban de inaugurar a ver como é. Pero visítalo en liña, e despois vas a velo fisicamente [...] non substitúe. (GD 3)

—En museos no estranxeiro. [Nos museos do] Vaticano, antes de ir vino todo en visita virtual porque non tiña tempo para velo completo, como filtro.

— Eu vexo moito virtual e fíxome en moitos detalles. A vantaxe dun museo virtual é que un museo en Xapón... Cando vou poder ver isto? Podes ir en cinco anos ou non ir en toda a túa vida e tes a vantaxe de poder ir visítalo. É acceder á cultura [en] todo o mundo. (GD 4)

Cando se lles pregunta ás persoas participantes nos grupos de discusión acerca dos hábitos e comportamentos dos membros da contorna familiar e social, as que visitan museos frecuentemente afirman que non todos comparten a mesma afección nin acoden a visitar museos coa mesma asiduidade coa que o fan elas. Na maioría dos casos contan con amizades e círculos sociais de diferentes tipoloxías, gustos e afinidades. Este tipo de visitantes declara que non “necesita” que todo o mundo comparta o interese, ou mesmo semella o contrario, que prefiren distinguirse deses grupos.



—Eu na miña contorna familiar si. Os meus irmáns, por exemplo, si son de museos e de lecer, [...] teatro e este tipo de cousas. Respecto a amigos, algúns si, outros non. (GD 1)

—[...] teño contornas moi diferentes. Non todas as amizades contan coas fins de semana libres. Teñen outro tipo de vida, non teñen tempo. Se traballas de luns a sábado estás moito máis limitado. (GD 2)

—Depende da contorna. Eu teño unha contorna que vai a ver a orquestra [ás verbenas] e teño outra contorna que si vai a exposicións e, dependendo do que che apesteza, vas cara a un lado ou cara a outro. Eu creo que os que van [ás verbenas], que vaian [ás verbenas]. Non os queremos no outro lado. (GD 3)

—A miña contorna familiar si, a de amigos non [...]. Eu teño amigos cos que sei que non podería viaxar porque nos enfadaríamos, apetécelles estar en terrazas ou ir á praia. A min gústame organizar as viaxes doutra maneira. Tes uns amigos cos que adoitas viaxar. Cada un ten os seus intereses, inquietudes, algúns non cultivaron esas inquietudes. (GD 4).

4.3 Percepción dos museos galegos

Este apartado aborda a percepción das persoas entrevistadas sobre os museos de Galicia. Explóranse opinións sobre os espazos e o patrimonio galego, a influencia da localización e das instalacións nas visitas, a variedade de centros e programacións, así como aspectos como o prezo das entradas e os horarios. Tamén se tratan temas relacionados co persoal, os avances en accesibilidade, a integración da infancia nos museos e a comunicación con diferentes públicos. Finalmente, discútnense estratexias para atraer visitantes.

4.3.1 Perspectiva xeral

Os grupos entrevistados avalían positivamente o número de museos que hai en Galicia e a calidade destes en termos xerais. Consideran que no ámbito xeográfico da comunidade a cantidade de centros museísticos é suficiente, cunha ampla cobertura de coleccións na maior parte do territorio que, segundo a súa opinión, ten que ver co inmenso patrimonio cultural galego. Neste senso, tamén sinalan que a oferta é moi heteroxénea tanto no tamaño dos museos como nas súas tipoloxías.

Durante as entrevistas non se detectaron grandes diferenzas entre as valoracións das persoas que visitan os museos asiduamente e as que o fan

.....

con menos frecuencia. Reafírmanse en que Galicia é moi rica en patrimonio cultural, pero subliñan que a dispersión xeográfica orixina a existencia de múltiples museos de pequeno tamaño, mentres que o número de espazos de grandes dimensións é moito máis reducido e se sitúan fundamentalmente nas cidades principais. Para as persoas enquisadas, este volume de instalacións reducidas dificulta a conservación, xestión, mantemento, etc. do patrimonio cultural que conteñen.

As críticas relacionadas coa oferta dispoñible, a xestión do patrimonio, a conservación e avaliación da calidade e a promoción dos museos da súa contorna inmediata son desiguais e dependen moito da experiencia persoal.

—Eu creo que hai bastante oferta pero pouco coñecida, moito e moi pequeniño. Temos museos pequenos moi interesantes pero o seu público é local. (GD 4)

—Hai de todo, pero hai máis espazo anticuado. Temos unha rede de museos obsoleta e sen mantemento, pouco atractiva. (GD 3)

—A oferta é moi escasa e cada vez menor. Eu penso que en calidade aquí estamos fatal, moi por baixo do resto de España. (GD 2)

Os grupos de discusión afondan nos diferentes aspectos que poden servir para avaliar a calidade dos centros ou que poden influír na decisión dos visitantes á hora de elixir un museo ou outro. Un dos consensos apunta á calidade do conxunto de todos os servizos e do espazo en xeral.

—Se nos imos contentos dun museo, imos querer máis, pero para iso ten que haber algo que sexa bonito de ver, contido e continente, un bo servizo, un prezo razoable. Que sexa un conxunto de todo. (GD 3)

—[aspectos como] a localización, o contido, o cartel anunciado, a publicidade, unhas instalacións cálidas, que teñan consigna, que teñan cafetería [...]. (GD 1)

A crítica á xestión cultural tamén reflicte unha percepción de mala planificación na creación dalgúns museos ou centros culturais en xeral. En moitos casos, percíbese que se lle deu prioridade á obtención de subvencións ou ao cumprimento de prazos antes de considerar a adecuación do espazo, do contido ou da súa viabilidade a longo prazo. Como consecuencia, estes recintos poden quedar mal localizados, cunha oferta cultural que non responde ás necesidades do público e, co tempo, sen os recursos necesarios para o seu mantemento adecuado, o que afecta á súa relevancia e sustentabilidade.



—Eu creo que isto responde á política [...]. Temos unha subvención europea e imos montar o museo do que sexa, non sabemos se é o mellor sitio, se é o mellor tipo de contido, pero imos montar o que teñamos a man. Deses temos algún caso e queda aí, e pasa o tempo e necesita mantemento e carece diso. (GD 3)

4.3.2. Instalacións e emprazamento

A localización e a arquitectura dos espazos son factores moi relevantes na experiencia das persoas que os visitan. Coinciden en que o atractivo dun museo non depende unicamente do seu contido expositivo, senón que aspectos como o edificio que o acolle e o contexto no que se atopa teñen un peso fundamental. A contorna e a localización dos museos tamén inflúen na experiencia xeral de quen acode a eles. Menciónanse o pracer estético e a sensación de confort que ofrece un espazo ben deseñado e coidado como aspectos determinantes na conexión emocional que se establece durante a visita.

Outro factor destacado é a disposición dos espazos dentro dos museos e a forma en que se presentan as exposicións. A experiencia espacial contribúe a facer a visita máis dinámica e atractiva, independentemente da calidade das exposicións. Ademais, a presenza de museos en edificios históricos ou singulares engade un valor emocional que para moitas persoas é moi relevante. Este contexto realza a experiencia e fai que o simple feito de estar nun espazo así teña un impacto emocional e cultural. A visita a un museo vai máis aló do que se expón e os espazos en si mesmos poden ser o verdadeiro punto de atracción.

—[...] a arquitectura que teña o edificio atráeme. [...] vas ver o edificio. (GD 4)

—É un aspecto importante, se o sitio é histórico, bonito, atrae máis [...] é un aspecto bastante importante. (GD 2)

—[...] encántame a arquitectura do edificio, máis que o propio contido. Resúltame un edificio moi pracenteiro. En xeral a contorna de onde estea situado un museo inflúe bastante.

—A min inflúeme moito o que é a localización e a estrutura do edificio. Estar nun edificio antigo e ver as obras nese marco inflúe, e que sexan céntricos. [...] que unha exposición estea nun mosteiro ou nunha casa antiga, iso para a miña [opinión] non ten prezo. (GD 1)

Nos debates realizados, varios participantes coinciden en que a localización é un factor determinante para atraer público aos museos. Porén, se o

.....

museo é percibido simplemente como un contedor funcional sen un valor arquitectónico destacado pode resultar menos interesante para o público.

Outro aspecto relevante é a adecuación dos museos ao seu público obxectivo. O emprazamento ideal pode depender do perfil dos visitantes aos que se dirixe o museo. Deste xeito consideran que a localización non só debe ser accesible e visible, senón tamén estratexicamente pensada en función do público que se quere atraer.

- A localización é moi importante para que a xente acuda aos museos. A estética do edificio tamén é importante, que o edificio sexa un contedor non atrae moito.
- Sobre todo debe ser acorde co tipo de público. Se queres facer un museo destinado a nenos ou a mozos, igual no centro non ten tanto éxito coma se o sitúas nun barrio. Se se trata dun barrio familiar con cativos e cativas igual ten máis éxito. (GD 1)

Ante a pregunta de se cren que os museos que coñecen en Galicia teñen unhas instalacións apropiadas, os grupos consideran que existe un gran contraste entre os museos máis grandes e relevantes que si dispoñen de instalacións cómodas, accesibles e ben coidadas e os máis pequenos que, en cambio, contan con múltiples barreiras arquitectónicas, están peor atendidos e cuxa conservación é potencialmente mellorable.

Aínda que se considera importante a calidade das instalacións, cando se trata dunha visita espontánea, non planificada ou combinada con outra actividade, as barreiras arquitectónicas ou o estado de conservación pasan a un segundo plano. Cos museos de máis relevancia, aqueles que contan cun nivel maior de difusión e publicidade, o nivel de esixencia sobe considerablemente.

As persoas que visitan os museos frecuentemente xustifican os problemas da calidade das instalacións, especialmente nos que definen como “pequenos museos”, xa que teñen en conta os posibles problemas de financiamento cos que se enfrontan e a falta de apoio das administracións públicas.

A xestión e mantemento dos espazos aparecen como temas recorrentes. Moitas persoas que participaron nos grupos coinciden en que o estado de conservación dun museo ou centro cultural é fundamental para a percepción do público. Cando estas instalacións se atopan descoidadas ou con deficiencias no seu mantemento, a experiencia da visita vese afectada negativamente, o que pode provocar unha mala reputación do lugar. A

.....

falta de afluencia de público parece estar relacionada co deterioro, xa que en espazos con pouca asistencia o mantemento pode verse relegado a un segundo plano, o que crea unha sorte de círculo vicioso no que a falta de coidado disuade aínda máis a posibles visitantes.

—Nalgúns lugares está bastante coidado, pero nos que non hai afluencia pódese deixar de lado o mantemento. É unha balanza. Se o ves descoidado non vas falar ben do sitio [...]. Partimos da base que a xestión cultural está mal feita e desproporcionada: moito para uns poucos. (GD 2)

4.3.3 Tipos de centros, fondos e programación

Durante a celebración dos distintos grupos de discusión observouse que aínda que as persoas participantes coñecen e distinguen unha gran variedade de museos segundo a súa temática, non logran realizar unha clasificación dos espazos en función dunha catalogación concreta, polo que non conseguen consensuar unha listaxe tipolóxica. Concordan en que Galicia conta cunha boa oferta en canto á diversidade de temáticas e tipos de museos dun modo xeral.

Outra das cuestións que se lles formula é a valoración dos fondos dos museos galegos. Aínda que hai quen pensa que o concepto de “fondo” resulta demasiado xenérico ou abstracto, coinciden na riqueza do patrimonio galego e dos bens custodiados nos centros. Consideran que son extensos, con gran variedade, calidade e cun alto potencial. Sen embargo, esta valoración varía ao referirse aos museos locais e pequenos, nos que perciben unha menor diversidade nos fondos. Tamén teñen a impresión de que en ocasións estes fondos están infraexplotados, se non directamente mal custodiados.

—[...] temos moita riqueza. [...] non sabemos nin nós o que temos. (GD 3)

—Aquí en Galicia si temos moita riqueza en todo. (GD 2)

—Os museos de Galicia teñen bos fondos [...] Ademais os desprazan fóra de Galicia. Tamén deberían movelos máis por aquí.

—Hai cantidade de pezas arqueolóxicas que non se poden expoñer porque non hai espazo nese recinto e que están acumuladas nos baixos [...] están alí abaixo amontoados sen clasificar. (GD 1)

Para as persoas que adoitan visitar os museos habitualmente resulta determinante unha programación variada e atractiva á hora de repetiren visitas, especialmente na contorna próxima, pero tamén serve de “escusa”

.....

para visitar de novo museos doutras cidades. Demandan máis rotación, non só nas exposicións temporais, senón tamén na presentación ou exposición dos fondos permanentes. Pola contra, as persoas que acoden aos museos con menos frecuencia non son quen de valorar este aspecto e non o consideran relevante.

Nos debates destacouse que a dinámica das exposicións varía segundo o museo. Algúns contan con exposicións itinerantes que se renovan periodicamente, mentres que outros teñen exposicións permanentes con algunha mostra adicional que vai rotando. A falta de dinamismo é máis evidente en museos especializados, onde as exposicións son máis difíciles de modificar debido á natureza dos seus contidos.

Ademais, nalgúns lugares de Galicia a oferta cultural é escasa e, aínda que hai intentos por mellorar a situación, é inferior en comparación con outras zonas. As grandes cidades do Eixo Atlántico están mellor situadas en termos de programación cultural, xa que ofrecen unha maior variedade e dinamismo.

- Depende do tipo museo: hai unhas [exposicións] que teñen máis movemento, hai outros que teñen exposicións itinerantes [...].
- Os menos dinámicos, [...] é máis complicado modificalos [...].

En xeral, nos grupos destacouse a diversidade de actividades complementarias que algúns museos organizan para atraer ao público, como charlas, conferencias, cine ou eventos específicos dirixidos a diferentes tipos de audiencia. A pesar de que estas actividades poden ser variadas, sinalouse que a difusión destas iniciativas non sempre é eficaz, o que fai que moitas veces o público non se decate delas, especialmente no caso de eventos dirixidos a persoas adultas.

