

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



DCADHA

DPTO. DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
DOCUMENTACIÓN E HISTORIA DEL ARTE

TRABAJO FINAL DE MÁSTER
Máster Oficial Interuniversitario en Gestión Cultural

TÍTULO:
LOS MUSEOS DE ARTE CONTEMPORANEO
ESPAÑOLES EN LAS REDES SOCIALES

Dirigido por: Vicent Gimenez Chornet

Presentado por: Gema Sancho Añó

CURSO 2016-2017

*Vivíamos en granjas.
Luego vivimos en ciudades,
ahora vamos a vivir en la red.*

The Social Network, (La red social). 2010



ÍNDICE GENERAL

1. ESTADO DE LA CUESTIÓN	10
2. OBJETIVOS DEL TRABAJO	14
3. METODOLOGÍA.....	16
4. INVESTIGACIÓN	17
4.1. MUSEOS.....	17
4.2. WEBS	21
4.3. RR.SS.....	46
4.4. ANÁLISIS CUANTITATIVO	54
4.5. ANÁLISIS CUALITATIVO.....	82
5. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN.....	93
6. CONCLUSIONES.....	96
7. BIBLIOGRAFÍA.....	98
8. ANEXOS	102

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen.1. Visitantes estimados en Museos y Colecciones Museográficas	18
Imagen.2. Total de Museos Españoles de Arte Contemporáneo en 2014	18
Imagen.3. Mapa distribución de los Museos Españoles de Arte Contemporáneo	19

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla.1. Cantidad de Museos Españoles de Arte Contemporáneo por Comunidad Autónoma.....	19
Tabla.2. Participación de los Museos en las RRSS escogidas.....	51
Tabla.3. Número de publicaciones del CAAC en las RRSS.....	55
Tabla.4. Número de publicaciones del NMAC en las RRSS.....	56
Tabla.5. Número de publicaciones del IAACC en las RRSS.....	57
Tabla.6. Número de publicaciones del MBBAAO en las RRSS.....	58
Tabla.7. Número de publicaciones del MAS en las RRSS.....	59
Tabla.8. Número de publicaciones del MUSAC en las RRSS.....	60
Tabla.9. Número de publicaciones del MACEV en las RRSS.....	61
Tabla.10. Número de publicaciones del MACBA en las RRSS.....	62
Tabla.11. Número de publicaciones del MACA en las RRSS.....	63
Tabla.12. Número de publicaciones del IVAM en las RRSS.....	64
Tabla.13. Número de publicaciones del MEIAC en las RRSS.....	65
Tabla.14. Número de publicaciones del CGAC en las RRSS.....	66
Tabla.15. Número de publicaciones del MAC en las RRSS.....	67
Tabla.16. Número de publicaciones del WÜRT en las RRSS.....	68
Tabla.17. Número de publicaciones del MMACM en las RRSS.....	69
Tabla.18. Número de publicaciones del Reina Sofía en las RRSS.....	70

Tabla.19. Número de publicaciones del Reina HUARTE en las RRSS.....	71
Tabla.20. Número de publicaciones del Reina ARTIUM en las RRSS.....	72
Tabla.21. Número de publicaciones del Reina FCPM en las RRSS.....	73
Tabla.22. Resumen de las cifras totales de los museos en las RRSS.....	74
Tabla.23. Cantidad total de seguidores en las RRSS de los museos.....	82
Tabla.24. Temática de las publicaciones del NMAC en Twitter.....	83
Tabla.25. Temática de las publicaciones del MACEV en Twitter.....	84
Tabla.26. Temática de las publicaciones del MEIAC en Twitter.....	85
Tabla.27. Temática de las publicaciones del CGAC en Twitter.....	86
Tabla.28. Temática de las publicaciones del WÜRT en Twitter.....	87
Tabla.29. Temática de las publicaciones del HUARTE en Twitter.....	88
Tabla.30. Temática de las publicaciones del ARTIUM en Twitter.....	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico.1. Cantidad de Usuarios registrados en las RRSS seleccionadas.....	46
Gráfico.2. Participación de los Museos en las RRSS escogidas.....	52
Gráfico.3. Número de publicaciones del CAAC en las RRSS.....	55
Gráfico.4. Número de publicaciones del NMAC en las RRSS.....	56
Gráfico.5. Número de publicaciones del IAACC en las RRSS.....	57
Gráfico.6. Número de publicaciones del MBBAAO en las RRSS.....	58
Gráfico.7. Número de publicaciones del MAS en las RRSS.....	59
Gráfico.8. Número de publicaciones del MUSAC en las RRSS.....	60
Gráfico.9. Número de publicaciones del MACEV en las RRSS.....	61
Gráfico.10. Número de publicaciones del MACBA en las RRSS.....	62
Gráfico.11. Número de publicaciones del MACA en las RRSS.....	63
Gráfico.12. Número de publicaciones del IVAM en las RRSS.....	64
Gráfico.13. Número de publicaciones del MEIAC en las RRSS.....	65
Gráfico.14. Número de publicaciones del CGAC en las RRSS.....	66
Gráfico.15. Número de publicaciones del MAC en las RRSS.....	67
Gráfico.16. Número de publicaciones del WÜRT en las RRSS.....	68
Gráfico.17. Número de publicaciones del MMACM en las RRSS.....	69
Gráfico.18. Número de publicaciones del Reina Sofía en las RRSS.....	70
Gráfico.19. Número de publicaciones del Reina HUARTE en las RRSS.....	71

Gráfico.20. Número de publicaciones del Reina ARTIUM en las RRSS.....	72
Gráfico.21. Número de publicaciones del Reina FCPM en las RRSS.....	73
Gráfico.22. Cifras totales de las publicaciones de los museos en Facebook.....	77
Gráfico.23. Cifras totales de las publicaciones de los museos en YouTube.....	78
Gráfico.24. Cifras totales de las publicaciones de los museos en Google+.....	79
Gráfico.25. Cifras totales de las publicaciones de los museos en Instagram.....	80
Gráfico.26. Cifras totales de las publicaciones de los museos en Twitter.....	81
Gráfico.27. Temática de las publicaciones del NMAC en Twitter.....	83
Gráfico.28. Temática de las publicaciones del MACEV en Twitter.....	84
Gráfico.29. Temática de las publicaciones del MEIAC en Twitter.....	85
Gráfico.30. Temática de las publicaciones del CGAC en Twitter.....	86
Gráfico.31. Temática de las publicaciones del WÜRT en Twitter.....	87
Gráfico.32. Temática de las publicaciones del HUARTE en Twitter.....	88
Gráfico.33. Temática de las publicaciones del ARTIUM en Twitter.....	89
Gráfico.34. Temática de las publicaciones de los museos en Twitter.....	90

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo.1. Enlaces RRSS de los museos.....	102
--	-----

1. ESTADO DE LA CUESTIÓN

En este apartado describiremos los antecedentes que se tomarán como referencia o punto de partida a la hora de llevar a cabo nuestra investigación, así como la bibliografía y webgrafía en la que nos hemos apoyado para elaborar nuestro discurso.

A la hora de componer un escenario inicial, haciendo referencia al origen de las redes sociales, así como de su desarrollo en el mundo de la museística nos damos cuenta que carecemos de bibliografía específica, pues al tratarse de un tema de tanta actualidad no disponemos de una gran variedad de estudios o análisis previos en este ámbito.

Las nuevas tecnologías evolucionan cada vez de manera más rápida, cada día nos sorprenden con nuevas herramientas, redes y demás aplicaciones para la sociedad en las que las instituciones museísticas desean participar. Para comenzar debemos entender como institución museística o museo la siguiente definición que nos aporta María Luisa Bellido. *El museo es una institución cambiante que, como ente cultural, ha estado dominado por los cambios sociales y económicos, políticos e ideológicos que se han producido a lo largo de la historia* (Bellido 2001, p180).

Según el (ICOM), Consejo Internacional de Museos, un museo es *“una institución permanente, sin ánimo de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo”*. Por ello los museos deben evolucionar para poder adaptarse al nuevo entorno en el que desarrollar su trabajo. En 1974 (ICOM), dio una nueva definición de museo *Como institución permanente que conserva y presenta colecciones de objetos de carácter cultural o científico con fines de estudio, educación y deleite al servicio de la sociedad* (Bellido 2001, p191). El propio ICOM (Consejo Internacional de Museos) consciente de los cambios que se están produciendo en nuestra sociedad actual, intenta vincular los museos a los avances técnicos e informáticos (Bellido 2001, p208).

Los museos, a causa de los avances de la sociedad, han tenido que adaptarse a esos cambios sociales, lo cual les ha sido posible mediante el uso de las TIC (Tecnologías de la Información y la Documentación).

A día de hoy, la gran mayoría de Webs de museos e instituciones culturales se basan en un modelo básicamente informativo, en menor medida hay museos que buscan captar visitantes, centrándose en los más jóvenes, para ello se han introducido en el mundo virtual de las redes sociales (Facebook, Twitter, Flickr, YouTube, etc.) y los blogs, las cuales crecen sin descanso, en las que han encontrado sus mejores aliados a la hora de llegar a crear una gran comunidad de seguidores.

Las instituciones museísticas necesitan buscar nuevos planteamientos para las redes sociales, ser algo más que "*simplemente una página para sus seguidores en Facebook, escribir un blog o empezar a utilizar Twitter para ponerse al día con los cambios*" (Del Rio 2011, p119). También deben hacer uso de estas redes para educar y no únicamente para promocionar sus exposiciones y eventos próximos.

Partiendo de las diferentes definiciones de museo que encontramos, entendemos que un museo es una institución que conserva objetos que tiene un carácter artístico con el fin de preservarlos y mostrarlos al mundo, pero sobre todo entendemos que las instituciones museísticas están al servicio de la sociedad por lo que deben de ajustarse a los cambios y evoluciones que conlleve la misma.

Estudios recientes como el publicado por Dosdoce titulado "*Análisis de las conexiones de museos y centros de arte en las redes sociales*" nos muestran que aún queda mucho por hacer.

En el caso de estudios de este sector encontramos que el *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte de España* realizó en enero de 2016 un estudio titulado "Estadística de Museos y Colecciones Museográficas para el año 2014", así como otro estudio en noviembre de 2016 titulado "Anuario de Estadísticas culturales 2016", de los que obtendremos información para realizarnos un contexto general del escenario que vamos a analizar posteriormente.

Debemos tener en cuenta que, pese a que estos estudios han sido publicados recientemente, los datos que reflejan pertenecen al año 2014 por lo tanto, los datos recaudados son anteriores, debemos tener en cuenta que los datos pueden estar en cierto modo desfasados, pues la tecnología avanza rápidamente día a día, pero realmente sí nos hemos podido apoyar en ellos para realizarnos un marco cronológico de antecedentes.

Así mismo la revista digital *Dosdoce.com* publica en su página Web el 17-11-2011 un estudio titulado "Conexiones entre museos en las redes sociales", en el que describen como se han analizado y cuáles son las conexiones entre los cincuenta museos, centros de arte y espacios de producción escogidos de España, en concreto en las dos redes sociales más utilizadas actualmente por estas entidades: *Facebook* y *Twitter*. El principal objetivo que tuvo este estudio fue el análisis del grado de conexión entre los museos y la Web 2.0, y nos ha servido para plantear nuestro trabajo. Queremos saber si las principales características que conforman la Web social, como compartir, intercambiar, dialogar, etc., están siendo aplicados por los museos que vamos a analizar.

Dejando atrás los estudios comentados, pasamos a la búsqueda de una bibliografía específica tanto en libros como en artículos. Para la realización de este estudio previo de los museos y su participación en el mundo de la Web 2.0 en las redes sociales, nos hemos apoyado en varios libros.

Para hablar de la evolución de la Web 2.0 y el concepto de red social, nos hemos apoyado en el libro de Juan Martín Prada, *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*, Madrid, Akal, 2012.

Para realizarnos un marco histórico de los museos en España, su evolución social y la historia de la misma nos hemos basado en el libro de María Bolaños, *Historia de los museos en España: memoria, cultura, sociedad*, Gijón, Trea, 2008

Hemos hecho uso del libro de María Luisa Bellido Gant, *Arte, museos y nuevas tecnologías*, Gijón, Trea, 2001. En el apartado de las nuevas tecnologías de comunicación, internet, el arte dentro de las redes sociales y la participación de los museos dentro de las nuevas tecnologías, es decir la informatización de los museos y la difusión externa. Así como las nuevas estrategias de difusión.

Entendemos también que la bibliografía consultada recibe la misma categoría de desfase que los estudios comentados anteriormente, pues se trata de libros publicados entre 2001 y 2012 por lo que los datos no están realmente actualizados.

Para realizar el estudio de la metodología a seguir hemos hecho uso de dos publicaciones. Para la realización de la metodología cualitativa hemos seguido los parámetros de José Ignacio Ruiz Olabuénaga en "Metodología de la investigación cualitativa". Así como para la investigación cuantitativa hemos seguido a M.^a Ángeles Cea D'Ancona en "Metodología cuantitativa, estrategias y técnicas de investigación social".

Nuestro estudio está basado en diversas fuentes publicadas en papel, pero al tratarse de una investigación dentro de las redes sociales, la gran parte de la bibliografía que hemos consultado a la hora de realizar el trabajo hace referencia a páginas Web. En especial hemos consultado las páginas Web de los museos de los que hemos realizado el análisis, así como las direcciones Web de las redes sociales que hemos consultado para realizar nuestro estudio analítico.

2. OBJETIVOS DEL TRABAJO

El objetivo principal de este trabajo es analizar la participación cualitativa y cuantitativa de una serie de museos de Arte Contemporáneo Españoles en la Web 2.0, así como sus estrategias divulgativas. Uno de los procesos de estudio es analizar de qué manera las instituciones museísticas están día a día incorporando las tecnologías 2.0 en sus comunicaciones y en la propia difusión de sus exposiciones y sus actividades, además analizaremos la calidad de las publicaciones en las redes sociales y a su vez la cantidad de publicaciones a lo largo del año 2016.

Los veinte museos de Arte Contemporáneo de cada comunidad autónoma en territorio español escogidos para el análisis del trabajo son los más valorados por los usuarios en internet. Los museos escogidos son, "Centro Andaluz de Arte Contemporáneo", "Fundación NMAC Cádiz", "IAACC", "Museo de BBAA de Oviedo", "Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Cantabria", "Museo de Arte Contemporáneo de Hellín", "Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León", "Museo de Arte Contemporáneo Esteban", "Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona", "Museo de Arte Contemporáneo de Alicante", "IVAM", "Museo Extremeño de Arte Contemporáneo", "Centro Gallego de Arte Contemporáneo", "Museo de Arte Contemporáneo de Coruña", "Museo Würth", "Museo Municipal de Arte Contemporáneo", "Museo Reina Sofía", "Centro de Arte Contemporáneo de Huarte", "Artium Vitoria", "Fundación la Casa pintada Murcia".

A su vez las redes sociales escogidas, las cuales describiremos en profundidad más adelante, para realizar el análisis de la participación de los museos de arte contemporáneo han sido elegidas tanto por su popularidad como por tener el mayor número de usuarios registrado en el año 2016, dichas redes sociales son: *Facebook, Twitter, YouTube, Google+ e Instagram*.

Posteriormente, queremos analizar las páginas Web de cada museo en base a unos parámetros como accesibilidad y posicionamiento o visibilidad en la búsqueda básica de Google, así como valorar las herramientas que ofrecen al público.

Por tanto, evaluaremos si los museos cumplen con éxito sus funciones. Teniendo en cuenta que una página Web no está pensada como una red social, pues principalmente no es colaborativa, hemos considerado realizar el análisis en base a una serie de parámetros diferentes a los que emplearemos en las redes sociales.

Concluiremos el estudio estableciendo una propuesta de intervención a fin de intentar mejorar el uso de las redes sociales por parte de los museos, pues éstas tienen infinitas posibilidades que mejorarían notablemente el rendimiento y la afluencia de visitantes en los museos, así como animarían al usuario a interaccionar vía online con los museos, expresando sus opiniones o sugerencias con el fin de ofrecer un mejor servicio al usuario que finalmente decide visitar el museo.

No vamos a realizar un análisis exhaustivo y completo de la Web 2.0 pues es un campo extenso y los límites de tiempo no nos lo permiten, por tanto, hemos decidido realizar un análisis de una selección de museos en unas redes sociales específicas durante un período de tiempo determinado. Con ello dejamos las puertas abiertas a la realización de un futuro análisis estableciendo diferentes parámetros a los escogidos en este, e incluso estableciendo los mismos parámetros, pero en otro periodo de tiempo, con otros museos en las mismas redes u otras redes con los mismos museos. Las posibilidades son diversas.

Esperamos que este estudio anime a todas las instituciones museísticas y centros de arte a introducir estas nuevas tecnologías propias de la Web 2.0 dentro de sus estrategias de comunicación y difusión *on-line*.

3. METODOLOGÍA

La metodología empleada en este estudio ha sido realizada en base a un análisis cualitativo y cuantitativo de las publicaciones de los museos en sus redes sociales.

Por una parte, está la investigación cualitativa, la cual, se realizará mediante el análisis del contenido de las publicaciones de los museos de Arte Contemporáneo seleccionados en Twitter. El proceso de análisis se realizará por medio de la selección de una serie de ítems o temas de las publicaciones de los museos, cuantificando cada uno de esos ítems e identificando los más recurrentes. Para realizar este análisis daremos valores numéricos a modo de sistema de categorización-codificación a cada ítem con el fin de lograr unos gráficos eficientes y fiables, valorando además las temáticas más habituales que tratan los museos en sus redes sociales.

Por otra parte, realizaremos un análisis cuantitativo de las redes sociales de los mismos museos, es decir, esta investigación será llevada a cabo por medio de un recuento del número de publicaciones mensuales en cada red por parte de los museos cuyo objetivo será evaluar finalmente si las cifras son óptimas o inferiores a lo esperado. Los parámetros cuantitativos para cada red social son variables por el hecho de tratarse de diferentes redes con diferentes herramientas. Por tanto, establecemos los mínimos a considerar para cada Red Social: Facebook mínimo una publicación diaria, Twitter mínimo tres publicaciones diarias, YouTube mínimo una publicación por semana, Instagram mínimo dos publicaciones diarias y Google+ mínimo tres publicaciones diarias.

Para ello hemos hecho uso de los manuales sociológicos como el de José Ignacio Ruiz Olabuénaga en "Metodología de la investigación cualitativa". y M.^a Ángeles Cea D'Ancona en "Metodología cuantitativa, estrategias y técnicas de investigación social".

A la hora de hacer los gráficos posteriores al análisis hemos hecho uso del procesador de cálculo Excel2016.

4. INVESTIGACIÓN

A continuación, procedemos al cuerpo central de nuestra investigación, en la cual vamos a describir los museos, las páginas web y las redes sociales que posteriormente analizaremos de forma cualitativa y cuantitativa, con el fin de valorar la calidad de las mismas, ofreciendo finalmente una propuesta de intervención.

4.1. MUSEOS

Los museos seleccionados han sido: "Centro Andaluz de Arte Contemporáneo", "Fundación NMAC Cádiz", "IAACC", "Museo de BBAA de Oviedo", "Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Cantabria", "Museo de Arte Contemporáneo de Hellín", "Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León", "Museo de Arte Contemporáneo Esteban", "Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona", "Museo de Arte Contemporáneo de Alicante", "IVAM", "Museo Extremeño de Arte Contemporáneo", "Centro Gallego de Arte Contemporáneo", "Museo de Arte Contemporáneo de Coruña", "Museo Würth", "Museo Municipal de Arte Contemporáneo", "Museo Reina Sofía", "Centro de Arte Contemporáneo de Huarte", "Artium Vitoria", "Fundación la Casa pintada Murcia".

El hecho de haber seleccionado los museos de Arte Contemporáneo en lugar de museos de otro tipo, ha sido motivada por la cantidad de visitantes en 2014, pues según los datos recogidos por el anuario de estadísticas culturales publicado en 2016 (Imágen1) (página 247), nos muestran la cantidad de visitantes estimados en el año 2014 según la categoría del museo. En el caso del año 2014, puesto que son los datos más recientes, observamos que los museos y centros de Arte Contemporáneo son los más visitados con un total de 80.837 visitas registradas, como se muestra en la siguiente tabla.

Imagen.1. Visitantes estimados en Museos y Colecciones Museográficas.

11.12. Visitantes estimados en Museos y Colecciones Museográficas por tipología ⁽¹⁾

	VALORES ABSOLUTOS (Miles)					POR MUSEO O COLECCIÓN (Unidades)				
	2006	2008	2010	2012	2014	2006	2008	2010	2012	2014
TOTAL	52.173	54.863	55.978	57.216	58.418	38.848	39.929	39.927	40.265	40.766
Arqueológico	3.871	4.354	4.110	4.924	6.089	23.040	25.611	25.688	29.488	35.196
Arte Contemporáneo	6.026	6.592	11.220	10.756	10.428	56.852	57.326	95.081	90.385	80.837
Artes Decorativas	862	948	1.037	920	769	31.937	36.450	35.761	27.878	26.525
Bellas Artes	13.074	13.614	13.532	15.763	15.847	68.093	78.693	62.359	71.649	73.367
Casa-Museo	2.115	2.018	1.975	1.958	1.994	28.202	22.671	22.960	21.519	23.457
Ciencia y Tecnología	5.610	5.168	5.137	4.834	3.836	151.627	90.674	96.924	86.316	67.294
Ciencias Naturales e Hª Natural	1.339	1.266	1.255	1.164	1.439	26.255	24.349	21.645	20.424	26.647
De Sitio	2.037	3.403	2.187	1.898	2.017	43.349	58.672	46.526	54.218	61.130
Especializado	2.997	2.695	2.540	3.033	3.163	23.051	19.532	18.407	21.822	22.274
Etnografía y Antropología	1.952	2.521	2.366	2.215	2.379	8.563	10.961	9.617	8.895	9.517
General	5.931	5.658	4.792	4.484	4.485	37.067	39.845	35.238	32.029	33.470
Historia	3.380	4.080	4.435	5.010	5.685	35.209	40.399	42.239	45.137	45.122
Otros	2.978	2.545	1.393	257	286	114.548	110.641	154.731	64.218	57.279

Fuente: MECD. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Fuente: MECD. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas.

(<http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2016/Anuario de Estadísticas Culturales 2016.pdf>)

Por tanto, hemos considerado que siendo los que más visitas recibieron, vamos a centrar nuestro estudio en ellos.

A continuación, mostramos la cantidad de museos de Arte Contemporáneo censados en 2014 así como su distribución a lo largo de las comunidades autónomas.

Según los datos recogidos por el anuario de estadísticas culturales publicado en 2016 (Imágen2) (página244), el valor absoluto en 2014 para el censo de museos de Arte Contemporáneo de España es de un total de 131 museos. Como muestra la tabla.

Imagen.2. Total de Museos Españoles de Arte Contemporáneo en 2014

11.3. Museos y Colecciones Museográficas por tipología

	VALORES ABSOLUTOS					DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL				
	2006	2008	2010	2012	2014	2006	2008	2010	2012	2014
TOTAL	1.343	1.455	1.479	1.464	1.468	100	100	100	100	100
Arqueológico	168	180	172	173	178	12,5	12,4	11,6	11,8	12,1
Arte Contemporáneo	106	122	130	126	131	7,9	8,4	8,8	8,6	8,9
Artes Decorativas	27	29	30	33	29	2,0	2,0	2,0	2,3	2,0
Bellas Artes	192	183	228	227	220	14,3	12,6	15,4	15,5	15,0
Casa-Museo	75	95	93	92	87	5,6	6,5	6,3	6,3	5,9
Ciencia y Tecnología	37	59	55	56	57	2,8	4,1	3,7	3,8	3,9
Ciencias Naturales e Hª Natural	51	55	59	58	54	3,8	3,8	4,0	4,0	3,7
De Sitio	47	59	49	37	35	3,5	4,1	3,3	2,5	2,4
Especializado	130	148	147	140	144	9,7	10,2	9,9	9,6	9,8
Etnografía y Antropología	228	241	256	262	261	17,0	16,6	17,3	17,9	17,8
General	160	151	142	144	138	11,9	10,4	9,6	9,8	9,4
Historia	96	106	108	111	129	7,1	7,3	7,3	7,6	8,8
Otros	26	27	10	5	5	1,9	1,9	0,7	0,3	0,3

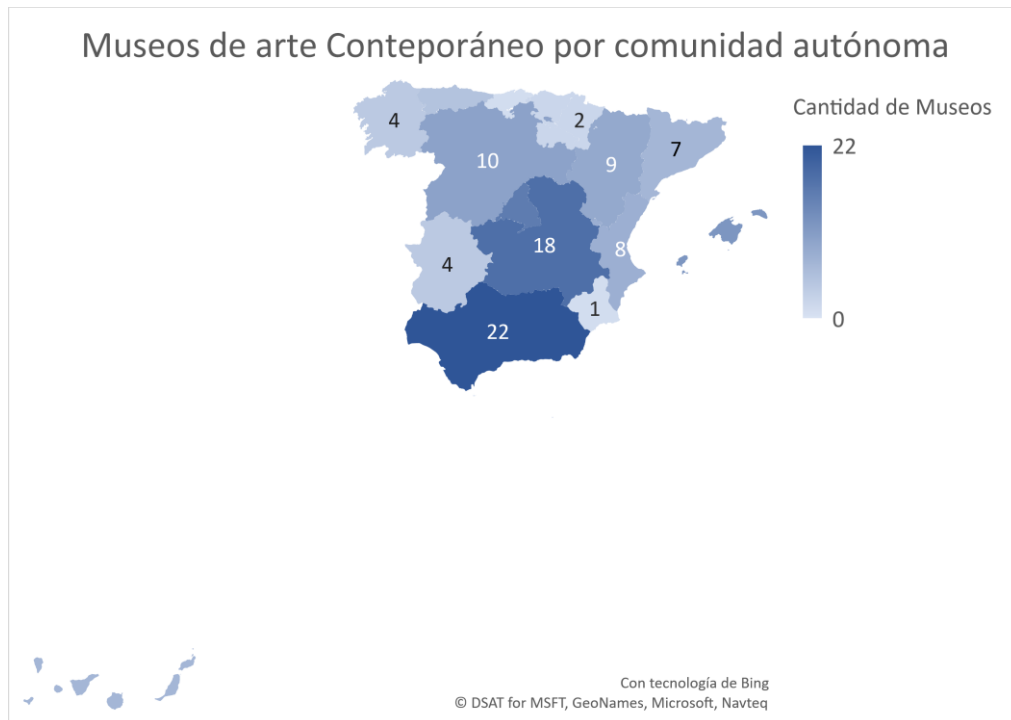
Fuente: MECD. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas

Fuente: MECD. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas.

