

Informe del SIG "Investigación sobre la recepción de los programas educativos por parte del público". ICOM CECA 2021

Anne Jonchery, Marie-Pierre Delaporte, Jean-François Leclerc.
Coordinadores del SIG

Objetivos iniciales del Gis

El SIG fue creado para garantizar la continuidad de los intercambios entre los miembros de la Ceca más allá de la conferencia anual y para participar en su animación.

Este grupo pretende sacar a la luz los temas e interrogantes que agitan a los profesionales e investigadores de las ciencias sociales y de la museología, sobre la recepción de las ofertas educativas por parte de los visitantes en relación con los objetivos fijados por los diseñadores y tal como se desprende de los usos y comportamientos, o incluso de las representaciones desarrolladas por los visitantes.

Los participantes

El grupo reúne a una quincena de participantes habituales: mediadores culturales, gestores de proyectos o departamentos de museos o bibliotecas, investigadores especializados en estudios de audiencia, museólogos.

Las instituciones representadas son principalmente universidades y museos de Albania, Alemania, Brasil, Canadá y Francia.

Los medios

- gratis

Se ha creado una dirección de gmail: IcomCecaGisPublics2020@gmail.com

Esta dirección se utiliza para compartir grabaciones, actas, artículos, referencias administrativas, etc. con los participantes en Dropbox.com durante las tres primeras reuniones y en Google Drive desde entonces.

MindMeister en su versión gratuita se utilizó para producir 3 mapas mentales, el máximo número de usos gratuitos posibles.

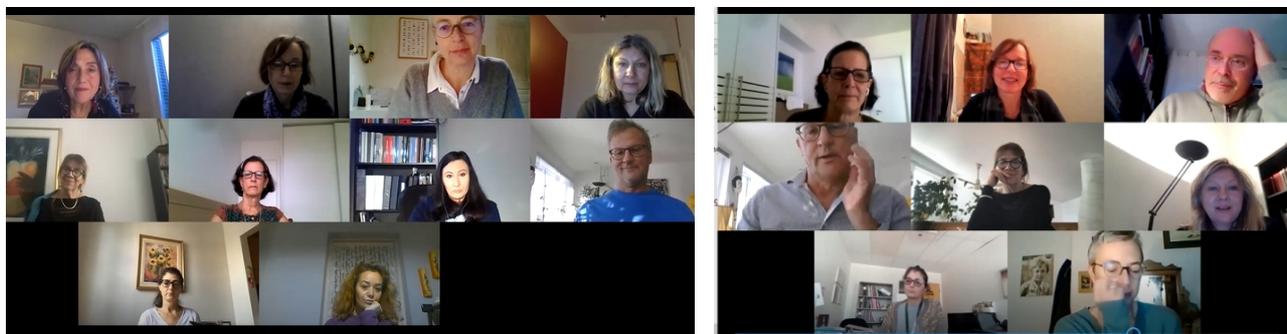
- pagadores

La cuenta Zoom de Icom Ceca se utiliza para las reuniones.

Viaje de un coordinador a Lovaina: 400€.

Las reuniones

Desde octubre de 2020, el Gis celebra una reunión en línea al mes, principalmente en francés. Para que los no francófonos puedan participar, las reuniones comienzan con intercambios en inglés y luego los intercambios temáticos son en francés. Las actas están traducidas al inglés.



4^e sesiones el 15 de enero de 2021 y 5^e sesiones el 12 de febrero de 2021

Regularmente se propone una intervención en la parte temática de la reunión:

- Marie-Sylvie Poli presentó "*Se buscan oyentes*" (4^a reunión el 15 de enero de 2021),
- Katy Tari habló sobre "Cómo la encuesta apoyó el desarrollo de visitas guiadas virtuales en Pointe-à-Callière, la ciudad de la arqueología y la historia de Montreal" (5^a reunión del 12 de febrero de 2021),
- Daniel Schmitt presentó "¿Para qué sirven las encuestas públicas? Cinco años de colaboración con el Palacio de Bellas Artes de Lille" (5^a reunión el 12 de febrero de 2021),
- Nathalie Candito retomó su contribución "Le musée des Confluences aux prises avec l'émotion" para el número 36 de la revista *Culture et musées*. (6^a reunión el 12 de marzo de 2021),
- Heloisa da Costa presentó "Caminos y estudios públicos en Bahía, Brasil" (9^a reunión el 11 de junio de 2021),
- Anne Jonchery presentó su tesis y trabajo posterior "De la sociabilidad familiar de la visita al museo a la socialización de la visita al museo" (11^a reunión el 10 de septiembre de 2021),
- Irène Bastard presentó su trayectoria y los proyectos de investigación sobre el público que se están llevando a cabo en la Bibliothèque nationale de France en París (12^a reunión el 16 de octubre de 2021).

Temas tratados en las reuniones

La variedad de situaciones profesionales y de trayectorias de los miembros del SIG constituye un contexto de intercambio abierto, que permite conocer diferentes concepciones de la realización de encuestas en los museos. La regularidad de estas reuniones ha permitido desarrollar referencias comunes. Estas referencias se materializan en forma de informes, en el intercambio de referencias a libros o artículos, en un glosario y en mapas mentales

compartidos en GoogleDrive.