Observouse que nalgunhas zonas a oferta se considera limitada, con actividades que non son suficientemente frecuentes ou que resultan pouco atractivas para determinados grupos como a mocidade. Isto pode estar relacionado cunha falta de apoio institucional ou de interese por parte do público, o que xera unha sensación de apatía ante a cultura. En contraste, as actividades para a cativada adoitan estar mellor valoradas.

A falta de interese en parte da oferta cultural tamén pode deberse a que as actividades non conseguen captar a atención do público, xa que se

perciben como menos atractivas ou dinámicas en comparación con outras opcións de entretemento máis populares.

As actividades complementarias son altamente valoradas entre as persoas máis asiduas. Demandan e valoran dramatizacións, concertos, charlas, obradoiros, etc. Ao mesmo tempo afirman que en moitas ocasións este tipo de actividades apenas contan con prazas dispoñibles. Consideran que non é soamente necesario que se oferten estas, senón que se lles dea a publicidade axeitada para xerar interese.

—[...] hai charlas, conferencia, cinema [...] tamén concertos. Hai que mirar nas páxinas do museo que nos interese para ver as actividades. (GD 1)

—Agora, [...] fan moitísimas actividades para nenos, como contacontos, etc. este tipo de actividades son importantes, promoven e lle dan publicidade ao museo. Mesmo para os adultos está mal anunciado, a xente non se decatada. (GD 2)

—Fanse unha chea de actividades [...] algunhas con moi pouca xente, non sei cal é a causa.

—[...] aparte de que non nos decatamos, non hai interese. É un problema [...]. Non está inculcado nos mozos.

—Creo que é unha oferta que non lles chama a atención, se cadra non é unha oferta moi atractiva [...].

—[...] hai escasa oferta e moi restrinxida e non se apoia desde as institucións. (GD 3)

4.3.4 Formas de acceso e horarios

O método máis habitual para adquirir as entradas dos museos próximos ao contorno das persoas entrevistadas é presencial. En cambio, é máis frecuente a compra en liña cando se trata de visitas programadas a museos que con frecuencia teñen problemas de cabida no espazo. En ocasións, consultan a páxina web de venda de entradas do museo para comprobar e contrastar prezos, así como para avaliar a necesidade da compra anticipada. Se non perciben o risco de quedar sen entrada ou non atopan unha vantaxe económica, acostuman a descartar a compra en liña. Un dos motivos para recorrer á compra presencial é a espontaneidade da visita ou a necesidade ou preferencia por non depender dunha rixidez horaria.

—Eu recorro á compra en liña en último recurso [...]. Ás veces miro na internet e se vexo que hai entradas dabondo non a collo, senón que a saco alí directamente cando vaia visitalo. (GD 1)



—Eu depende, cómproas antes porque podo chegar alí e non atopalas. Consulto prezos para saber máis ou menos. (GD 3)

En canto aos prezos da entrada aos museos galegos resultan moi ben aceptados, tanto para as persoas que os visitan asiduamente como as que o fan con menos frecuencia, xa que en ambos casos se consideran razoables. Afirman que existen moitos espazos con actividades gratis ou cun custo pouco elevado.

—En Galicia os prezos son razoables, tanto nos museos de primeira como os que non o son. (GD 3)

Con todo, cando coincide que a situación do museo está preto da súa contorna coa tipoloxía de visitante menos frecuente, un prezo moi elevado pode condicionar unha visita, sobre todo se o espazo non é moi coñecido ou non ofrece un contido diferenciado, ou incluso se non se percibe que a colección sexa de calidade. O prezo tense máis en conta nos núcleos familiares con menores.

- Todo na súa xusta medida para poder mantelo, algo simbólico 1 euro, 2 euros.
- Se vou a un sitio moi exótico e vexo que hai varios museos, o prezo pode ser un factor polo que elixa un ou outro.
- Se vas con tres ou catro persoas, un museo de 10 euros é unha pasta, se vale 2 non o pensas. E logo tamén das expectativas que teñas, obviamente, pero por 2 euros entras aínda nun que sexa pouco atractivo. (GD 3)

As persoas que adoitan visitar os museos con frecuencia son as que menos importancia lle dan ao prezo. De feito, consideran que a estipulación dun custo pola entrada lle proporciona un valor adicional e incluso pode esperar un maior recoñecemento por parte do visitante e evitar as masificacións. Por iso, ante a pregunta de se o prezo é unha cuestión importante e se a visita a un museo debería ser de balde, as opinións están a favor de que se cobre a entrada.

—Por aí adiante, cóbrannos en todos os sitios. Valoremos o noso e protexamos o noso. Non prezos desmesurados. Que flexibilicen por estar empadroadado [...]. (GD 2)

—Eu creo que iso vai en función un pouco de cada persoa. Na cultura que teñas, nos teus *hobbies*. Si que é certo que se é gratis igual vai máis xente, pero se hai algo que realmente che interesa, aínda que teñas que pagar, seguro que ao final non o consideras tan caro. (GD 1)

— Nada debe de ser gratis pero tampouco podemos pagar un sobreprezo. (GD 3)



As iniciativas de fidelización resultan especialmente valoradas polas persoas que visitan os museos con máis frecuencia. Cítanse exemplos relacionados con programas como asociacións de amigos, pases anuais e outros similares. Este tipo de iniciativas son máis valoradas polo vínculo persoal que perciben que polas eventuais vantaxes económicas que poderían supoñerlles. Interpretan que se trata dunha maneira de vincularse, identificarse e apoiar a unha entidade pola que senten certo apego emocional. Pola contra, este tipo de accións non parecen mobilizadoras para quen acode a estes espazos con menos frecuencia, a excepción dos “paquetes” que inclúen varios museos da mesma cidade ou contorna, cos que se busca exclusivamente un aforro no prezo das entradas.

- Paréceme máis interesante [un desconto para asistir a] unha rede de museos.
- Podes facerte amigo do museo, pagas unha cota ao ano, tes desconto nas entradas, preferencia para exposicións temporais. Este tipo de iniciativas están ben. (GD 4)

A adecuación dos horarios dos museos galegos ao tempo de lecer das persoas que os visitan é outra das cuestións que se lles formula aos grupos de debate. Este asunto acada especial relevancia cando se trata de espazos do seu contorno próximo, xa que no día a día o tempo do que dispoñen para este tipo de actividades é reducido. Ademais, suxiren que os horarios deberían coincidir co tempo de lecer para facilitar a conciliación das persoas con esta actividade cultural.

- Eu creo que teñen un abano amplo de horarios.
- Eu creo que canto máis amplo sexa mellor, porque aparte de facilitar a visita, así se masifica menos. (GD 1)

As apreciacións sobre os horarios están condicionadas sobre todo pola cidade á que pertence cada grupo, máis que en función de se son ou non persoas que os visitan asiduamente. Neste senso, hai quen indica que os horarios dos museos da súa contorna son moi reducidos e pouco axeitados e noutros casos non se menciona, polo que se pode interpretar que existe variedade de horarios.

- [hai] museos con apenas horario e non podes facer que eses museos sexan atractivos. (GD 4)
- Pechan moi pronto. Moitos abren con horario partido. [...] cando te das conta xa vai pechar. (GD 2)



4.3.5 Persoal e recursos tecnolóxicos

A cuestión do persoal que traballa nos museos é outro dos asuntos que xorde de xeito espontáneo durante o desenvolvemento dos grupos. Trátase dun aspecto no que non hai coincidencias entre as opinións das persoas que acoden regularmente e as que van con menos frecuencia. No primeiro caso, valoran positivamente a información que reciben por parte dos profesionais durante as súas visitas e aseguran que unha explicación realizada por persoas expertas ou unha dúbida resolta poden determinar a súa avaliación sobre un museo. Ademais, demandan persoal formado, con coñecementos sobre a exposición que poida enriquecer a visita. Este aspecto, en cambio, carece de relevancia entre quen no adoita visitar os museos, que máis ben se decanta por recorrer a unha audioguía ou a información interactiva no caso de consideralo necesario.

Nas discusións sublíñase a importancia de contar con profesionais cualificados e motivados que poidan mellorar a experiencia de visitantes. Moitos participantes mencionan que a presenza de guías ben preparados pode marcar unha gran diferenza, xa que teñen o potencial de facer a visita máis interesante e enriquecedora. Con todo, tamén se detectan deficiencias, como a contratación de persoal non especializado que non está preparado para responder a preguntas nin ofrecer información relevante sobre as exposicións.

A situación varía segundo o tipo e tamaño dos museos. Nos espazos máis pequenos adoita haber problemas relacionados coa falta de persoal cualificado, coas funcións de guía delegadas a persoas sen a formación necesaria, o que pode empobrecer a experiencia de visitantes.

Tamén se menciona que a actitude e o entusiasmo do persoal inflúen moito na percepción das persoas que acoden aos museos. Un guía motivado e ben informado pode transformar unha visita nunha experiencia memorable, mentres que unha atención desganada ou pouco informada pode prexudicar a imaxe do museo. Valoran especialmente os casos de persoas que exercen de anfitrías con entusiasmo, mesmo se non son guías profesionais ou non teñen formación específica.

—En Galicia estamos frouxos. Só hai persoal de seguridade.

—Non adoita haber persoal ao que poidas facer preguntas. (GD 1)



—O persoal é importante (asenten todos). Agora están a tentar incluír a xente. [...] Ten que ser un persoal cualificado e motivado. O persoal pódeteche facer volver [...] en termos xerais, é xente con moita vocación. [Pero, nun espazo] unha das veces que fun, estaba unha moza para abrírnos a porta. Non dixo nada: esperade cinco minutos que van poñer a audición. Unha persoa inflúeche moito. [En cambio, noutro espazo] hai un mozo que che explica as cousas como se vivise para iso. (GD 2)

—Xeneralizar está mal [...], depende moito [...] [hai sitios onde hai persoal con] formación. [Noutro sitios] son moi amables [pero] non están preparados para contestar ningunha dúbida.

—Atendeunos un [traballador sen cualificar] que nos ensinou todo o que fan alí durante máis dunha hora e foi marabilloso. Contouno fantástico, ou sexa, viviuno [...]. É ouro, [...] a condición de que cho fagan ameno e divertido, non che importa volver. (GD 3)

Pola súa parte, os recursos tecnolóxicos considéranse decisivos á hora de facer os museos máis atractivos e conseguir que vaian persoas que non adoitan visitalos e fidelizar a públicos como o infantil ou outros menos acostumbrados a este contorno.

Considérase que os museos deben evolucionar, adaptarse aos novos tempos e contar con máis recursos audiovisuais que xeren interese e fagan máis dinámicas as visitas para que sexan apropiadas para todo tipo de públicos. Neste sentido, asocian os museos estáticos co pasado.

Demandan máis interacción e consideran que este tipo de recursos poden ser a chave para mellorar as experiencias da visita. Aseguran que este tipo de recursos ben empregados poden cambiar o transcurso dunha visita e achegar moito valor a un museo.

En Galicia, no que se refire aos recursos tecnolóxicos, a sensación é de que hai certo atraso. Segundo o criterio das persoas participantes, non existen museos que conten con recursos demasiado novidosos. De todos os xeitos, tamén inciden no mantemento, polo que chegan a afirmar que é peor o efecto que fai unha instalación deste tipo que non funciona e non se conserva adecuadamente, que a falta deste tipo de recursos.

—En recursos tecnolóxicos en Galicia estamos empezando. (GD 4)

—Se, por exemplo, hai algo interactivo que che permita investigar a vida do autor, ou o marco xeográfico, ou poida dalgunha maneira saír un pouco do que é ver soamente a exposición. Eu vin maquetas en sitios que me resultaron moi atractivas. (GD 1)



- A nivel conceptual de museo parece que estamos no século pasado, [hai que] facelos máis interactivos para entreter [...]. Se vas poñer unha foto e un texto, eu son o primeiro que non [vou].
- Con nenos [mellor] que sexan máis interactivos. Aos maiores tamén lles gusta que sexan interactivos. Prefiro unha visita guiada ou algún vídeo, se non é unha suma de carteis e chega un momento que non les.
- Estamos en 2024, os museos non poden ser como hai 50 anos, é dicir, teñen que ser atractivos. (GD 3)

4.3.6 Servizos

Para a maioría das persoas que asistiron aos grupos de debate, tanto visitantes frecuentes como menos frecuentes, os servizos non determinan a decisión da visita, pero inflúen na súa recomendación posterior, avaliación e na posibilidade de repetila. A percepción e as demandas son diferentes segundo o tamaño do museo e a súa localización, polo que son menos esixentes nos pequenos museos de localidades rurais que nos de maior tamaño das grandes cidades.

A existencia de gardarroupa, consigna e cafetería ou restaurante nas inmediacións considérase esencial, especialmente en visitas longas. A dispoñibilidade de aseos tamén se considera un servizo básico que todos os museos deben ofrecer e a tenda de recordos é outro servizo valorado. Tamén se destacan outros aspectos importantes como a iluminación adecuada, especialmente en exposicións grandes, e a dispoñibilidade de audioguías que axudan a mellorar a comprensión da visita.

—Servizos importantes son: gardarroupa, restaurante e audioguía, que axuda bastante na visita, compréndela mellor. Para min son importantes consigna, restaurante, cafetería... Si, por se levas mochila, abrigos. Debería haber restaurante no museo ou nos arredores [...] ou cafetería [...] e, evidentemente, aseos. (GD 4)

—É importante que teñan unha cafetería... -si, se é moi larga a exposición, para beber algo e tenda, onde haxa reproducións, a min restaurante non [me parece necesario]. Pero unha tenda paréceme bastante importante se queres levar algo de agasallo [...] máquinas expendedoras, si [...] baños [con] boa accesibilidade. (GD 2)

—A iluminación é básica. É interesante que haxa salas de proxeccións, que haxa *merchandising* sobre a exposición, que haxa unha tenda, que che dean a escoller se queres un guía ou non. (GD 1)

A posibilidade de adquirir algún artigo relacionado coa visita valorouse positivamente, aínda que non se considera necesario que haxa unha tenda

.....

propriadamente dita se o tamaño do museo é máis reducido. As persoas que van máis a miúdo mencionan os libros ou reproducións de contidos do museo e as que van menos pensan máis nun recordo da visita.

