



Trabajo Fin de Grado

ACTIVIDADES EN LOS MUSEOS PARA FOMENTAR
EL INTERÉS POR LA CULTURA EN LOS JÓVENES:
EL CASO DE LA CIUDAD DE ZARAGOZA

ACTIVITIES IN MUSEUMS TO ENCOURAGE INTEREST IN
CULTURE AMONG YOUNG PEOPLE: THE CASE OF THE CITY
OF ZARAGOZA

Autor/es

Azahara Anula Ruiz De Eguilaz

Director/es

Manuel Medrano Marqués

Facultad Filosofía y Letras /Universidad de Zaragoza/ 2021

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE DEL TRABAJO.....	5
3. MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL	9
3.1. Marco teórico	9
3.2. Marco contextual: el consumo cultural en la ciudad de Zaragoza	11
4. METODOLOGÍA	15
4.1. Objetivos	15
4.2. Tipo de investigación.....	15
5. ANÁLISIS DE DATOS: EVALUACIÓN DE LAS INICIATIVAS DEL AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA PARA ATRAER A LOS JÓVENES A LA CULTURA MUSEÍSTICA (2012-2021).....	19
5.1. Introducción.....	19
5.2. Las visitas guiadas a los museos arqueológicos municipales.....	19
5.3. El concurso #Cambia el museo.....	22
5.4. El enigma Gargallo.....	24
5.5. El Proyecto Rompepuertas.....	25
6. CONCLUSIONES.....	28
7. WEBGRAFÍA Y BIBLIOGRAFÍA.....	30

RESUMEN

En España, los adolescentes que cursan la ESO, el Bachillerato o los ciclos formativos de FP tienen ocasión de experimentar una gran variedad de iniciativas de educación patrimonial en el ámbito de la formación reglada. En cambio, cuando terminan la enseñanza media e inician otra etapa, la abundancia de iniciativas y experiencias se difumina. Son escasos los programas dirigidos a un público joven, lo cual supone, en la práctica, una interrupción de la educación patrimonial de los jóvenes. En este contexto, un número cada vez mayor de instituciones museísticas están emprendiendo iniciativas que consigan atraer y fidelizar al público joven. Estas actividades son muy diversas: además de mejorar la experiencia de la visita, buscan promover nuevas formas de interacción entre este público y el patrimonio que albergan los museos, mientras que otras pretenden que los jóvenes influyan en la planificación de estas instituciones a largo plazo. Esta situación hace necesario desarrollar técnicas de análisis y evaluación de las iniciativas que se están desarrollando, con el fin de determinar en qué aspectos pueden mejorarse. Partiendo de reflexiones teóricas reciente, el presente trabajo propone una rúbrica que permite la evaluación de las actividades que los museos dirigen a los jóvenes; además, la aplica a las iniciativas promovidas por el Ayuntamiento de Zaragoza (España), las cuales tienen una orientación claramente innovadora.

PALABRAS CLAVE: jóvenes, museos, Zaragoza, actividades.

ABSTRACT

In Spain, secondary school students have the opportunity to experience a wide variety of heritage education initiatives in the field of formal education. On the other hand, when they finish secondary education and start another stage, the abundance of initiatives and experiences becomes more diffuse. There are few programmes aimed at young people, which means, in practice, that heritage education for young people is interrupted. In this context, an increasing number of museum institutions are undertaking initiatives to attract and retain young audiences. These activities are very diverse: in addition to enhancing the visitor experience, they seek to promote new forms of interaction between young people and the heritage housed in museums, while others aim to influence the long-term planning of these institutions. This situation makes it necessary to develop techniques of analysis and evaluation of the initiatives that are being developed, in order to determine where they can be improved. Based on recent

theoretical reflections, this paper proposes a rubric that allows the evaluation of the activities that museums address to young people; moreover, it applies it to the initiatives promoted by the City Council of Zaragoza (Spain), which have a clearly innovative orientation.

KEYWORDS: young people, museums, Zaragoza, activities.

1. INTRODUCCIÓN

Siempre he tenido un gran interés en los museos, tanto en la manera en que se organizan, como en sus estrategias para atraer al público. Asimismo, a lo largo de mis años de estudios universitarios estuve trabajando con jóvenes en actividades de ocio y tiempo libre, lo que despertó en mí un interés por unir ambos conceptos.