(<http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2016/Anuario de Estadísticas Culturales 2016.pdf>)

Dichos museos de Arte Contemporáneo se encuentran distribuidos en las diferentes comunidades autónomas como se muestra en el siguiente mapa de España. (Imagen 3)

Imagen.3. Mapa distribución de los Museos Españoles de Arte Contemporáneo.



Fuente: Elaboración propia.

Tabla.1. Cantidad de Museos Españoles de Arte Contemporáneo por Comunidad Autónoma

Comunidad Autónoma	Cantidad de Museos
Andalucía	22
Aragón	9
Asturias	5
Baleares	12
Canarias	7
Cantabria	1
Castilla y León	10
Castilla la Mancha	18
Cataluña	7
Comunidad Valenciana	8
Extremadura	4
Galicia	4
Comunidad de Madrid	16
Murcia	1
Navarra	2
País Vasco	2
Rioja	2
Ceuta	0
Melilla	1

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta los 131 Museos y Centros de Arte Contemporáneo de España, hemos seleccionado para nuestro estudio un total de veinte museos, esta selección se ha realizado en base a los que poseen mejor valoración en internet. Puesto que tratamos un tema totalmente digital, nos basamos en las opiniones de los usuarios como criterio de selección de los museos a analizar.

4.2. WEBS

Llegados a este punto procedemos a realizar un análisis estético de la distribución de los contenidos del museo dentro de su página Web. Procederemos a comentar los contenidos de la página Web apartado por apartado.

Dentro de cada apartado comentaremos los subapartados en los que se divide, así como analizar el contenido que en ellos se encuentra.

“Centro Andaluz de Arte Contemporáneo”



Centro Andaluz de Arte Contemporáneo
CONSEJERÍA DE CULTURA

<http://www.caac.es/>

El Centro Andaluz de Arte Contemporáneo (C.A.A.C.) tiene una página web con una estética seria y sencilla de fondo blanco sin ningún adorno. En la parte inferior de la página podemos encontrar los enlaces a las redes sociales del museo, como Twitter, Facebook y demás redes sociales en las que se encuentran presentes, donde hay videos y fotos de actividades y exposiciones. También hay un enlace a la página del museo en Youtube para que podamos ver videos sobre las diferentes actividades: restauraciones, conferencias, etc.

La página “principal” tiene enlaces prácticos a las principales secciones de la Web: Información, Exposiciones, Actividades, Colección, Biblioteca, Publicaciones, Agenda y Prensa, así como un cuadro informativo a modo de resumen donde se indican las próximas exposiciones del museo. Más abajo de este se encuentra un resumen de las próximas actividades del museo.

En el apartado “Información”, encontramos una serie de subapartados, Accesos, Sobre el centro, Sede, Directorio, Espacio y Galería Fotográfica, en este apartado se centran en ofrecer información sobre la sede, el centro museístico, la localización y una serie de fotografías del interior y exterior del centro.

La página “Exposiciones” se divide en tres apartados, Actuales, Pasadas, Futuras, en las que se describen las exposiciones que realiza el museo con toda la información necesaria acompañada de fotografías de las mismas.

El apartado "Actividades" se divide en tres subapartados, Talleres y seminarios, Conciertos y Proyecciones, colaboraciones, en los cuales describe todos los talleres pasados y futuros que realiza la institución.

La página "Colección", se divide en dos apartados, Fondos de la colección, presentaciones de la colección, la página nos muestra una lista de nombres de la colección del museo.

En el apartado "Biblioteca", nos ofrece información general sobre la biblioteca que se encuentra dentro de la institución, así como la información de horario de apertura y cierre de la misma, y además un apartado de preguntas frecuentes y otro de servicios de la misma.

La página "Publicaciones", nos muestra una larga lista de las publicaciones realizadas por el museo.

Por último, en los apartados "Agenda" y "Prensa", se nos muestran en largas listas por una parte las fechas de las actividades y exposiciones que se realizan en el museo y por otra parte los enlaces descargables en pdf de las notas de prensa publicadas.

En general la página es muy seria, sobria y poco dinámica, pero ofrece adecuadamente y de manera accesible toda la información necesaria para conocer el museo, pese a que el índice general superior cambia conforme accedes a las páginas.

"Fundación NMAC Cádiz"



<http://www.fundacionnmac.org>

Fundación NMAC Montemmedio Arte Contemporáneo tiene una página web con una estética sencilla de fondo blanco, con diferentes imágenes y apartados. En la parte inferior de la página podemos encontrar los enlaces a las redes sociales del museo, como Twitter, Facebook, Instagram, YouTube y demás redes sociales en las que se encuentra presente, donde hay videos y fotos de actividades y exposiciones.

La página "principal" en la parte superior tiene diferentes enlaces a las secciones que complementan la web; "Fundación NMAC", "Visita", "Colección", "Biblioteca", "Actividades", "Publicaciones", "Prensa", "NMAC educa", "Blog", "Contacto", "Newsletter", "Convocatorias y premios".

El primer apartado "Fundación NMAC", se divide en diferentes apartados, La Fundación, Equipo NMAC, Patronato, Canal NMAC, Arte y naturaleza, Infraestructura, en los cuales se describe detalladamente todo lo que engloba al museo de una manera clara y sencilla con ayuda de imágenes.

En el apartado "Visita" se describen los horarios y viajes, el entorno natural y los consejos para la visita, con ayuda de unas imágenes.

En la página "Colección", encontramos diferentes apartados, Colección permanente, Proyectos temporales y Obras en préstamo, en las cuales se describen las obras que tiene y ha tenido el museo en exposiciones.

La página "Biblioteca", ofrece información básica sobre la misma.

La página "Actividades", ofrece información detallada sobre las actividades que se realizan en el museo.

En los apartados "Publicaciones" y "Prensa" se muestran las imágenes de los libros publicados por el museo, así como los reportajes y notas de prensa del museo.

La página "NMAC educa" muestra el proyecto educativo del museo, así como el enlace externo a la página web educativa propia del museo donde se encuentra todo el material didáctico, acompañado de un calendario y de un apartado de reservas para escuelas.

Los apartados "Blog", "Contacto", "Newsletter", "Convocatorias y premios", son, el blog donde publica gente externa al museo sobre el museo, información de contacto del museo, la revista que publica el museo mensualmente, así como convocatorias a concursos.

Se trata de una página muy completa, bien estructurada de fácil acceso y con contenido muy elaborado. Es una página que pese a su estética sería está realmente completa.

“IAACC”



**PABLO
SERRANO**
Instituto Aragonés
de Arte y Cultura
Contemporáneos

<http://www.iaacc.es/>

El IAACC Pablo Serrano tiene una página web con una estética colorida y dinámica, con diferentes imágenes y apartados. En la parte inferior izquierda de la página podemos encontrar los enlaces a las redes sociales del museo, como Twitter, Facebook e Instagram, donde hay videos y fotos de actividades y exposiciones.

La página “principal” en la parte superior tiene diferentes enlaces a las secciones que complementan la web, “prepara la visita”, “conoce el museo”, “consulta nuestros fondos”, “exposiciones”, “actividades y eventos”, “educación y didáctica”, “recursos”.

En el apartado “Prepara la visita”, muestra la información sobre la localización la admisión y el acceso al museo.

La página “Conoce el museo” muestra la información sobre el edificio, los mapas de las plantas del museo, fotografías de la institución y por último ofrece un recorrido por la historia del mismo.

El apartado “consulta nuestros fondos” muestra en diferentes subapartados los fondos museográficos que alberga el museo, así como los fondos documentales. También encontramos información sobre la biblioteca del museo y los datos de contacto del mismo.

La página “Exposiciones” hace un recorrido de las exposiciones pasadas y de las actuales, mostrando toda la información de las mismas.

En el apartado “Educación y didáctica” encontramos toda la información didáctica llamada “El museo infantil”, preparada para la educación en las aulas, así como las actividades que se realizan en las visitas escolares.

Por último, en el apartado “Recursos” encontramos el subapartado de descargas que nos muestra toda la información que se ofrece al visitante para que pueda conocerse desde el hogar, también se nos muestran las publicaciones realizadas por el museo y el boletín informativo. Así mismo encontramos el sub apartado interacciones, el cual nos muestra una serie de contenido visual

realizado dentro del museo con motivo de las exposiciones y actividades realizadas.

“Museo de BBAA de Oviedo”

M U S E O . D E
• • • • • • • •
B E L L A S .
• • • • • • • •
A R T E S . D E
• • • • • • • •
A S T U R I A S

<http://www.museobbaa.com/>

El Museo de Bellas Artes de Asturias tiene una página web con una estética colorida y dinámica, con diferentes imágenes en transición y apartados. En la parte inferior derecha de la página podemos encontrar los enlaces a las redes sociales del museo, como Twitter, Facebook, YouTube, donde hay videos y fotos de actividades y exposiciones.

En la “Página Principal” se muestran diferentes apartados, “El Museo”, “Visita”, “Colección”, “Exposiciones”, “Actividades”, “Educación”, “Biblioteca”, “Actualidad”, “Contactar”.

En el apartado “El museo”, nos muestra la historia de museo, así como la descripción del edificio. Presentan las líneas estratégicas y la misión del mismo.

En la página “Visita”, observamos la información básica del museo, como llegar, horarios y precios, planos, accesibilidad, servicios y normas del museo.

En el apartado “Colección” observamos mediante una serie de subapartados como exponen la colección permanente, las obras maestras, los nuevos ingresos de obras ya sean adquiridas por el museo o prestadas por otro, los préstamos de obras a otras instituciones, y un último apartado para solicitar imágenes del museo y sus obras, pues para reproducir las obras de las colecciones del museo se necesitan ciertos permisos, los cuales podemos solicitar desde este apartado.

La página “Exposiciones” muestra por medio de imágenes y una breve descripción las próximas exposiciones programadas en el museo, así como las exposiciones pasadas.

En el apartado “Actividades”, nos muestra un buscador por fecha de las actividades, aunque más abajo muestra las 4 conferencias futuras que se realizarán en el mes de mayo.

La página "Educación" muestra los programas educativos en una breve descripción del museo y los talleres programados.

En el apartado "Biblioteca", nos presenta una descripción de la biblioteca, los accesos y horarios y describe el centro de documentación.

La página "Actualidad" ofrece las últimas novedades y noticias sobre el museo, el blog y los eventos próximos.

Por último, la página "contactar", ofrecen simplemente una breve información para contactar con el museo.

Pese a ser una página estéticamente atractiva y bien formada, la información que en ella se ofrece es limitada y en ciertos casos repetitiva. En conclusión, es funcional y dinámica, pero pobre en cuanto a contenido.

"Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Cantabria"



<http://www.museosantandermas.es/>

El MAS | Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Santander y Cantabria tiene una página web con una estética seria y dinámica a la vez, con diferentes imágenes fijas y apartados. En la parte inferior izquierda de la página podemos encontrar el enlace a su página de Facebook.

En la "Página Principal" se muestran diferentes apartados, "MAS", "Colección", "Exposiciones", "Actividades", "Noticias", "Ediciones MAS", "Información".

El primer apartado "MAS" se divide en diferentes sub apartados, "Definición", "Objetivos", "Pasado, presente y futuro", "Colección, Benefactores", "Exposiciones temporales, Eventos / Actividades, Editorial", "Titularidad, Organigrama, Presupuestos, Comisión Asesora", "Bibliografía General", "Amigos del MAS", "Memorias anuales online". Cada uno de estos apartados se encuentran debidamente explicados uno detrás de otro en una larga lista a lo largo de la página.

En el apartado "Colección" encontramos una descripción extensa de la colección, la ExpoColección, los depósitos, otros fondos y la conservación y restauración de las obras que el museo alberga.

La página "Exposiciones", describe las exposiciones que se encuentran dentro y fuera del museo.

El apartado "Actividades" muestra la didáctica del museo, detalla las funciones del departamento de educación y acción cultural del museo y sus actividades.

La página "Noticias", nos muestra una pantalla en la que informan de que el museo permanecerá cerrado por reformas hasta el otoño del 2017, así como artículos relacionados con autores y obras del museo.

El apartado "Ediciones" describe las ediciones, los catálogos, las memorias anuales y los libros online que el museo posee en su archivo.

Por último, en la página "Información" nos ofrecen los horarios, tarifas, datos de contacto, como llegar, localización visita, suscripción al boletín y la opción de hacerte amigo del museo.

En definitiva, es una página estéticamente apropiada, clásica, pero con un contenido demasiado literal, se trata de textos demasiado extensos que los usuarios no se detienen a leer en su totalidad.

"Museo de Arte Contemporáneo de Hellín"

[Sin Logo]

<http://www.camposdehellinqr.com/index.php/hellinp/96-museo-de-arte-contemporaneo-castilla-la-mancha>

El Museo privado de Arte Contemporáneo Castilla-La Mancha no posee una web propia, la información que encontramos del museo la extraemos de la página oficial de la Comarca de los Campos de Hellín. En esta página solo encontramos una breve descripción del museo, su localización en un mapa de Google, una visita virtual a través de las salas del museo y la dirección, el horario y los datos de contacto. Un punto positivo es la visita virtual de las salas de exposición del museo.

Por tanto, no podemos evaluar su página web ni sus redes sociales pues no disponemos de datos de las mismas. Animamos a este museo a entrar en el mundo de la web 2.0, la era digital y crear una página web propia y participar en las redes sociales.

“Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León”

MUSAC

Museo de
Arte Contemporáneo
de Castilla y León

<http://musac.es/>

El Museo de Arte

Contemporáneo de Castilla y León tiene una página web seria y dinámica a la vez, pues en su página principal tiene una serie de imágenes en transición con información variada del museo. En el lateral derecho al final de la página encontramos el enlace a las redes sociales como Facebook y Twitter, en las que el museo está presente.

La página “Principal” en su parte superior se divide en diversos apartados “Visita”, “Museo”, “Colección”, “Exposiciones”, “Programación cultural y educativa”, “Biblioteca”, “Publicaciones” “Prensa”, “comunidad on-line”.

En la página “Visita”, encontramos los diferentes apartados de información básica del museo, cómo llegar, horarios, tarifas, accesibilidad, visitas guiadas y reservas de grupos, contacto y mailing.

En el apartado “Museo” se describe de manera extensa en cada apartado acompañados por imágenes, la misión, la historia, el edificio, el alquiler de espacios, amigos del museo, equipo convocatorias, actualidad y documentación.

La página “Colecciones” nos muestra una extensa descripción de la colección que alberga el museo, también nos muestra una lista ordenada alfabéticamente de los artistas cuyas obras están expuestas en el centro. A continuación, nos muestra una lista de las exposiciones realizadas desde 2005 hasta la actualidad, especificando en qué sala tuvieron lugar. También ofrecen información sobre el préstamo de las obras, su política de préstamo y el procedimiento requerido para el mismo acompañado de una lista de las obras de la colección del museo que han sido prestadas, tanto actuales como pasadas remontándose a 1997.

En el apartado “Exposiciones” describe brevemente las exposiciones actuales, pasadas y futuras acompañada de imágenes e información básica de las mismas.

En el apartado "Programación cultural y educativa", describe brevemente la función del programa cultural, ofrece noticias sobre las jornadas realizadas, los talleres infantiles y juveniles, la educación formal en la que las escuelas se inscriben para colaborar con la educación en el museo. También se presentan los proyectos comunitarios que se llevan a cabo en el museo.

Ofrecen en este apartado además una serie de contenido audiovisual que favorece las visitas y la educación dentro y fuera de la institución. Así como las acciones en vivo que realiza el museo.

La página "Biblioteca" nos ofrece información básica sobre la misma y los horarios de invierno y verano.

La página "Publicaciones" ofrece una descripción de las publicaciones que ha realizado el museo.

El apartado "Prensa" proporciona la documentación tanto gráfica como escrita y audiovisual necesaria a los periodistas, así como el calendario de exposiciones y el formulario de registro para recibir periódicamente el dossier y las notas de prensa de las exposiciones y actividades.

Por último, el apartado "Comunidad on-line" nos muestra los enlaces a las redes sociales en las que están presentes para poder relacionarse activamente con el museo. En este apartado agradecen la contribución con opiniones y aportaciones de los usuarios.

Estéticamente la página web es sencilla, pero con características a destacar, pues en la página principal ofrecen un resumen de los contenidos que encontramos al profundizar en la web, acompañado de imágenes que captan la atención del usuario.

El contenido de la página es muy completo, todos los apartados tienen mucha información, pero bien seleccionada y presentada, consigue captar la atención del usuario gracias a las imágenes que y la interactividad con las mismas.

En rasgos generales es una muy buena página web tanto en sus características estéticas de colores neutros, que evitan el recargamiento, así como también en su gran contenido. Sin duda es una de las páginas que emplearía como ejemplo del buen uso de los recursos que tienen a su alcance.

“Museo de Arte Contemporáneo Esteban”



<http://museoestebanvicente.es>

El Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente tiene una página web seria y dinámica a la vez, pues en su página principal tiene una serie de imágenes en transición con información variada del museo. En el final de la página encontramos el enlace a las redes sociales como Facebook y Twitter, en las que el museo está presente.

La página “Principal” en su parte superior se divide en diversos apartados, “Museo”, “Esteban Vicente”, “Exposiciones”, “Colección”, “Educación”, “Actividades”, “Publicaciones”, “Noticias” y “Contacto”. Presenta de forma breve las exposiciones actuales, las actividades, el programa educativo, la visita al museo, la colección permanente, la figura de Esteban Vicente y las noticias.

En la página “Museo” se describe en rasgos generales la información histórica de la institución y del edificio, así como los miembros que conforman el equipo del museo.

En el apartado “Esteban Vicente”, nos muestran la biografía de Esteban Vicente acompañado de fotografías familiares y la bibliografía seleccionada empleada a la hora de realizar su biografía.

En el apartado “Exposiciones”, se muestra información de las exposiciones actuales, pasadas y futuras acompañadas por imágenes.

La página “Colección” presenta de forma completa las descripciones de cada uno de las obras acompañada de una imagen de la misma.

En el apartado “Educación” se nos muestra el programa educativo del museo dirigido a alumnos de educación formal, escuelas de arte y música, asociaciones, colegios profesionales, familias y público en general. Se ofrece la información general de las visitas educativas, el aforo, el precio y la duración.

La página “Actividades” nos muestra un resumen de las actividades que se van a realizar a lo largo del año en el museo.

El apartado “Publicaciones” muestra los catálogos de las exposiciones, otras publicaciones y las publicaciones didácticas.

El apartado “Noticias” informa sobre los talleres y ciclos programados.

Por último, el apartado "Contacto" ofrece un acceso al usuario para contactar con el museo tanto vía email como telefónica.

La página web es sencilla, sin mucha decoración, y su página principal está bien estructurada pese a que los enlaces a los subapartados no funcionan debidamente. En general es una página bastante completa.

"Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona"



MUSEU
D'ART CONTEMPORANI
DE BARCELONA

<http://www.macba.cat>

El Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona tiene una página web llamativa y dinámica a la vez, pues en su

página principal tiene una serie de imágenes en transición con información variada del museo. A mitad de la página encontramos el enlace a las redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube, Google+, Instagram y demás redes en las que el museo está presente.

La página "Principal" en su franja izquierda se divide en diversos apartados, "Visita", "Exposiciones", "Programa de estudios independientes", "Actividades", "Educación", "Colección", "Archivo y biblioteca", "Publicaciones", "Prensa", "Amigos del MACBA".

La página "Visita" ofrece información práctica como los horarios, los accesos, los servicios, las tarifas y el calendario de exposiciones, para facilitar la planificación al visitante.

En el apartado "Exposiciones", encontramos un resumen con información y fotografías de las exposiciones actuales que se llevan a cabo en el museo, así como de las exposiciones pasadas y futuras. También se muestran las obras que el museo ha cedido.

En el apartado "Programa de estudios independientes" se describe en qué consiste y que contenido ofrece relacionado con el programa, así como sus ediciones anteriores.

El apartado "Actividades" nos muestra un resumen de las actividades próximas y anteriores realizadas en el museo.

En el apartado "Educación" se muestra información detallada y clasificada por ciclos, desde el jardín de infancia hasta el profesorado y los proyectos en red.

La página "Colección" describe el fondo de la colección del museo, mostrando sus obras más destacadas. También nos ofrecen un índice de los artistas cuyas obras están expuestas en el museo y la conservación de obras que se llevan a cabo en el museo.

En el apartado "Archivo y biblioteca", Se ofrece una breve descripción de ambos espacios destacando el programa de apoyo a la investigación.

La página "Publicaciones" nos muestra el catalogo online de las publicaciones, las líneas editoriales, el índice de publicaciones y los cuadernos portátiles, que ha publicado el museo.

El apartado "Prensa" ofrece información interesante sobre el museo para los periodistas, como por ejemplo el dato de los 324.584 visitantes recibidos en el museo en el año 2016.

Por último, en el apartado "Amigos de MACBA", ofrecen información básica y los beneficios que ofrece el formar parte de los amigos del museo, así como el precio.

En general es una página muy dinámica, sencilla y muy completa a su vez, cada apartado está bien estructurado y con información relevante. Ésta sería otra de las páginas web que pondría como ejemplo por su sencillez, su fácil usabilidad, su gran contenido y la buena estructura general de la página. Debemos tener en cuenta que se trata de uno de los museos de nuestro estudio que está presente en más redes sociales incluyendo las cinco redes a las que nos referiremos más adelante.

“Museo de Arte Contemporáneo de Alicante”



MUSEO DE ARTE
CONTEMPORÁNEO
DE ALICANTE

<http://www.maca-alicante.es/>

El Museo de Arte Contemporáneo de

Alicante tiene una página web sencilla. En la parte final de la página encontramos el enlace a las redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube y demás redes en las que el museo está presente.

La página “Principal” tiene noticias relacionadas con los eventos del museo. Los subapartados que se encuentran en la franja superior son, “Información”, “El museo”, “Colecciones”, “Exposiciones”, “Educación”, “Actividades”, “Público”, “Biblioteca” y “Prensa”.

En el primer apartado “Información” encontramos la información básica del museo, Ubicación, Horarios, Servicios y Contacto.

A continuación, en el apartado “El museo” encontramos información sobre la historia del edificio junto a sus planos, alzados y fotografías, la misión la función y la creación de la institución.

En el apartado “Colecciones”, nos muestran un listado de las obras del museo y todas las colecciones que el museo posee. También nos ofrecen información sobre los préstamos de las obras de la institución.

En el apartado “Exposiciones” encontramos un listado de las exposiciones pasadas, actuales y futuras junto a las piezas invitadas en el museo prestadas por otra institución.

En la página dedicada a la “Educación” nos presentan de forma detallada los programas escolares y los itinerarios programados por el museo en sus visitas escolares. El museo ofrece además formación, atención al profesorado y prácticas formativas. Encontramos también programas educativos para un público en general compuesto por talleres didácticos. Destacan los proyectos de verano en el museo y la educación social proporcionada.

En el apartado “Actividades” nos muestran los espacios dedicados a la realización de actividades. El museo ofrece un servicio de cesión de otros espacios para la realización de eventos.

La página "Público", detallan desde el año 2011 los datos relativos a los visitantes del museo, pues su principal objetivo es acercar al público el arte contemporáneo. El museo también dispone de unos cuestionarios de satisfacción voluntarios para el público. Además, los datos se ofrecen en diversos idiomas.

En el apartado "Biblioteca", nos detallan las funciones de la biblioteca y el centro de documentación junto con imágenes. Acompañan esta descripción con un vídeo sobre el espacio y el fondo bibliográfico del museo.

Por último, el apartado "Prensa", nos redirigen a diferentes páginas donde encontramos la siguiente información, notas de prensa y dossiers, noticias, newsletters y el blog del museo.

Finalmente observamos que pese a tratarse de una web muy sencilla estéticamente, el contenido es muy completo y detallado, estructurado de una forma sencilla y clara que facilita al usuario, navegar de forma completa por todos los apartados que engloban el museo.

"IVAM"



<https://www.ivam.es/>

Institut
Valencià
d'Art
Modern

El IVAM, Instituto Valenciano de Arte Moderno, pese a su nombre, es un

centro que tiene como objetivo principal la difusión del arte moderno y contemporáneo, por ello lo hemos seleccionado para nuestra investigación.

Esta página Web tiene una estética simple con un fondo blanco, pero con colores llamativos para los enlaces que la hacen más atractiva. Los enlaces a las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube donde está presente el museo, están situados en la parte inferior de la página principal.

En la página "Principal" observamos enlaces interactivos, tanto en imágenes como en texto. En la parte inferior de todas las páginas de la Web encontramos información sobre el horario o los enlaces a otros apartados del museo: historia, servicios, tienda, etc.

En la página "Visita" podemos encontrar diversos enlaces con una breve explicación de los distintos apartados del museo.

La página "Colección" nos muestra información sobre la colección permanente del museo. También tiene enlaces a las galerías donde está dicha colección y a una consulta de los fondos. También podemos leer información sobre los ocho ejes que forman la estructura de la colección.

En la página "Exposiciones" tenemos enlaces a las colecciones y exposiciones actuales. Además, también podemos acceder a información sobre las pasadas y futuras exposiciones del museo.

La página "Actividades" muestra detalladamente las distintas actividades que se pueden realizar en el museo, desde talleres didácticos a mesas redondas o visitas guiadas.

En la página "Noticias" podemos leer noticias sobre el museo, ya sea sobre actividades que realiza, exposiciones u otro tipo de noticias relevantes.

Por último, tenemos la página "Biblioteca" donde podemos acceder al catálogo, los fondos y las normas de acceso del museo.

En este museo no encontramos ningún apartado dedicado a la educación, únicamente en el apartado de "Visitas" realiza una pequeña referencia a los talleres didácticos que organiza el museo para los niños.

En general es una página muy dinámica, llamativa, bien estructurada y con información bastante completa sobre los apartados que engloban el museo.

Pese a que el museo no ofrezca información educativa. La página principal llama la atención por ser muy visual, pues toda la información está apoyada en imágenes que consiguen captar la atención del usuario. En cuanto a estructura, estética y diseño web, es otra de las páginas que emplearía como ejemplo de una página web bien elaborada.

“Museo Extremeño de Arte Contemporáneo”



M E I A C
Museo Extremeño e Iberoamericano
de Arte Contemporáneo

<http://meiac.es>

El Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo tiene una

página web sencilla. En la parte final derecha de la página encontramos el enlace a las redes sociales como Facebook y Twitter, en las que el museo está presente.

La página “Principal” contiene información relacionada con las exposiciones del museo. Los subpartados que se encuentran en la franja superior son, “Información”, “El museo”, “Colección”, “Exposiciones”, “Proyectos”, “Publicaciones”, “Actividades”, “MEIAC off” y “Área didáctica”.