—[...] gústame que teñan tenda, pero non o vexo necesario, [...] algún libro [...]. (GD 4)

—Depende, se che gusta a exposición, un catálogo [...] o chaveiro e o bolígrafo [...]. (GD 3)

O servizo de consigna ou gardarroupa, aínda que non é un factor determinante, si redunda favorablemente na comodidade da visita. Ademais, adquire especial relevancia no inverno e naqueles museos que se asocian máis a unha viaxe, xa que a posibilidade de acudir con roupa máis pesada de abrigo ou mochilas dificultan a visita. En cambio, nos museos de menor tamaño ou situados no rural este aspecto perde importancia.

—Non é necesario que haxa unha consigna. Estaría ben, pero non é necesario. (GD 3)

—É importante a consigna por se levas mochila, abrigos, etc. (GD 4)

Para as persoas que acoden aos museos con máis frecuencia as audioguías son un complemento xa que prefiren as visitas guiadas e a posibilidade de realizar consultas ao persoal. Pola contra, as que van poucas veces atópanse mais cómodas con este sistema, que o valoran positivamente.

—Se xa pasou a hora da visita e non me decatei utilizo a audioguía.

—Está ben, é un servizo que ten que haber. (GD 3)

—Os sistemas de audioguía tamén están ben.

—[...] Se che xorde algunha [dúbida] non podes facer preguntas.

—Xa, pero mellor iso que nada. (GD 1).

En todos os grupos e tipoloxías de visitantes demándase un servizo de cafetería ou un lugar onde beber algo e facer un descanso da visita ou dala por terminada. Son conscientes das diferentes realidades e tipoloxías de museos e por iso consideran que nos museos de menor tamaño podería substituírse por máquinas expendedoras, pero resúltalles imprescindible contar con algunha destas opcións fundamentalmente para as visitas familiares con público infantil. Se non é posible ofrecer o servizo, valoran a presenza dun establecemento agradable e cómodo na contorna do museo onde van finalizar a visita.



—Para os que temos nenos é importante que haxa unha zona de ocio infantil e que haxa unha cafetería, algo. (GD 3)

—É importante que teñan unha cafetería [...]

—Se é moi larga a exposición, para beber algo ou máquinas expendedoras. (GD 2)

—É moi importante [que teñan cafetería].

—Non todos teñen, cafetería, depende de onde estean situados.

—Está ben tela porque así a xente anímase máis a quedar no museo. (GD 1)

4.3.7 Accesibilidade

Outro aspecto mencionado é a falta de accesibilidade en certos museos ou edificios históricos, o que pode dificultar a visita a persoas con mobilidade reducida. Isto é particularmente relevante cando os espazos non contan con adaptacións axeitadas para garantir unha experiencia inclusiva para todo tipo de públicos.

—Ás veces [...] hai determinadas partes ás que tamén lles é difícil acceder ás persoas con dificultade de movemento. (GD 1)

Sen embargo, afirman que hoxe en día as limitacións deste tipo danse en contadas excepcións e que a lexislación vixente impide que os novos espazos ou os máis relevantes conten con barreiras arquitectónicas, tanto para persoas maiores como outras de mobilidade reducida. Non é un aspecto que xere moito debate ou controversia.

Os museos galegos de menor tamaño ou situados en edificacións emblemáticas ou antigas si poden contar con certas limitación, pero enténdese e xustifícase.

—Uns mellor que outros. Hai museos a nivel de mobilidade que non son accesibles para todos os públicos. (GD 1)

—Está a actualizarse aos poucos.

—É un tema que se lle deu moita importancia a nivel nacional coa nova lei, e nótase. (GD 2)

4.3.8 Público infantil

En resposta á pregunta de se consideran que todos os museos están adaptados para o público infantil, tanto as persoas que teñen nenos ou nenas na súa contorna como as que non, concordan coa necesidade de integrar e facer accesibles os museos á cativada. Esta cuestión tamén xera consenso

entre todas as persoas que os visitan, máis frecuentes e ocasionais. Afirmam que todas as tipoloxías de museos deberían ser espazos nos que a rapazada puidese interactuar e aprender de xeito pedagóxico e divertido.

En Galicia coidan que soamente determinados museos de temáticas concretas teñen en conta a cativada e que por norma xeral non permiten unha visita cómoda e divertida. Aínda que os grandes museos contan cada vez con máis actividades para o público infantil, falta adecuar as visitas libres daqueles con temáticas máis áridas para este.

—[É] interesante que un neno poida interactuar. [...] poderíanse organizar visitas guiadas específicas para nenos, para xente acompañada por nenos, explicándolles ao seu nivel. A visión dun neno e a dun adulto son diferentes, trátase de conxugar o adulto co neno. Isto debería facerse en todos os museos en xeral, independentemente da temática.

—Non están enfocados para o público infantil. Eu creo que hai que tentar achegar os nenos aos museos. (GD 1)

—Todos os museos deberían estar enfocados para nenos e para adultos [...] hai que facer talleres, actividades [...]. Se hai un bo guía, pode chegar a gustarlles se lles explican o que están a ver. (GD 4)

O primeiro contacto co museo de moitos participantes da investigación deuse no marco dunha visita escolar. Todos recordan positivamente algún museo visitado nesas circunstancias e afirman que este tipo de visitas é máis reducido na actualidade. Consideran que deberían potenciarse posto que poden servir incluso de estímulo para outros membros do fogar. O contacto cos museos nun ambiente lúdico cos seus iguais pode resultar moi enriquecedor.

—É importante que se fomenten as visitas aos museos dos coles.

—Si, porque non se ve como unha obrigaón senón como algo satisfactorio, son moi importantes.

—[...] En comparación os meus fillos comigo, agora fan moito menos. (GD 2)

—É outra maneira de ensinarlles aos nenos outro mundo. Daquela eses nenos comentarán en casa que foron o museo e fan pensar aos seus pais que poden levalos.

—Ao ir acompañados dos compañeiros do colexio, faíallo máis apetecible ao neno. Van en grupo, todo faise máis de festa. Van encantados desde o colexio. (GD 1)

4.3.9 Comunicación

Destacouse que a falta de publicidade é un problema común para moitas exposicións e museos que, a pesar de ter unha oferta cultural interesante, non conseguen chegar ao público por falta de visibilidade. Menciónase

que os medios tradicionais tenden a promover eventos e exposicións xa coñecidos, mentres que aqueles menos populares ou en localizacións afastadas non reciben a atención necesaria. Isto fai que moitas veces sexa difícil descubrir certas ofertas culturais, a menos que as persoas as busquen activamente.

Tamén se sinalou que, aínda que a oferta cultural existe, a promoción inadecuada fai que moitos lugares pasen desapercibidos. Por exemplo, hai persoas que descubriron sitios de interese simplemente por casualidade, sen que estes fosen amplamente anunciados. A publicidade en lugares visibles como marquesiñas ou a través da prensa dixital e escrita pode axudar a que as exposicións cheguen a máis xente. Ademais, artigos que expliquen o contido das exposicións ou que anuncien visitas guiadas poden aumentar o interese, como sucedeu nalgúns casos nos que unha boa promoción levou a un maior número das visitas.

Tamén coinciden en que a promoción eficaz, tanto en medios tradicionais como dixitais, é clave para dar a coñecer a ampla oferta cultural dispoñible. A publicidade non debe limitarse aos grandes eventos, senón abarcar tamén aqueles menos coñecidos para darlles a visibilidade que merecen.

Para as persoas que adoitan visitar os museos a información é necesaria e consideran que, por norma xeral, soe ser axeitada e está dispoñible para quen realiza buscas activas. En cambio, para quen non os frecuenta moi a miúdo a información sobre a oferta e as actividades ou eventos vinculados aos museos non é suficiente e debe adaptarse aos tempos mediante as novas canles de información e de comunicación. Afirmar que se se queren aumentar as visitas non se pode esperar que as persoas busquen a información, senón que se deben facer “virais” os seus eventos, os recursos e a súa oferta.

—Hai cousas que se publicitan soas pero outras exposicións moi interesantes que se descoñecen. Os xornais venden o que xa coñece todo o mundo, en cambio o que necesitas que se promocióne é o que non se coñece. (GD 4)

—Non lle dan publicidade. Decateime porque fun a tomar un café [...] Non se dá a coñecer. (GD 2)

—Pouca información, máis ben non é que non a haxa oferta senón que non o publicitan, se se busca atópase.



— Eu creo que o xornal non é só que á beira da carteleira de cinema haxa unha listaxe con letra moi pequena coa ducia de museos. Eu creo que é bo que apareza un artigo comentando que se están facendo visitas. Moitas veces abonda con que lea un artigo sobre unha exposición. Hai unha exposición en tal sitio e vou. (GD 1)

4.3.10 Estratexias para atraer público

Cando se pregunta nos grupos de discusión sobre que accións poderían axudar a atraer ao público, algúns participantes suxiren a creación de actividades complementarias ás exposicións que fomenten a interacción das persoas que participan nelas, como faladoiros ou debates sobre as exposicións. Ademais, propoñen que de forma regular se organicen charlas que inviten ao público a participar activamente.

Outro punto destacado é a idea de vincular as exposicións con actividades culturais relacionadas, como concertos ou eventos temáticos. Esta combinación de contidos permitiría que o museo se convertese nun espazo máis dinámico.

A rotación frecuente das exposicións foi outra recomendación importante. Destacaron que a que se anuncia con antelación crea unha sensación de urxencia para que o público asista antes de que finalice a mostra. Propoñen que cada exposición teña unha data clara de inicio e fin para motivar a visita.

Así mesmo, destacouse o valor dos eventos sociais asociados ás inauguracións. Consideran que estas deben ter un elemento atractivo adicional, como un concerto ou a presentación dun libro para crear unha experiencia máis completa e atraer a un público máis amplo.

Os grupos tamén subliñaron a relevancia da promoción das actividades museísticas, especialmente nas redes sociais, que son consideradas máis eficaces á hora de chegar ás xeracións máis novas, en comparación coa prensa tradicional. Sinalan que os hábitos de consumo de información mudaron e que é importante que os museos adapten as súas estratexias de comunicación a estes novos formatos.

— Eu dicía que había pouca oferta museística pero igual hai máis da que pensabamos [...]. Hai asistencias en grupo con moi pouca xente. Non sabería explicar o por que. Ou está claro que non nos decatamos, eu creo que ese non é o problema, o que se quere informar, infórmase, e estamos a falar, non falei agora, de como se informa á xente. A prensa é importante pero as redes son máis, sobre todo cun perfil máis novo. Os hábitos son distintos. Os fillos xa non len o xornal. (GD 3)



- Faladoiros despois [da exposición]. Por exemplo: tal día vai haber unha conferencia ou un debate sobre a exposición, algo sobre o que a xente poida actuar para dar a súa opinión sobre a exposición.
- Por exemplo, un día á semana que haxa charlas sobre esa exposición.
- Ou [...] traer un grupo de música de cámara e facer un concerto referente á época [da] exposición.
- Que houbese unha rotación de exposicións e que estivese anunciada. Porque basta que poña que tal día empeza a exposición e tal día acaba, para que a xente xa diga: teño que ir.
- Tamén sería atractiva unha inauguración cun evento social. [...]
- Ou dar notoriedade. Por exemplo, que a inauguración coincida cun concerto, ou coa presentación dun libro.
- Algo que sexa máis que chegar ti alí e só ver a exposición. (GD I)

As persoas que acoden aos museos máis a miúdo cren que polo tipo de sociedade actual é necesario que os museos modernicen e actualicen o xeito de comunicarse para achegarse a novos visitantes. Tamén se xeran dúbidas e reticencias con respecto ás visitas de persoas que non contan cun interese previo nun museo e que poidan acudir por fins puramente de moda o casuais e tamén en relación coa posible masificación, que para este tipo de usuarios non é nada desexable.

Para as persoas que os visitan poucas veces as melloras pasan por buscar a conexión coa xente máis nova a través das redes sociais. Deben contar con propostas máis cambiantes, amenas e dinámicas, máis eventos e publicidade, de xeito que xeren interese e atraer a xente aos museos.

Entre as estratexias para atraer ao público destaca o papel que desenvolven as redes sociais e os *influencers*. A presenza de contidos atractivos para a mocidade, como *photocalls* temáticos ou rutas teatralizadas considéranse interesantes para captar un público máis novo.

O uso de estratexias novidasas para xerar visibilidade tamén desvirtúa a finalidade do evento, segundo o criterio dalgúns usuarios. A pesar de que a asistencia de persoas famosas a certos eventos, consegue atraer público e acadar os obxectivos de publicidade, recoñécese que esta estratexia ten vantaxes e desvantaxes.

- Que se poidan sacar fotos para Instagram provoca que vaian todos, que fagas *photocall* [...risas], presumir que estiveches nun sitio “guai”, se non podes poñer que estiveches aí, non vas. Iso, desgraciadamente, é así.
- [...] creo que tes ofrecer contidos cara á infancia, sobre todo para atraer á xente máis nova. [...] a idade media do cineclub é unha idade media-alta. Para atraer a xente nova nós fixemos *photocall* [...] e a xente veu a sacarse as fotos [...] e despois viron as películas. Se cadra, se non é por iso, non veñen.



—A teatralización nos museos chega moito. (GD 4)

—A opción dos *influencers*, si, pero con algo de criterio. [...]

—Foi interesante que á exposición [...] viñese xente famosa, queres publicidade, consegues o teu obxectivo, que máis che dá que un *influencer* que se interese por isto, se pode chegar a un público. (GD 2)

5. Os museos galegos dende a perspectiva das persoas expertas

Neste capítulo descríbese a situación dos museos en Galicia a través da opinión de persoas expertas que contestaron aos cuestionarios deseñados segundo o método Delphi para avaliar a súa percepción da situación pasada, presente e futura destes equipamentos culturais. Analízanse cuestións como orzamentos, os cadros de persoal, a carreira profesional e formación dos traballadores e traballadoras e as implicacións que poden ter no desenvolvemento do seu traballo. Ademais, cuestiónase a relación e implicación das distintas administracións cos propios espazos e os equipos directivos destes, así como a súa xestión e coordinación, entre outros. Tamén se abordan cuestións como o coñecemento da lexislación vixente, as relacións co sistema artístico e profesional e cos distintos públicos.