Este tipo de actividades pueden y tienen cabida en el ámbito museístico, con el objetivo de acercar la cultura a la juventud y despertar el interés de esta por la cultura y el conocimiento. Desde niña me han interesado la historia y el arte y siempre he disfrutado de las visitas a los museos; sin embargo también he sido testigo de la falta de interés hacia ellos por gran parte de mi generación.

Recuerdo hacer excursiones en el instituto, a diferentes museos y lugares de interés cultural (el castillo de Loarre, el Museo Diocesano de Jaca, el Museo Pablo Gargallo...). Sin embargo, para muchos de mis compañeros el único interés en estas actividades era el hecho de perder las clases de ese día; por lo demás, todo eran suspiros y aburrimiento. ¿Por qué no compartían mi interés? Ciertamente, algunas de esas excursiones eran aburridas: un profesor dando una clase normal pero fuera del aula.

Cuando entré en la universidad, pude comprobar cómo de igual manera el visitar museos o exposiciones no entraba en los planes de parte de mis compañeros, aunque el interés era mayor que antes.

Tras participar en un curso de museología y trabajar realizando actividades de ocio y tiempo libre, me di cuenta de que la manera de acercarse a los jóvenes estaba cambiando, de forma que los museos buscan cada vez más atraer a este grupo de edad y

despertar su interés con mayor o menor éxito; en mi caso, esto logró no solo renovar mi interés por visitar los museos, sino también despertar otros nuevos: descubrir si los jóvenes están o no interesados en visitar museos u otros lugares de interés cultural; la razón detrás de ello; y qué tipo de métodos y actividades realizan estos lugares a fin de atraer a la juventud hacia ellos.

2. JUSTIFICACIÓN Y ALCANCE DEL TRABAJO

En los años 60 del pasado siglo comenzó a desarrollarse la llamada Nueva Museología, promovida y teorizada por el francés Georges-Henri Rivière (1985, 1993). Partía de una crítica a la institución museística, a la que acusaba de estar orientada al adoctrinamiento, la erudición y las élites culturales. Frente a esto, se pretendía replantear completamente el concepto de museo, con el fin de que expresara la identidad cultural de las sociedades locales y diera cabida a cualquier forma de arte. De este modo, esta tendencia estableció nuevos principios para la institución museística: democracia cultural, comunidad, territorio, concienciación, sistema abierto e interactivo, diálogo entre sujetos y multidisciplinariedad (Maure, 1996), lo cual supuso “una fuerte sacudida a los cimientos de la museología” (Díaz Balerdi, 2008, p. 55). Sin embargo, aunque los principios mencionados se asumen retóricamente, en la práctica el poder público sigue detentando el monopolio en la producción de contenidos (Arrieta Urtizberea, 2008).

A pesar de ello, las cuestiones que planteó la Nueva Museología permanecen abiertas, si bien en un contexto diferente. La institución museística se sigue enfrentando al reto de dejar de ser percibidas como elitistas y de superar la distancia entre las llamadas “alta cultura” y la “cultura popular”. Es una tarea llena de dificultades, de forma que las inversiones realizadas suelen dar resultados inferiores a los esperados. Un caso de interés en este sentido es el del parisino Museo del Louvre, que ha llevado a cabo una activa política para ampliar su público, que incluye el establecimiento de tarifas económicas en ciertos días. Haciendo balance de los resultados obtenidos, Françoise Benhamou decía lo siguiente en una entrevista realizada en 2018:

“De la aplicación que se ha hecho hasta ahora, sacaría tres conclusiones: la primera es que, si ya es difícil atraer a familias con niveles de educación bajos y poco acostumbradas por su entorno familiar a visitar

lugares culturales, aún es más difícil conseguir que vuelvan: el gran desafío es convertir al visitante primerizo en un usuario fiel. La segunda es que el precio desempeña solo un papel marginal: los museos gratuitos no han servido para cambiar el perfil de los visitantes. Y la tercera conclusión es que las iniciativas que llevan a cabo las escuelas son cruciales. No me refiero solo a las visitas escolares, sino al hecho de introducir el aprendizaje de las artes a través de la participación de artistas o escritores en las actividades escolares” (Observatorio Social de La Caixa, 2020, s.p.)