Al acceder al apartado “Información”, observamos un plano de la localización, información de los horarios y servicios, las normas y la accesibilidad, un listado con el equipo que conforma el museo y un apartado para la asociación de amigos del museo.

En la página “Museo”, encontramos información histórica sobre el edificio, el proyecto museográfico, el proyecto arquitectónico y los proyectos previstos para el siglo XXI.

En el apartado “Colección” se muestra un índice ordenado alfabéticamente de los autores de las obras del museo, junto con el número de obras expuestas y datos biográficos de cada autor.

La página “Exposiciones” muestra a modo de resumen, información de las exposiciones actuales y pasadas, acompañadas de imágenes.

El apartado “Proyectos” muestra como en las exposiciones un resumen de la información de los proyectos realizados en el museo, cuyos datos más actuales son de 2009.

La página “Publicaciones” muestra un índice de las publicaciones, por medio de una selección se puede acotar la búsqueda según intereses.

En la página dedicada a las “Actividades”, se muestra información sobre las actividades comprendidas en el área de debate y el aula de poesía del museo.

En la página “MEIAC off”, observamos un listado de muestras virtuales del museo.

En el "Área Didáctica", encontramos una introducción a las actividades planteadas por el departamento de didáctica, las visitas guiadas, el programa didáctico y los talleres.

Se trata de una página web muy sencilla y con información breve sobre los diferentes apartados del museo. La cabecera de la página es muy original con las letras que conforman el nombre del museo en movimiento, pero a rasgos generales, tiene una estética sencilla, podría decirse que se trata de una página poco elaborada.

"Centro Gallego de Arte Contemporáneo"

<http://cgac.xunta.gal/>

CENTRO GALEGO DE ARTE CONTEMPORÁNEA El Centro Gallego de Arte Contemporáneo tiene una página web sencilla. En la parte final izquierda de la página encontramos el enlace a las redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube, en las que el museo está presente.

La página "Principal" contiene información general del museo. Los subapartados que se encuentran en la franja superior son, "Edificio", "Exposiciones", "Actividades", "Colección", "Biblioteca", "Publicaciones" y "Prensa".

El apartado "Edificio", ofrece información arquitectónica del museo, acompañado de una serie de imágenes en transición del mismo.

La página "Exposiciones", muestra las actuales, pasadas y futuras.

En el apartado "Actividades", se describen detalladamente las actividades que se realizan desde el departamento de educación del museo, esto incluye las visitas guiadas, los talleres, la música, los cursos y seminarios, y el cine y el vídeo.

La página "Colección" describe a grandes rasgos los fondos museográficos, así como se nos ofrece la opción de solicitar las imágenes de las obras pues tienen derechos de autor.

El apartado "Biblioteca" ofrece información básica, horarios y datos de contacto.

En el apartado "Publicaciones", se muestran las publicaciones realizadas por el museo y la información de venta al público, disponen de un catálogo y una opción de búsqueda avanzada.

Por último, el apartado "Prensa" ofrece información como, dossieres de prensa, vídeos de presentaciones y folletos de las exposiciones de las actividades y exposiciones del museo.

Se trata de una web clásica y sencilla estéticamente, en cuanto al contenido es muy breve. Podría mejorarse para ser más atractiva al usuario, motivando así una futura visita.

"Museo de Arte Contemporáneo de A Coruña"



<http://www.mac.gasnaturalfenosa.com/>



El Museo de Arte Contemporáneo (MAC) de la Fundación Gas Natural Fenosa tiene una página web muy sencilla. En la parte final de la página encontramos el enlace a la red social Facebook, en la que el museo está presente.

La página "Principal" no ofrece ningún tipo de información del museo. Los subapartados que se encuentran en la franja superior son, "Museo", "Exposiciones", "Actividades", "Educación", "Convocatorias", "Publicaciones" y "Artistas MAC"

El apartado "Museo", ofrece información básica sobre el museo, como preparar las visitas, y el equipo que conforma el museo.

En la página "Exposiciones", se muestran detalladamente las exposiciones actuales, así como las anteriores, también se ofrece información sobre la sala Barcelona, en la cual se realizan exposiciones.

En el apartado "Actividades", se detallan los cursos y talleres que se realizan actualmente, además de ofrecer información sobre los anteriores. Detallan el programa cultural actual propuesto por el museo y los anteriores.

En el apartado "Educación", se muestra la acción social propuesta por el museo, así como una descripción de la enseñanza tanto en el museo como en las aulas y las diferentes actividades propuestas.

El apartado "Convocatorias", ofrece información acerca de, las residencias, los talleres, las becas, las muestras, el proyecto Energía Creativa, que la fundación promueve.

La página "Publicaciones", ofrece información sobre las publicaciones del museo y el proceso de adquisición de las mismas.

Por último, la página "Artistas MAC", describe el programa de Residencias artísticas por medio de una proyección videográfica.

La página web es extremadamente sencilla, y pese a que el contenido se actualiza, la estructura es anticuada, lo cual no favorece nada la usabilidad, pues los enlaces tardan en cargar y a menudo no funcionan correctamente. A rasgos generales, no es una página web bien estructurada y cuyo contenido es escaso.

"Museo Würth"



<http://www.museowurth.es/>

El Museo Würth de La Rioja tiene una página web elaborada y llamativa. En la parte final derecha de la página encontramos el enlace a las redes sociales como Facebook, Twitter y Google+, en las que el museo está presente.

La página "Principal" es dinámica. Los subapartados que se encuentran en la franja superior son, "Visita", "Museo", "Arte en Würth", "Colección", "Exposiciones", "Programación", "Educación" y "Prensa".

La página "Visita", muestra la información básica, los servicios, los planos, las normas, los datos de contacto y un tour virtual.

En el apartado "Museo", se muestra información histórica de la construcción del museo.

La página "Arte en Würth", muestra un listado de los museos Würth en Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Holanda, Italia, Noruega y Suiza.

En el apartado "Colección", se muestra una descripción de la colección Würth por el mundo y en concreto en España.

La página "Exposiciones" nos muestra información de las exposiciones actuales, así como un archivo de las exposiciones pasadas.

En el apartado "Programación", se muestra la programación cultural desde 2007 hasta la actualidad. También se ofrece una suscripción al programa, y los espacios de cesión del museo para diversas actividades.

En la página "Educación", se muestra el programa educativo, las visitas comentadas, la accesibilidad y el proyecto 0/99. También encontramos un apartado llamado Espacio Arte, donde aprender a disfrutar de la cultura, está dirigido para niños de entre 5 y 12 años, que trabajan en el museo durante una semana. El espacio Arte+ para niños entre 13 y 16 años. Por último, se ofrecen unas prácticas educativas.

Por último, el apartado "Prensa", muestra los dossiers de prensa, los dossiers fotográficos de las exposiciones que tienen lugar en el museo, la primera consta del año 2010.

Estéticamente se trata de una página web muy elaborada y atractiva para el usuario, en cuanto a contenido, es mejorable, pues en algunos apartados se ofrece muy poca información al respecto. Debemos tener en cuenta que al final de la página hay un anuncio que informa de las próximamente publicaciones sobre las exposiciones anteriores. También informan sobre la nueva página web del museo en la que están trabajando. Esta información deberían haberla publicado de una manera más llamativa pues si no nos paramos a observar la página con detalle, la información pasa desapercibida.

“Museo Municipal de Arte Contemporáneo de Madrid”

[Sin Logo]

<http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Cultura-ocio-y-deporte/Actividades-y-eventos/Museo-de-Arte-Contemporaneo?vnextfmt=default&vnextoid=d6b0744554b6b010VgnVCM10000d90ca8c0RCRD&vnextchannel=6381f073808fe410VgnVCM2000000c205a0aRCRD>

El Museo de Arte Contemporáneo no dispone de una web propia. La información sobre el museo la proporciona la página web de la comunidad de Madrid. En la portada encontramos información general sobre el museo. El primer apartado es el “Museo portátil”, que describe el proyecto de exposición del museo. El segundo apartado es “El viaje y el escritor”, se muestra un relato de Walt Whitman. El apartado “Actividades” muestra las exposiciones, conferencias, jornadas, etc., que tienen lugar en el museo. El apartado “Visita” ofrece información sobre la accesibilidad, las tarifas, el horario y la ubicación del museo. La página “Colecciones”, se muestra un recorrido por las colecciones del museo, también se puede realizar una visita virtual de las obras de los años 70, 80 y 90. Por último el apartado “Artistas”, se muestra alfabéticamente los 23 nombres de los autores cuyas obras residen en el museo.

“Museo Reina Sofía”



<http://www.museoreinasofia.es/>

El Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía (MNCARS), tiene una página web elaborada, dinámica y llamativa. En la parte final derecha de la página encontramos el enlace a las redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube, en las que el museo está presente.

La página “Principal” es dinámica. Los subapartados que se encuentran en la franja superior son, “Visita”, “Horarios y tarifas”, “Hoy en el museo”, “Colección”, “Exposiciones”, “Actividades”, “Educación”, “Centro de Estudios”, “Prensa”, “Publicaciones” y “Biblioteca y centro de documentación”.

El primer apartado "Visita", nos muestra la sede principal del museo, el edificio Sabatini, el edificio Nouvel y las sedes del parque del retiro, el palacio Velázquez y el palacio de cristal, todos ellos acompañado de sus correspondientes horarios y tarifas.

El apartado que indica "Horarios y tarifas", nos muestra los horarios y tarifas de todos los espacios museísticos nombrados anteriormente.

La página "Hoy en el museo", muestra la fecha actual en la que nos encontramos, se muestra toda la información de las actividades y exposiciones a las que podemos acceder cada día, nos facilitan la visita mediante el enlace de comprar entradas.

En el apartado "Colección", encontramos las 3 colecciones que contiene el museo, acompañadas de información detallada sobre las mismas, como su localización dentro del edificio.

La página "Exposiciones", muestra primero detalladamente las exposiciones actuales que encontramos en el museo, a continuación, muestra las futuras exposiciones temporales que tendrán lugar en el museo, por último, también encontramos información sobre las exposiciones pasadas.

En el apartado "Actividades", encontramos información detallada sobre las actividades que se llevan a cabo actualmente en el museo, así como las actividades futuras y pasadas.

En el apartado "Educación", se muestran los talleres y actividades didácticas programadas por el museo.

La página "Centro de estudios", muestra los Masters universitarios que se imparten en el museo, así como el curso de investigación, redes y programas asociados.

En la página de "Prensa" encontramos convocatorias, notas de prensa y notas informativas relacionadas con las exposiciones y actividades del museo.

El apartado "Publicaciones" muestra las últimas publicaciones que ha realizado el museo.

Por último, "La Biblioteca y Centro de Documentación", describe las características de la biblioteca y toda la colección de la biblioteca. También ofrece la opción de búsqueda por catálogo.

Se trata de una página realmente completa en cuanto a su contenido, bien estructurado y descrito. Estéticamente es una gran web, pues es muy interactiva y visual. Nos encontramos ante otra de las páginas web que emplearíamos de ejemplo.

“Centro de Arte Contemporáneo de Huarte”

centro de arte contemporáneo <http://www.centrohuarte.es/>



El centro de Arte Contemporáneo de Huarte ubicado en Huarte (Navarra), tiene una página web estéticamente sencilla y estática. En la parte central derecha de la página web encontramos el enlace a las redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube, en las que el museo está presente.

La página “Inicio” es estática y muestra a modo de resumen la información más relevante del museo. Los subapartados que se encuentran en la franja superior son, “Inicio”, “El Centro”, “Servicios”, “Exposiciones”, “Actividades”, “Educación”, “Publicaciones”, “Actualidad” y “Blog H”.

En la página “El centro” muestra información referente al espacio expositivo, así como muestra los objetivos y a la programación del museo. También al final de la página encontramos la información práctica, cómo llegar y los horarios.

En el apartado “Servicios”, describe los diferentes servicios con los que el museo cuenta, La Oficina de Arte y el Alquiler de espacios.

En la página “Exposiciones”, muestra ordenadas por fecha todas las exposiciones realizadas en el museo.

En el apartado “Actividades”, muestra al igual que en las exposiciones, las actividades ordenadas por fecha de más actuales a más antiguas las actividades que se realizan en el museo.

En la página sobre “Educación” muestran brevemente las propuestas educativas que se ofrecen en el museo.

En el apartado “Publicaciones” muestran ordenadas de más recientes a más antiguas, las publicaciones y su precio, realizadas por el museo.

En la página "Actualidad", se muestran las actividades, talleres y exposiciones actuales del museo.

Por último, en el apartado "Blog H", se muestra el blog del museo con cada una de los artículos que han sido realizados, también están ordenados de más recientes a más antiguos.

La página web es muy sencilla estéticamente y la información que contiene es breve e incompleta en ciertos apartados.

"Artium Vitoria"



<http://www.artium.org/es/>

ARTIUM, o Centro-Museo Vasco de Arte Contemporáneo, tiene una página web estéticamente sencilla pero dinámica. En la parte final de la página web encontramos el enlace a las redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube, en las que el museo está presente.

La página "Inicio" es dinámica y muestra a modo de resumen la información más relevante del museo. Los subapartados que se encuentran en la franja superior son, "Visita", "Explora", "Patrimonio ARTIUM", "Conoce el museo", "Apoya al museo", "Servicios corporativos".

La página "Visita", muestra la información general del museo como, los horarios y tarifas, los accesos al museo, las normas del museo, la tienda de regalos, el restaurante y los datos de contacto del museo.

La página "Explora" hace un recorrido por las exposiciones, las actividades, la sala de prensa y las redes sociales del museo.

En el apartado "Patrimonio Artium", se ofrece información sobre la colección del museo, la biblioteca y el centro de documentación, la educación y la acción cultural que se lleva a cabo en el museo, las publicaciones realizadas por el museo y por último la información estructural sobre el edificio.

En la página "Conoce el museo", se explican detalladamente los orígenes del museo, la fundación ARTIUM y el edificio, la misión visión y valores, el portal de transparencia y la contratación del museo.

En el apartado "Apoya al museo", se nos ofrece la participación en la fundación ARTIUM, expresan información sobre el compromiso con el arte y la cultura que tiene el museo y, por último, la información y ventajas de pertenecer a los amigos del museo.

Por último, el apartado "Servicios Corporativos", muestran información sobre el alquiler y la cesión de espacios relevantes y el ARTIUM Point cuyo objetivo es la cesión de espacios para realizar diferentes tipos de actos.

En general se trata de una página web estéticamente sencilla pero muy visual y dinámica. En cuanto al contenido, se encuentra muy completo pero estructurado de forma complicada, pues hay algunos apartados en los que se mezcla información que debería ser tratada por separado.

"Fundación la Casa Pintada Murcia"

[Sin Logo]

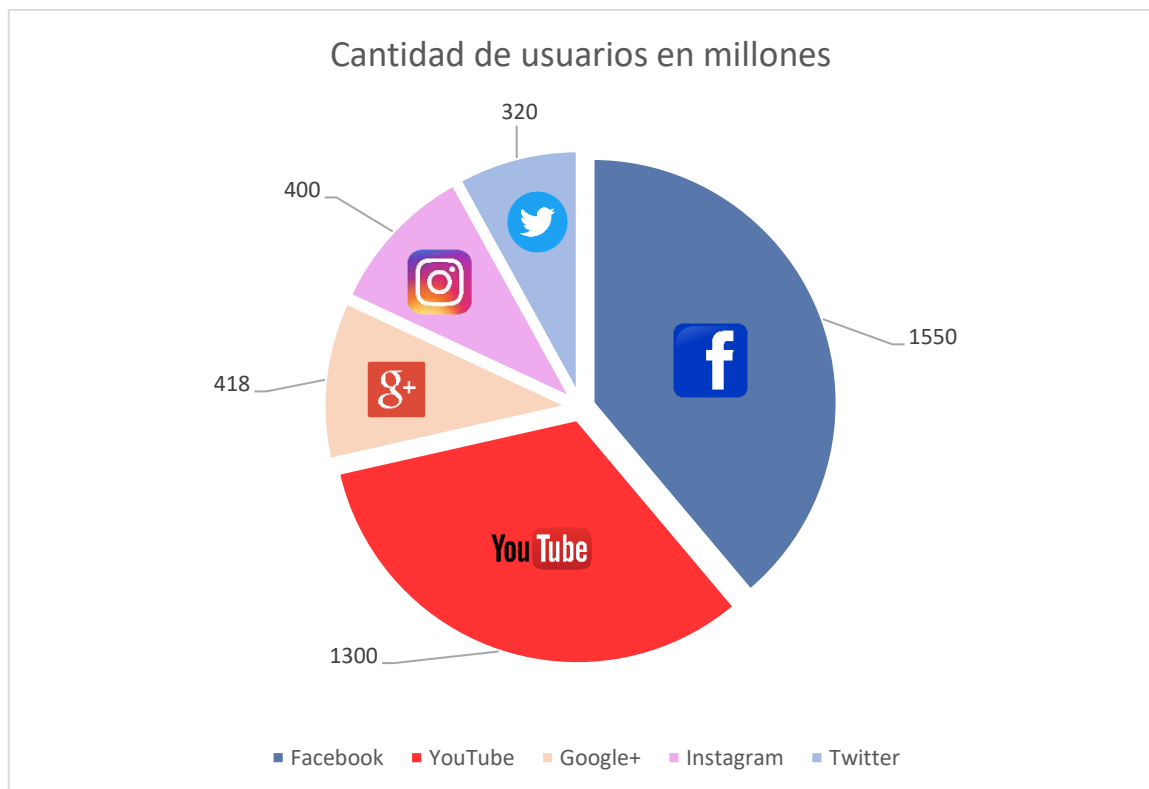
http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=a,86,c,371,m,1071&r=CeAP-1115-PORTADA_CENTRO_AMPLIADO

La Fundación Casa Pintada, no dispone de una web propia. La información sobre el museo la proporciona la página web de la región de Murcia. En la portada encontramos información general sobre la fundación, los horarios, los datos de contacto y las redes sociales en las que están presentes. En el apartado "Exposición", ofrece información de las obras expuestas y su ubicación. La página "Actividades" ofrece una breve descripción de las actividades que se realizan en el museo. La página "Historia", muestra información sobre la familia que edificó la Casa Pintada. En el apartado "Fachada", describe el programa iconográfico de la fachada del edificio. Por último, el apartado "Fotografías", muestra fotografías del interior y exterior del edificio.

4.3. RR.SS.

Para analizar las redes sociales de los museos hemos seleccionado las 5 redes sociales más populares con un mayor número de usuarios registrados, en base a los datos recogidos en el año 2016. (Gráfica 1) A continuación, mostramos una gráfica con la cantidad total aproximada de usuarios registrados en las distintas redes sociales, expresado en millones.

Gráfico.1. Cantidad de Usuarios registrados en las RRSS seleccionadas



Fuente: Elaboración propia.

Para poder analizar las diferentes redes sociales en los museos españoles de Arte Contemporáneo, primero debemos conocer cada red social, qué es, los servicios que ofrece, tipo de público al que está dirigida, qué alcance tiene, cómo se realizan las publicaciones, si se trata de imágenes, de imágenes con texto o sólo texto y demás características que definiremos a continuación.

Facebook

<https://www.facebook.com/>



Facebook es una red social creada por Mark Zuckerberg y fundada en 2004. Sin embargo, se hizo pública a partir del 2007 cuando se empiezan a desarrollar versiones en español, portugués, francés, alemán y otros idiomas. En la actualidad se estima que la red social cuenta con más de 500 millones de usuarios.

Es esta la red social que marca los antecedentes y las condiciones de las redes sociales. Existen dos tipos de cuentas: las que pueden abrir cualquier usuario y las destinadas a las empresas. Las primeras son gratuitas; las segundas destinadas a mantener el contacto cercano entre empresas y clientes a su vez en las cuentas para empresas existen las versiones gratuitas y las de pago, estas últimas ofrecen más prestaciones, permitiendo una mayor visibilidad a la empresa.

Para usar esta red social debe crearse un usuario con una dirección de correo electrónico y una contraseña, una vez registrado tendrá su área personal, llamado *Perfil*. Dentro del perfil hay un *muro* donde se puede publicar fotos, vídeos, comentarios, y cualquier otro archivo digital con el fin de que pueda ser visto por otros usuarios agregados a su cuenta puedan verlo, compartirlo, comentarlo o simplemente decir que les gusta.

También pueden abrirse *grupos* de gente en los que los contenidos solo podrán verlos aquellos que pertenecen al grupo. Otra opción con la que cuenta esta red es con un *Chat* privado entre los usuarios. Por último, esta red ofrece aplicaciones y juegos a los usuarios en los que pueden interactuar unos con otros.

YouTube

<https://www.youtube.com/>

YouTube es un portal del Internet que permite a sus usuarios subir y ver videos. Fue creado en febrero de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim.



Esta plataforma cuenta con un reproductor cuya principal innovación fue la facilidad para visualizar videos en *streaming*, es decir, sin necesidad de descargar el archivo en el ordenador. Los usuarios, por lo tanto, pueden seleccionar qué video quieren ver y reproducirlo al instante. En un principio se pensó como una plataforma para compartir videos personales (de vacaciones, fiestas, etc.) con conocidos, pero conforme fue creciendo empezaron a publicarse fragmentos de películas, programas de televisión y *videoclips*, videos musicales etc.

Google+

<https://plus.google.com/>

Google+ es una red social que como cualquier otra que nos permite interactuar con gente conocida y grupos

que se pueden clasificar en círculos teniendo en cuenta nuestros gustos o el tipo de relación que tengamos con cada uno, por ejemplo, podemos tener un círculo de "Familia", otro de "Amigos", otro de "Trabajo" etc. Así cada vez que publiquemos, nuestro mensaje podrá estar dirigido a todas las personas que tengamos en nuestros círculos o únicamente a un círculo en concreto.



Instagram

<https://www.instagram.com>

Instagram es una aplicación que actúa como red social ya que permite a sus usuarios subir cualquier tipo de fotos y videos, con la opción de aplicar diversos efectos fotográficos, como, por ejemplo, filtros, marcos, similitudes térmicas, colores retro, o vintage, para compartirlas no sólo en Instagram, sino en Facebook, Twitter, Tumblr y Flickr.



Instagram te permite elegir entre tener tu cuenta pública, tenerla privada sólo para tus seguidores, o enviar la foto por mensaje directo a una o varias personas en concreto; además, ofrece un apartado llamado *Instagram Stories* cuya duración está limitada a un día, y que te permite publicar fotos y videos cortos, a los cuales se pueden aplicar filtros, textos y emoticonos.

Twitter

<https://twitter.com/>

Twitter es una red social que nació en octubre de 2006 en San Francisco (Estados Unidos), se trata de una red de microblogging absolutamente gratuita sin publicidad que permite escribir y leer mensajes en Internet que no superen los 140 caracteres. Estas entradas son conocidas como *tweets* los cuales pueden enviarse desde el móvil, ordenador o tableta. Cuando un usuario publica un mensaje en su página de *Twitter*, es enviado automáticamente a todos los usuarios que hayan escogido la opción de recibirlos. Existen varios términos asociados al uso de *Twitter*:


























1. *Seguidores o followers* son aquellas personas que siguen una cuenta de un usuario al que conoce, un personaje público, empresas, e incluso museos.

2. Los temas más populares o trending topics son los temas que más han sido mencionados en un día.
3. Retweetear es compartir una noticia que ha sido publicada por un usuario en su cuenta para que los seguidores de la nuestra la conozcan.
4. Hashtags son palabras o frases publicadas que comienzan con el símbolo de hash o numeral (#) para crear una lista, (al hacer clic en un *hashtag*, *Twitter* realiza una búsqueda y devuelve los mensajes de todos los usuarios que hayan utilizado ese mismo *hashtag*).

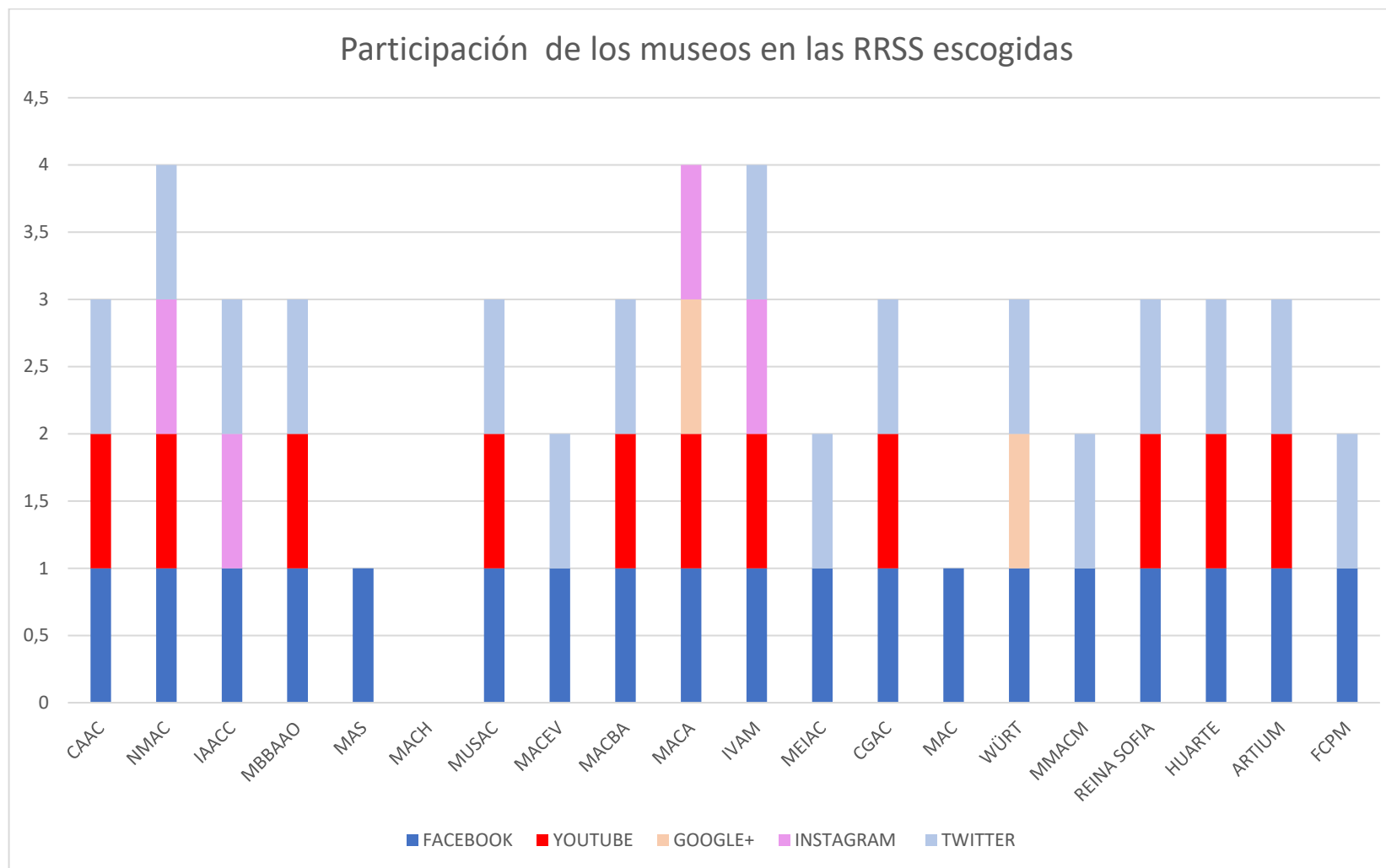
A continuación, mostramos en una tabla (Tabla 2) de forma visual a modo de resumen en que redes sociales tienen presencia los museos españoles de Arte Contemporáneo escogidos, posteriormente con los resultados de la tabla realizaremos un gráfico (Gráfico 2) y su pertinente comentario.