5.1 Situación xeral

As respostas das persoas expertas ás preguntas abertas reflicten unha visión xeral maiormente negativa e de precariedade, sustentada en diversos factores que afectan tanto á xestión interna dos museos e centros museísticos como á súa proxección e relación coa sociedade. Coinciden en que a situación actual é preocupante e sinalan unha serie de problemas que limitan o seu desenvolvemento e capacidade para cumprir coas súas funcións esenciais.

Nas preguntas pechadas, avalíouse o grao de acordo ou desacordo con respecto a esta visión negativa sobre a situación actual. Neste caso, coinciden en sinalar que a situación actual dos centros en Galicia é de precariedade. A puntuación media de 7,54 indica unha percepción xeneralizada de debilidade estrutural e operativa. A moda de 9 reforza esta idea e indica que un gran número considera que a situación é realmente grave. A dispersión nas opinións, reflectida nunha desviación típica de 2,11 suxire

que, aínda que hai consenso, hai quen ten unha visión menos crítica da situación.

Grao de acordo sobre a afirmación de que a situación actual dos centros museísticos galegos é precaria

Media	Moda	Desviación típica
7,54	9	2,11

Fonte: Elaboración propia

Un dos problemas máis recorrentes sinalados é a insuficiencia dos orzamentos. Esta falta de recursos financeiros ten unha repercusión negativa en varios aspectos da xestión, limita a capacidade dos museos para manter un cadro de persoal adecuado, o que, á súa vez, afecta á calidade do servizo ofrecido ao público. Ademais, a falta de fondos restrinxe as posibilidades de adquirir novas coleccións, o que dificulta a renovación e o enriquecemento continuo do patrimonio exhibido e reduce a capacidade dos centros para atraer a novos públicos.

Tamén sinalan que a falta de fondos adecuados impide abordar melloras estruturais esenciais, como a restauración de edificios históricos e a modernización das instalacións museísticas. Esta limitación afecta, ademais, á adquisición e actualización de equipamentos necesarios para a conservación e exposición do patrimonio. A insuficiencia de recursos compromete a capacidade dos museos para ofrecer espazos axeitados e atractivos, o que, á súa vez, reduce a posibilidade de captar e reter visitantes. Os museos necesitan recursos financeiros adicionais para renovar os seus fondos e manter as súas coleccións ao día e para reforzar os seus equipos humanos.

Preguntóuselles ás persoas expertas se consideraban que os orzamentos destinados ao sector museístico en Galicia son suficientes, utilizando unha escala de 0 a 10, onde 0 significaba totalmente insuficiente e 10 totalmente suficiente. De acordo coas súas respostas, pódese concluír que valoran de maneira moi negativa a suficiencia dos orzamentos, cunha media de 3,97 e unha moda de 0. Isto indica unha percepción crítica dos recursos económicos, o cal agrava as problemáticas xa identificadas. A alta desviación típica (3,56) significa, sen embargo, unha notable dispersión de opinións, o que reflectiría diferentes puntos de vista sobre o nivel de investimento necesario para o sector.

Grao de acordo sobre a afirmación de que os orzamentos destinados aos centros museísticos en Galicia son suficientes

Media	Moda	Desviación típica
3,97	0	3,56

Fonte: Elaboración propia

En relación con isto, percíbese que as administracións non lle prestan a suficiente atención á cultura, de acordo coas respostas á pregunta sobre se consideran que nos diferentes organismos oficiais existe unha falta de entendemento sobre a importancia do sector cultural en xeral. Así, a puntuación media de 8,13 reflicte un acordo xeneralizado. Ademais, a moda de 9 suxire que esta é unha opinión que predomina. A moderada variación nas opinións, indicada por unha desviación típica de 1,97, indica que aínda que a maioría coincide, hai quen manifesta opinións algo máis diversificadas.

Grao de acordo sobre a afirmación de que nas diferentes administracións hai unha falta de entendemento da importancia do sector cultural en xeral

Media	Moda	Desviación típica
8,13	9	1,97

Fonte: Elaboración propia

Outra preocupación significativa está relacionada coa limitada autonomía da que dispoñen as direccións dos museos, que a miúdo se ven sometidas á interferencia das instancias superiores. Esta falta de independencia restrinxen a capacidade do persoal directivo para tomar decisións estratéxicas que beneficien a súa misión cultural. As persoas enquisadas subliñan que estas limitacións a miúdo dan como resultado unha xestión menos eficaz e unha resposta máis lenta ás necesidades e oportunidades do sector.

A análise das respostas indica que outorgan a esta afirmación unha media de 7,90 puntos sobre 10 e unha moda de 8. Deste xeito, resulta salientable o acordo que manifestan sobre as restricións ás que se enfrontan as direccións dos museos debido á inxerencia institucional. A desviación típica (1,90) suxire que, malia que as opinións están bastante aliñadas, hai un pequeno grao de desacordo.

Grao de acordo sobre a afirmación de que a capacidade de acción das direccións dos museos e centros museísticos galegos está moi limitada por parte das institucións das que dependen

Media	Moda	Desviación típica



7,90	8	1,90
Fonte: Elaboración propia		

A falta de independencia na xestión somete aos centros á influencia de intereses políticos que poden non coincidir cos obxectivos culturais das institucións e tradúcese nunha menor capacidade de resposta aos desafíos e oportunidades cos que se teñen que enfrontar. Segundo a súa opinión, cómpre dotar os museos dunha maior liberdade de xestión interna. Reducir as inxerencias externas, especialmente as de carácter político, permitiríalles ás direccións tomar decisións máis autónomas e axustadas ás necesidades específicas de cada institución. Esta autonomía é considerada como un factor crucial para que poidan adaptarse rapidamente aos cambios e desafíos da contorna cultural e social.

Así, valórase de maneira moi positiva a importancia de outorgar maior liberdade de xestión aos museos. A puntuación media de 8,79 reflicte unha opinión maioritaria a favor desta medida, mentres que a moda de 10 indica que moitas persoas consideran que é absolutamente crucial. A desviación típica de 1,39 amosa que, aínda que existe un consenso en canto á importancia da autonomía, hai quen ofrece unha opinión máis cautelosa sobre a súa aplicación, posiblemente debido a preocupacións relacionadas coa capacidade dos centros para xestionar eficazmente recursos limitados ou coa necesidade de asegurar un control adecuado dos fondos públicos. Porén, o apoio a esta medida é maioritario e o seu desenvolvemento podería marcar unha diferenza significativa na capacidade destes espazos para adaptárense aos desafíos.

Grao de acordo sobre a afirmación de que é importante dotar os museos e centros museísticos galegos dunha maior autonomía de xestión

Media	Moda	Desviación típica
8,79	10	1,39

Fonte: Elaboración propia

Tamén mencionaron a influencia excesiva das motivacións políticas na xestión. Sinalan que a clase política que administra os centros (ou as administracións das que dependen) adoita impoñer unha perspectiva patrimonialista, que lles dá prioridade aos intereses alleos en vez de aos culturais.

Esta situación contribúe a que os museos sexan utilizados como ferramentas de propaganda ou para satisfacer axendas políticas, en lugar de centrárense na súa misión de preservación, investigación e difusión do patrimonio cultural.

As persoas enquisadas valoran cun alto grao de acordo a existencia de politización no clima cultural de Galicia, cunha puntuación media de 7,81 e unha moda de 8. Isto indica unha percepción significativa de que as dinámicas políticas inflúen de maneira determinante na xestión e desenvolvemento do sector museístico, o cal podería estar a afectar negativamente á súa evolución e funcionamento. A desviación típica de 2,04 sinala certa dispersión, o que podería indicar que hai quen non percibe a politización de maneira tan acentuada como a maioría.

Grao de acordo sobre a afirmación de que existe unha politización do clima cultural en Galicia

Media	Moda	Desviación típica
7,81	8	2,04

Fonte: Elaboración propia

Con menos contundencia detectouse unha crítica relacionada coa falta de ambición nos proxectos impulsados dende os centros. A puntuación media de 6,61 e a moda de 5 reflicten unha percepción moderada de falta de ambición no sector museístico galego. Aínda que non tan unánime como noutras afirmacións, esta resposta suxire que, segundo as persoas expertas, existe marxe para elevar as aspiracións relacionadas coa calidade e o alcance dos proxectos e coleccións. A desviación típica de 2,44 está a expresar unha considerable variabilidade nas opinións, cunha división entre quen considera que a ambición é insuficiente e quen ten unha visión máis positiva.

Grao de acordo sobre a afirmación de que no sector museístico galego hai unha falta de ambición nos proxectos e nas coleccións

Media	Moda	Desviación típica
6,61	5	2,44

Fonte: Elaboración propia

Tamén se denuncia un problema de localismo excesivo que levou á creación de numerosos espazos con temáticas similares en diferentes localidades, o que xera unha duplicidade de esforzos e de recursos. Considérase que este enfoque localista impide o desenvolvemento de proxectos museísticos cun alcance máis amplo e unha maior relevancia cultural.

A afirmación de que se deu prioridade á apertura de novos museos sen considerar adecuadamente os seus contidos recibe un apoio contundente, cunha puntuación media de 8,05 e unha moda de 10. Isto suxire a expansión física do sector non veu acompañada dun desenvolvemento cualitativo en termos de coleccións e programas, o cal podería comprometer a relevancia e sustentabilidade dos novos centros. Con todo, a desviación típica de 2,18 sinala que hai un grupo máis reducido que non comparte completamente esta visión.

Grao de acordo sobre a afirmación de que nos últimos anos primou a apertura de novos museos e centros museísticos sen pensar nos seus contidos

Media	Moda	Desviación típica
8,05	10	2,18

Fonte: Elaboración propia

Recoñécese a falta dunha estratexia global como unha das debilidades importantes. A ausencia dun plan estratéxico coherente e ben definido impide que os espazos poidan traballar de maneira coordinada cara a obxectivos comúns. Sen unha visión a longo prazo e unha planificación adecuada é difícil superar as carencias actuais e adaptarse ás esixencias do futuro.

A necesidade dun plan deste tipo é unha cuestión que concita un elevado consenso. Cunha puntuación media de 9,08 e unha moda de 10, a maioría coincide en que un plan é non só recomendable, senón esencial para garantir o desenvolvemento e sustentabilidade dos centros a longo prazo.

Grao de acordo sobre a afirmación de que é necesario un plan específico para os museos e centros museísticos de Galicia

Media	Moda	Desviación típica
9,08	10	1,26

Fonte: Elaboración propia



Con respecto ás vantaxes e fortalezas do sistema, resáltanse diversos aspectos positivos que, a pesar dos desafíos e limitacións sinalados, constitúen unha sólida base para o desenvolvemento e a sustentabilidade destes espazos.

As persoas expertas destacan que o sector conta cunha boa infraestrutura de edificios. Aínda que se sinalou a necesidade dun maior coidado e mantemento destas instalacións, non cabe dúbida de que a base física sobre a que se asentan os museos galegos é sólida. Os edificios que albergan estas instalacións non só son, en moitos casos, de gran valor arquitectónico, senón que tamén proporcionan espazos adecuados para a conservación e exhibición do patrimonio cultural. Esta infraestrutura representa un activo importante que, co adecuado investimento en mantemento e restauración, pode contribuír significativamente á atracción de visitantes e ao prestixio dos centros.

A ampla variedade de espazos, xunto coa diversidade de temas tratados e períodos cronolóxicos atendidos, é outra das grandes fortalezas do sistema museístico galego, que abrangue unha rica pluralidade de temáticas, que van desde a historia e a arte, ata a ciencia e a natureza. Ademais, esta diversidade non se concentra unicamente nas grandes cidades, senón que se difunde por todo o territorio galego, o cal permite que os centros situados en áreas rurais compitan coa oferta cultural dos centros urbanos máis grandes. Esta difusión territorial facilita que unha maior parte da poboación teña acceso á cultura e ao patrimonio, o cal fomenta unha maior integración social e contribúe ao desenvolvemento local.

5.2. Pasado e futuro dos centros museísticos

A evolución durante as últimas dúas décadas caracterizouse por unha disparidade de resultados, con avances significativos nalgúns aspectos e retrocesos preocupantes noutros. Solicitóuselles ás persoas entrevistadas a súa opinión sobre o progreso do sector en Galicia, utilizando escalas de 0 a 10, onde 0 representaba unha evolución totalmente negativa e 10 totalmente positiva.

Os resultados mostran unha valoración moderada da evolución. Cunha puntuación media de 5,21 e unha moda de 5, a percepción xeral re-

flicte unha evolución apenas satisfactoria. A desviación típica de 1,82 indica unha certa variabilidade nas opinións, o que suxire que mentres que hai quen percibe melloras notables, outras persoas poderían ter unha visión máis crítica dos avances. Estes resultados indican que, aínda que houbo avances nalgúns aspectos, estes non foron suficientemente significativos ou transformadores como para levar o sector a un estado de desenvolvemento óptimo. Existe unha sensación de certa estabilidade, ao tempo que semella que as melloras realizadas non foron suficientemente ambiciosas ou careceron dun impacto positivo profundo.

Puntuación media outorgada á evolución do sector museístico en Galicia nos últimos 20 anos

Media	Moda	Desviación típica
5,21	5	1,82

Fonte: Elaboración propia

Un dos cambios máis notables foi o incremento no número de centros. Esta expansión foi en xeral percibida como un avance positivo, xa que permitiu unha maior dispersión da oferta cultural en Galicia. Con todo, esta proliferación non sempre estivo acompañada por un aumento da calidade ou relevancia dos contidos exhibidos. A política dominante das últimas décadas centrouse na ‘inauguración’ de novos espazos, cunha énfase notable na construción e acondicionamento de infraestruturas (continente), en lugar de na creación de propostas culturais sólidas e coherentes (contido).