1/Hay líneas de fuerza emergentes

1. La encuesta como forma de mediación

- al público a través del investigador, o incluso a través de la devolución del museo al público,
- del público a la institución: respeto a la palabra de los visitantes,

2. La encuesta como medio de transmisión de valores

- al público,
- hacia los investigadores,
- hacia la institución - por ejemplo, la financiación por parte de la UE de encuestas sobre las mediaciones que valoran la democracia, la accesibilidad o el desarrollo sostenible en Albania);
- tiempo para aclarar los planes de la institución

3. La encuesta como forma de descubrir las dimensiones cognitivas y emocionales de la visita al museo (a menudo subestimadas) (5^ª y 6^ª reuniones)

- teniendo en cuenta las emociones,
- consideración de la "licción", que tenía sentido para los visitantes,
- teniendo en cuenta las discusiones, los debates que se juegan en la recepción.

4. La investigación como proceso de transformación del museo (3^ª y 4^ª sesiones)

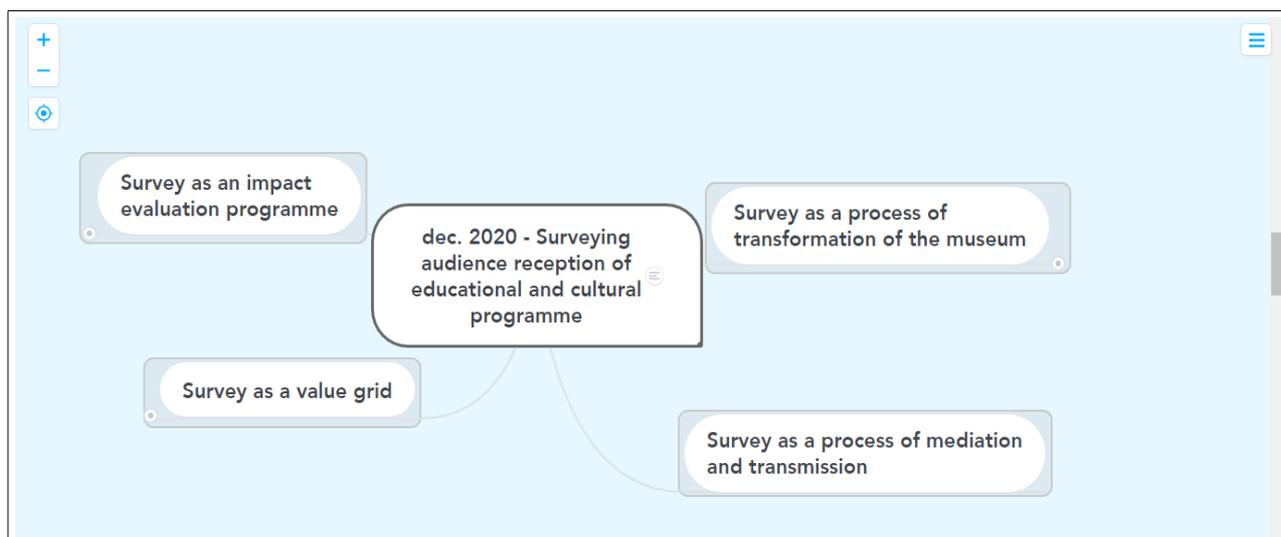
- ¿En qué condiciones? Puede haber obstáculos en este proceso, como la competencia entre equipos, sin tener en cuenta los resultados,
- Las palancas pueden ayudar: el trabajo a largo plazo con los investigadores,
- El papel de la encuesta en la adaptación del museo: ejemplo de la encuesta en torno a las mediaciones en línea durante la pandemia realizada por Pointe-à-Callière o por el Ministerio de Cultura en Francia, sobre su uso en el público,
- El papel del museo en la sociedad (transferencia de la investigación sobre las emociones X a otros campos de actividad, forma diferente de difundir la investigación).

5. La encuesta en la evaluación de los impactos del museo (3^ª y 4^ª reuniones)

- Ilustrar de forma sintética lo que ocurre durante una visita (emociones X desarrolladas por Daniel Schmitt),
- No te limites a las cifras de asistencia,
- Abierto a las audiencias y a otras interacciones con la sociedad.

Aperturas

- Lo que la encuesta no es: un pronóstico.



