

Autora: Marta Vaca Ortega

Fecha de del Tribunal Fin de Máster: 19.09.2019

Tutora: Eloísa Pérez Santos

Resumen

Los estudios de público son una de las prácticas que se están haciendo cada vez más necesarias dentro de las entidades culturales. Se debe tomar conciencia de la relación que existe entre un espacio cultural y las personas que lo visitan, sin hacer separación entre ambas. Aunque es un terreno en el que se ha avanzado mucho en los últimos años, todavía queda mucho trabajo por hacer.

Es importante comprender que un espacio cultural no es algo estático que se limita a dar información al visitante. El papel de este es tan importante o más que el de las obras que se exponen, el lugar que se visita o la actividad de la que se forma parte en una experiencia de este tipo. Es por ello que se debe romper esa barrera, hacer cómplice al público para que participe en la toma de decisiones y se integre en los espacios no sólo como un mero espectador.

Así pues, la línea de trabajo de esta investigación son los estudios de público en los centros culturales, tomando como caso de estudio Matadero Madrid. Además de ser un centro de creación contemporánea, se trata de un elemento patrimonial, protegido como zona arqueológica dentro de la declaración de las Terrazas del Manzanares y por tanto Bien de Interés Cultural.

También es un ejemplo de arquitectura industrial del siglo XX que está altamente valorado por los barrios de alrededor, los cuales participan activamente de su actividad. Esto es un aliciente y uno de los motivos fundamentales por los que es necesario conocer a los y las visitantes, pues gran parte de los usuarios habituales del centro cultural son personas de los alrededores.

Dicho esto, se procede a indagar sobre los estudios de público dentro de entidades culturales como Matadero y a diseñar un sistema que se adapte a las necesidades del conjunto. En resumen, se plantea hacer una investigación que sirva de base para la futura creación de un Departamento de Estudios de Público en Matadero Madrid.

En base a lo anteriormente expuesto, el alcance de este trabajo es considerar cuál sería el mejor sistema de evaluación de público para Matadero Madrid y así poder elaborar un prototipo de Departamento de Gestión de Públicos.

Para llegar a tal fin se plantean otros objetivos secundarios que van a servir como base para lograr el objetivo final. En primer lugar, se pretende conocer Matadero Madrid, indagar sobre su funcionamiento, distribución, gestión y actividades para tener un conocimiento certero sobre el espacio que es objeto de

estudio. Además, se procede a analizar los sistemas de evaluación de público de distintos centros culturales dentro y fuera de España, así como comprobar los intentos de conocer el público que existen dentro del centro y las necesidades de un estudio de público en cada una de las entidades, para poder justificar la razón de ser del posible futuro Departamento de Gestión de Públicos.

Además, se reflexiona sobre la necesidad que tienen las entidades culturales de conocer a sus visitantes, para contribuir de alguna manera a la práctica de los estudios de público en España. Para esto, se establece contacto con centros culturales con una actividad similar a la de Matadero para poder obtener una visión real del peso que tienen los estudios de público en entidades culturales que no son museos.

Finalmente, se realiza un diseño de instrumentos útiles para la obtención de datos de público en Matadero, además de organizar un sistema en el tiempo de toma, gestión e interpretación de datos y cómo se gestionaría esto desde un departamento. Dicho sistema se articula de la siguiente manera: por un lado, se describe una fase previa de estudio de las necesidades y en la que se fijan los objetivos del Departamento. El siguiente paso sería el diseño de un sistema de toma de datos eficiente y constante, algo de lo que Matadero carece.

Después se propone un sistema de almacenamiento de datos que sea capaz de incluir los análisis del público web y del presencial. Un correcto almacenamiento permite cruzar los datos y sacarles un mayor partido. Por último, se produce la fase de interpretación de los datos, la cual da sentido a todo lo anterior. Tener información del público permite acercar la entidad al visitante, de tal forma que este se integre en ella y se rompa la barrera que muchas veces se produce entre visitantes y entidades.