Outro aspecto positivo destacado foi a adaptación de moitos centros galegos ás novas tecnoloxías da información e da comunicación. Este cambio facilitou a difusión dos fondos a través de novas narrativas dixitais e permitiu unha maior visibilidade das actividades mediante o uso de redes sociais. Este proceso de modernización é chave para que os museos manteñan unha conexión máis directa cos seus públicos, especialmente coas xeracións máis novas.

Avaliouse a adaptación dos museos galegos ás novas tecnoloxías da información e a comunicación, utilizando una escala de 1 a 10, de insuficiente a suficiente. Os resultados indican que se considera que a adaptación tecnolóxica destes é insuficiente, cunha puntuación media de 4,79 e unha moda de 3. Esta valoración suxire que non están a aproveitar plenamente as oportunidades que ofrecen as novas tecnoloxías, o que podería

estar a limitar a súa capacidade de atraer e conectar con novos públicos. A desviación típica de 2,13 reflicte unha certa variedade nas opinións, o que indica que algúns museos poderían estar máis avanzados na súa adaptación tecnolóxica que outros.

Grao de acordo sobre a afirmación de que a adaptación dos museos galegos ás novas tecnoloxías da información e a comunicación é insuficiente

Media	Moda	Desviación típica
4,79	3	2,13

Fonte: Elaboración propia

Tal e como se viu no apartado sobre a situación xeral dos museos, a pesar dos avances mencionados, a evolución destes equipamentos en Galicia estivo marcada por importantes desafíos orzamentarios. As persoas expertas sinalan que a redución nos orzamentos destinados á cultura tivo un impacto negativo profundo, provocando o peche dalgúns espazos por falta de apoio institucional, mentres que outros viron como, co tempo, os seus recursos se deterioraron ata o punto de non poder renovar as súas coleccións nin manter o seu persoal. Este empeoramento debilitou de xeito significativo o sector galego, xa que reduciu a súa capacidade de atraer visitantes e competir no ámbito nacional.

Durante os últimos 20 anos, observouse un cambio na maneira en que as institucións xestionan os museos. Pasouse dunha visión que promovía a autonomía destes a unha máis centralizada, na que as súas direccións teñen menos liberdade para tomar decisións e difundir adecuadamente as súas actividades. Este cambio xerou frustración entre os profesionais, que senten que a falta de independencia limita a súa capacidade para innovar e adaptarse ás necesidades do seu público.

Como consecuencia dos problemas financeiros e a centralización da xestión, Galicia perdeu peso no contexto museístico español. Algúns espazos emblemáticos galegos foron mencionados expresamente como exemplos de institucións que viron reducida a súa influencia e prestixio no ámbito nacional. Esta perda de relevancia atribúese en parte á súa incapacidade para renovarse e ofrecer propostas culturais atractivas que compitan coas doutras comunidades autónomas.

Solicitóuselles tamén aos/-as participantes que compartisen as súas perspectivas sobre como evolucionará o sector nos próximos 10 anos. As

respostas reflicten unha mestura de incerteza e escepticismo sobre o futuro destas institucións, así como a identificación de accións necesarias para garantir a súa relevancia e sustentabilidade nun contexto social e cultural cambiante. Na pregunta pechada, mostran unha expectativa moderada, cunha puntuación media de 5,03 e unha moda de 5. Esta valoración reflicte un prognóstico neutro ou, polo menos, unha falta de confianza en que os avances significativos vaian ocorrer na próxima década. A desviación típica de 1,64, lixeiramente máis baixa que na pregunta sobre o pasado, suxire que existe un consenso algo maior sobre as expectativas de futuro, aínda que se prevé que sexan, na súa maioría estables ou sen grandes cambios.

Valoración das perspectivas sobre a evolución do sector museístico en Galicia nos vindeiros 10 anos

Media	Moda	Desviación típica
5,03	5	1,64

Fonte: Elaboración propia

A similitude nas puntuacións entre a avaliación sobre a situación do pasado e as expectativas para o futuro suxire que non se prevé un cambio radical na tendencia actual. Este resultado podería interpretarse como un sinal de que os problemas estruturais e as carencias que limitaron a evolución nos últimos 20 anos poderían seguir persistindo, a menos que se produzan cambios substanciais na política, financiamento e xestión do sector.

No cuestionario aberto, as persoas expertas expresan unha notable preocupación sobre a dirección que tomarán os museos galegos na próxima década. A percepción xeral é que a evolución do sector está marcada por unha gran incerteza, influída en gran medida pola dinámica da sociedade actual, onde o interese por estas instalacións parece estar ligado case exclusivamente ao turismo e á novidade das exposicións temporais. Esta tendencia podería levar a unha transformación significativa da función e a identidade destes centros.

Ademais, opinan que nun futuro próximo os museos galegos poderían afastarse do seu papel tradicional como custodios do patrimonio cultural. En lugar de ocuparse da preservación e exhibición de coleccións permanentes, é probable que estes centros evolucionen cara a un modelo máis dinámico e orientado a visitantes ocasionais, máis enfocados a ser

.....

espazos explicativos, de actividades e de exposicións temporais. Como resultado disto, as coleccións permanentes poderían perder protagonismo e quedar relegadas a un segundo plano ou mesmo, nalgúns casos, desaparecer por completo da oferta principal dos centros.

Perante este escenario, coinciden na importancia de emprender un labor de sensibilización dirixido aos responsables políticos e á sociedade en xeral. Subliñan que é crucial destacar a relevancia da cultura e, por extensión, dos museos como piares fundamentais para a conservación do patrimonio, a educación e a identidade cultural de Galicia. Esta sensibilización debe traducirse nunha serie de accións concretas que permitan fortalecer a posición destes na comunidade.

Finalmente, subliñan a importancia de fomentar a creación dunha rede museística galega ben estruturada que permita optimizar recursos, evitar duplicidades e desenvolver proxectos conxuntos que potencien o atractivo e a relevancia dos centros galegos, tanto no ámbito nacional como internacional. Este esforzo debería centrarse en promover e reforzar a coordinación e colaboración entre os distintos centros da comunidade. A creación desta rede tamén contribuiría a un intercambio máis fluído de coñecementos e experiencias entre os profesionais do sector e facilitaría a posta en marcha de boas prácticas e a xeración de sinerxías que fortalezan o papel dos museos na sociedade galega.

5.3 . Os recursos humanos

Segundo o criterio das persoas consultadas, os museos enfróntanse a problemas significativos relacionados coa xestión dos seus equipos humanos. Subliñan que en moitos casos o persoal non se renova nin se reforza adecuadamente, unha inacción cuxa consecuencia é un cadro envellecido e, nalgúns casos, insuficiente para cubrir as necesidades operativas dos centros.

Ante a pregunta acerca da súa valoración sobre este aspecto, os resultados reflicten unha percepción negativa. Cunha puntuación media de 3,54 e unha moda de 0, coinciden en que os recursos humanos dispoñibles son claramente insuficientes. A moda de 0 pon de manifesto unha preocupación xeneralizada, pero a elevada desviación típica de 3,33 revela unha

dispersión que suxire que algunhas persoas expertas perciben a situación con maior severidade que outras.

Valoración da suficiencia dos equipos humanos dos museos

Media	Moda	Desviación típica
3,54	0	3,33

Fonte: Elaboración propia

Ademais, sinalaron a existencia de falta de oportunidades de formación continua e especialización profesional do persoal, o que pode afectar negativamente a calidade do servizo e a innovación na xestión. Este aspecto tamén se avaliou cunha pregunta pechada. A gran maioría considera que é necesario mellorar a profesionalización. Cunha puntuación media de 8,28 e unha moda de 10, evidénciase consenso sobre esta necesidade.

Valoración da necesidade de mellorar a profesionalización

Media	Moda	Desviación típica
8,28	10	1,70

Fonte: Elaboración propia

En relación co anterior, a necesidade de proporcionar unha maior estabilidade laboral é considerada como unha prioridade. A puntuación media de 8,79 e a moda de 10 indican que case todas as persoas do estudo ven a estabilización como un factor esencial. A desviación típica de 1,26, máis baixa que noutras preguntas, suxire un maior acordo neste aspecto.

Valoración da necesidade de maior estabilidade laboral

Media	Moda	Desviación típica
8,70	10	1,26

Fonte: Elaboración propia

En contraste con estes problemas, tamén se sinalaron algunhas fortalezas. Así, afirman que, a pesar do dito, Galicia conta con profesionais ben formados e especializados, moitos dos cales recibiron a súa educación nas universidades galegas. Este capital humano é esencial para a xestión e desenvolvemento dos museos, xa que achega os coñecementos e habilidades necesarias para facer fronte aos desafíos do sector e aproveitar as oportunidades de innovación. A existencia deste talento especializado é unha

vantaxe competitiva que lles permite aos centros ofrecer experiencias de alta calidade aos seus visitantes.

Tamén valoran positivamente o traballo comprometido dos equipos tanto no pasado como no presente. Moitas veces este traballo realizouse de forma voluntaria, o que demostra un forte compromiso e dedicación cara á preservación e promoción do patrimonio cultural. Este espírito de entrega e esforzo continuo é unha fortaleza que lles permitiu superar desafíos significativos ao longo do tempo e continuar operando a pesar das limitacións. O compromiso do persoal é un punto fundamental sobre o cal se poden construír futuras melloras e proxectos innovadores.

Finalmente destacan a existencia de profesionais independentes cualificados en Galicia. Estes profesionais, que actúan fóra das estruturas institucionais tradicionais, achegan coñecementos e enfoques innovadores que poden complementar e enriquecer o traballo dos museos. A colaboración con estes, representa unha oportunidade para incorporar novas perspectivas, mellorar a calidade das exposicións e programas e desenvolver proxectos de investigación e difusión máis completos e atractivos.

5.4 Coordinación, relacións institucionais e lexislación

Segundo os expertos/-as, a coexistencia de diferentes administracións con orientacións políticas diverxentes provoca tensións e conflitos que afectan negativamente á xestión e á colaboración. Este clima politizado non só complica a coordinación institucional, senón que tamén pode influír na orientación das políticas culturais, desviándoas do seu propósito principal.

Por este motivo, no cuestionario incluíronse preguntas para que valorasen o grao de colaboración das institucións públicas cos centros museísticos galegos. A análise revela unha percepción de colaboración moderada. Cunha puntuación media de 5,10 indícase que a colaboración, aínda que non é completamente deficiente, tampouco é vista como ideal ou altamente efectiva. A moda de 4 reflicte que moitas das persoas participantes no estudo consideran que a colaboración está por debaixo do agardado, mentres que a desviación típica de 2,12 mostra que as opinións son diversas, xa que hai quen valora esta relación de forma máis positiva e tamén máis negativa.

Valoración do grao de colaboración das institucións públicas cos centros museísticos galegos

Media	Moda	Desviación típica
5,10	4	2,12

Fonte: Elaboración propia

Esta débil coordinación impide a creación de sinerxías e a optimización de recursos na relación entre os propios espazos e dificulta a posta en marcha de proxectos conxuntos que poderían enriquecer a oferta cultural e mellorar a visibilidade dos museos galegos, tanto no ámbito nacional como internacional. Esta falta de cooperación sinalouse ademais como unha debilidade específica do sistema. A falta dunha estratexia de colaboración efectiva impide o desenvolvemento de iniciativas como a realización de exposicións temporais itinerantes que poderían enriquecer a oferta cultural e facilitar o acceso ao patrimonio en diferentes localidades. Esta desconexión limita as oportunidades de compartir recursos, coñecementos e experiencias e reduce a capacidade do sistema para actuar de maneira unificada e coherente.

Nas preguntas pechadas, os resultados mostran unha percepción xeral dunha coordinación insuficiente. Cunha puntuación media de 4 e unha moda de 5, consideran que a coordinación actual é débil e non alcanza niveis satisfactorios. Esta puntuación indica que, aínda que poida haber algúns esforzos de colaboración, estes son insuficientes para xerar unha rede sólida e eficaz entre as distintas institucións. A desviación típica revela unha certa diversidade de opinións, o que suxire que algunhas persoas perciben a situación con máis pesimismo que outras.

Valoración do grao de coordinación actual entre centros museísticos

Media	Moda	Desviación típica
4,00	5	2,11

Fonte: Elaboración propia

Unha das solucións que apuntaron algunhas das persoas consultadas pasaba pola creación dun ente centralizado de coordinación, polo que se decidiu comprobar o grao de aceptación que unha solución así podería ter. Os resultados reflicten un consenso relevante sobre a necesidade dun órgano de referencia na Administración autonómica. A moda de 10 indica

que moitas persoas consideran esta medida non só útil, senón fundamental para o desenvolvemento eficaz do sector.

Grao de acordo sobre a necesidade dun órgano de referencia en materia de museos na administración autonómica para mellorar a coordinación entre eles

Media	Moda	Desviación típica
7,79	10	2,30

Fonte: Elaboración propia

En relación co anterior, preguntóuselles tamén sobre ata que punto se percibía como sinxela ou complexa a relación administrativa, dado que de forma espontánea se apuntara que existía certa complicación burocrática nalgúns procesos. As persoas expertas aprecian que existe unha complexidade moderada. Cunha puntuación media de 6,03 e unha moda de 5, evidénciase que a Administración pública presenta obstáculos significativos para o desenvolvemento de actividades, aínda que estes non se consideran insuperables.

Grao de acordo sobre a afirmación de que hai complicación administrativa para que os museos e centros museísticos desenvolvan as súas accións

Media	Moda	Desviación típica
6,03	5	2,56

Fonte: Elaboración propia

Outra debilidade sinalada é a falta de colaboración entre as institucións públicas e o sector privado. Destacouse que a ausencia de patrocinios e de alianzas estratéxicas con empresas e organizacións limita as posibilidades de financiamento e desenvolvemento de proxectos innovadores. Esta carencia de cooperación restrinxe a capacidade dos centros para ampliar o seu alcance, diversificar as súas actividades e atraer novos públicos. O grao de participación do sector privado é valorado moi negativamente. A puntuación media de 2,63 suxire unha importante carencia en termos de colaboración e apoio. A moda de 1 reforza esta percepción, xa que demostra que moitas persoas consideran esta relación como case inexistente.