Tabla.2. Participación de los Museos en las RRSS escogidas.

					
 Centro Andaluz de Arte Contemporáneo CONSEJERÍA DE CULTURA	✓	✓	X	X	✓
 MAC MONTECIDÍO ARTE CONTEMPORÁNEO	✓	✓	X	✓	✓
 IAA CC PABLO SERRANO Instituto Andaluz de Arte y Cultura Contemporánea	✓	X	X	✓	✓
 MUSEO DE BELLAS ARTES DE ASTURIAS	✓	✓	X	X	✓
 MAS MUSEO DE ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO DE SANTANDER Y CANTABRIA	✓	X	X	X	X
Museo de Arte Contemporáneo de Hellín	X	X	X	X	X
 MUSAC Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León	✓	✓	X	X	✓
 MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO ESTEBAN VICENTE	✓	X	X	X	✓
 MAC BA MUSEU D'ART CONTEMPORANI DE BARCELONA	✓	✓	X	X	✓
 MACA MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE ALICANTE	✓	✓	✓	✓	X
 IVAM  Instituto Vasco de Arte y Cultura Modernas	✓	✓	X	✓	✓
 MEIAC Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo	✓	X	X	X	✓
 CGAC CENTRO GALEGO DE ARTE CONTEMPORÁNEA	✓	✓	X	X	✓
 fundación gasNatural fenosa mac	✓	X	X	X	X
 MUSEO WÜRTH LA RIOJA	✓	X	✓	X	✓
Museo de Arte Contemporáneo Madrid	✓	X	X	X	✓
 MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFIA	✓	✓	X	X	✓
 centro de arte contemporáneo Huarte	✓	✓	X	X	✓
 Artium	✓	✓	X	X	✓
FUNDACIÓN CASA PINTADA - MUSEO CRISTÓBAL GABARRÓN	✓	X	X	X	✓

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.2. Participación de los Museos en las RRSS escogidas.



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las RRSS en las que se encuentran presentes los museos españoles de Arte Contemporáneo seleccionados durante el año 2016.

En el gráfico se observa que ninguno de los 20 museos está presente en las 5 redes sociales seleccionadas. Observamos un total 0 redes sociales del museo de Arte Contemporáneo de Hellín, no está presente en ninguna de las redes sociales seleccionadas. En el gráfico observamos un total de uso de 4 redes sociales por parte de tres museos, el NMAC, el MACA y el IVAM. En el gráfico encontramos también el uso de una única red social, por parte de los museos MAS y MAC.

Podemos observar cómo de los 20 museos sólo uno no tiene presencia en Facebook. 11 de los 20 museos tienen presencia en YouTube. Únicamente 2 de los 20 museos tienen cuenta en Google+. 4 de los 20 museos tiene cuenta en Instagram. Y, por último, 16 de los 20 museos tiene cuenta en Twitter.

En resumen, de los 20 museos españoles de Arte Contemporáneo seleccionados el 95% de ellos tienen cuenta en Facebook, el 55% en YouTube, el 10% en Google+, el 20% en Instagram y por último el 80% en Twitter.

Por tanto, podemos observar que las redes sociales más utilizadas por los museos son Facebook y Twitter y las redes sociales menos utilizadas por parte de los mismos son Google+ e Instagram.

4.4. ANÁLISIS CUANTITATIVO

El análisis cuantitativo nos muestra o describe la cantidad de publicaciones de cada museo en las redes sociales a lo largo del año 2016. A continuación, se describe gráficamente un recuento mensual de las mismas.

Seguidamente, mostraremos de forma visual por medio de unas tablas y gráficos los datos extraídos de la investigación, de los cuales realizaremos un comentario de cada uno, así como la descripción y comentario posterior de los resultados totales obtenidos. Teniendo en cuenta los mínimos aceptables de publicaciones, estableceremos el mínimo total mensual por red social, estableciendo un dato fijo de 30 días por mes.

Facebook: mínimo 30 publicaciones por mes. Anual 360.

Twitter: mínimo 90 publicaciones al mes. Anual 1.080.

YouTube: mínimo 5 publicaciones al mes. Anual 60.

Instagram: mínimo 60 publicaciones al mes. Anual 720.

Google+: mínimo 90 publicaciones al mes. Anual 1.080.

En base a estas cifras estableceremos si los museos analizados hacen un buen uso de las Redes Sociales que tienen a su alcance.

“Centro Andaluz de Arte Contemporáneo”



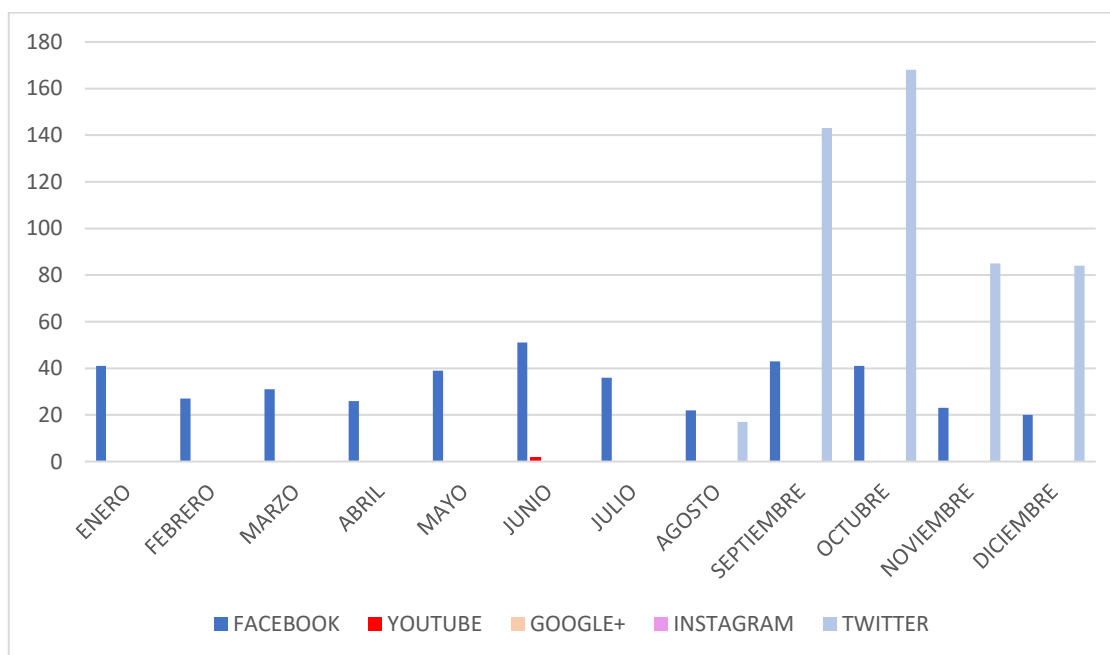
Centro Andaluz de Arte Contemporáneo
CONSEJERÍA DE CULTURA

Tabla.3. Número de publicaciones del CAAC en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	41	27	31	26	39	51	36	22	43	41	23	20	400
	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
	0	0	0	0	0	0	0	17	143	168	85	84	497

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.3. Número de publicaciones del CAAC en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.






Observamos como las publicaciones en Facebook son constantes a lo largo del año, en cambio en YouTube sólo se han realizado 2 publicaciones a lo largo del año, por último, en Twitter sólo encontramos publicaciones a partir de agosto de 2016.

Este museo no tiene presencia ni en Google+ ni en Instagram.

“Fundación NMAC Cádiz”

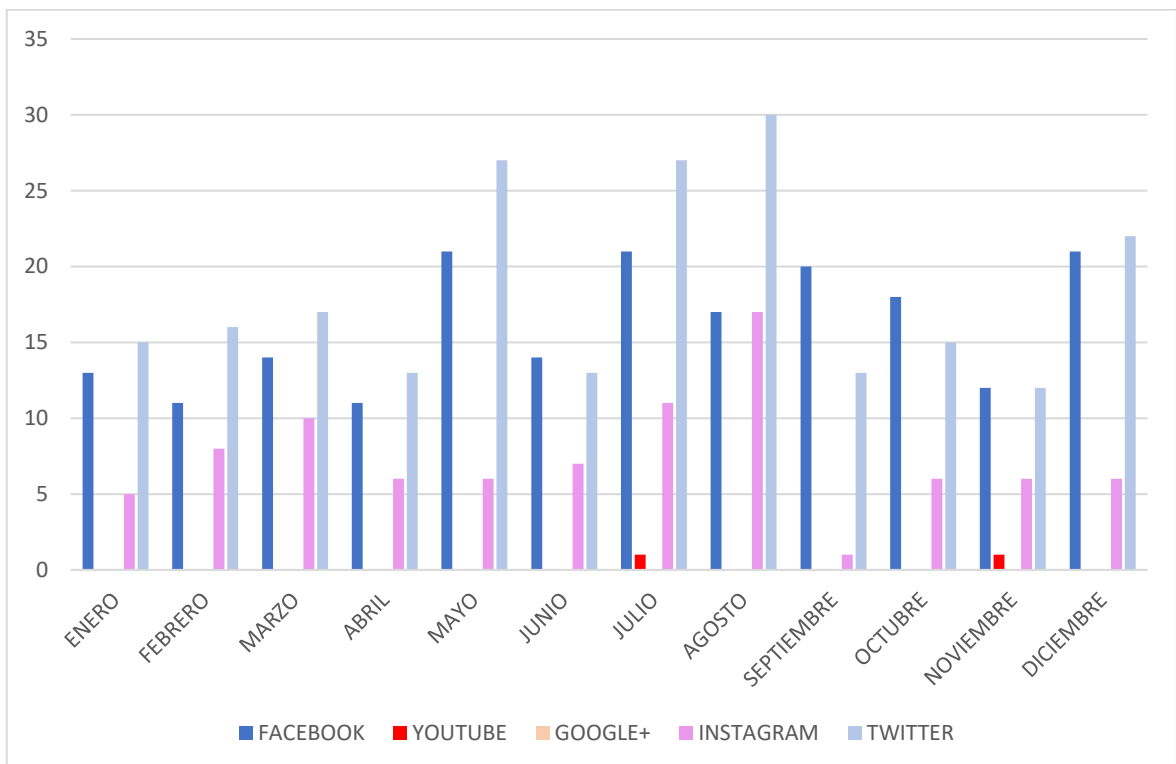


Tabla.4. Número de publicaciones del NMAC en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	13	11	14	11	21	14	21	17	20	18	12	21	193
							1				1		2
													
	5	8	10	6	6	7	11	17	1	6	6	6	89
	15	16	17	13	27	13	27	30	13	15	12	22	220

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.4. Número de publicaciones del NMAC en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones de la Fundación NMAC de Cádiz realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook, Instagram y Twitter son constantes a lo largo del año, en cambio en YouTube sólo se han realizado dos publicaciones a lo largo del año, una en julio y otra en noviembre.

Este museo no tiene presencia en Google+.

"IAACC"

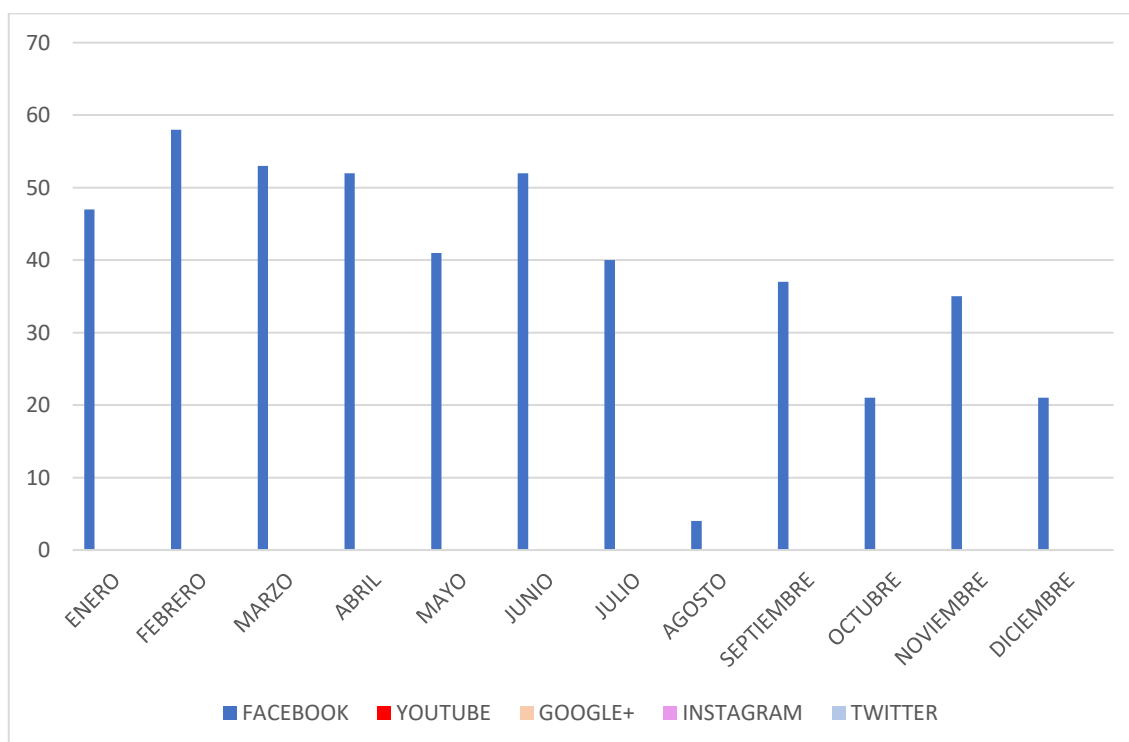


Tabla.5. Número de publicaciones del IAACC en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	47	58	53	52	41	52	40	4	37	21	35	21	461
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.5. Número de publicaciones del IAACC en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo IAACC Pablo Serrano, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.






Observamos como las publicaciones en Facebook son constantes a lo largo del año, en cambio, el museo tiene presencia en las redes sociales como Instagram y Twitter, pero a lo largo del 2016 no han realizado ninguna publicación.

Este museo no tiene presencia ni en Google+ ni en YouTube.

“Museo de BBAA de Oviedo”

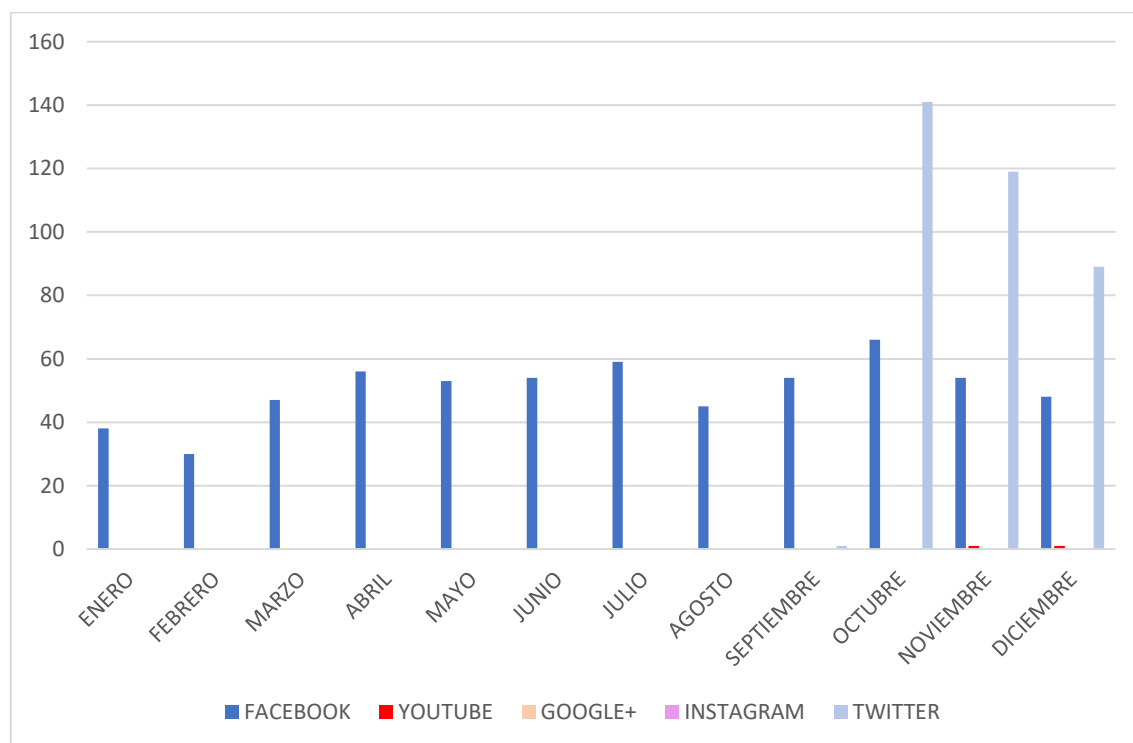
MUSEO DE
BELLAS
ARTES DE
ASTURIAS

Tabla.6. Número de publicaciones del MBBAO en las RRSS

	ENE	FEBO	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	38	30	47	56	53	54	59	45	54	66	54	48	604
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
													
													
	0	0	0	0	0	0	0	0	1	141	119	89	350

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.6. Número de publicaciones del MBBAO en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo de BBAA de Oviedo, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.






Observamos como las publicaciones en Facebook son constantes a lo largo del año, en cambio, en YouTube únicamente encontramos 2 publicaciones, y en Twitter sólo encontramos publicaciones desde septiembre de 2016.

Este museo no tiene presencia ni en Google+ ni en Instagram.

“Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Cantabria”

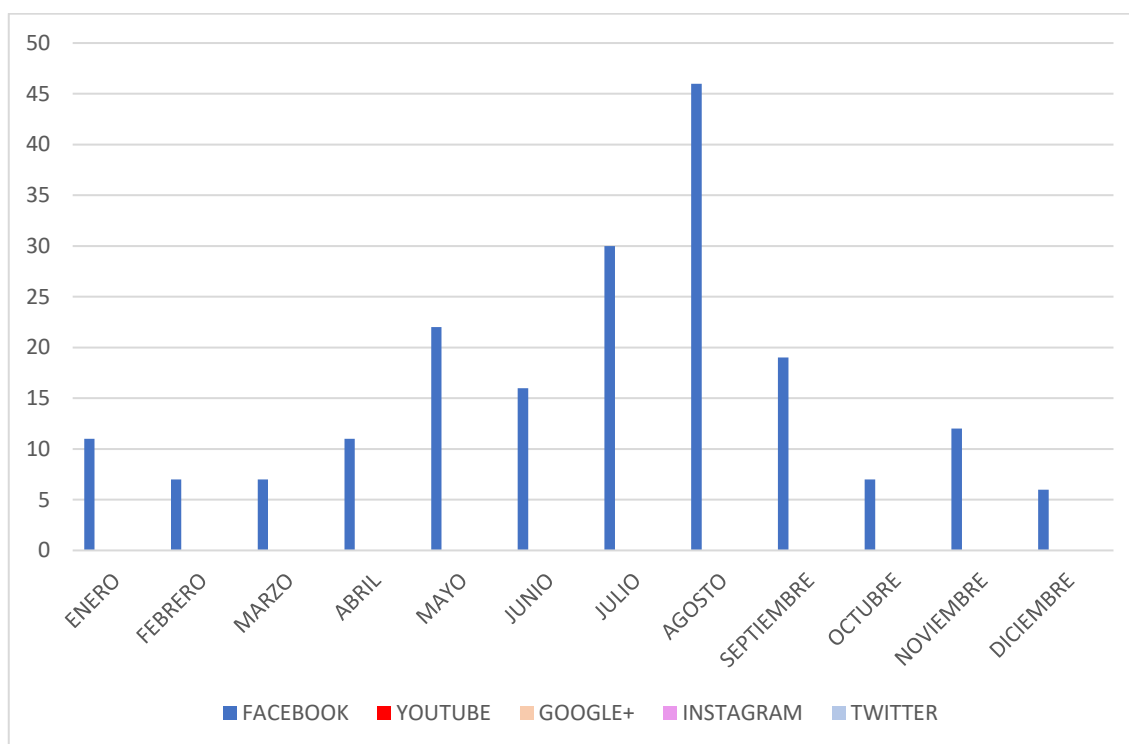


Tabla.7. Número de publicaciones del MAS en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	11	7	7	11	22	16	30	46	19	7	12	6	194
													
													
													
													

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.7. Número de publicaciones del MAS en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Cantabria, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.






Observamos como las publicaciones en Facebook son constantes a lo largo del año 2016.

Este museo no tiene presencia en YouTube, Google+, Instagram ni Twitter.

“Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León”

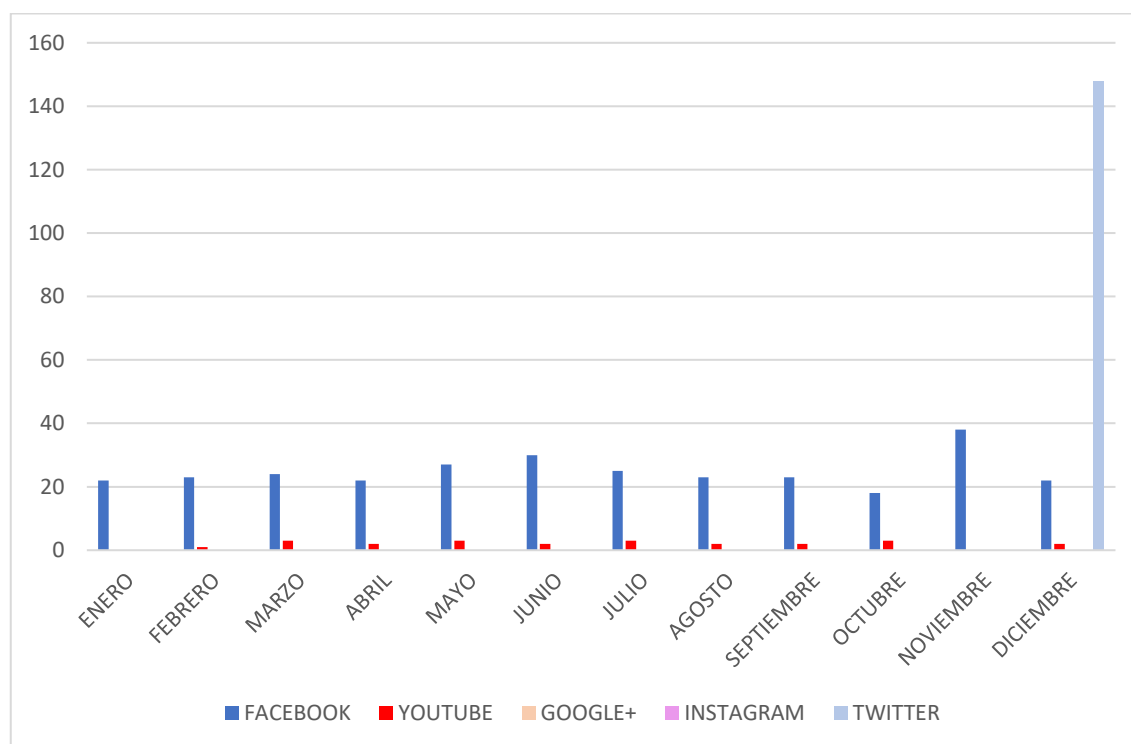
MUSAC Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León

Tabla.8. Número de publicaciones del MUSAC en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	22	23	24	22	27	30	25	23	23	18	38	22	297
	0	1	3	2	3	2	3	2	2	3	0	2	23
													
													
												148	148

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.8. Número de publicaciones del MUSAC en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook y YouTube son constantes a lo largo del año, en cambio en Twitter sólo encontramos publicaciones en diciembre de 2016.

Este museo no tiene presencia ni en Google+ ni en Instagram.

“Museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente”

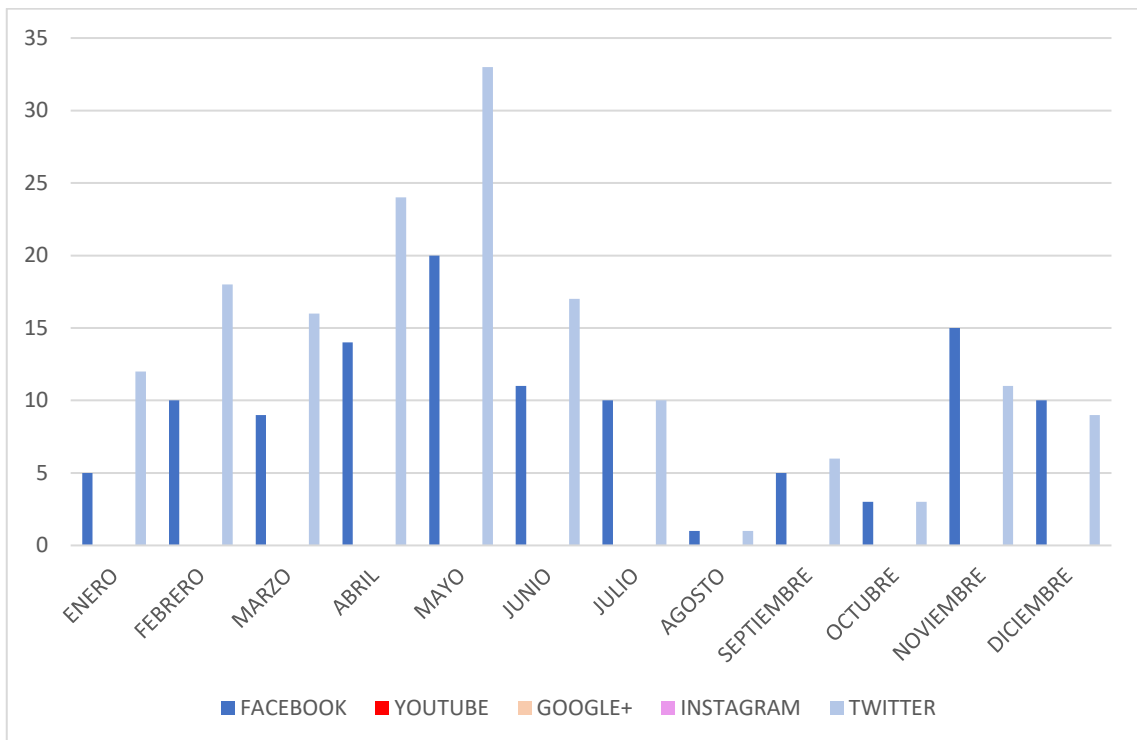


Tabla.9. Número de publicaciones del MACEV en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	5	10	9	14	20	11	10	1	5	3	15	10	113
	12	18	16	24	33	17	10	1	6	3	11	9	160

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.9. Número de publicaciones del MACEV en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo de Arte Contemporáneo Esteban Vicente realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook y Twitter son constantes a lo largo del año 2016.