Además, se proponen una serie de métodos específicos para la toma de datos adaptados a cada una de las entidades, pensando en el tipo de actividad que realizan y en su público. Se diseñan cuestionarios, entrevistas y métodos de observación. Para complementar esta información, también se proponen instrumentos dirigidos al público de Matadero a nivel general. Ligado a esto, se detalla cada metodología, así como la manera de implementarla: frecuencia y franjas temporales, público al que dirigirse y la manera de hacerlo.

Por otro lado, se detallan los recursos humanos que serían necesarios para poder poner en marcha el Departamento: se debe contar con uno o dos expertos en investigación de públicos y desarrollo de audiencias que guíen la estrategia del departamento. Además, se formaría un comité compuesto por los directores de los distintos espacios que forman Matadero, cuya función sería marcar las líneas a seguir por el departamento y las necesidades de datos.

Por otro lado, habría que establecer un contrato externo con centros de formación que aporten personas que colaboren con la recogida de datos. Además, se contratarían empresas del sector para la recogida de datos en momentos puntuales, como en festivales, ferias, conciertos etc. es decir, en actividades que convocan un gran número de personas en Matadero.

Matadero Madrid es un espacio multidisciplinar, con espacios muy distintos y mucha variedad en las actividades. Por lo tanto, es un entorno idóneo para desarrollar distintos métodos de análisis de públicos, con el reto de conectar todos ellos de tal forma que sea posible obtener un panorama global de todos los espacios que conforman Matadero Madrid y las personas que los visitan. Además, después de profundizar en la actividad de Matadero y de comprender su funcionamiento, se justifica la razón de ser de un Departamento de Estudios de Público dentro del centro cultural.

Ligado a esto, es importante que los equipos que coordinan y dirigen una entidad cultural tomen conciencia de la necesidad de un departamento de estas características. Además, el hábito de trabajar con datos debe ser labor todos los departamentos del centro cultural.

Por otro lado, a la hora de desarrollar esta propuesta e intentar hacerlo de la manera más realista posible, se cae en la cuenta de que poner en marcha un departamento de estas características conlleva contar con un equipo multidisciplinar, lo más completo posible, que cuente con personas que dominen las técnicas de análisis de datos, pero en que también haya profesionales que se dediquen al mundo de las artes y la cultura.

En definitiva, Matadero Madrid puede ser pionero en integrar los estudios de público como un elemento dentro de su gestión. Es el escenario perfecto para implementar métodos muy diversos que abarcan todo tipo de actividades relacionadas con el arte contemporáneo y que van dirigidas todo tipo de públicos.

Esto nos lleva a concluir en que a pesar de que la situación está cambiando, todavía hay un largo camino que recorrer en el mundo de los estudios de público en cultura, y que centros culturales como Matadero Madrid son el escenario perfecto para continuar introduciendo nuevas técnicas y sobre todo el hábito de conocer al público. En el caso de este preciado Bien de Interés Cultural, la riqueza y diversidad de actividades desemboca en la riqueza y diversidad de público, que poco a poco va formando cada vez más parte del centro

Short Version

The public studies are a practice that since 100 years have been developing inside the cultural entities. However, this tool it's more common in museums than cultural centers. The next research do a review about the development and the current situation of the public studies in the cultural field, as well as the need for add in evaluation techniques of public as an element of cultural management.

The research takes place in the Centro cultural Matadero as study case. It is a multidisciplinary space, with a lot of assortment in activities and does not have with a systematized method of public analysis. After several months of research about the space itself, a public evaluation system is designed that suits the center's requirements. It's proposed the making of an specific department who takes care

of the coordination the data collection (as well as adapted methods for every space, audience and activity) the storage (in such way that all information can be related) and the further rendering. In conclusion, it's intended to provide a system that allows to meet people who visit Matadero get to be part of the space in a more active way.

Therefore, the line of work of this research is the public studies in cultural centers, taking "Matadero de Madrid" as a matter of study. Besides of being a contemporary creation center, it's a patrimonial element, protected as a arqueological zone inside the Manzanares terraces and therefore, cultural interest.