Valoración do grao de participación de patrocinios e iniciativas privadas cos museos e centros museísticos galegos

Media	Moda	Desviación típica
2,63	1	1,99

Fonte: Elaboración propia

Unha cuestión que apareceu espontaneamente nas respostas abertas foi a existencia de duplicidades no mapa museístico galego, polo que se decidiu avaliar o grao de acordo ou desacordo sobre esta afirmación. Os resultados indican que existe unha opinión dividida sobre esta cuestión. A puntuación media lixeiramente por encima de 5 indica que, aínda que hai quen recoñece a existencia de duplicidades, non é un problema que se considere amplamente estendido ou grave. A desviación típica de 2,55 reforza a diversidade de opinións, o que suxire que hai quen percibe esta problemática de maneira máis acentuada que outros. Este fenómeno da existencia de duplicidades podería ser consecuencia directa da falta dunha coordinación efectiva.

Grao de acordo sobre a afirmación de que no mapa dos museos e centros museísticos galegos existen duplicidades e centros con contidos similares

Media	Moda	Desviación típica
5,41	5	2,55

Fonte: Elaboración propia

En canto á lexislación sobre museos, malia que non tivo unha gran presenza nas análises espontáneas, máis ben detectouse certo descoñecemento, polo que se decidiu avaliar a percepción que teñen desta. Os resultados mostran unha valoración neutral. Cunha puntuación media de 5,23 e unha moda de 5, expresouse unha visión da lei que nin destaca pola súa excelencia nin pola súa deficiencia. Isto suxire que, aínda que a normativa vixente cumpre certas expectativas, non logra satisfacer completamente. Porén, a desviación típica de 1,86 reflicte que existe certa dispersión nas opinións, o que indica que algunhas poden ter unha óptica máis crítica ou máis positiva en comparación coa media.

Grao de valoración da lexislación actual

Media	Moda	Desviación típica
5,23	5	1,86

Fonte: Elaboración propia



5.5. Relación dos museos e centros museísticos co sistema artístico e profesional

Neste apartado avaliáronse as opinións con respecto á relación dos centros co sistema artístico, que inclúe a crítica, o comisariado, a universidade, os artistas e as galerías, entre outros. As respostas obtidas reflicten unha serie de desafíos e limitacións que dificultan unha interacción máis fluída e produtiva.

Algunhas opinións dan a entender que existe certa falta de valoración do ámbito artístico por parte de Administración, polo que se decidiu medila en termos cuantitativos. Os resultados indican que segundo as persoas enquisadas os organismos públicos non prestan moita atención nin tampouco valoran axeitadamente o sector artístico. A puntuación media de 8,03 mostra un consenso notable ao redor desta percepción. A moda de 8 indica que esta é unha opinión amplamente compartida entre as persoas expertas. A lixeira dispersión de puntos de vista suxire que, aínda que hai unha forte tendencia cara ao acordo, hai quen podería ter visións máis matizadas.

Grao de acordo coa afirmación de que nas diferentes administracións hai unha falta de entendemento da importancia do ámbito artístico

Media	Moda	Desviación típica
8,03	8	2,02

Fonte: Elaboración propia

Existe unha percepción xeral de que a relación entre os centros e o sistema artístico é activa cando se establece, pero resulta moi escasa, intermitente e insuficiente. Esta relación, unha vez que se crea, adoita a estar mediada por vínculos persoais en lugar de institucionais, o que limita o seu alcance e sustentabilidade a longo prazo. A falta dunha estrutura formal que fomenta e facilite a colaboración cos diferentes actores do sistema artístico tradúcese nunha conexión débil que non aproveita plenamente as sinerxías potenciais.

Considérase que a relación entre os museos e o sistema artístico galego é insuficiente, cunha puntuación media de 4,08 que indica unha valoración xeralmente baixa. A moda de 3 reforza esta percepción de insuficiencia cooperativa. A desviación típica de 2,04 suxire unha dispersión significativa das opinións.

Grao de valoración da relación dos centros museísticos co sistema artístico galego (crítica, comisariado, universidade, artistas, galerías...)

Media	Moda	Desviación típica
4,08	3	2,04

Fonte: Elaboración propia

Un dos puntos máis destacados polas persoas enquisadas é a necesidade de crear unha rede con obxectivos comúns que permita establecer unha verdadeira coordinación institucional. Esta rede debería transcender as relacións persoais que actualmente predominan e crear un marco de colaboración regular e estruturado entre os museos, a crítica, o comisariado, as universidades, os artistas e as galerías. A súa falta considérase unha das principais barreiras para o desenvolvemento dunha relación máis sólida e beneficiosa entre os centros e o sistema artístico galego.

No que atinxe á crítica e ao comisariado, sinálase que non existen programas específicos que incentiven e faciliten os procesos de relación e colaboración cos museos. Esta carencia de incentivos institucionais limita a interacción entre estes actores, o que á súa vez debilita a capacidade dos espazos para incorporar novas perspectivas e enriquecer a súa programación. A relación entre os centros e o comisariado considérase aínda máis importante que a relación coas galerías, cunha puntuación media de 7,05. A desviación típica mostra tamén certa variabilidade nas opinións, dentro dun acordo xeral.

Grao de acordo sobre a afirmación de que é necesario incrementar a relación entre os museos e o comisariado

Media	Moda	Desviación típica
7,05	7	2,07

Fonte: Elaboración propia

En canto ás universidades, a colaboración cos centros limítase principalmente aos convenios de prácticas en empresas. Aínda que estes convenios son valiosos, considéranse insuficientes e, xa que logo, sería necesario desenvolver programas máis amplos e ambiciosos que fomenten a investigación conxunta, a transferencia de coñecemento e a formación continua. Cunha puntuación media de 9,28 e unha moda de 10, constátase un consenso rotundo en canto á importancia de potenciar a función investigadora destas institucións que non só deben ser espazos de exhibición, senón tamén de produción de coñecemento e preservación da historia e o patrimonio cultural. A baixa desviación típica (0,82) reforza a idea de que esta é unha prioridade para practicamente a totalidade.

Grao de valoración da importancia de potenciar a función investigadora dos centros museísticos galegos

Media	Moda	Desviación típica
9,28	10	0,82

Fonte: Elaboración propia

O feito de potenciar a investigación podería traducirse na creación de máis programas específicos dentro dos museos, como a organización de seminarios, a realización de publicacións académicas e a colaboración con universidades e outros centros de investigación. Ademais, a investigación tamén pode ter un impacto directo na calidade das exposicións e na capacidade dos espazos para innovar na forma en que presentan as súas coleccións ao público. Neste sentido, reforzar a investigación pode enriquecer tanto aos propios centros como aos seus visitantes.

Así, saliéntase que un dos factores que contribúen á debilidade das relacións é a escaseza de recursos destinados a establecer posibles alianzas e colaboracións. Esta carencia non só afecta á capacidade dos espazos para establecer conexións con outros actores do sistema artístico, senón que tamén limita as oportunidades destes últimos para participar en proxectos conxuntos. Ademais, obsérvase unha falta de hábito de colaboración e de conexión co sistema artístico, o que se traduce nunha escaseza de iniciativas e proxectos que poderían fortalecer os lazos entre os museos e outros sectores da arte.

A proximidade á realidade artística galega recibe unha puntuación media de 5,28 o cal reflicte unha relación moderada, aínda que lonxe de

ser ideal. Isto suxire que, aínda que os museos non están totalmente desvinculados da realidade artística galega, queda traballo por facer para fortalecer estes lazos.

Valoración do grao de achegamento ou afastamento dos museos e centros museísticos coa realidade artística galega

Media	Moda	Desviación típica
5,28	5	1,84

Fonte: Elaboración propia

As galerías son vistas como actores fundamentais que descubren e promoven a novos artistas, recuperan outros xa consolidados e nutren de contidos e propostas tanto a comisarios como a centros. Con todo, a relación entre estes e as galerías é escasa, o cal implica que se desboten oportunidades de estar máis conectados coa evolución da arte contemporánea e os seus protagonistas. A necesidade de mellorar estas relacións percíbese como relevante, cunha puntuación media de 6,54. Aínda que a moda de 5 suxire que hai quen ve esta mellora como moderadamente necesaria, a maioría parece que está de acordo en que fortalecer os vínculos coas galerías podería favorecer unha maior dinamización do sector artístico en Galicia. A desviación típica de 1,73 sinala unha leve diverxencia de opinións, pero non o suficiente como para restar importancia a este obxectivo.

Grao de acordo coa afirmación de que é necesario incrementar a relación entre museos e galerías de arte

Media	Moda	Desviación típica
6,54	5	1,73

Fonte: Elaboración propia

Outro aspecto crítico que se destaca é a precariedade laboral que predomina nos campos da crítica, o comisariado e os propios artistas. Esta precariedade maniféstase na frecuente gratuidade do traballo ou en tarifas moi baixas que non permiten unha profesionalización real destes sectores. A falta dun mercado laboral robusto e ben remunerado dificulta que estes profesionais poidan dedicarse plenamente ao seu labor, o que á súa vez afecta á calidade e á continuidade da súa relación cos centros. A situación

dos artistas non é mellor, xa que esa precariedade tamén lles impide participar de maneira sostible en colaboracións con museos e outras institucións culturais.

En relación con isto, suxeríronse algunhas medidas orientadas á mellora da situación particular dos artistas, que posteriormente se avaliaron cuantitativamente, como as axudas directas e residencias de artistas. A media de 8,41 e a moda de 10 indican que os/-as expertos/-as coinciden na urxencia de aumentar as convocatorias e axudas para a creación artística. Do mesmo xeito, a media de 8,08 e a moda de 10 para as residencias de artistas amosan que este é un aspecto igual de importante para o desenvolvemento do sector.

Grao de acordo coa afirmación de que fai falta impulsar máis convocatorias e axudas para a produción artística

Media	Moda	Desviación típica
8,41	10	1,65

Fonte: Elaboración propia

Grao de acordo coa afirmación de que é necesario incrementar as iniciativas asociadas con residencias de artistas

Media	Moda	Desviación típica
8,08	10	1,71

Fonte: Elaboración propia

5.6 Relación dos centros museísticos cos públicos

As opinións compiladas revelan que a relación cos públicos é heteroxénea e identifícanse tres tipos principais: escolares, turistas e residentes en Galicia. Cada un destes grupos interactúa cos centros de maneira diferente, o que determina a calidade da relación entre ambas as partes.

Persisten percepcións culturais que actúan como barreiras para unha relación máis próxima e fluída entre os espazos e o público en xeral. Os/-as expertos/-as cren que moita xente aínda concibe os museos como lugares destinados a unha elite intelectual ou como espazos serios e aburridos, pouco aptos para o goce e máis orientados á aprendizaxe, entendida esta como unha actividade que implica esforzo e falta de diversión. Esta visión

restrinxida e estereotipada limita a súa capacidade para atraer a unha audiencia máis ampla e diversa.

O feito de que a puntuación media se sitúe nun 6,59 indica que existe unha percepción xeneralizada de que os museos aínda non lograron desposuírse da súa imaxe tradicional de "lugares serios". Esta percepción podería influír negativamente na súa capacidade para atraer a un público máis diverso, particularmente a visitantes esporádicos ou á mocidade que buscan experiencias máis interactivas e dinámicas. A moda de 8 subliña que este problema é bastante relevante.

Grao de acordo coa afirmación de que moitas persoas ven os museos como lugares serios e pouco atractivos

Media	Moda	Desviación típica
6,59	8	1,77

Fonte: Elaboración propia

A relación dos museos cos escolares e os turistas nacionais e estranxeiros é considerada boa ou moi boa debido á natureza educativa das visitas escolares e ao interese cultural que os turistas adoitan mostrar durante as súas viaxes. Pese a isto hai unha percepción moderadamente crítica da orientación dos museos cara ao turismo, cunha puntuación media de 5,84. O feito de que a moda sexa 5 suxire que as opinións están divididas: algunhas persoas consideran que existe unha orientación equilibrada entre os turistas e as comunidades locais, mentres que outras perciben que os espazos lle dan prioridade aos visitantes externos en detrimento das poboacións locais.

Grao de acordo coa afirmación de que os museos e centros museísticos galegos oriéntanse moito cara aos turistas e esquecense das comunidades locais dos municipios nos que se sitúan

Media	Moda	Desviación típica
5,54	5	1,99

Fonte: Elaboración propia

O grupo de residentes en Galicia presenta un desafío significativo, aínda que representan un público potencialmente valioso pola súa proximidade,

son tamén o segmento que menos interactúa cos centros. As persoas expertas sinalan un paradoxo: moitos residentes descoñecen ou apenas visitan os espazos das súas propias cidades ou vilas, pero cando se desprazan fóra da súa contorna habitual, o primeiro que adoitan facer é preguntar polos museos do lugar que visitan. Esta desconexión entre os centros e a poboación local é un aspecto crítico que require unha atención especial para fomentar unha relación máis sólida e continuada con este grupo.

Os resultados indican que cunha puntuación media de 9,13, considérase fundamental fomentar a participación cidadá para fortalecer a relación coa comunidade.

Grao de acordo coa afirmación de que é importante que se potencie a participación cidadá nas actividades desenvolvidas polos centros museísticos

Media	Moda	Desviación típica
9,13	10	1,05

Fonte: Elaboración propia

Tamén se subliña a necesidade de campañas de educación para promover a idea de que os museos poden ser espazos de disfrute, descubrimento e aprendizaxe accesibles para todos. Estas campañas deberían destacar o valor cultural e social destes espazos, así como o seu potencial para ofrecer experiencias enriquecedoras e pracenteiras, máis aló dos estereotipos asociados a eles. Cunha puntuación media de 8,97 e unha moda de 10, destácase a necesidade de que os centros colaboren de maneira máis estreita coas institucións educativas co fin de fomentar o coñecemento e a apreciación da arte e a cultura entre estudantes. As visitas escolares, obradoiros e programas didácticos poden axudar a que os museos sexan percibidos como recursos educativos valiosos, non só como lugares de lecer cultural.