Este museo no tiene presencia en YouTube, Google+, ni en Instagram.

“Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona”

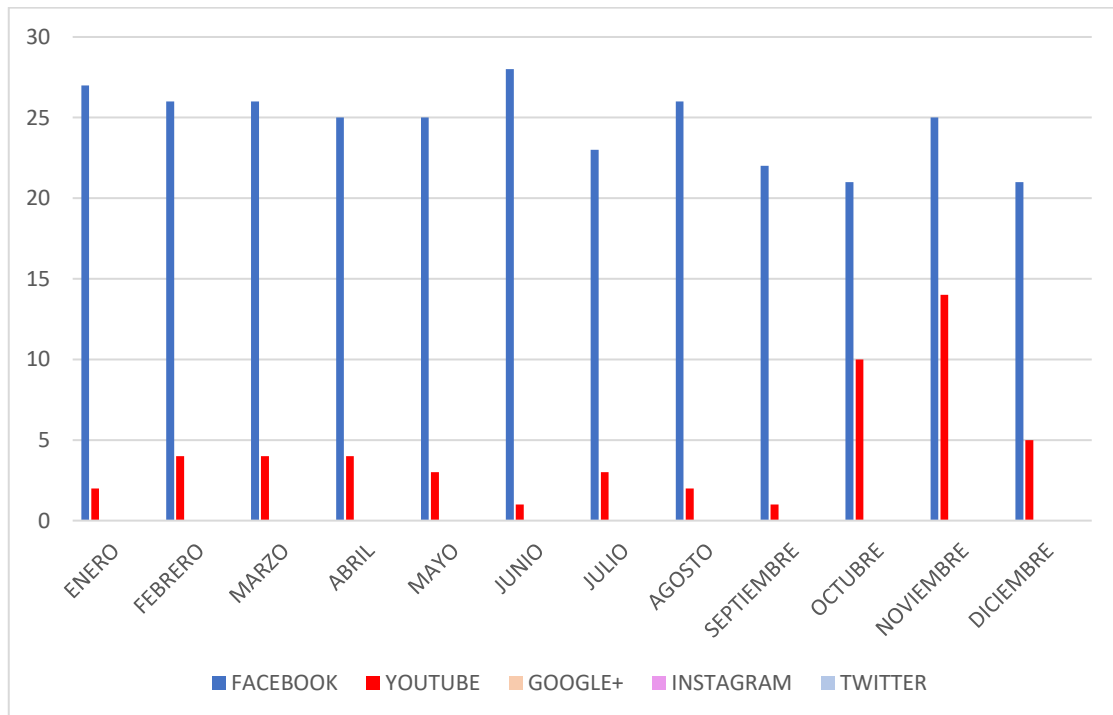


Tabla.10. Número de publicaciones del MACBA en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	27	26	26	25	25	28	23	26	22	21	25	21	295
	2	4	4	4	3	1	3	2	1	10	14	5	53
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.10. Número de publicaciones del MACBA en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook y YouTube son constantes, en cambio, el museo tiene presencia en Twitter, pero no observamos ninguna publicación durante el año 2016.

Este museo no tiene presencia ni en Google+ ni en Instagram.

“Museo de Arte Contemporáneo de Alicante”

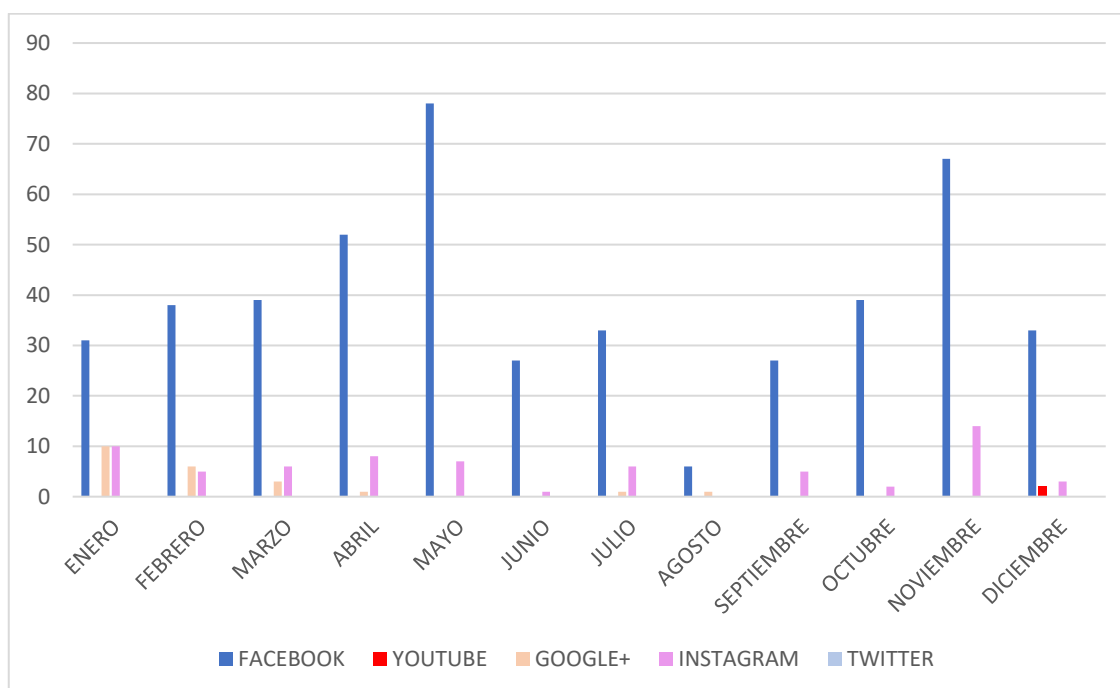


Tabla.11. Número de publicaciones del MACA en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	31	38	39	52	78	27	33	6	27	39	67	33	470
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2
	10	6	3	1	0	0	1	1	0	0	0	0	22
	10	5	6	8	7	1	6	0	5	2	14	3	67

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.11. Número de publicaciones del MACA en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo de Arte Contemporáneo de Alicante, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook, Google+ e Instagram son constantes a lo largo del año, en cambio, en YouTube sólo encontramos dos publicaciones en diciembre,

Este museo no tiene presencia en Twitter.

"IVAM"

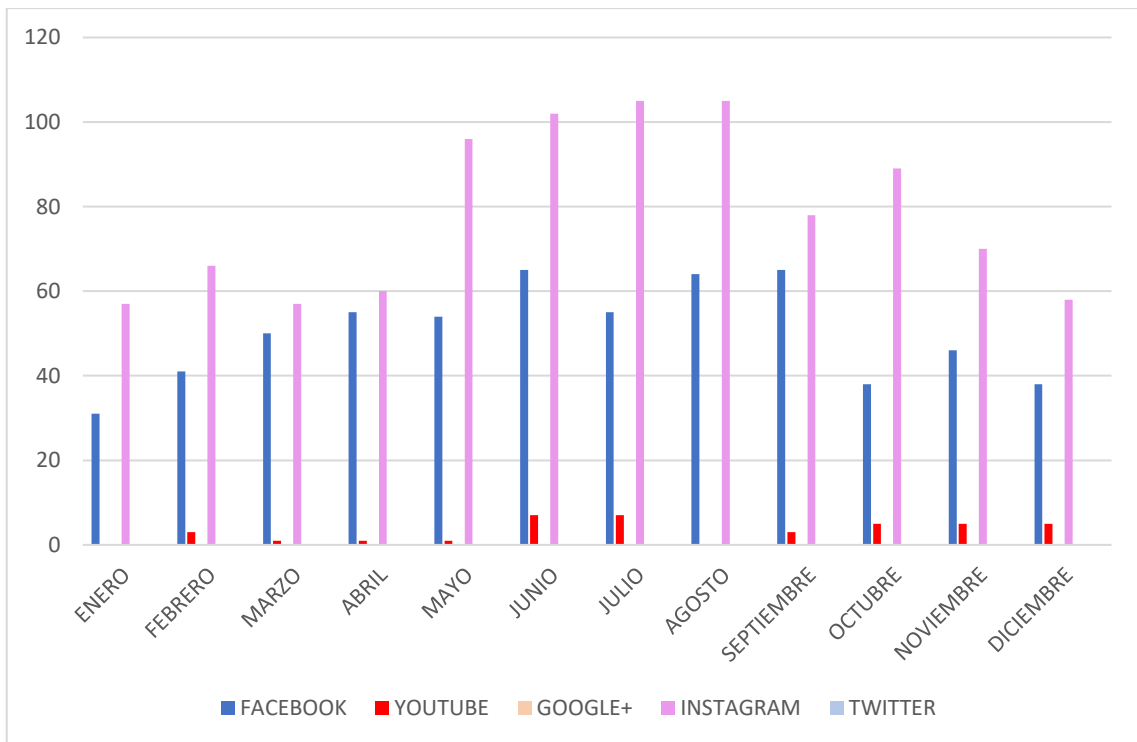


Tabla.12. Número de publicaciones del IVAM en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	31	41	50	55	54	65	55	64	65	38	46	38	602
	0	3	1	1	1	7	7	0	3	5	5	5	38
	57	66	57	60	96	102	105	105	78	89	70	58	943
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.12. Número de publicaciones del IVAM en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del IVAM, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook, YouTube e Instagram son constantes a lo largo del año, en cambio, en Twitter, el museo está presente pero no se han realizado publicaciones durante el 2016.

Este museo no tiene presencia en Google+.

“Museo Extremeño de Arte Contemporáneo”

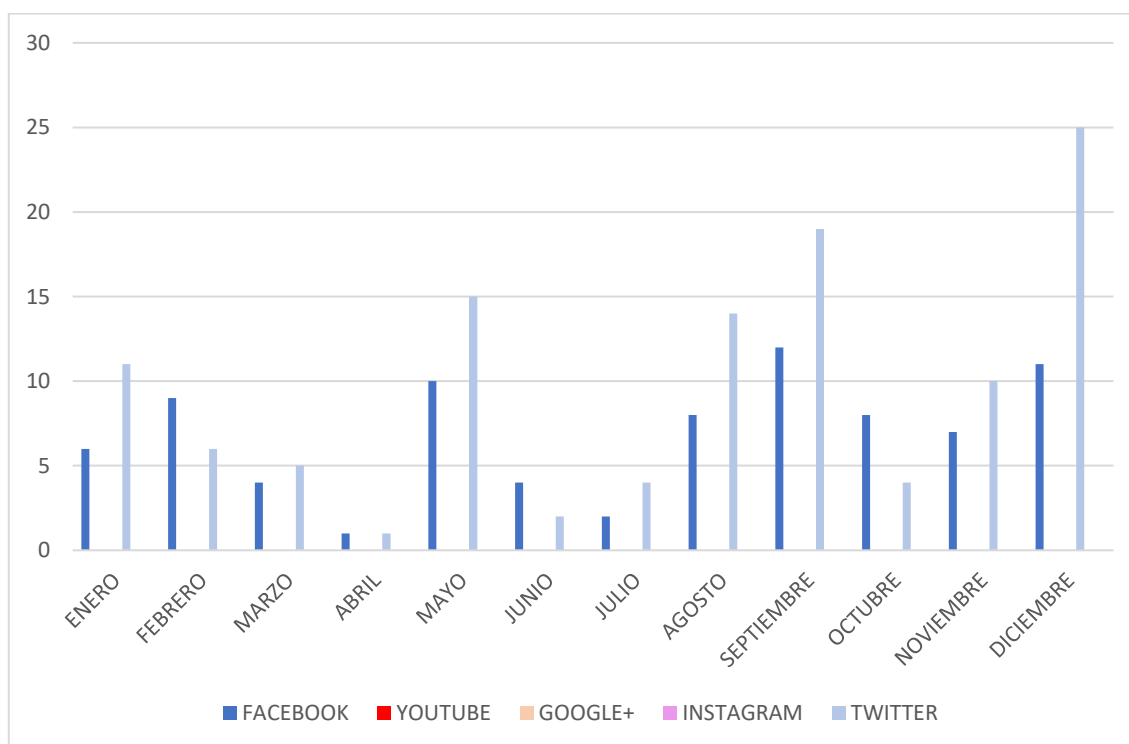


Tabla.13. Número de publicaciones del MEIAC en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	6	9	4	1	10	4	2	8	12	8	7	11	82
	11	6	5	1	15	2	4	14	19	4	10	25	116

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.13. Número de publicaciones del MEIAC en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo Extremeño de Arte Contemporáneo, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.






Observamos como las publicaciones en Facebook, y Twitter son constantes a lo largo del año.

Este museo no tiene presencia en YouTube, Google+ e Instagram.

“Centro Gallego de Arte Contemporáneo”

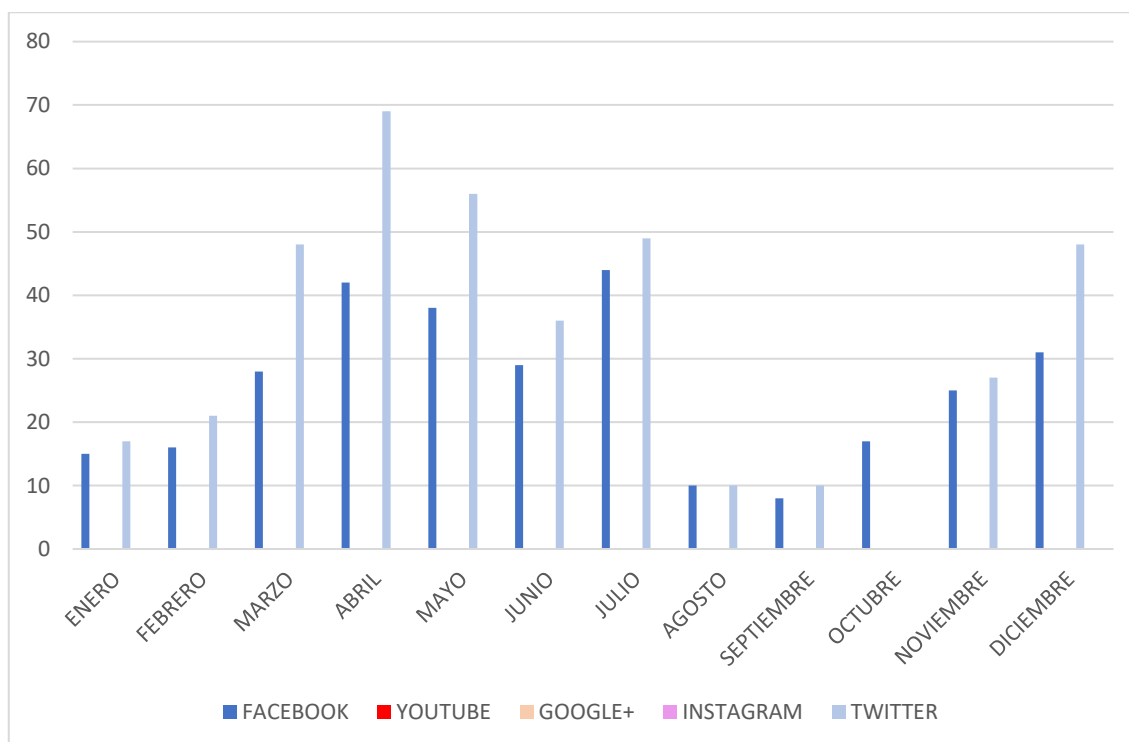
CGAC
CENTRO GALEGO DE ARTE CONTEMPORÁNEA

Tabla.14. Número de publicaciones del CGAC en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	15	16	28	42	38	29	44	10	8	17	25	31	303
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
													
													
	17	21	48	69	56	36	49	10	10	0	27	48	391

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.14. Número de publicaciones del CGAC en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo Extremeño de Arte Contemporáneo, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook, y Twitter son constantes a lo largo del año, en cambio el museo tiene cuenta en YouTube, pero no se realizaron publicaciones durante el año 2016.

Este museo no tiene presencia ni en Google+ ni en Instagram.

“Museo de Arte Contemporáneo de Coruña”

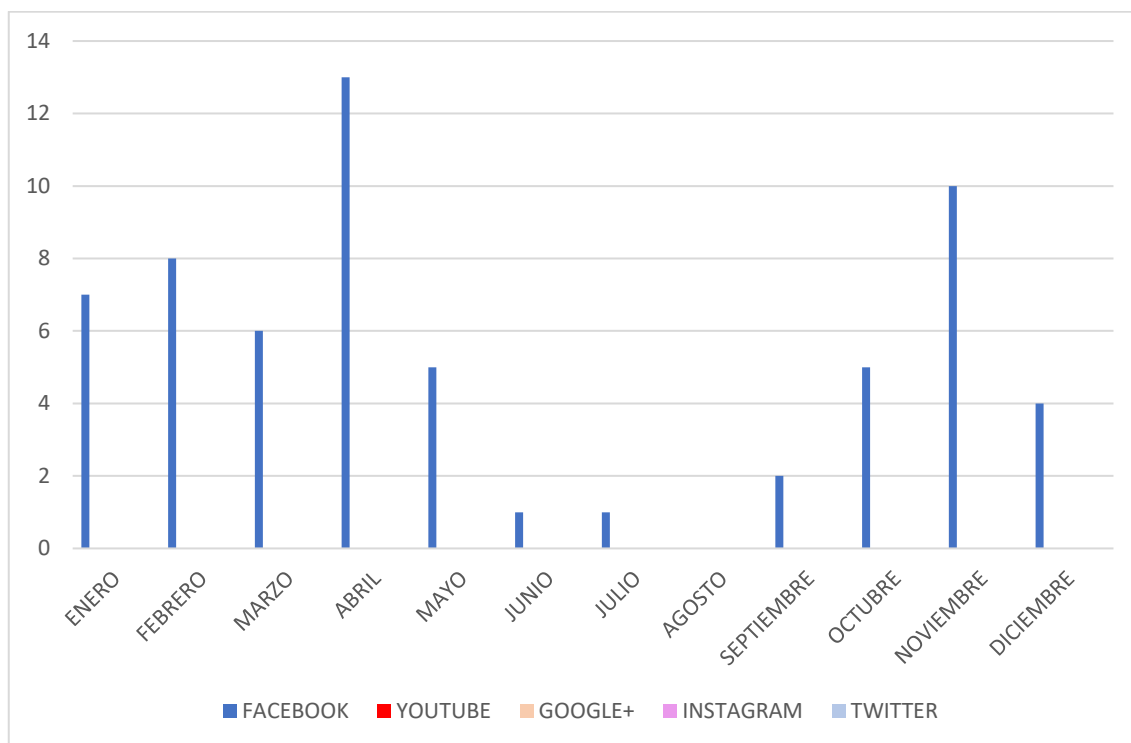


Tabla.15. Número de publicaciones del MAC en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	7	8	6	13	5	1	1	0	2	5	10	4	62

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.15. Número de publicaciones del MAC en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo de Arte Contemporáneo de Coruña, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.






Observamos como las publicaciones en Facebook son constantes a lo largo del año.

Este museo no tiene presencia en YouTube, Google+, Instagram y Twitter.

"Museo Würth"

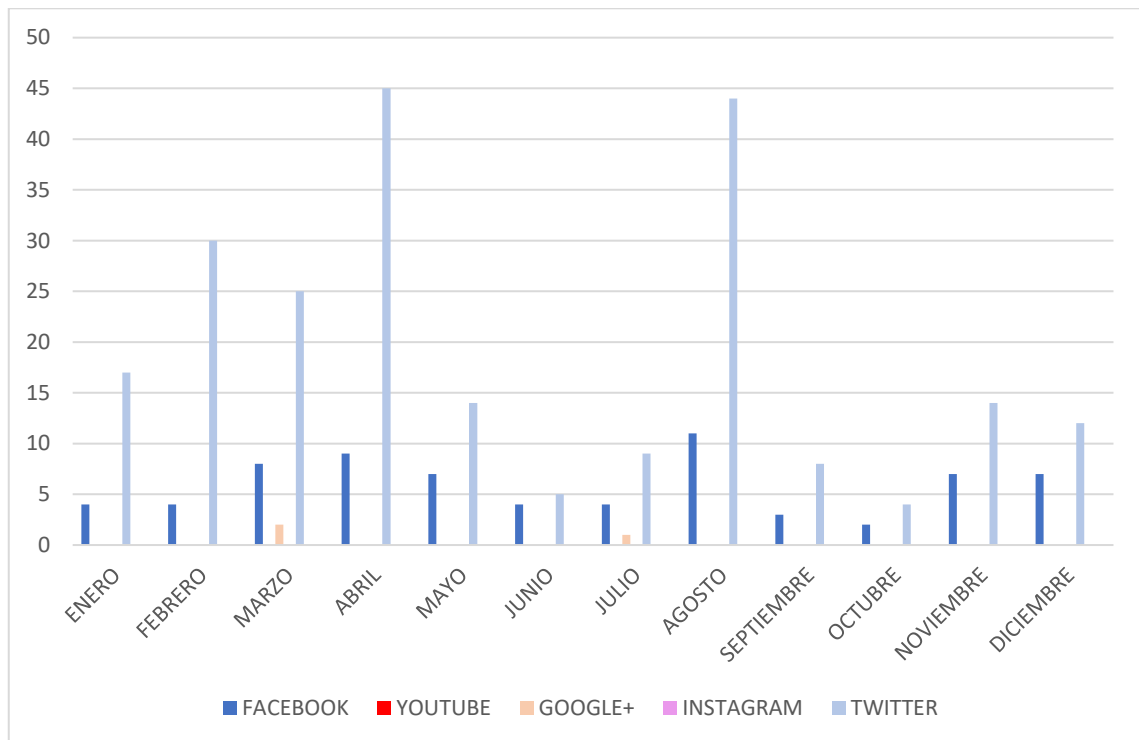
MUSEO WÜRTH LA RIOJA

Tabla.16. Número de publicaciones del WÜRT en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOS	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	4	4	8	9	7	4	4	11	3	2	7	7	70
													
			2				1						3
													
	17	30	25	45	14	5	9	44	8	4	14	12	227

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.16. Número de publicaciones del WÜRT en las RRSS








Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo Würth de La Rioja, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS. Observamos como las publicaciones en Facebook, y Twitter son constantes a lo largo del año, en cambio en Google+, se observan publicaciones únicamente en marzo y en julio del año 2016.

Este museo no tiene presencia ni en YouTube ni en Instagram.

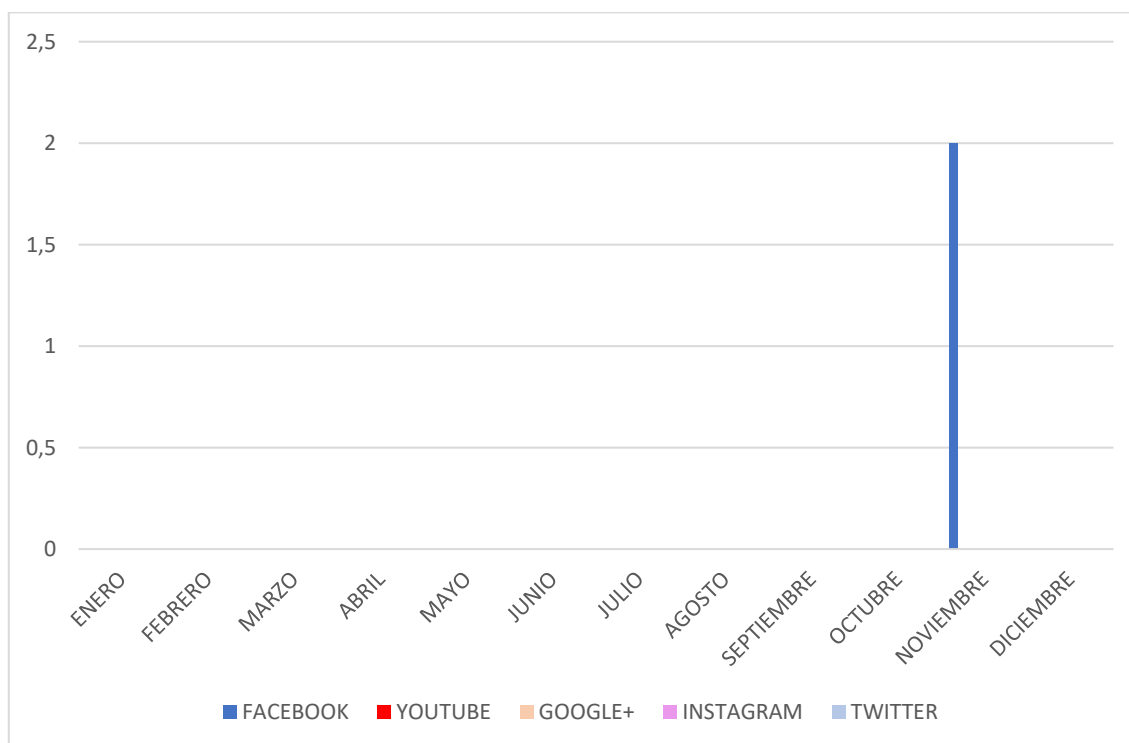
“Museo Municipal de Arte Contemporáneo de Madrid”

Tabla.17. Número de publicaciones del MMACM en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
											2		2
													
													
													
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.17. Número de publicaciones del MMACM en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo de Arte Contemporáneo de Madrid, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como en Facebook sólo se realizaron publicaciones en noviembre de 2016, en cuanto a Twitter el museo tiene cuenta, pero no encontramos datos referentes al año 2016.

Este museo no tiene presencia en YouTube, Google+ e Instagram.