It's an architecture example of the 20th century too, highly rated by the surrounding neighborhoods, which actively participates in it's activity. This is an incentive and one of the fundamental reasons why it's necessary to know the visitors, due to great part of the usuaries lives nearby.

This said, we proceed to investigate the public studies inside the cultural entities like Matadero and start to develop a system that adaptates to the set's needs. In brief, it's arises a research who serves for the future development of a public studies department in Matadero Madrid.

Based on the above, the reach of this work it's to consider which system would be better for the public evaluation for Matadero Madrid and so elaborate a prototype of public management department. To accomplish that end it's consider other secondary objectives who will serve as a base to achieve the final goal. In first place we pretend to know Matadero Madrid, inquire inside how it works, distribution, management and activities so we can have some knowledge about the space we are studying. Also we proceed to analyze the different evaluation systems of various cultural centers Inside and outside of Spain, as well as check the attempts to know the public existent inside the center and the needs of a public study in each of the entities, so we can justify the meaning of a future public management department. Besides we reflect about the possible need the cultural entities has of knowing their visitants, to contribute somehow in the public studies practice in Spain.

For this, contact is established with cultural centers with an activity similar to that of Matadero in order to obtain a real vision of the weight of public studies in entitiescultural that are not museums.

In the end, we design useful instruments of public data obtainment is done in Matadero, besides a

system in the time of taking, management and interpretation of data and how this would be managed from a department.

This system works this way: First it describes a previous phase of study of the needs and where objectives of the department are set. The next step would be the design of a efficient and consistent data gathering system, something of what Matadero lacks.

Later it's proposed a data storage system able to include the analysis of the public. A correct storage allows to cross the data and put them to good use. Ultimately, comes the phase of data interpretation, which gives meaning to all of the above. Having the information allows the entity to come closer to the public, so that it is integrated into it and the barrier that often occurs between visitors and entities is broken.

In addition, a series of specific methods for data collection adapted to each of the entities, thinking about the type of activity they perform and their audience. It's

design questionnaires, interviews and observation methods. To complement this information, instruments aimed at the general public of Matadero are also proposed. Linked to this, each methodology is detailed, as well as the way to implement it: frequency and time bands, public to address and how to do it.

On the other hand, the human resources that would be necessary to put in March the Department: one or two experts in public research and audience development that guide the department's strategy must be available. In addition, a committee composed of the directors of the different spaces that form Matadero would be formed, whose function would be to mark the lines to be followed by the department and the data needs.

Also, it would be necessary to establish an external contract with training centers that provide people who collaborate with data collection. In addition, companies in the sector would be hired for the collection of data at specific times, such as festivals, fairs, concerts etc. Activities that summon a large number of people in Matadero.

Matadero Madrid is a multidisciplinary space, with very different spaces and a lot of variety in the activities. Therefore, it is an ideal environment to develop different methods of analysis of audiences, with the challenge of connecting all of them so that it is possible to obtain a global view of all the spaces that make up Matadero Madrid and the people who visit them. In addition, after deepening the activity of Matadero and understanding its operation, the Department of Public Studies within the cultural center is justified. Linked to this, it's important that the teams that coordinate and direct a

cultural entity take awareness of the need for a department with these characteristics. In addition, the habit of Working with data should be the work of all departments of the cultural center.

Further, when developing this proposal and try to do it in the most realistically possible, you realize that starting up a department of these characteristics entails having a multidisciplinary team, as complete as possible, that has with people who master data analysis techniques, but also have professionals who dedicate themselves to the world of arts and culture.

In short, Matadero Madrid can be a pioneer in integrating public studies as a element within its management. It is the perfect scenario to implement very diverse methods covering all kinds of activities related to contemporary art and that are directed to all kinds of audiences. This leads us to conclude that although the situation is changing, there is still long way to go in the world of public studies in culture, and what centers cultural as Matadero Madrid are the perfect setting to continue introducing new techniques and especially the habit of knowing the public. In the case of this precious good of Interest, cultural, wealth and diversity of activities leads to wealth and diversity of public, which is gradually becoming more and more part of the center.