Grao de acordo coa afirmación de que é importante mellorar o coñecemento dos museos nos centros educativos de Galicia

Media	Moda	Desviación típica
8,97	10	1,19

Fonte: Elaboración propia

Desde a perspectiva dos propios museos, identificouse a tendencia que teñen de centrarse no número de visitantes como indicador principal de

éxito, en lugar de prestar atención á frecuencia coa que os visitantes asiduos regresan a estes. Este enfoque numérico pode levar a unha visión a curto prazo e superficial da relación cos públicos e deixar de lado a importancia de cultivar unha conexión máis profunda e sostida coas comunidades locais.

Este é un dos puntos máis consensuados da investigación, cunha puntuación media de 9,37 e unha desviación típica de 0,88. As persoas expertas coinciden amplamente en que deben mellorar a súa comunicación e divulgación para seren máis visibles e relevantes ao conxunto da sociedade. Isto podería implicar o uso de novas plataformas dixitais, campañas de mercadotecnia máis creativas e colaboracións con medios de comunicación e entidades locais.

Grao de valoración da importancia aumentar e mellorar a divulgación do papel dos museos entre a sociedade

Media	Moda	Desviación típica
9,37	10	0,88

Fonte: Elaboración propia

Ademais tamén advirten que os centros galegos sofren dunha visión estática que os fai pouco atractivos. A falta de innovación nas actividades e exposicións, así como unha comunicación insuficiente, contribúen á percepción destes como institucións anacrónicas e desconectadas da realidade contemporánea. Esta situación limita a súa capacidade para atraer a un público diverso e para cumprir coa función educativa e social. A puntuación media de 5,49 revela ideas divididas sobre a forma en que os contidos se presentan ao público. Cunha moda de 5 e unha desviación típica de 2,09, exprésanse opinións diversas. Algunhas persoas consideran que a presentación é adecuada, mentres que outras ven necesario realizar contidos máis atractivos para os visitantes.

Grao de acordo coa afirmación de que en xeral a forma de presentación dos contidos dos museos e centros museísticos galegos é pouco atractiva

Media	Moda	Desviación típica
5,49	5	2,09

Fonte: Elaboración propia

As persoas enquisadas coinciden tamén na importancia de promover as visitas ás coleccións permanentes, cunha media de 8,65 e unha moda de 10. A necesidade de revalorizar estas coleccións tamén pode estar relacionada coa percepción de que os centros deben mellorar a presentación dos seus contidos e crear experiencias máis enriquecedoras ao redor das obras permanentes.

Grao de acordo coa afirmación de que é importante potenciar as visitas ás coleccións permanentes dos museos

Media	Moda	Desviación típica
8,65	10	1,34

Fonte: Elaboración propia

A escasa implicación dos museos galegos coa educación artística é outro aspecto crítico sinalado, aínda que teñen un papel fundamental na educación cultural e artística da poboación, en moitos casos, non se desenvolveu unha estratexia sólida para integrar as súas actividades nos programas educativos. Esta falta de conexión reduce o seu impacto na formación das novas xeracións e limita o seu potencial como espazos de aprendizaxe e reflexión. O consenso é moi amplo neste aspecto xa que a puntuación media é de 9,05.

Grao de acordo coa afirmación de que é necesario mellorar a implicación dos museos no campo da educación artística

Media	Moda	Desviación típica
9,05	10	1,07

Fonte: Elaboración propia

En estreita relación coa idea anterior, tamén se apuntou á necesidade de avanzar no achegamento ás novas xeracións. Os resultados indican que cunha puntuación media de 9,18 e unha moda de 10, existe un consenso rotundo. Coinciden en que a mocidade é un público prioritario e que estes espazos deben axustar a súa oferta cultural e educativa para atraer o seu interese. O uso de novas tecnoloxías, a creación de actividades interactivas e a colaboración con institucións educativas poden ser vías efectivas para captar a atención deste grupo. A baixa desviación típica suxire que esta é unha das áreas onde hai maior acordo.



Grao de acordo coa afirmación de que é necesario mellorar o contacto entre os museos e as novas xeracións

Media	Moda	Desviación típica
9,18	10	1,02

Fonte: Elaboración propia

Conclusións

Galicia conta cun patrimonio cultural rico e diverso, o que constitúe unha das maiores fortalezas do seu sistema museístico. Este patrimonio abarca unha ampla gama de manifestacións culturais, desde arte e arqueoloxía ata historia e etnografía e aínda que é vasto e valioso, podería explotarse e investigarse en maior medida. Isto suxire que existe un gran potencial sen desenvolver, que se xestionara e aproveitara correctamente, podería enriquecer aínda máis a oferta e contribuír ao desenvolvemento cultural e económico de Galicia. A riqueza do patrimonio galego é unha base sólida sobre a que se poden construír iniciativas de investigación, documentación, conservación, educación e difusión que fortalezan o sector no futuro.

Nos últimos vinte anos, aumentou o número de museos en Galicia, o que foi positivo pola maior dispersión da oferta cultural. Este incremento, en proporción, foi superior ao do total de España, para converxer nunha *ratio* aproximada de 3 museos e coleccións museográficas por cada 100.000 habitantes. Os datos reflicten tamén un crecemento importante dos fondos que albergan estas institucións e que actualmente superan os 4 millóns, o que supón un volume por espazo moi superior á media do estado.

Non obstante, os expertos e expertas consultados para elaborar unha parte da diagnose que se recolle no presente informe non perciben un incremento proporcional na calidade dos contidos e entenden que se puxo máis énfase nas infraestruturas que nas propostas culturais. A puntuación que lle outorgan á evolución destes últimos vinte anos (5,2, nunha escala de 1 a 10) reflicte un proceso apenas satisfactorio. Ademais, na súa opinión, a centralización da xestión limitou a autonomía dos museos, reducindo a súa capacidade de innovar e competir a nivel nacional.

Unha das principais debilidades sinaladas polos expertos é a insuficiencia de recursos, o que incide en que se produzan situacións precarias.



En calquera caso, esa precariedade, pese a situarse en niveis moi elevados, apréciase menos grave por uns expertos que por outros. Por isto, o lóxico é pensar que se trata de situacións distintas debido ás grandes diferencias entre os centros. De feito, existen dez museos en Galicia que teñen un orzamento anual de máis de 600.000€ ao tempo que máis dun terzo dos entes censados (34,1%) dispoñen de 50.000€ ou menos. Para este último grupo parece practicamente imposible acometer as tarefas máis básicas de mantemento e custodia dos fondos.

A análise da opinión dos usuarios dos museos galegos reforza esta situación de contrastes. Os visitantes tenden a distinguir entre os espazos grandes, urbanos, dotados e con calidade e os pequenos, rurais, con instalacións anticuadas, con problemas de conservación e atención. Os usuarios frecuentes, que son os que en principio coñecen mais variedade de situacións, son conscientes dos problemas de financiamento, polo que xustifican certa precariedade, ao mesmo tempo que se decatan nalgúns casos da falta de planificación e de previsión para afrontar o mantemento de infraestruturas. Ao comparar con datos a situación respecto a España, é evidente que a proporción de museos pequenos é significativamente maior en Galicia.

Resulta importante igualmente saber ata que punto as duplicidades sinaladas por unha parte dos expertos ou a prioridade que se lle deu nalgúns casos á creación de continentes sen pensar nos contidos (o cal é en si mesmo un exemplo de falta de planificación), afectou á debilidade relacionada coa falta de recursos. Deberíase coñecer con maior detalle cal é o estado dos polo menos 132 entes atopados que se denominan “museo” e que se sitúan á marxe dos 91 que forman o Sistema galego de museos centros museísticos e que papel deberían ter. Ademais, esta situación pon de relevo certa dilución no concepto de museo, xa que a denominación “museo” adoita aplicarse a espazos que non cumpren plenamente as funcións esenciais recollidas polas normativas internacionais, nacionais e autonómicas.

Na evolución do gasto público en museos, os datos estatísticos accesibles son parciais e non permiten unha descrición exhaustiva. Especificamente, non é posible obter información do gasto corrente destes equipamentos nas estatísticas oficiais, que con toda seguridade serán as opera-

.....

cións principais. Isto, que é un problema en si mesmo, tamén é un indicador da falta de compromiso por parte da Administración nos procesos de rendemento de contas. Para unha avaliación eficiente das políticas públicas, resulta fundamental ter datos e que estes teñan a calidade suficiente. En calquera caso, quizás pola especialización que require a súa interpretación ou por falta de interese, este non é un problema que preocupe en xeral aos profesionais e menos aínda aos usuarios, o cal obviamente reforza a sensación de falta de necesidade de rendemento de contas.

Dito isto, detectáronse esforzos moi importantes en investimentos polo menos ata a crise de 2009, que sen dúbida non se mantiveron. Isto significa que é posible que se fomentase unha política de incremento de dotacións sen pensar no gasto futuro que iso ía supoñer. De feito os expertos din que os recortes orzamentarios aplicados despois da crise, afectaron gravemente ao sector, con peches e deterioro de recursos.

En calquera caso, as partidas económicas que se destinan ao sistema museístico son importantes e supoñen unha porcentaxe relevante do gasto en cultura. No ámbito autonómico, só os investimentos dirixidos a museos (sen contar o gasto corrente) supoñen case o 2% do total do gasto en cultura. Hai que dicir, non obstante, que pese a que converxe ao final da serie, esta proporción foi historicamente maior no conxunto do estado. A porcentaxe do indicador manexado na Administración local é aínda maior e a evolución dos últimos anos claramente positiva, pero cos datos que existen é imposible saber exactamente como se benefician os museos desta tendencia.

En canto ás fontes de financiamento, en Galicia é maior a proporción de museos que reciben axudas da Administración autonómica que a media nacional, mentres que as achegas da Unión Europea son menos e máis irregulares en comparación co resto de España. Ademais, a capacidade de xerar fondos propios (a través da venda de entradas, etc.) diminuíu de forma máis acentuada na comunidade autónoma.

O interese dos galegos e galegas polos museos mostra unha tendencia ascendente ao longo das dúas últimas décadas. Os datos máis recentes indican que a media de valoración se situou en 5 puntos sobre 10, o que representa unha mellora respecto a anos anteriores. Con todo, máis dun cuarto dos galegos (arredor do 26%) segue manifestando un baixo ou nulo

.....

interese por estas institucións. Ao longo dos vinte anos estudados o interese da poboación galega é algo inferior ao da media estatal.

A frecuencia coa que a poboación de Galicia visita museos tamén segue unha tendencia positiva. Sen ter en conta a situación derivada da pandemia, a porcentaxe de galegos que visitou estes centros en 2018/2019 alcanzou o 35,9%, o que representa un aumento notable nas últimas décadas. Ademais, o número de persoas que afirman non ter visitado nunca un museo ou case nunca baixou ao 20,5% en 2021-2022, unha mellora importante en relación co 42,5% rexistrado en 2006-2007. Cando se compara Galicia co conxunto de España, obsérvase que a porcentaxe de visitantes regulares é lixeiramente inferior, un 11,5% da poboación galega afirmou ter visitado un nos últimos tres meses. Este indicador suxire que, aínda que o interese xeral por estes espazos aumenta, os visitantes máis asiduos seguen representando unha pequena parte da poboación.

Esa relativa baixa participación é, en parte, estrutural e está determinada polo perfil sociolóxico dos asistentes a este tipo de equipamentos culturais. Malia que son espazos populares e accesibles para todo o mundo, a tendencia é que sexan persoas máis ben novas, con estudos superiores e residentes en zonas con maior densidade de poboación as que os visiten, polo que as variacións nos niveis de asistencia deberían gardar relación coa evolución destes indicadores.

Aínda que os últimos datos indican que se superaron as cifras previas á pandemia e se traspasaron os dous millóns de visitantes, a realidade é que o número de visitantes aos museos e coleccións museográficas galegos non ten unha evolución claramente favorable. Malia que en anos recentes a tendencia é positiva, a evolución histórica é mais ben errática. No conxunto de España, a tendencia foi manifestamente alcista e en comparación, reciben máis visitantes por centro, así como unha maior proporción de estranxeiros.

De novo, o perfil dos museos galegos indica que hai enormes diferenzas entre espazos grandes populares e espazos máis pequenos, máis illados e descoñecidos para o público. Así, se ben é certo que hai 11 que reciben máis de 40.000 visitantes ao ano e 7 que perciben máis dun 30% de estranxeiros, a maior parte acollen menos de 5.000 visitantes anuais e practicamente ningún doutros países.

Os usuarios de museos que participaron no traballo de campo incluído neste informe avaliaron positivamente a cantidade e calidade destes espazos en Galicia, destacando a diversidade e riqueza de fondos e patrimonio, pero conscientes de que moitos son pequenos e están mal conservados, especialmente fóra das grandes cidades.

Os/-as expertos/-as distinguen claramente entre públicos fáciles e difíciles de captar. A relación cos estudantes e turistas, tanto nacionais como estranxeiros, é considerada boa, xa que son grupos relativamente doados de atraer debido ao enfoque educativo das visitas escolares e ao interese cultural dos turistas. En cambio, os residentes en Galicia, aínda que son un público valioso pola súa proximidade, interactúan pouco cos museos galegos, polo que xurde un paradoxo: a pesar de non visitar os espazos locais, amosan interese polos doutras zonas cando viaxan. Esta desconexión coa poboación é un desafío importante que require atención para fortalecer a relación con este grupo.

De feito, detectouse unha clara diferenza nas motivacións que levan aos galegos a visitar museos no seu propio contorno fronte aos que os visitan durante viaxes. Mentres que os espazos próximos adoitan ser visitados con máis tranquilidade e planificados de forma ocasional, os que se visitan durante as viaxes turísticas están máis ligados á relevancia ou sona dos mesmos.