“Museo Reina Sofía”

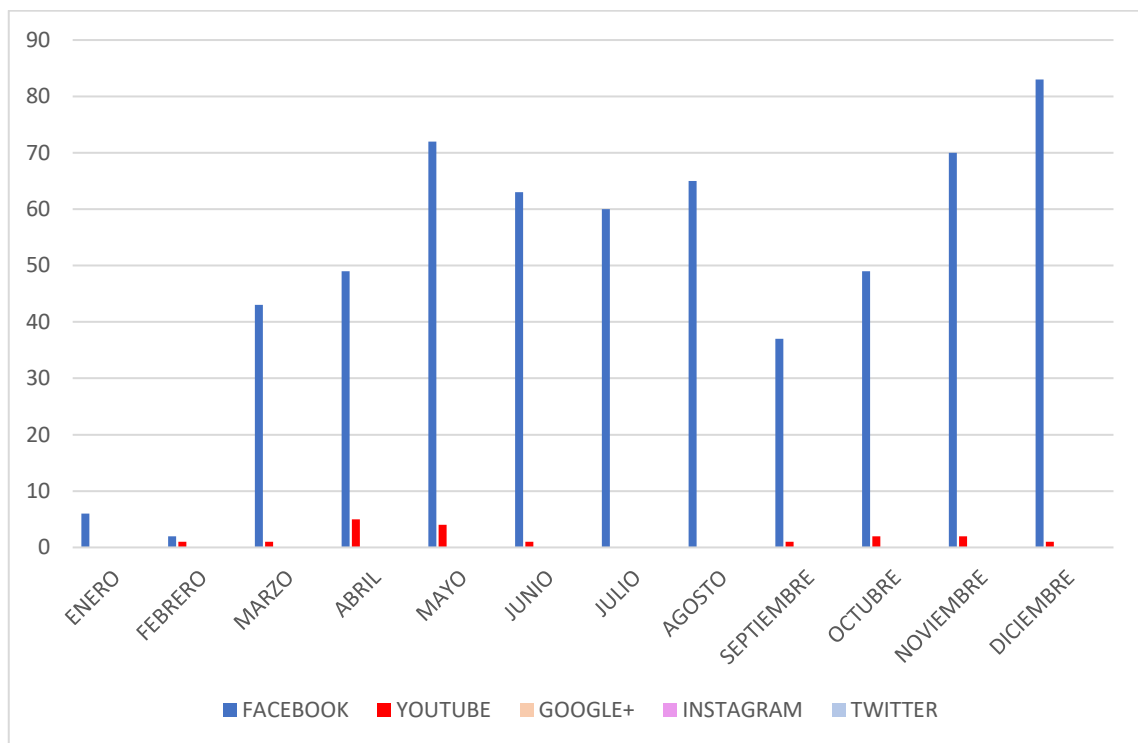


Tabla.18. Número de publicaciones del Reina Sofía en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	6	2	43	49	72	63	60	65	37	49	70	83	599
	0	1	1	5	4	1	0	0	1	2	2	1	18
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.18. Número de publicaciones del Reina Sofía en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo Reina Sofía, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook, y YouTube son constantes a lo largo del año, en cuanto a Twitter el museo tiene cuenta, pero no encontramos datos referentes al año 2016.

Este museo no tiene presencia ni en Google+ ni en Instagram.

“Centro de Arte Contemporáneo Huarte”

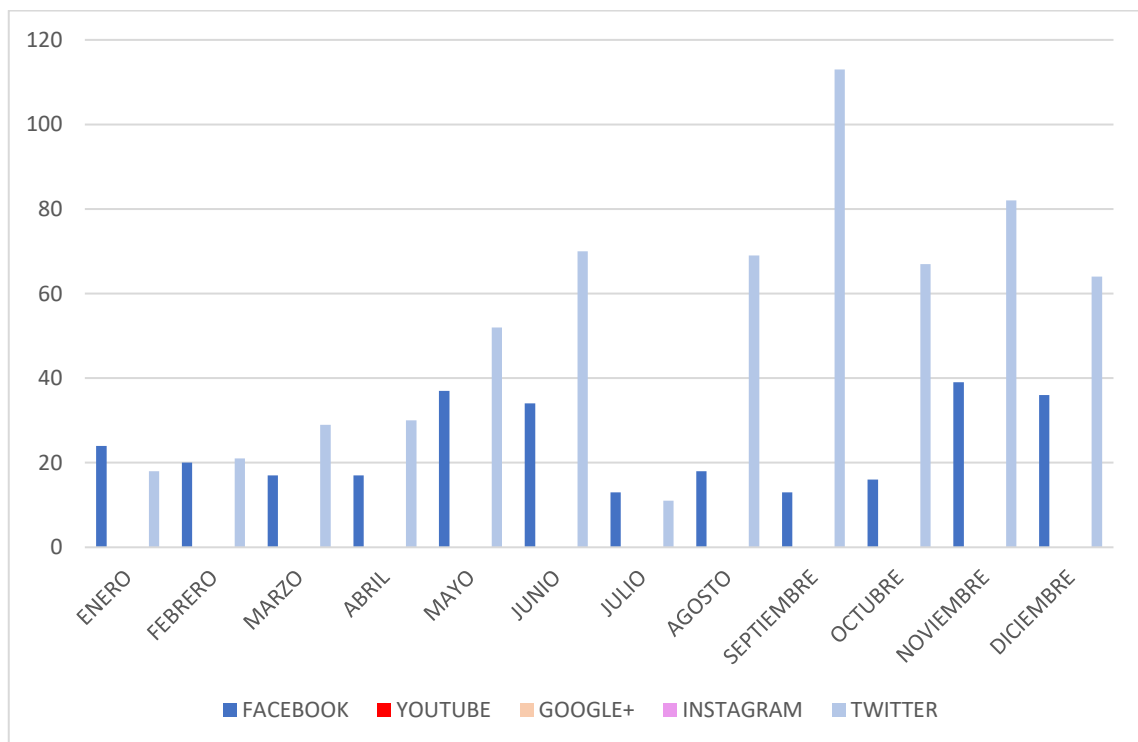


Tabla.19. Número de publicaciones del Reina HUARTE en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	24	20	17	17	37	34	13	18	13	16	39	36	284
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	18	21	29	30	52	70	11	69	113	67	82	64	626

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.19. Número de publicaciones del Reina HUARTE en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del centro de Arte Contemporáneo Huarte, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook, y Twitter son constantes a lo largo del año, en cambio en YouTube tienen cuenta, pero no encontramos ninguna publicación del 2016.

Este museo no tiene presencia ni en Google+ ni en Instagram.

“Artium Vitoria”

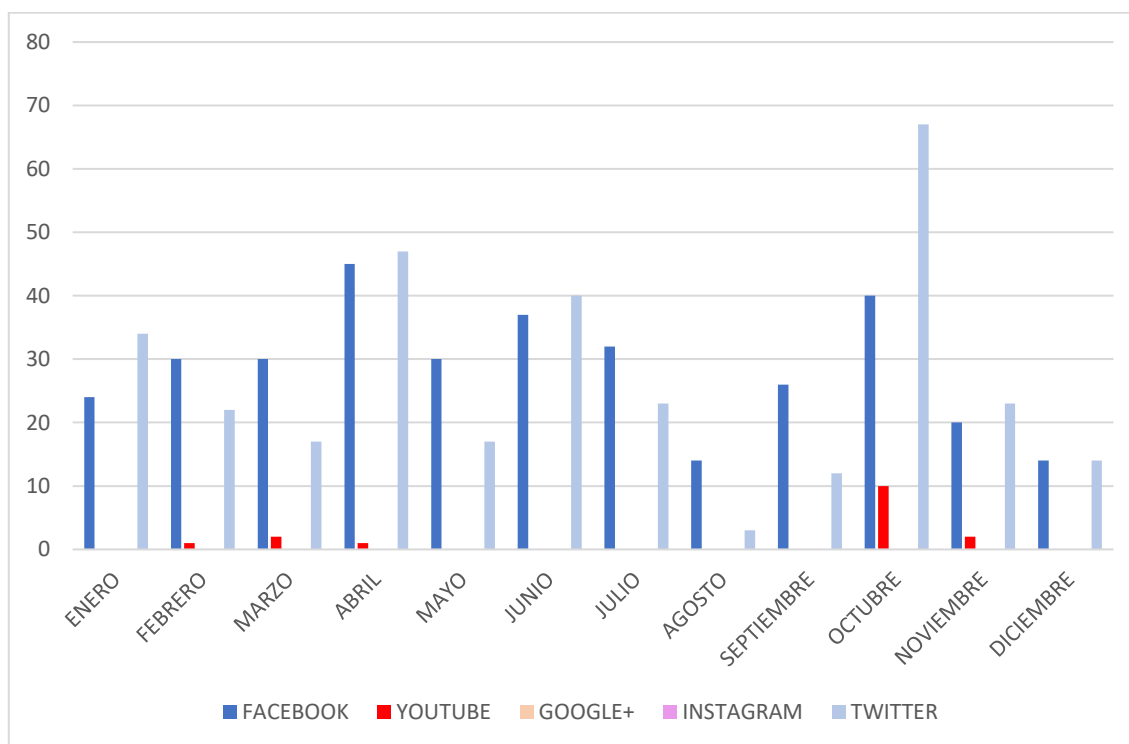


Tabla.20. Número de publicaciones del Reina ARTIUM en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	24	30	30	45	30	37	32	14	26	40	20	14	342
	0	1	2	1	0	0	0	0	0	10	2	0	16
	34	22	17	47	17	40	23	3	12	67	23	14	319

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.20. Número de publicaciones del Reina ARTIUM en las RRSS



Fuente: Elaboración propia.






Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones del museo Artium de Vitoria, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook, y Twitter son constantes a lo largo del año. En YouTube, encontramos publicaciones únicamente en, febrero, marzo, abril, octubre y noviembre.

Este museo no tiene presencia ni en Google+ ni en Instagram.

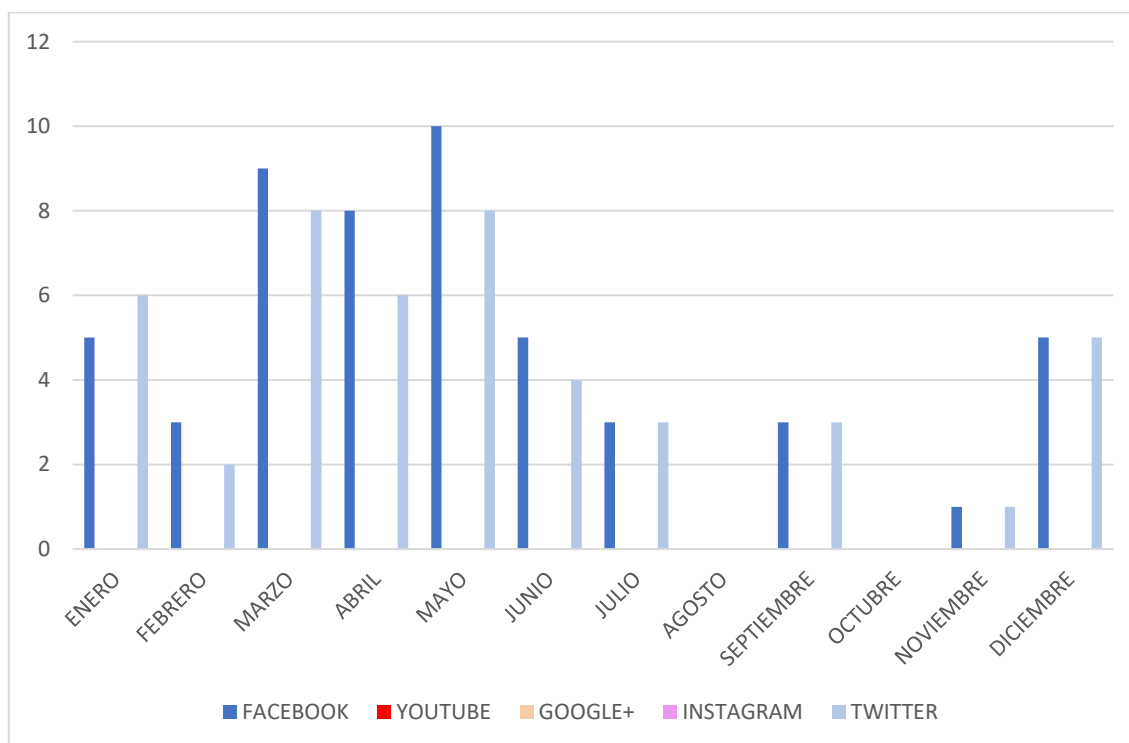
“Fundación la Casa Pintada Murcia”

Tabla.21. Número de publicaciones del Reina FCPM en las RRSS

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	T
	5	3	9	8	10	5	3	0	3	0	1	5	52
													
													
													
	6	2	8	6	8	4	3	0	3	0	1	5	46

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.21. Número de publicaciones del Reina FCPM en las RRSS
























Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las publicaciones de la fundación la Casa Pintada de Murcia, realizadas durante el año 2016 en sus RRSS.

Observamos como las publicaciones en Facebook, y Twitter son constantes a lo largo del año.

Este museo no tiene presencia en YouTube, Google+ e Instagram.

Tabla.22. Resumen de las cifras totales de los museos en las RRSS

						TOTALES
 Centro Andaluz de Arte Contemporáneo CONSEJERÍA DE CULTURA	400	2	X	X	497	899
 MAC MONTEDIDIO ARTE CONTEMPORÁNEO	193	2	X	89	220	504
 IAA CC PABLO SERRANO Instituto Aragonés de Arte y Cultura Contemporánea	461	X	X	0	0	461
 MUSEO DE BELLAS ARTES DE ASTURIAS	604	2	X	X	350	956
 MAS MUSEO DE ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO DE SANTANDER Y CANTABRIA	194	X	X	X	X	194
Museo de Arte Contemporáneo de Hellín	X	X	X	X	X	X
 MUSAC Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León	297	23	X	X	148	468
 MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO ESTEBAN VICENTE	113	X	X	X	160	273
 MAC BA MUSEU D'ART CONTEMPORANI DE BARCELONA	295	53	X	X	0	348
 MAC MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE ALICANTE	470	2	22	67	X	561
 IVAM Institut Valencià d'Art Modern	602	38	0	943	0	1583
 MEIAC Museo Extremeño e Iberoamericano de Arte Contemporáneo	82	X	X	X	116	198
 CGAC CENTRO GALEGO DE ARTE CONTEMPORÁNEA	303	0	X	X	391	694
 fundación gasNatural fenosa mac	62	X	X	X	X	62
MUSEO WÜRTH LA RIOJA	70	X	3	X	227	300
Museo de Arte Contemporáneo Madrid	2	X	X	X	0	2
 MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFIA	599	18	X	X	0	617
 Huarte centro de arte contemporáneo	284	0	X	X	626	910
 Artium	342	16	X	X	319	677
FUNDACIÓN CASA PINTADA - MUSEO CRISTÓBAL GABARRÓN	52	X	X	X	46	98

Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante una tabla que representa la cantidad de publicaciones en las RRSS en las que se encuentran presentes los museos españoles de Arte Contemporáneo seleccionados durante el año 2016.

Para comenzar recordamos las cifras mínimas de publicaciones anuales de cada red social: Facebook 360, YouTube 60, Google+ 1080, Instagram 720 y Twitter 1080.

Teniendo en cuenta estos datos, en la tabla observamos que, sólo en Facebook e Instagram se obtienen unos resultados óptimos, en algunos de los museos.

En Facebook, de los 20 museos únicamente 6 superan las cifras mínimas establecidas anteriormente, estos museos son: Centro Andaluz de Arte Contemporáneo, Instituto Aragonés de Arte y Cultura Contemporánea, Museo de Bellas Artes de Asturias, Museo de Arte Contemporáneo de Alicante, Instituto Valenciano de Arte Moderno y el Reina Sofía, el resto de museos no superan las cifras mínimas de publicaciones durante el año 2016. El museo con un mayor número de publicaciones es el Museo de Bellas Artes de Asturias con un total de 604 publicaciones, así como el museo con la cifra más baja es el Museo de Arte Contemporáneo de Madrid con un total de 2 publicaciones. Por último, observamos que todos los museos presentes en Facebook han realizado publicaciones.

En YouTube, de los 20 museos analizados, ninguno de ellos supera las cifras óptimas. El museo con un mayor número de publicaciones es el Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona con un total de 53 publicaciones, así como los museos con la cifra más baja son el Centro Gallego de Arte Contemporáneo y el Centro de Arte Contemporáneo Huarte, con un total de 0 publicaciones cada uno. Por último, observamos que sólo 9 de los 11 museos presentes en YouTube han realizado publicaciones.

En Google+, de los 20 museos analizados, ninguno de ellos supera las cifras óptimas. El museo con un mayor número de publicaciones es el Museo de Arte Contemporáneo de Alicante con un total de 22 publicaciones, así como el museo con las cifras más bajas es el Instituto Valenciano de Arte Moderno con un total de 0 publicaciones. Por último, observamos que sólo 2 de los 3 museos presentes en Google+ han realizado publicaciones.

En Instagram, de los 20 museos únicamente 1 supera las cifras mínimas establecidas anteriormente, este museo es: el Instituto Valenciano de Arte Moderno, el resto de museos no superan las cifras mínimas de publicaciones durante el año 2016. El museo con un mayor número de publicaciones es el Instituto Valenciano de Arte Moderno con un total de 943 publicaciones, así como el museo con las cifras más bajas es el Instituto Aragonés de Arte y Cultura Contemporánea con un total de 0 publicaciones. Por último, observamos que sólo 3 de los 4 museos presentes en Instagram han realizado publicaciones.

En Twitter, de los 20 museos analizados, ninguno de ellos supera las cifras mínimas establecidas anteriormente. El museo con un mayor número de publicaciones es el Centro de arte contemporáneo Huarte con un total de 626 publicaciones, así como los museos con las cifras más bajas son: el Instituto Aragonés de Arte y Cultura Contemporánea, Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona, Instituto Valenciano de Arte Moderno, Museo de Arte Contemporáneo de Madrid y el Reina Sofía, con un total de 0 publicaciones cada uno. Por último, observamos que sólo 11 de los 16 museos presentes en Twitter han realizado publicaciones.

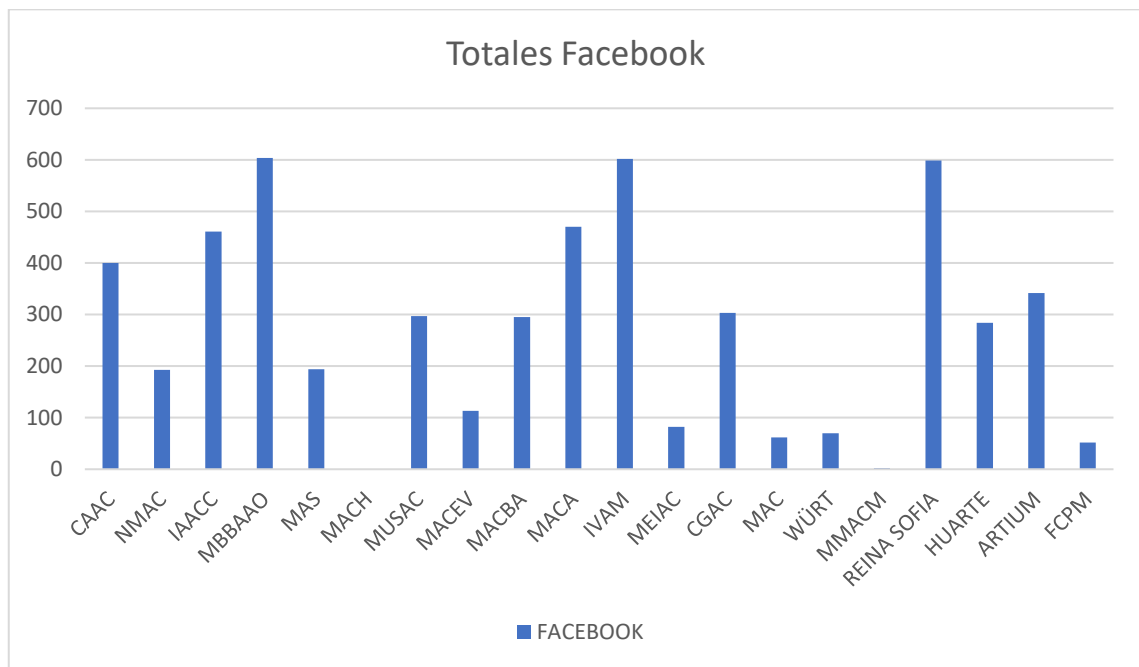
Para concluir identificamos que el museo con un mayor número total de publicaciones es en Instituto Valenciano de Arte Moderno, con un total de 1.583 publicaciones, Así como el museo con un menor número de publicaciones totales es el Museo de Arte Contemporáneo de Madrid con un total de 2 publicaciones.

Lamentablemente el análisis muestra un deficiente uso de las redes sociales por parte de los museos españoles de Arte Contemporáneo escogidos.

En mi opinión Todos los museos deberían de estar presente en todas y cada una de las redes sociales, y no solo estar presentes, sino realizar un buen uso de las mismas, pues en la actualidad son el medio de comunicación y difusión más utilizado en el día a día de la sociedad. Por tanto, cuanta mayor presencia tenga dentro de estas, mayor número de visitantes obtendrán.

Totales Facebook

Gráfico.22. Cifras totales de las publicaciones de los museos en Facebook



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las cifras totales de las publicaciones en Facebook durante el año 2016 de los 20 museos españoles de Arte Contemporáneo seleccionados.

El eje vertical representa las cantidades totales expresadas en unidades, el eje horizontal los acrónimos de los museos analizados.

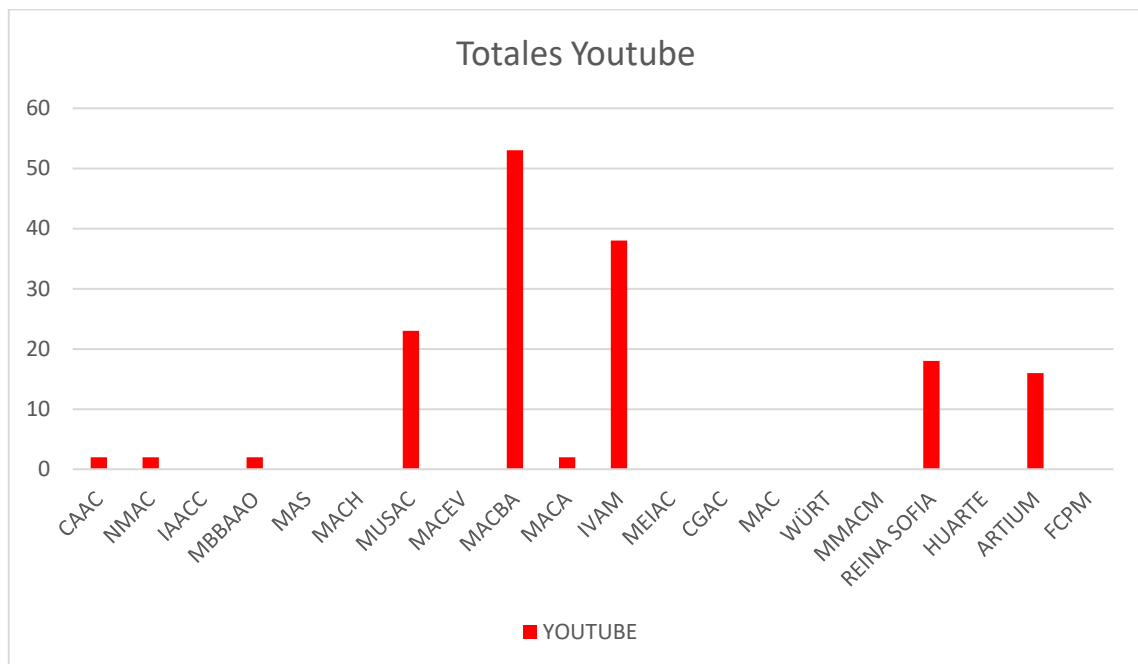
En la gráfica se observa unos puntos máximos en los museos MMBBAO, IVAM, Reina Sofía, y unos mínimos en, MACH, MMACM.

En general todos los museos tienen presencia en esta red social, pese a que unos tengan un mayor número de publicaciones que otros. Esta diferencia puede deberse tanto a la importancia que cada museo otorga a la difusión de su marca en las redes sociales, como a la falta de una figura encargada de la realización de las mismas dentro del museo.

Facebook es la red social por excelencia, por ello los museos deberían realizar más publicaciones diariamente sobre las actividades, promociones, conferencias, exposiciones, visitas y demás proyectos que se llevan a cabo en el museo,

Totales YouTube

Gráfico.23. Cifras totales de las publicaciones de los museos en YouTube



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las cifras totales de las publicaciones en YouTube durante el año 2016 de los 20 museos españoles de Arte Contemporáneo seleccionados.

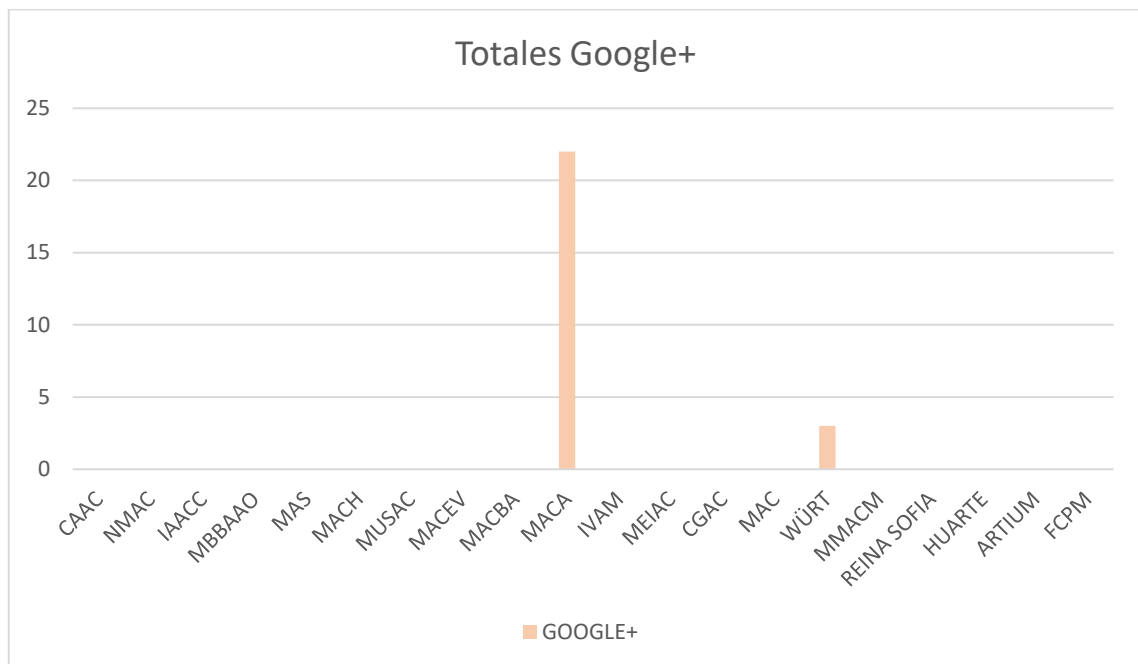
El eje vertical representa las cantidades totales expresadas en unidades, el eje horizontal los acrónimos de los museos analizados.