2/Algunas referencias

La noción de lición

Daniel Schmitt, Rachel Amalric, Muriel Meyer-Chemenska, "Lictions and meaning in the museum experience: capturing the bricolage of reality to be at one with the world": https://hal.archives-ouvertes.fr/DANIEL_SCHMITT/hal-01782450v1

Qué hace la encuesta al investigador

Marie-Sylvie Poli, ed. *Chercheurs à l'écoute. Méthodos cualitativos para captar los efectos de una experiencia cultural*. Presses universitaires du Québec, 2020 200p : <https://www.puq.ca/catalogue/livres/chercheurs-ecoute-3815.html>

Sobre la noción de impacto

Pierre Le Quéau, Olivier Zerbib, *Les impacts des bibliothèques*. [Informe de investigación] Observatorio de Políticas Culturales; Ministerio de Cultura. 2019 <https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Livre-et-lecture/Documentation/Publications/Etudes-et-rapports-Lecture-et-bibliotheques/Publication-du-rapport-comment-apprecier-les-effets-de-l-action-des-bibliotheques-publiques>

La brújula del arte del ciudadano, catálogo de impacto

Sobre la encuesta de herramientas de mediación

Joëlle Le Marec, "L'entretien : l'expérience et la pratique", en *Revue Sciences et société*, Sept. 2016

Sobre la adaptación de las encuestas a los museos

Nathalie Candito y Corinne Allaine, *Du Muséum au musée des Confluences*.

Prácticas de evaluación. Une approche réflexive et opérationnelle de la connaissance des publics, Lyon, Musées des Confluences, 2010

Lucie Daignault, *L'évaluation muséale : savoirs et savoir-faire*, Québec : Presses de l'université du Québec. 2011.

<https://www.puq.ca/catalogue/livres/evaluation-museale-2224.html>

Lucie Daignault y Bernard Schiele (eds.), *Les musées et leurs publics. Conocimientos y problemas*. Ciudad de Quebec, Presses de l'université du Québec. 2014.

Guide méthodologique sur les études de publics, Ministère de la Culture, Paris, 2020

<https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Musees/Pour-les-professionnels/Rendre-les-collections-accessibles-aux-publics/Assurer-la-mediation-aupres-des-visiteurs/Guide-methodologique-sur-les-etudes-de-publics>

Participación en la conferencia anual del ICOM CECA

Martes 26 de octubre a las 18:00-19:15. Presentación de la investigación: "Un año de intercambios de GIS Recherches sobre la recepción de los programas educativos por parte del público", seguida en directo por 20 participantes

Ponentes: Jean-François Leclerc, historiador y museólogo w, Quebec, Canadá y Heloisa Costa, profesora de museología, Brasil

UN GRUPO ESTIMULANTE

La presentación desarrolló los principales puntos de la puesta en común del grupo tras destacar el valor de estos intercambios periódicos para los participantes.

¿POR QUÉ HAY QUE HACER ENCUESTAS?

- Demandas sociales y políticas
- De la asistencia al impacto social

ENCUESTAS, ¿PARA QUÉ MÁS?

- Abordar la evaluación de forma diferente: como una forma de mediación.

HERRAMIENTAS PARA CONOCER, CONOCERSE Y ALEJARSE DE LAS IDEAS PRECONCEBIDAS

- Expectativas, satisfacción, percepción del público
- Eficacia de las exposiciones
- Actividades digitales.
- La emoción como factor de apropiación del conocimiento
- Medición del impacto social

HERRAMIENTAS PARA TRANSFORMAR NUESTRAS INSTITUCIONES Y PRÁCTICAS

- Crear un verdadero diálogo entre las instituciones y los ciudadanos
- Contribuir al proceso de transformación de los equipos e instituciones
- Reforzar la personalidad de cada institución y evitar la fragmentación
- Concienciación sobre otros temas además de la asistencia

CONCLUSIÓN

Las encuestas dan a conocer el museo y las actividades culturales como experiencias holísticas.

Jueves 28 de octubre en Lovaina, de 9.45 a 12.15. Una sesión interactiva: "Taller de intercambio y reflexión: iniciar un proceso de evaluación de los programas educativos" a la que asistieron 10 participantes

Discurso preparado por : Marie-Pierre Delaporte, Museo de Arte e Historia Judía, Francia y Anne Jonchery, DEPS, Ministerio de Cultura, Francia.

Esta sesión estaba dirigida a los colegas que no estaban familiarizados con la investigación de audiencias. Examinamos los conocimientos de que disponen los equipos sobre las audiencias de los programas educativos. ¿En qué puntos de referencia debe basarse el análisis? ¿Cómo se pueden poner en perspectiva estos elementos? ¿Qué aporta el enfoque de la encuesta? ¿Cuáles son los retos para convencer internamente de la importancia de la evaluación y, a la luz de los resultados, para cambiar ciertas prácticas? Este taller, realizado en pequeños grupos, tenía como objetivo fomentar la realización de encuestas mediante la movilización de recursos universitarios que combinen pragmatismo y proximidad.

Algunos participantes respondieron a preguntas al final del taller. Eran profesionales de los servicios educativos que trabajaban en Bélgica y acudían por primera vez a la conferencia anual de Icom Ceca. Aunque no habían realizado encuestas, estaban familiarizados con la práctica de poner a prueba los programas educativos o la participación de las asociaciones en la creación de dichos programas. Estaban muy interesados en los contactos académicos. Los demás participantes eran académicos o consultores en el campo de la investigación de audiencias.

Después de un año de intercambio, el GIS desea continuar el próximo año y acoger a otros participantes.