Dentro deste público local, detectáronse á súa vez unhas diferenzas relevantes entre os usuarios frecuentes e os ocasionais. Os primeiros (que son escasos), teñen unha relación máis profunda, planificada e crítica cos centros, valoran a experiencia completa e demandan unha oferta cultural máis rica e variada, e fan unha busca activa de novas exposicións e eventos culturais. A visita ao museo vese como unha actividade regular no seu tempo de lecer que moitas veces planifican con antelación. Están motivados polo seu interese intrínseco na cultura e na arte e, a miúdo, valoran a repetición das visitas, especialmente cando hai programación nova ou exposicións rotativas ou cando exercen de anfitrións.

Os usuarios ocasionais, pola contra, conforman un número maior, pero son máis espontáneos nas súas visitas, teñen expectativas máis limitadas e dependen moito da promoción e da comodidade para decidir acudir a un museo. A visita non é unha actividade regular e a motivación pode



estar influenciada por factores externos, son máis sensibles á publicidade, xa que non buscan activamente información cultural.

En canto ás expectativas, os usuarios frecuentes demandan unha programación cultural variada e dinámica, con cambios regulares nas exposicións e actividades complementarias, como charlas, obradoiros ou concertos. Valoran a calidade dos contidos e tamén o contexto histórico ou arquitectónico das instalacións. Estes usuarios son máis críticos coa xestión e o mantemento das instalacións, pero tamén xustifican mellor as limitacións dos espazos máis pequenos e locais. En cambio, os usuarios ocasionais teñen menos expectativas sobre a rotación ou dinamismo das exposicións. A súa decisión de visitar un museo adoita estar vinculada a factores como a súa sona ou a recomendación, non aprecian tanto a diversidade de actividades complementarias e acostuman a conformarse cunha experiencia máis básica.

Os expertos e expertas pensan que aínda existe unha visión estereotipada dos museos, como lugares pouco atractivos, aburridos e destinados a intelectuais. Nesa liña, os públicos ven moi importante adecuar os contidos para a cativada, así como facelos máis accesibles para a mocidade e existe un consenso xeneralizado entre os expertos sobre a necesidade de potenciar o contacto entre os centros e as novas xeracións.

Unha crítica recorrente por parte dos públicos é a falta de publicidade efectiva para moitas exposicións e centros. A promoción tende a centrarse en grandes eventos, mentres que moitas pequenas exposicións pasan desapercibidas. Os participantes recomendan un mellor uso das redes sociais e medios dixitais para atraer a un público máis novo e aumentar a visibilidade, o cal parece un obxectivo factible. Ademais, para algúns asistentes, os eventos sociais como inauguracións ou presentacións son importantes e poden supor un elemento de atracción.

As actividades culturais complementarias como charlas, concertos e obradoiros son tamén valoradas positivamente polos usuarios e usuarias entrevistados. Sen xulgar a calidade, os museos galegos ofrecen este tipo de actividades en maior proporción que a media de España. Os datos máis recentes indican que as actividades educativas para grupos específicos son as máis ofertadas, seguidas polas conferencias e cursos ou seminarios. En cambio, a porcentaxe de visitantes que fan algunha actividade distinta á

de ver a colección permanente é moi escasa (10,9% do total) e sensiblemente inferior ao conxunto estatal. Os usuarios máis frecuentes valoran moito este tipo de oferta, pero ao tempo teñen a impresión de que a participación é cativa, segundo a súa opinión, isto débese principalmente á falta de interese da cidadanía e, neste caso tamén, a problemas de comunicación.

A modernización tecnolóxica dos museos permitiu maior visibilidade, pese a que se percibe como insuficiente. As visitas virtuais son valoradas como un complemento á experiencia presencial, pero non como un substituto. Para os públicos, a interactividade resulta atractiva e recomendable para atraer o interese de nenos e adolescentes.

O prezo das entradas é considerado razoable na maioría dos museos galegos. Os usuarios habituais prefiren evitar a gratuidade porque cren que o pago simboliza un recoñecemento ao valor cultural do espazo, mentres que os ocasionais son máis sensibles ao custo, especialmente se non teñen un gran interese polo contido do espazo, prefiren prezos baixos ou visitas gratuítas e o importe pode ser un factor determinante para decidir se van ou non. Os datos indican que máis da metade dos museos e coleccións museográficas de Galicia son de balde, unha proporción superior á media española e, entre os que cobran, a maioría teñen prezos de 3€ ou menos.

As iniciativas de fidelización, como asociacións de amigos e pases anuais, son especialmente valoradas polos visitantes asiduos, debido máis ao vínculo persoal e ao apego emocional que xeran, que polas vantaxes económicas. Pola contra, os menos frecuentes non mostran interese, salvo nos casos de ofertas que inclúan varios museos e ofrezan un aforro económico.

Algúns usuarios sinalaron que existen museos con horarios moi reducidos ou pouco axeitados aos tempos de lecer. A metade dos espazos galegos non abren en días festivos, unha porcentaxe que non mudou substancialmente nas últimas décadas e que supera a media de España. Tamén hai unha pequena tendencia a ter menos centros abertos as fins de semana, incluso no caso de Galicia acostuman a abrir máis os luns, o día que tradicionalmente pechan este tipo de instalacións.

A localización e a estética dos edificios son factores tamén moi relevantes na experiencia dos visitantes. A arquitectura atractiva e os edificios



históricos engaden valor emocional ás visitas, porén, os museos percibidos como meros "contedores funcionais" son menos apelativos. Para os usuarios, a adecuación dos espazos ao público obxectivo é importante. As persoas expertas destacaron unha boa infraestrutura de edificios, sólida e de valor arquitectónico, na que o investimento na súa restauración e mantemento pode contribuír á atracción de visitantes e ao prestixio dos propios museos.

Os expertos e expertas sinalaron de maneira clara que existe un problema relacionado cos recursos humanos dispoñibles. Esa insuficiencia pode afectar á capacidade dos centros para levar a cabo as súas funcións de maneira efectiva. Se se contrasta esta impresión cos datos estatísticos, obsérvase que malia que houbo un aumento notable de traballadores ata a crise de 2009, a partir de aí a tendencia é de crecemento leve, incrementándose a media por museo nunha persoa entre 2008 e o último dato dispoñible. Neste momento hai un total de 749 traballadores adscritos aos museos e coleccións museográficas galegos, o número mais alto da serie histórica. A cuestión de que non exista unha postura unánime entre os expertos sobre a gravidade da situación (perciben insuficiencia de recursos humanos, pero en grados diferentes), implica que o máis probable é que neste caso tamén haxa situacións moi diversas. O indicador estatístico manexado revela que efectivamente, malia que hai un 7% de museos e coleccións museográficas con máis 20 de empregados subsiste máis dun 25% con 2 ou menos traballadores.

En relación con isto, os expertos e as expertas sinalan unha inestabilidade laboral que está a afectar negativamente ao rendemento e ao desenvolvemento do sector. Esta falta de estabilidade é vista como un factor que inflúe tanto á retención de talento como á capacidade de mellorar os servizos. A realidade dos datos indica que, pese a que a meirande parte dos empregados dos museos e coleccións museográficas galegos teñen unha relación profesional estable coas entidades que os contratan (case 8 de cada 10), existe unha porcentaxe de traballadores temporais (11,3%) e non remunerados (6,8%). Estes datos non son significativamente peores en Galicia con respecto do conxunto de España. Isto coincide cunha presenza importante de estudantes en prácticas e/ou bolseiros/as.

Percíbese un consenso importante por parte dos expertos para mellorar a profesionalización, dado que se considera unha área que require

.....

atención, cun enfoque dirixido a optimizar a formación e as capacidades dos traballadores. De feito, os usuarios de museos máis esixentes teñen a impresión de que falta persoal cualificado e perciben certa necesidade de empregados capaces informar e interpretar os contidos das coleccións. Os visitantes valoran moi positivamente o entusiasmo e a capacidade de comunicación dos traballadores, á marxe da súa cualificación, é dicir, valoran máis a actitude que a capacitación. Sen embargo, os usuarios menos frecuentes parecen non ter demasiado en conta estas cuestións.

A pesar destes aspectos negativos, dentro da diversidade atopada, tamén se constatou que os centros museísticos contan cun capital humano ben formado e especializado. O compromiso do persoal, moitas veces voluntario, permitiu superar dificultades e manter a calidade. Ademais, os profesionais independentes galegos achegan enfoques innovadores que complementan o traballo dos centros e ofrecen novas oportunidades de mellora. O sector privado en Galicia (xestión de museos e servizos para os mesmos) mantense relativamente estable e contaba en 2023 con 38 empresas e 162 traballadores.

Practicamente todos os centros museísticos do estudo son entidades públicas ou que se sufragan con fondos públicos e por tanto deben someterse dun modo ou outro ao control das institucións e dos seus cargos electos. Sen embargo, os profesionais perciben a necesidade dunha maior autonomía. Isto pode deberse a que entre os expertos consultados existe unha visión negativa das administracións das que dependen os centros, ás que achacan unha falta de entendemento da importancia do sector cultural en xeral. Critican a influencia das motivacións políticas na xestión dos museos, onde se priorizan intereses alleos aos culturais, así como as limitacións na capacidade da xestión das direccións destes, por mor das inxerencias das institucións das que dependen. Malia que estas opinións non son unánimes, si son claramente maioritarias.

Tamén cómpre sinalar que estes son problemas moi importantes para os profesionais, pero irrelevantes para os públicos, que en cambio si perciben unha xestión cultural nalgúns casos deficiente, que destaca pola priorización de subvencións e prazos sobre a planificación adecuada dos museos ou centros culturais. Isto deriva en espazos mal localizados, cun mantemento deficiente e cunha oferta que non responde ás necesidades dos usuarios e usuarias.



O nivel de coordinación entre os museos galegos percíbese como insuficiente, cunha valoración media de 4 sobre 10 o que reflicte unha relación máis ben pobre. Pese a que formalmente xa existe, os expertos consideran moi necesario contar cun organismo que actúe como referencia para mellorar esta coordinación. Isto indica que as funcións do relativamente recente Sistema Galego de Centros Museísticos e as redes que prevé a lexislación aínda non deron os froitos agardados. Ademais, existe unha percepción estendida de que hai duplicidades e solapamento de contidos entre os propios centros, o que suxire a importancia dunha planificación conxunta para evitar redundancias e optimizar os recursos dispoñibles.

Os expertos sinalan que a coexistencia de administracións con orientacións políticas diferentes dificultan a colaboración entre centros, afectando negativamente a xestión e as políticas culturais. Esta falta de cooperación impide a creación de sinerxías que poderían mellorar a oferta cultural e visibilidade dos centros e o desenvolvemento de iniciativas como exposicións itinerantes, etc., o que dificulta a posibilidade de compartir recursos e coñecementos.

Mención a parte merece a debilidade que supón a falta de colaboración entre as institucións públicas e o sector privado. A ausencia de patrocinio e de alianzas estratéxicas con empresas limita o financiamento e o desenvolvemento de proxectos innovadores, o que restrinxe a capacidade dos museos para ampliar o seu alcance, diversificar as actividades e atraer novos públicos.

A relación entre os centros museísticos e o sistema artístico galego é considerada polos expertos como insuficiente e limitada, caracterizada pola súa intermitencia e a excesiva dependencia de relacións persoais. Para superar estas limitacións, cren positivo establecer unha rede institucional con obxectivos comúns que facilite unha maior coordinación e colaboración entre os museos e os demais actores do sistema artístico. Tamén é necesario o desenvolvemento de programas específicos que fomenten a interacción entre os centros, a crítica, o comisariado, universidades, artistas e galerías.

Aínda que os museos galegos teñen algúns vínculos co sistema artístico local, existe unha ampla marxe de mellora. Un esforzo coordinado nas

.....

áreas identificadas podería ter un impacto significativo na calidade, relevancia e sustentabilidade do sector museístico en Galicia. As prioridades identificadas inclúen o impulso á produción artística mediante convocatorias e axudas, así como o incremento das iniciativas de residencias de artistas, o reforzo da relación coas galerías de arte e, especialmente, cos comisarios.

Malia que o obxectivo deste informe non era facer unha análise profunda da lexislación, Galicia conta cunha lei recente e específica que regula os centros museísticos na que se reconece que a ausencia da mesma estaba a impedir o desenvolvemento do sector. A Lei, aprobada en 2021, contempla e regula moitos dos problemas que se detectaron na presente análise, pero quizás debido á súa relativa recente aplicación, algúns dos problemas persisten. Detectouse máis ben certo descoñecemento e ausencia de preocupación dos expertos sobre os contidos da Lei e quizás en relación con isto, unha valoración media pouco entusiasta, 5,23 nunha escala de 0 a 10.

Por último, os expertos presentan expectativas moderadas sobre o futuro, cunha valoración media de 5,03 e un consenso algo maior en comparación coa avaliación do pasado, o que indica que non se esperan grandes cambios a curto prazo. A semellanza nas puntuacións entre pasado e futuro suxire que os expertos e expertas teñen a percepción de que os problemas que limitaron o desenvolvemento do sector nos últimos 20 anos seguirán presentes sen reformas substanciais en políticas, financiamento ou xestión. A preocupación principal para os profesionais consultados é que, sen un cambio de rumbo, os museos galegos poderían converterse en espazos máis orientados ao turismo e ás exposicións temporais que ás funcións para os que orixinalmente foron pensados. Esta tendencia reduciría o protagonismo das coleccións permanentes, ante o foco crecente en atraer visitantes ocasionais mediante actividades e eventos temporais. A incerteza sobre a dirección futura do sector e a posibilidade de novos desafíos acentúan o escepticismo dos expertos sobre a súa evolución.

Por último, existe un amplo consenso sobre a necesidade de elaborar un plan específico para os museos e centros museísticos de Galicia. A falta dunha estratexia global é reconecida como unha das principais debilidades do sistema, xa que a ausencia dun plan estratéxico coherente e ben



definido dificulta o traballo coordinado dos museos cara a obxectivos comúns. Sen unha visión a longo prazo e unha planificación adecuada é complicado superar as carencias actuais e preparar os centros para os retos futuros.