En la gráfica se observa un punto máximo en el museo MACBA, y unos mínimos en, CAAC, NMAC, MBBAAO y en el MACA.

Observamos como pocos museos tiene presencia en esta red social, cuando es una de las que más deberían ser usadas a la hora de una difusión visual de las actividades, promociones, conferencias, restauraciones, exposiciones, vistas guiadas, explicaciones y demás proyectos que se llevan a cabo en los museos.

Totales Google+

Gráfico.24. Cifras totales de las publicaciones de los museos en Google+



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las cifras totales de las publicaciones en Google+ durante el año 2016 de los 20 museos españoles de Arte Contemporáneo seleccionados.

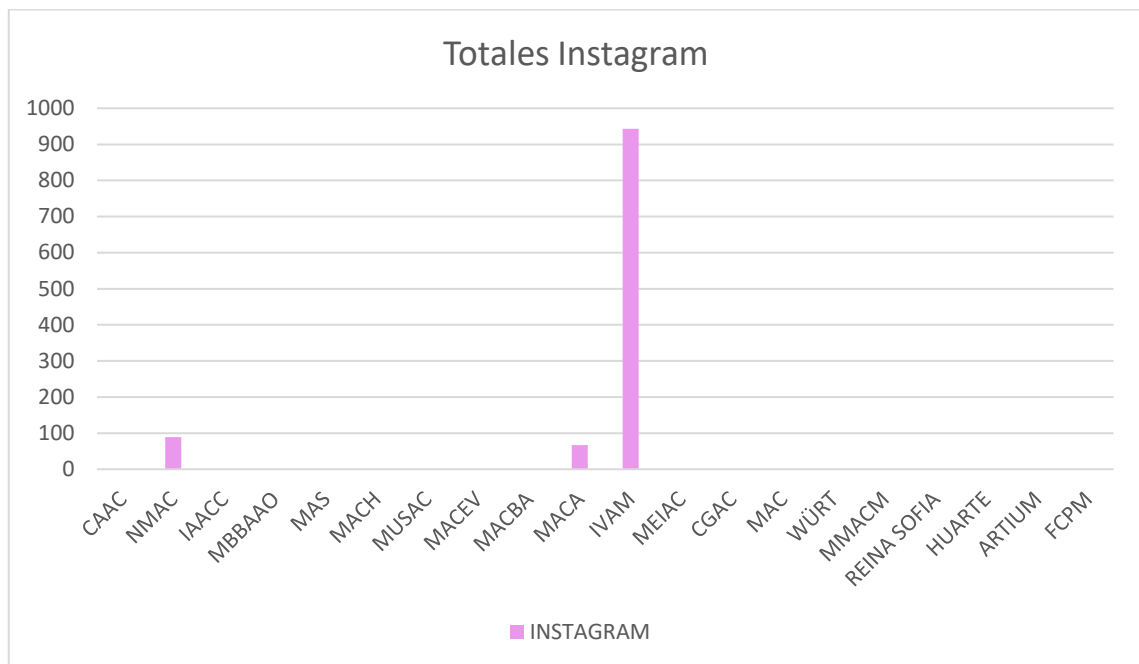
El eje vertical representa las cantidades totales expresadas en unidades, el eje horizontal los acrónimos de los museos analizados.

En la gráfica se observa un punto máximo en el museo MACA, y un mínimo en el museo Würth.

Observamos como pocos museos tiene presencia en esta red social, cuando es uno de las que más deberían ser usadas a la hora de obtener un buen posicionamiento en la búsqueda general de Google.

Totales Instagram

Gráfico.25. Cifras totales de las publicaciones de los museos en Instagram



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las cifras totales de las publicaciones en Instagram durante el año 2016 de los 20 museos españoles de Arte Contemporáneo seleccionados.

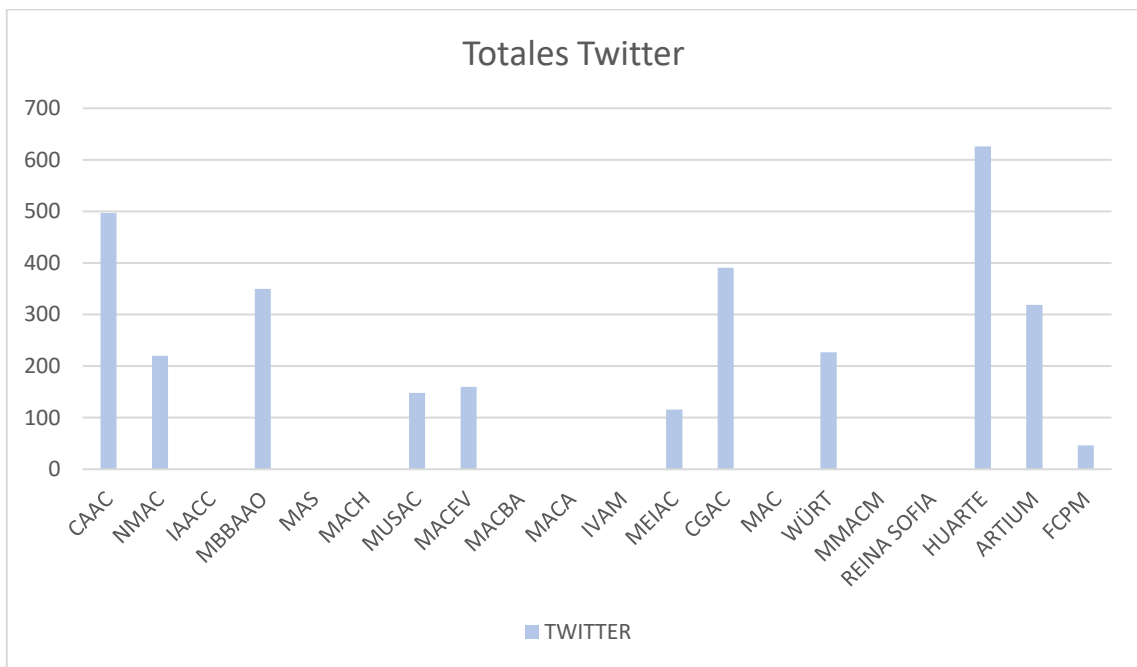
El eje vertical representa las cantidades totales expresadas en unidades, el eje horizontal los acrónimos de los museos analizados.

En la gráfica se observa un punto máximo en el museo IVAM, y un mínimo en el museo MACA.

Observamos como pocos museos tiene presencia en esta red social, cuando es una de las que más deberían ser usadas a la hora de una difusión visual, puesto que es una red social para compartir imágenes.

Totales Twitter

Gráfico.26. Cifras totales de las publicaciones de los museos en Twitter



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico de barras que representa las cifras totales de las publicaciones en Twitter durante el año 2016 de los 20 museos españoles de Arte Contemporáneo seleccionados.

El eje vertical representa las cantidades totales expresadas en unidades, el eje horizontal los acrónimos de los museos analizados.

En la gráfica se observa un punto máximo en el museo HUARTE, y un mínimo en el de La Fundación Casa Pintada de Murcia.

En general más de la mitad de los museos tienen presencia en esta red social, pese a que unos tengan un mayor número de publicaciones que otros. Ninguno de los museos llega al mínimo establecido, pese a que es una red social que favorece el diálogo entre el museo y los usuarios.

4.5. ANÁLISIS CUALITATIVO

La investigación se realiza en base al mes de agosto de 2016, pues al tratarse de un mes de vacaciones, los museos reciben una cantidad mayor de visitantes, teniendo en cuenta todas y cada una de las publicaciones del mes.

El análisis se centra en la identificación y categorización/catalogación de los temas que trata el museo, es decir, del contenido de las publicaciones que realiza el museo a lo largo del mes de agosto del año 2016 en Twitter.

Para decidir cuál de las redes sociales escogíamos para este análisis, hemos observado la cantidad de seguidores de cada una de las redes sociales en los 20 museos seleccionados. En base a este análisis hemos escogido Twitter pues tiene un total de 878.906 seguidores, como indicamos en la siguiente tabla.

Tabla.23. Cantidad total de seguidores en las RRSS de los museos

	Facebook	YouTube	Google+	Instagram	Twitter
CAAC	12.029	60			10.600
NMAC	2.894	23		653	1.027
IAACC	1.998			744	2.512
MBBAAO	3.031	36			1.260
MAS	4.319				
MACH					
MUSAC	26.887	434			39.200
MACEV	1.202				1.552
MACBA	85.594				77.600
MACA	5.340	61	315	938	
IVAM	33.794	353		6.868	12.800
MEIAC	2.321				1.368
CGAC	15.106	31			3.191
MAC	7.280				
WÜRT	5.201		17		2.432
MMACM	141				69
REINA SOFIA	362.503	3.170			705.000
HUARTE	7.120	16			2.387
ARTIUM	27.324	564			17.200
FCPM	1.418				708
TOTALES	605.502	4748	332	9203	878.906

Fuente: Elaboración propia.

“Fundación NMAC Cádiz”

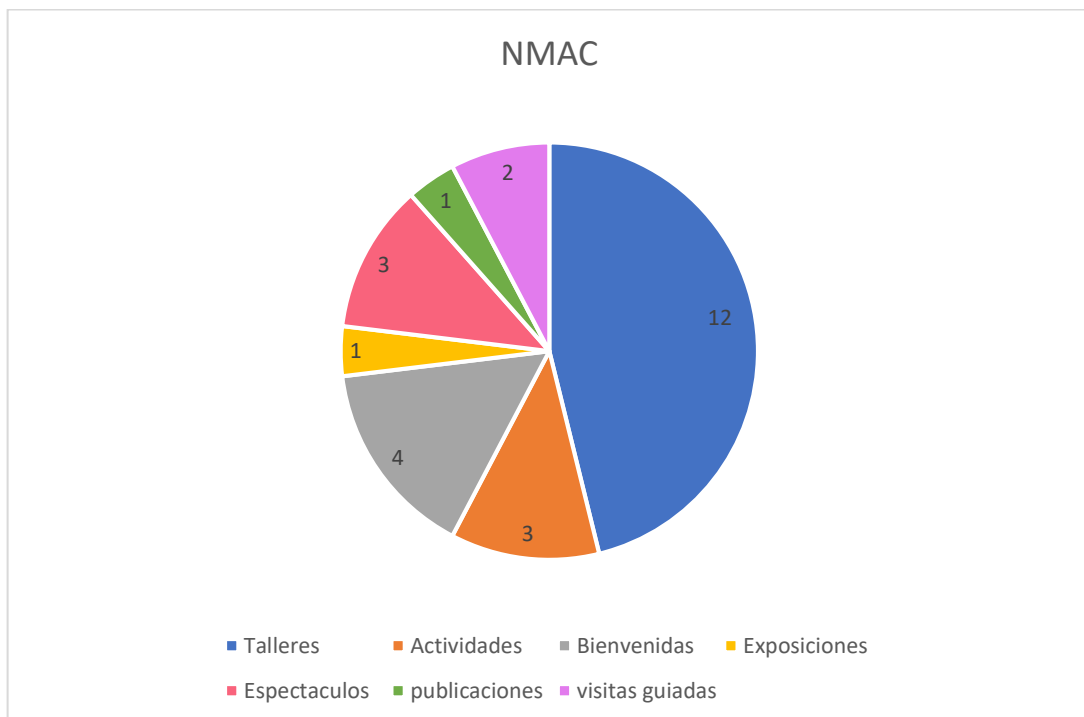


Tabla.24. Temática de las publicaciones del NMAC en Twitter

Temas	Talleres	Actividades	Bienvenidas	Exposiciones	Espectáculos	Publicaciones	Visitas guiadas
Cantidad	12	3	4	1	3	1	2

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.27. Temática de las publicaciones del NMAC en Twitter



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico circular que representa los temas de las publicaciones del museo NMAC en Twitter durante el mes de agosto del año 2016.

En la gráfica se observa cómo la temática más recurrente en las publicaciones trata sobre los talleres que se realizan en el museo durante el mes de agosto. Así mismo, los temas menos recurrentes en las publicaciones del NMAC son, las exposiciones y las publicaciones del museo.

Las publicaciones son meramente informativas sobre las actividades, talleres, exposiciones, publicaciones etc. Que el museo realiza durante el mes analizado.

“Museo de Arte Contemporáneo Esteban”

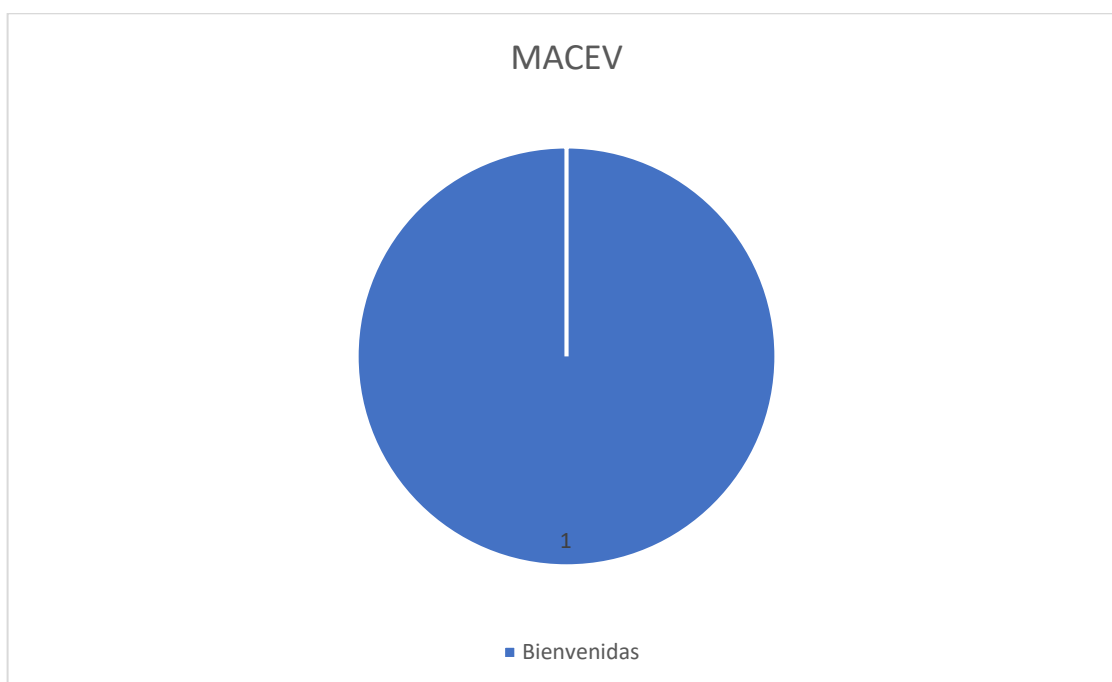


Tabla.25. Temática de las publicaciones del MACEV en Twitter

Temas	Bienvenidas
Cantidad	1

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.28. Temática de las publicaciones del MACEV en Twitter



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico circular que representa los temas de las publicaciones del museo MACEV en Twitter durante el mes de agosto del año 2016.

En la gráfica se observa cómo la única temática que se trata en la publicación es sobre la información de la apertura del museo durante las vacaciones, así como la invitación a visitarlo.

Se trata de una única publicación meramente informativa, esto puede deberse a la falta de la figura del Community Manager encargado de las publicaciones en las redes sociales del museo.

“Museo Extremeño de Arte Contemporáneo”

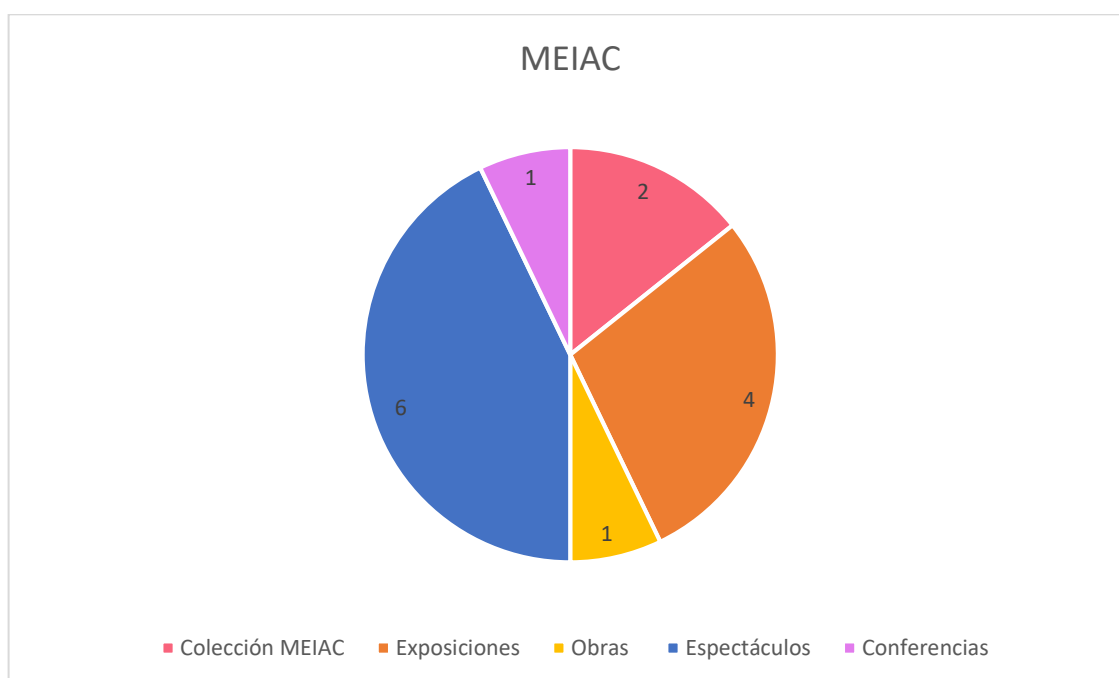


Tabla.26. Temática de las publicaciones del MEIAC en Twitter

Temas	Colección	Exposiciones	Obras	Espectáculos	Conferencias
Cantidad	2	4	1	6	1

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.29. Temática de las publicaciones del MEIAC en Twitter



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico circular que representa los temas de las publicaciones del museo MEIAC en Twitter durante el mes de agosto del año 2016.

En la gráfica se observa cómo la temática más recurrente en las publicaciones trata sobre los espectáculos organizados por el museo durante el mes de agosto.

Así mismo, los temas menos recurrentes en las publicaciones del MEIAC son, la difusión de las obras expuestas y las conferencias.

Las publicaciones son meramente informativas sobre la colección del museo, las exposiciones, los espectáculos etc. Que se realizan en el museo.

“Centro Gallego de Arte Contemporáneo”



CENTRO GALEGO DE ARTE CONTEMPORÁNEA

Tabla.27. Temática de las publicaciones del CGAC en Twitter

Temas	Talleres	Entrevistas	Cursos	Publicaciones
Cantidad	1	1	2	2

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.30. Temática de las publicaciones del CGAC en Twitter



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico circular que representa los temas de las publicaciones del museo CGAC en Twitter durante el mes de agosto del año 2016.

En la gráfica se observa cómo la temática más recurrente en las publicaciones trata sobre las publicaciones del museo y los cursos organizados durante el mes de agosto.

Así mismo, los temas menos recurrentes en las publicaciones del CGAC son, las entrevistas y los talleres.

Las publicaciones son meramente informativas sobre los talleres, entrevistas, publicaciones etc. Que el museo realiza durante el mes de agosto.

“Museo Würth”

MUSEO WÜRTH LA RIOJA

Tabla.28. Temática de las publicaciones del WÜRTH en Twitter

Temas	Espectáculos
Cantidad	11

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico.31. Temática de las publicaciones del WÜRTH en Twitter



Fuente: Elaboración propia.

Nos encontramos ante un gráfico circular que representa los temas de las publicaciones del museo WÜRTH en Twitter durante el mes de agosto del año 2016.

En la gráfica se observa cómo la única temática que se trata en la publicación es sobre los espectáculos musicales que organiza el museo durante las vacaciones, así como la invitación a disfrutar del mismo.

Se trata de unas publicaciones meramente informativas, sobre los artistas, fechas, horarios, fotografías y localización de los conciertos del festival.

Esto puede deberse a la falta de promoción de las diversas actividades, talleres o exposiciones organizadas por el museo.

“Centro de Arte Contemporáneo de Huarte”

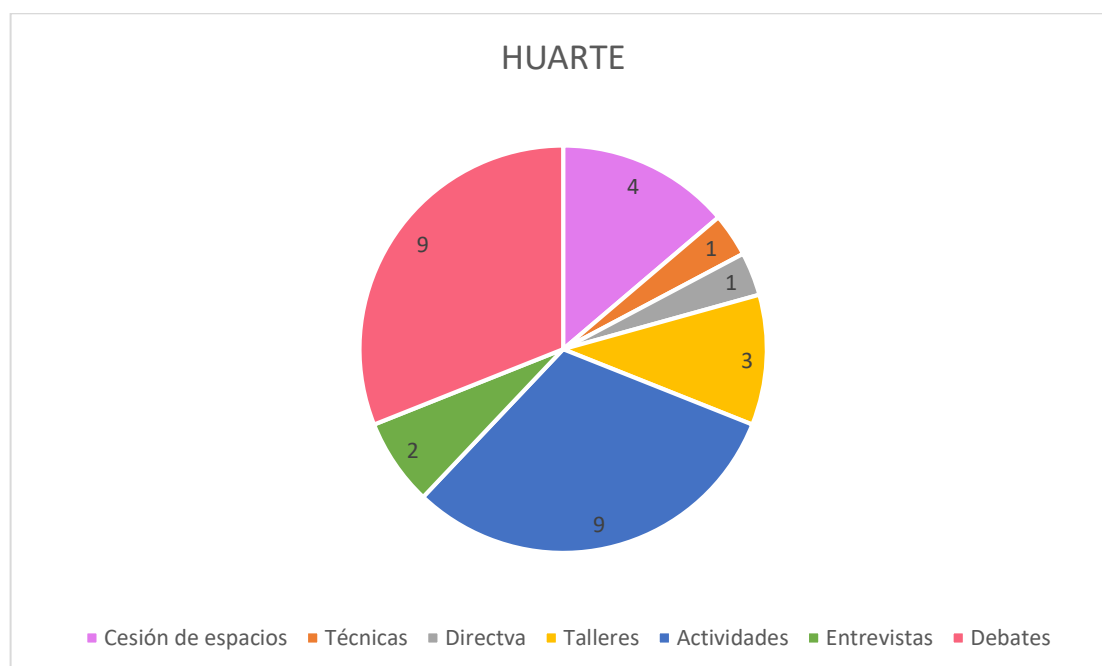


Tabla.29. Temática de las publicaciones del HUARTE en Twitter

Temas	Cesión de espacios	Técnicas	Directiva	Talleres	Actividades	Entrevistas	Debates
Cantidad	4	1	1	3	9	2	9

Fuente: Elaboración propia

Gráfico.32. Temática de las publicaciones del HUARTE en Twitter



Fuente: Elaboración propia

Nos encontramos ante un gráfico circular que representa los temas de las publicaciones del museo HUARTE en Twitter durante el mes de agosto del año 2016.

En la gráfica se observa cómo las temáticas más recurrentes en las publicaciones tratan sobre los debates generados por el museo y las actividades organizadas por el museo durante el mes de agosto.

Así mismo, los temas menos recurrentes en las publicaciones del HUARTE son, la información sobre la nueva directiva del museo como de las técnicas fotográfico-pictóricas que animan a emplear.

El museo motiva a la participación activa de los usuarios realizando debates.

