

**XXXV REUNIÓN DE ASOCIACIONES PARA LA DEFENSA DEL PATRIMONIO
CULTURAL Y NATURAL**

Educación, identificación y participación: vitales para el Patrimonio

7, 8 y 9 de octubre de 2016

Morella (Castellón) y Ulldecona (Tarragona)



ECOSISTEMA DE UN BIEN PATRIMONIAL

Aspectos clave en la gestión de un patrimonio histórico y cultural: Incremento de valor en el largo plazo



“MORIR DE ÉXITO”: EL CASO DEL PUENTE DE CRISTAL DE CHINA



A los 15 días de su apertura y tras una inversión de 62 millones de euros, el Gobierno chino cierra el puente por exceso de visitantes, un 25% por encima del aforo permitido,



Estrategias de
marketing

Programas de
público



CUANDO ABRIMOS UN BIEN CULTURAL A LA SOCIEDAD...

¿QUÉ SABEMOS DE NUESTRO PÚBLICO?

¿QUIÉN ES Y QUÉ BUSCA EN ESTE ESPACIO?

- Experiencia individual en la contemplación de una obra
 - Experiencia estética y disfrute
 - Aprendizaje
 - Parada turística "obligada"

La gestión de un bien cultural requiere implantar un **DIALOGO ACTIVO** con el amplio universo de públicos potenciales de manera que se satisfagan las distintas inquietudes y se genere un impacto real y recurrente en la sociedad.



GESTIÓN DE BIENES ARTÍSTICO-CULTURALES. LA NECESIDAD DE SEGMENTACIÓN DEL PÚBLICO POTENCIAL

Publicos
potenciales

Público autosuficiente

- **Aquél que quiere enfrentarse individualmente a la obra**
- Representa en torno al **10%** del público potencial pero en España supone alrededor del 50/60% del público real y determina en gran parte las políticas de gestión de un museo u otro bien/espacio cultural

Público participativo

- Aquél que quiere disfrutar de la visita: **satisfacción, entretenimiento y aprendizaje**, en mayor o menor medida en función de cada perfil de público
- Representa en torno al **90%** del público potencial. Requiere inversión y desarrollo de **programas adaptados de manera que se genere un impacto real y recurrente con la sociedad**. Es la vía para trabajar en pro de la **sostenibilidad de los espacios culturales**.

Idioma -
Procedencia

Familiar

Grupos

Escolar

**Necesidades
singulares**

General

Digital



LES BELLES
MAISONS

CASOS DE BUENA PRAXIS: THE COLONIAL WILLIAMSBURG FOUNDATION



CASOS DE BUENA PRAXIS: AMERICAN MUSEUM OF NATURAL HISTORY



The screenshot shows the website's navigation bar with the AMNH logo and a search bar. The 'Learn & Teach' menu is open, listing various audience groups and programs. A video player for 'NYC Teachers Election Day Professional Development 2016' is visible, along with a 'Subscribe for Newsletters' box.

AMERICAN MUSEUM OF NATURAL HISTORY

Log In | Register | Seleccionar idioma |

Plan Your Visit | Exhibitions | **Learn & Teach** | Explore | Our Research | Calendar | Join & Support | Buy Tickets

Learn & Teach

Find Programs and Resources for...

- Adults
- Families
- Pre-K to Grade 2
- Grades 3-5
- Grades 6-8
- Grades 9-12
- Post Secondary
- Educators
- Class Field Trips

Evaluation, Research, and Policy

- Master of Arts in Teaching
- Online Courses for Educators
- Young Naturalist Awards
- Adventures in Science
- After-School Program
- Urban Advantage
- Curriculum Collections

SHARE: 

Subscribe for Newsletters
Education Resources, Programs, and More

NYC Teachers Election Day Professional Development 2016
11/8/16 8:30 am - 3:00 pm
\$35.00 per participant
Learn more and buy tickets now!

Visit the Museum | Find Programs and Resources

Click on 'Sign up Now' and then select from the list of available newsletters based on your interests.

www.amnh.org/learn-teach



CASOS DE BUENA PRAXIS: AMERICAN MUSEUM OF NATURAL HISTORY

The screenshot shows the website's navigation bar with the museum's logo and name. The main navigation menu includes: Planifique su visita, Exposiciones, Aprender y Enseñar (highlighted), Explorar, Nuestra investigación, Calendario, and Súmate y Apoyo. A search bar is present with the text 'Search Keywords or Topics' and a 'IR' button. Below the navigation, there are social media sharing icons and a 'Recoger' button. The main content area features a grid of buttons for different educational levels: CLASE SALIDAS DE CAMPO, PRE-K AL GRADO 2, GRADOS 3-5 (highlighted in orange), GRADOS 6-8, GRADOS 9-12, POST-SECUNDARIA, LAS FAMILIAS, EDUCADORES, and ADULTOS. On the right, there is a featured article titled 'Adventures in Science' with a 'Learn More' button. The text 'grados 3-5' is visible at the bottom left of the page.

Programas de público: innovación, creatividad, especialización y adaptación

- Actividades (conciertos, cursos, conferencias,...)
- Pieza del mes
- Talleres
- Cuenta cuentos y teatralizaciones
- Visitas tematizadas
- Zonas de interpretación
- Zonas de experimentación
- Construcción de replicas accesibles
- Programas escolares especializados por ciclos escolares
- Programas de enseñanza informal
- Maletas didácticas
- Mochilas didácticas
- Historia viva (living history)
- Programas de público online: público digital
- Usos complementarios del espacio cultural: eventos, actividades sociales

OBJETIVOS

El patrimonio bien gestionado permite:

- Lograr que **la sociedad lo perciba como ÚTIL, INTERESANTE, ENTRETENIDO** de manera que se acostumbre a “usarlo” y a integrarlo en su vida (el objetivo es que quieran volver a descubrir más o tener experiencias diferentes sobre el mismo bien):
 - Debemos ser capaces de ofrecer lo que quieren, les interesa y les satisface, no asumir que por ser un bien cultural es interesante per se y se “vende” solo.
- **Garantizar la sostenibilidad del bien:** con programas de actividades de calidad que favorecerá un incremento de precios, se optimice la afluencia de visitantes y esté adaptándose de manera continua a la propia evolución de la sociedad.

EL DISEÑO E IMPLANTACIÓN DE **MODELOS DE GESTIÓN DE BIENES CULTURALES EFICIENTES Y SOSTENIBLES** PASA POR CONSIDERAR **EL DESARROLLO DE PROGRAMAS DE PÚBLICO COMO INVERSIÓN** Y NO COMO GASTO, Y POR TANTO DARLE LA MISMA IMPORTANCIA QUE PUEDEN TENER OTRO TIPO DE PARTIDAS DENTRO DE LOS PRESUPUESTOS



LES BELLES
MAISONS



A
HISTORIC HERITAGE & CULTURAL LEGACY
COMPANY

heritage advisors | heritage excellence club | cultural experiences

Info@lesbellesmaisons.com

| +34 655 348 903 |



LinkedIn