“Artium Vitoria”

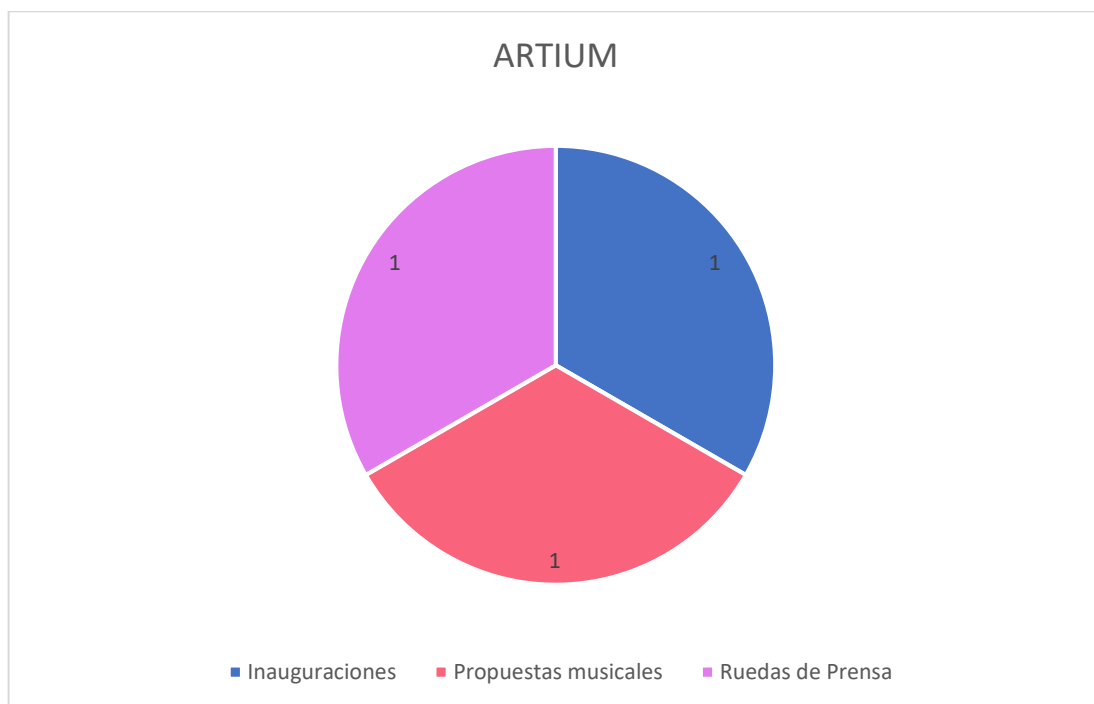


Tabla.30. Temática de las publicaciones del ARTIUM en Twitter

Temas	Inauguraciones	Propuestas musicales	Ruedas de Prensa
Cantidad	1	1	1

Fuente: Elaboración propia

Gráfico.33. Temática de las publicaciones del ARTIUM en Twitter



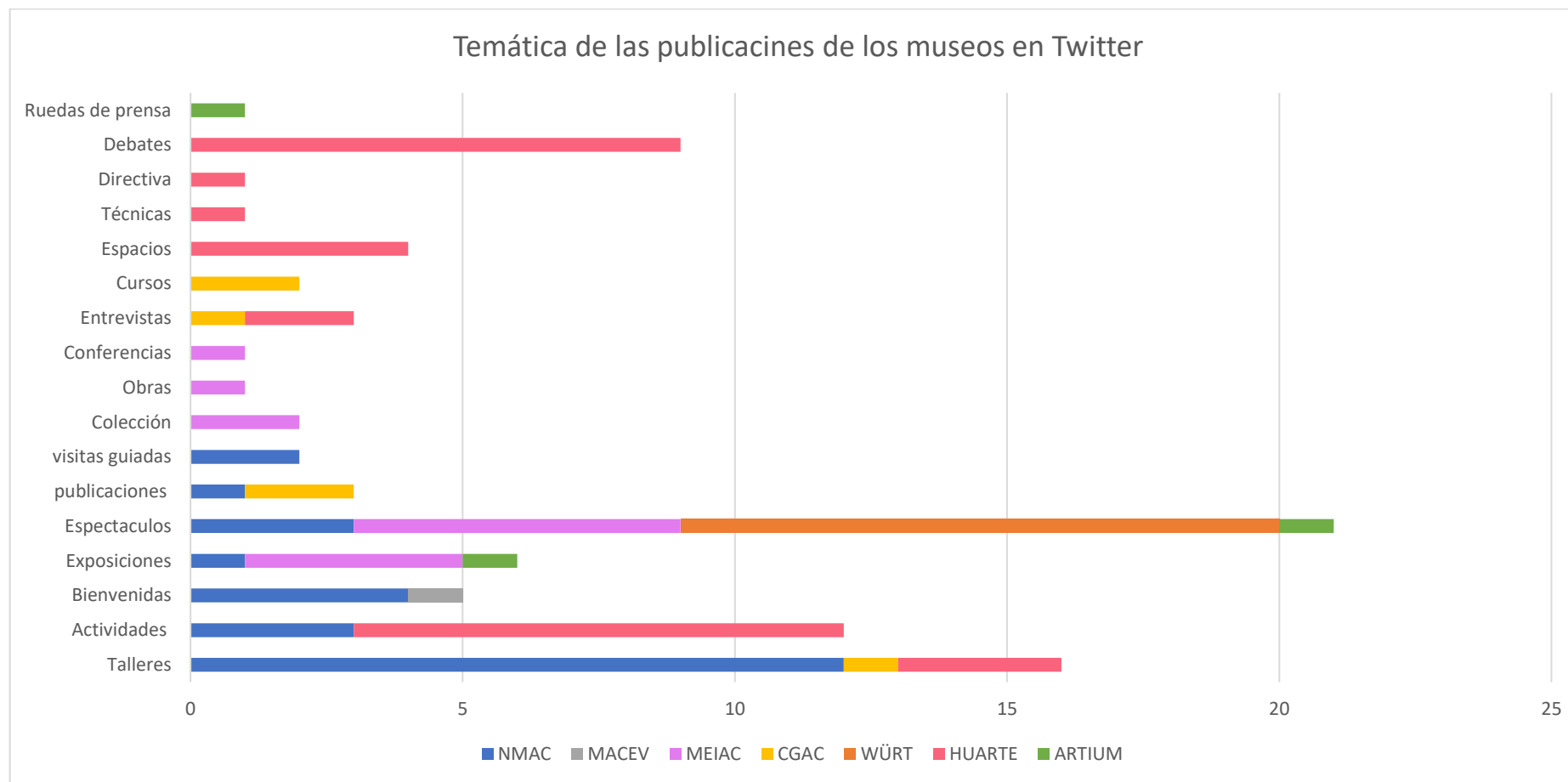
Fuente: Elaboración propia

Nos encontramos ante un gráfico circular que representa los temas de las publicaciones del museo ARTIUM en Twitter durante el mes de agosto del año 2016.

En la gráfica se observa cómo las temáticas son tratadas por igual, la información sobre inauguraciones, las propuestas musicales y las ruedas de prensa.

Se trata de tres únicas publicaciones meramente informativa, esto puede deberse a la falta de la figura del Community Manager encargado de las publicaciones en las redes sociales del museo durante el mes de agosto.

Gráfico.34. Temática de las publicaciones de los museos en Twitter



Fuente: Elaboración propia

Nos encontramos ante una gráfica de barras apiladas que representa las temáticas de las que se tratan en las publicaciones de los museos en Twitter durante el mes de agosto de 2016.

Principalmente observamos que únicamente siete de los veinte museos realizaron publicaciones durante el mes establecido, esto puede deberse a una falta de personal durante este mes de "vacaciones".

La temática más recurrente son los espectáculos, los museos que publicaron sobre la misma fueron, el NMAC, MEIAC, WÜRTH y el ARTIUM. Las publicaciones sobre los espectáculos presentan toda la información necesaria para la asistencia a los mismos, en diversas ocasiones acompañadas de imágenes, pero cada museo realiza diversas publicaciones sobre el mismo espectáculo.

Otra de las temáticas más recurrente en las redes sociales por parte de los museos son los talleres, dichas publicaciones ofrecen toda la información necesaria para participar en los mismos, estas publicaciones animan a los usuarios a ser partícipes de ellas, en ocasiones son gratuitas, otras de pago, a menudo se trata de talleres solo para los más pequeños en ocasiones solo para adultos, pero también para toda la familia. Los museos que realizaron publicaciones sobre esta temática son, el NMAC, CGAC y el HUARTE.

Por otra parte, existen diversas temáticas poco recurrentes, estas son, ruedas de prensa, directivas, técnicas, conferencias y obras, estas temáticas las han tratado únicamente un museo cada una, continua relativamente, ARTIUM, HUARTE, HUARTE, MEIAC, MEIAC.

Se trata de temáticas poco comunes, que se publican a modo informativo para los usuarios, no son puestas en uso habitualmente.

Los museos con mayor diversidad temática en sus publicaciones son, el NMAC y el HUARTE con un total de 7 diferentes temáticas dentro de sus publicaciones. Así mismo los museos con menor diversidad temática son el MACEV y el WÜRTH.

Las temáticas empleadas por los museos son correctas a la hora de realizar una correcta difusión de los contenidos del museo, pese a que deberían realizar una mayor cantidad de publicaciones.

Debemos tener en cuenta que al tratarse de un mes específico los datos podrían variar notablemente a la hora de realizar la investigación sobre un mes diferente.

5. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Una vez analizados los datos de la participación de los museos en las redes sociales, así como, las herramientas que ofrecen a los usuarios, realizaremos una propuesta de intervención dentro del uso de las redes sociales por parte de los museos.

En cuanto a las páginas Web de los museos, observamos que la gran mayoría deben mejorar, tanto estéticamente como en cuanto al contenido difundido, también se debe de incorporar un vínculo en el que tanto los usuarios como la institución puedan participar activamente.

Una gran parte de los museos españoles analizados tienen aún bastante trabajo en este campo, pero lo importante es que ya están en camino. Cada vez son más los Centros de Arte Contemporáneo que hacen uso de un modelo de museo abierto y social dentro de esta Web 2.0.

Ya que la Web es el elemento de difusión de los museos, ésta debería ser más atractivas al espectador y debería no centrarse únicamente en facilitar unos enlaces a las páginas de información sobre la institución o los folletos informativos, conformándose así con los niveles más bajos de difusión, generando únicamente contenido, sino que deberían ofrecer al público la posibilidad de disfrutar desde casa, el trabajo, la escuela etc., de las obras de arte que los museos exponen en sus salas, pues de este modo el público al que le sea imposible desplazarse hasta la propia institución por diversos motivos, ya sean económicos, geográficos o simplemente porque el propio museo está cerrado temporalmente por obras, puedan así disfrutar de una experiencia virtual del propio museo.

Si es cierto que algunos museos ya ofrecen nuevas tecnologías como es la recreación virtual del edificio y sus salas o la realidad aumentada en la que puedes realizar una visita del interior del museo a lo largo de las distintas salas desde el ordenador, interactuando y disfrutando de la obra artística expuesta en el mismo.

Esta práctica virtual tan novedosa se está abriendo paso poco a poco en este sector museístico, pero por desgracia son muy pocos todavía los que la incorporan.

Pese a las estadísticas oficiales del Ministerio, el estudio Conexiones entre Museos y Centros de Arte en redes sociales, publicado en 2012 por Dosdoce.com, muestra que gran parte de las instituciones museísticas sí que hacen uso de las redes sociales pero únicamente con un fin promocional, es decir no crean un vínculo entre usuario y museo, únicamente hacen uso de las redes sociales de modo unidireccional, lo que indica la falta de bidireccionalidad que conlleva hacer uso de la Web 2.0, puesto que si la Web 2.0 es una Web participativa, implica la interacción entre usuario e institución. La mayoría de las Instituciones de Arte Contemporáneo españolas analizadas no explotan la gran cantidad de recursos que tiene al alcance con el uso de la Web 2.0.

En los museos analizados no existe una bidireccionalidad entre usuario y museo en sus diferentes redes, a excepción del museo HUARTE en su perfil de Twitter, en el cual las publicaciones más habituales se centran en crear debates sobre arte, animando a los usuarios a interactuar con el museo.

Teniendo en cuenta esta bidireccionalidad propia de la Web 2.0, siempre hay excepciones en el uso de los recursos que nos ofrece la Web 2.0. Por ejemplo, en el caso del museo MoMa (Museo de Arte Moderno) de Nueva York permite que el público cree audio guías para el museo. En 2004 el colectivo ArtMobs creó audio guías alternativas a las oficiales del MoMa de Nueva York. Su gran éxito dentro de las Redes Sociales, hizo que el museo propusiese a los visitantes crear las suyas propias y enviarlas al museo, esta propuesta aún sigue vigente.

A modo de propuesta, podría crearse una aplicación para móviles, ya sea individual o colectiva, pues hoy en día es la herramienta más utilizada, donde se presentarán las actividades, exposiciones y eventos en general de los Museos de Arte Contemporáneo.

Idílicamente podría decirse, que la creación de una Asociación de Museos, Instituciones y Centros de Arte Contemporáneo, a modo de apoyo al arte y a la cultura, dejando de lado, la rivalidad y centrándose en una sana competencia.

Si no nos equivocamos todos los museos tienen el mismo objetivo: proteger, mostrar, disfrutar y hacer partícipes del arte a toda la sociedad.

Uno de los principales pasos debería ser el que los museos en sus perfiles en las redes sociales se siguiesen unos a otros. Algunos ya lo hacen, pero debería ser unánime.

Al realizar el análisis hemos comprobado cómo algunos museos siguen a otros museos y comparten publicaciones que les parecen interesantes a fin de no sólo promocionar su arte sino el arte en general. Consideramos que ésta es una buena forma de hacer uso de las redes sociales, pues es algo positivo que un museo retweetee las publicaciones de otro museo. No debe entenderse como el desprestigio de un museo, sino una comunicación como la comunidad a la que pertenecen.

Los museos deben tener en cuenta que el buen uso de las redes sociales puede facilitar la captación de futuros visitantes, tanto es así que no deberían centrarse en únicamente estar presentes en dos o tres redes sociales, sino que deberían hacer uso de todas ellas, no solo estar presentes creando una cuenta, como hemos comprobado en varios casos al realizar nuestro análisis, sino generando un contenido, una interacción, una bidireccionalidad, entre los usuarios y el museo.

6. CONCLUSIONES

Los museos han sufrido un gran cambio en su funcionamiento interno a causa de la inclusión de las redes sociales en el ámbito museístico, condicionado a la propia evolución de la sociedad, las instituciones se han modificado y seguirán haciéndolo al son de los dictados de la sociedad.

No basta con estar presente en las redes sociales más populares, sino que el museo debe interactuar y conectar con su público, generar un diálogo constante y bidireccional con el usuario, crear nuevos contenidos, dar la oportunidad al visitante online de participar y ser escuchado.

Una de las novedades más destacables es la aparición de los museos virtuales y digitales, las cuales actualmente se encuentran en proceso de desarrollo.

Los museos deberían tener más en cuenta que su principal factor es el hecho de estar al servicio de la sociedad. Para ello sería muy útil realizar un estudio de mercado sobre ¿qué es lo que la sociedad quiere? o ¿qué es lo que necesita?, el cual sería muy interesante realizarlo a través de diversas encuestas en sus mismas redes sociales, para que así sean los usuarios los que guíen estas estrategias a base de sugerencias.

A partir de este estudio podrán realizar una buena estrategia de difusión, así como obtener altos niveles de participación de los usuarios en las redes sociales.

Tras el análisis cuantitativo, nos damos cuenta de la problemática del uso de las redes sociales por parte de los museos, pues sólo en Facebook e Instagram se obtiene unos resultados óptimos en algunos de los museos. En Facebook, de los 20 museos únicamente 6 superan las cifras mínimas, en YouTube, de los 20 museos analizados, ninguno de ellos supera las cifras óptimas, en Google+, de los 20 museos analizados, ninguno de ellos supera las cifras óptimas, en Instagram, de los 20 museos únicamente 1 supera las cifras mínimas y en Twitter, de los 20 museos analizados, ninguno de ellos supera las cifras mínimas.

Identificamos el museo con un mayor número total de publicaciones el Instituto Valenciano de Arte Moderno, con un total de 1.583 publicaciones, así como el museo con un menor número de publicaciones, el Museo de Arte Contemporáneo de Madrid con un total de 2 publicaciones.

Tras el análisis cualitativo, echamos en falta la participación de los museos en Twitter pues observamos que únicamente siete de los veinte museos realizaron publicaciones durante el mes establecido, esto puede deberse a una falta de personal durante este mes de agosto. La temática más recurrente tratada en las publicaciones son los espectáculos, esto puede deberse al hecho de ser un mes de vacaciones y le dan una mayor visibilidad a los conciertos y festivales que a las exposiciones, actividades o talleres.

Los museos con una mayor diversidad temática en sus publicaciones son el NMAC y el HUARTE con 7 temáticas distintas en las publicaciones del mes de agosto. La diversidad temática es muy importante por el hecho de que al haber más variedad es más fácil captar a cada una de las preferencias de los usuarios.

Tras realizar ambos análisis nos damos cuenta del problema, pues dentro del contexto de la Web 2.0 se encuentra la figura del Community Manager, se trata de la persona que se encarga de gestionar las cuentas del museo en dichas redes.

Ese Community Manager, es el encargado de la divulgación del museo online, esto lo realiza mediante las publicaciones que difunde en las distintas redes en las que el museo participa, así como de contestar a las preguntas que los usuarios hacen al museo.

La falta de un Community Manager es la causa de los deficientes resultados obtenidos en el análisis, pues el encargado de las redes sociales debería programar diferentes publicaciones para cada día, incluso que repitan en días alternos las mismas publicaciones es favorable pues, creas una mayor visibilidad y atención sobre esa noticia, y de ese modo consiguen captar la atención del usuario.

7. BIBLIOGRAFÍA

BELLIDO GANT, María Luisa, 2001. *Arte, museos y nuevas tecnologías*. Gijón: Trea

BOLAÑOS, María, 2008. *Historia de los museos en España: memoria, cultura, sociedad*. Gijón: Trea

CARRILLO, Jesus, 2004. *Arte en la red*. Madrid: Cátedra

CEA D'ACONA, M^a Ángeles, 2001. *Metodología cuantitativa, estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Síntesis

CELAYA, Javier, 2012. Hacia una cultura compartida. Más allá del marketing de museos en las redes sociales. *TELOS* [en línea], 90, pp. 106-107. [Consulta: 26/9/2016]. ISSN 0213-084X. Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012020111360001&id idioma=es>

CELAYA, Javier, 2011. Conexiones entre museos en las redes sociales, [en línea]. *Dosdoce.com*, núm. 16. [Consulta: 2/10/2016]. Disponible en: <http://www.dosdoce.com/2011/11/16/conexiones-entre-museos-en-las-redes-sociales/>

CORDERO, Patricia, 2009. Las redes sociales como enlace directo entre los museos y su público, [en línea]. *Slideshare* [Consulta: 6/2/2017]. Disponible en: <http://es.slideshare.net/lacordero/museos-20-las-redes-sociales-como-enlace-directo-entre-los-museos-y-su-pblico>

DEL RIO CASTRO, José Nicolás, 2011 Museos y redes sociales, más allá de la promoción, *REDMARKA*, núm. 7, pp. 111- 123. [Consulta: 29/9/2016]. ISSN-e 1852-2300. Disponible en:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4126657>

DEL RIO CASTRO, José Nicolás, 2012 Cronología crítica. Museos de arte en la Red. *TELOS* [en línea], núm 90, pp. 61-70. [Consulta: 25/9/2016]. ISSN 0213-084X. Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012013112140001&idoma=es>

ESPACIO VISUAL EUROPA, 2015. Museos: Referencias para la mejora de sus servicios. *Eve Museología más Museografía* [en línea]. [Consulta: 20/12/2016]. Disponible en: <http://evemuseografia.com/2015/06/10/museos-referencias-para-la-mejora-de-sus-servicios/>

ESTUDIO SEIJO, Web 1.0, Web 2.0 y Web 3.0 [en línea]. *Estudio Seijo* [Consulta: 18/1/2017]. Disponible en: <http://www.estudioseijo.com/noticias/web-10-web-20-y-web-30.htm>

GÓMEZ VILCHEZ, Soledad, 2012 Evaluación de preferencias y participación. Museos españoles y redes sociales. *TELOS* [en línea], núm. 90, pp. 79-86. [Consulta: 26/9/2016]. ISSN: 0213-084X. Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012013116530001&idoma=es>

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Francisca, 1994. *Manual de museología*. Madrid: Síntesis

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2016. Estadística de Museos y Colecciones Museográficas para el año 2014. [en línea]. Madrid: INE [Consulta: 12/03/2017]. Disponible en: [https://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/em/ano-2014/Estadistica de Museos y Colecciones Museograficas 2014.pdf](https://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/em/ano-2014/Estadistica_de_Museos_y_Colecciones_Museograficas_2014.pdf)

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, 2016. Estadísticas culturales. En: Anuario de Estadísticas Culturales 2016. [en línea]. Madrid: INE [Consulta: 12/03/2017]. Disponible en: [http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2016/Anuario de Estadísticas Culturales 2016.pdf](http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2016/Anuario_de_Estadisticas_Culturales_2016.pdf)

MARTÍN PRADAS, Juan, 2012. *Prácticas artísticas e internet en la época de las redes sociales*. Madrid: Akal

MARTÍNEZ PELÁEZ, Agustín.; OLIVA MARAÑÓN, Carlos y RODRIGUEZ RIBAS, Ana María; 2012 Interacción del público en un entorno visual. Comunicación interna y externa del museo Reina Sofía. *TELOS* [en línea], núm.90, pp. 71-78. [Consulta: 25/9/2016]. ISSN 0213-084X. Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012013116330001&id idioma=es>

MEDIAMUSEA MUSEOS, PATRIMONIO, CULTURA Y TECNOLOGÍA, 2014. La semana de los museos en Twitter. *MediaMusea* [en línea]. [Consulta: 27/3/2017]. Disponible en: <http://mediamusea.com/2014/03/12/la-semana-de-los-museos-en-twitter/>

QUIJANO PASCUAL, Mario; 2012 La revolución de los museos y las instituciones culturales. *TELOS* [en línea], núm. 90, pp. 55-60. [Consulta: 25/9/2016]. ISSN 0213-084X. Disponible en: <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2012013110230001&id idioma=es>

RUIZ OLABUÉNAGA, José Ignacio, 2012. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto

8. ANEXOS

ANEXO.1. ENLACES WEBS Y REDES SOCIALES DE LOS MUSEOS

“Centro Andaluz de Arte Contemporáneo”



Web: <http://www.caac.es/>

Facebook: <https://www.facebook.com/Centro-Andaluz-de-Arte-Contemporáneo-55534255215/>

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UC_SnOvWs6mG1T0qBGVsa0GQ

Google+: X

Instagram: X

Twitter: https://twitter.com/caac_sevilla

“Fundación NMAC Cádiz”



Web: <http://www.fundacionnmac.org>

Facebook: <https://www.facebook.com/Fundación-NMAC-140960919190/>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/difusionnmac>

Google+: X

Instagram: https://www.instagram.com/nmac_foundation/

Twitter: https://twitter.com/NMAC_ART

“IAACC”



Web: <http://www.iaacc.es/>

Facebook: <https://www.facebook.com/IAACCPERRANO>

YouTube: X

Google+: X

Instagram: <https://www.instagram.com/iaaccpabloserrano/>

Twitter: https://twitter.com/IAACC_PSERRANO

“Museo de BBAA de Oviedo”

MUSEO DE
BELLAS
ARTES DE
ASTURIAS

Web: <http://www.museobbaa.com/>

Facebook: <https://www.facebook.com/museobellasartesasturias>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/MuseoBellasArtes/>

Google+: X

Instagram: X

Twitter: <https://twitter.com/mbellasartestas>

“Museo de Arte Moderno y Contemporáneo de Cantabria”

MAS
MUSEO DE ARTE
MODERNO Y CONTEMPORÁNEO
DE SANTANDER Y CANTABRIA

Web: <http://www.museosantandermas.es/>

Facebook: <https://www.facebook.com/museoMASsantander>

YouTube: X

Google+: X

Instagram: X

Twitter: X

“Museo de Arte Contemporáneo de Hellín”

Web: <http://www.camposdehellinqr.com/index.php/hellinp/96-museo-de-arte-contemporaneo-castilla-la-mancha>

Facebook: X

YouTube: X

Google+: X

Instagram: X

Twitter: X

“Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León”

MUSAC Museo de
Arte Contemporáneo
de Castilla y León

Web: <http://musac.es/>

Facebook: <https://www.facebook.com/museomusac>

YouTube: <https://www.youtube.com/musacmuseo>

Google+: X

Instagram: X

Twitter: <https://twitter.com/musacmuseo>

“Museo de Arte Contemporáneo Esteban”

MUSEO
DE ARTE CONTEMPORANEO
ESTEBAN VICENTE

Web: <http://museoestebanvicente.es>

Facebook: <https://www.facebook.com/MuseoDeArteContemporaneoEstebanVicente/?ref=hl>

YouTube: X

Google+: X

Instagram: X

Twitter: <https://twitter.com/MuseoEVicente>

“Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona”

MAC
BA MUSEU
D'ART CONTEMPORANI
DE BARCELONA

Web: <http://www.macba.cat>

Facebook: <https://www.facebook.com/MACBA.Barcelona>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/MACBAwebmaster>

Google+: X

Instagram: X

Twitter: https://twitter.com/MACBA_Barcelona

“Museo de Arte Contemporáneo de Alicante”



Web: <http://www.maca-alicante.es/>

Facebook: <https://www.facebook.com/MACAAlicante/>

YouTube: <https://www.youtube.com/channel/UCC15Kkni980ro0WzP81AiVQ>

Google+: <https://plus.google.com/118379039441781381967/posts>

Instagram: <https://www.instagram.com/macaalicante/?ref=badge>

Twitter: X

“IVAM”



Web: <https://www.ivam.es/>

Facebook: <https://www.facebook.com/gvaIVAM>

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCAwyt1_MtPkdCOL427Lsm6w

Google+: X

Instagram: https://www.instagram.com/gva_ivam/

Twitter: https://twitter.com/gva_IVAM

“Museo Extremeño de Arte Contemporáneo”



Web: <http://meiac.es>

Facebook: <https://www.facebook.com/MuseoMEIAC>

YouTube: X

Google+: X

Instagram: X

Twitter: <https://twitter.com/museomeiac>

“Centro Gallego de Arte Contemporáneo”



CENTRO GALEGO DE ARTE CONTEMPORÁNEA

Web: <http://cgac.xunta.gal/>

Facebook: <https://www.facebook.com/CGACSantiago>

YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCp_fAeBsGNzAvau5qcwF25A

Google+: X

Instagram: X

Twitter: https://twitter.com/cgac_santiago

“Museo de Arte Contemporáneo de Coruña”



Web: <http://www.mac.gasnaturalfenosa.com/>

Facebook: <https://www.facebook.com/gasnaturalfenosa.mac>

YouTube: X

Google+: X

Instagram: X

Twitter: X

“Museo Würth”



Web: <http://www.museowurth.es/>

Facebook: <https://www.facebook.com/museowurthlarioja>

YouTube: X

Google+: <https://plus.google.com/106987962063997849837>

Instagram: X

Twitter: <https://twitter.com/museowurth>

“Museo Municipal de Arte Contemporáneo de Madrid”

Web: <http://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Cultura-ocio-y-deporte/Actividades-y-eventos/Museo-de-Arte-Contemporaneo?vgnextfmt=default&vgnextoid=d6b0744554b6b010VgnVCM10000d90ca8c0RCRD&vgnnextchannel=6381f073808fe410VgnVCM2000000c205a0aRCRD>

Facebook: <https://www.facebook.com/MACCondeDuque/>

YouTube: X

Google+: X

Instagram: X

Twitter: <https://twitter.com/MACCondeDuque>

“Museo Reina Sofía”



Web: <http://www.museoreinasofia.es/>

Facebook: <https://www.facebook.com/museoreinasofia>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/museoreinasofia>

Google+: X

Instagram: X

Twitter: <https://twitter.com/museoreinasofia>

“Centro de Arte Contemporáneo de Huarte”

centro de arte contemporáneo

Huarte

Web: <http://www.centrohuarte.es/>

Facebook: <https://www.facebook.com/centro.huarte>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/Centrohuarte>

Google+: X

Instagram: X

Twitter: <https://twitter.com/centrohuarte>

“Artium Vitoria”



Web: <http://www.artium.org/es/>

Facebook: <https://www.facebook.com/ARTIUM-Centro-Museo-Vasco-de-Arte-Contemporáneo-57260392808/>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/artium02>

Google+: X

Instagram: X

Twitter: <https://twitter.com/ARTIUMVitoria>

“Fundación la Casa pintada Murcia”

Web: <http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=a,86,c,371,m,1071&r=CeAP-1115-PORTADA CENTRO AMPLIADO>

Facebook: <https://www.facebook.com/FCP-Fundación-Casa-Pintada-563252840384937/>

YouTube: X

Google+: X

Instagram: X

Twitter: <https://twitter.com/FCPCasaPintada>