Ante esto, los museos han entrado en una dinámica de renovación de sus perspectivas y de sus objetivos, hasta el punto de que podría hablarse de un nuevo paradigma museístico (Zavala, 2006). A este respecto, tiene especial interés la caracterización del mismo propuesta por el citado autor mexicano, en contraposición con el “paradigma tradicional” (ver tabla 1).

Paradigma tradicional	Paradigma emergente
1. El museo es un apoyo que complementa la educación formal.	1. El museo ofrece una experiencia educativa independiente de la educación formal.
2. El objetivo de la visita es la obtención de conocimientos.	2. El objetivo de la visita es múltiple y distinto en cada experiencia concreta.
3. Lo esencial de una exposición es su contenido.	3. Lo esencial de una exposición es el diálogo que se produce entre el contexto del visitante y la experiencia de visita.
4. El museo aspira a presentar el significado natural de las cosas.	4. El museo debe mostrar el contexto social que produce el significado.

5. Las exposiciones aspiran a la objetividad.	5. El museo debe dar cabida a la subjetividad y la intersubjetividad.
6. La experiencia educativa se produce al ofrecer al visitante una representación del mundo clara y convincente.	6. La experiencia educativa se produce cuando el visitante satisface sus expectativas rituales y lúdicas durante la visita.
7. La experiencia educativa durante la visita se reduce a la visión y el pensamiento.	7. La experiencia educativa durante la visita involucra las emociones y las sensaciones corporales.
8. La experiencia educativa se apoya en la autoridad de los expertos.	8. La experiencia educativa se apoya en la participación activa del visitante.
9. El museo es una ventana para conocer otras realidades.	9. El museo ofrece al visitante la construcción particular de una realidad simbólica autónoma.
10. La experiencia museográfica consiste en recorrer la exposición dentro del museo.	10. La experiencia museográfica consiste en dirigir una mirada museográfica a cualquier espacio natural o social.

Fuente: Zavala (2006, pp. 131-132)

El desarrollo de este nuevo paradigma está en pleno desarrollo, de forma que las iniciativas innovadoras se multiplican. Sin embargo, un grupo parece recibir especial atención: el de los jóvenes, de forma que se realizan eventos específicos que desembocan en publicaciones (Pérez Santos et al, 2020) y, lo que es más importante, las instituciones museísticas adoptan cada vez más continuamente iniciativas dirigidas a los jóvenes (Ajenjo y Rodríguez, 2020).

Ello resulta llamativo, pues, como se señala en la introducción del volumen *Conociendo a todos nuestros públicos. Los jóvenes y los museos*, “los jóvenes con edades comprendidas entre los 15 y los 19 años son los que acuden con más frecuencia, seguidos por los de 20 a 24, según los resultados de la *Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2018-2019* (Pérez Santos, 2020a, p. 7). Sin duda, en el primero de ambos tramos de edad influyen las visitas que tienen lugar en el marco de la ESO, el bachillerato y los ciclos formativos de FP. Pero en el tramo de 20 a 24, los jóvenes han dejado la enseñanza media, por lo que las visitas se hacen de forma voluntaria. ¿Por

qué entonces los museos prestan una especial atención a los jóvenes? Se ha apuntado en a este respecto (Pérez Santos, 2020a, p. 7) que entre los 25 y los 34 años los museos se visitan menos que en otras etapas posteriores, como de 35 a 44 o de 45 a 54, al menos según la encuesta de hábitos culturales antes citada. De este modo, los jóvenes se familiarizan con los museos a partir de los 15 años, pero esta práctica patrimonial va descendiendo hasta los 35 años, momento en el cual vuelve a subir. En ello podría influir, según la autora citada el propio ciclo vital: la incorporación al mundo laboral, la salida del domicilio paterno, la formación de la propia familia, etc. (Pérez Santos, 2020a, p. 7).

Sin embargo, los museos actúan como si el público juvenil fuera el más alejado de los museos. ¿A qué se debe esto? El hecho de que sea un público de importancia estratégica sin duda influye: es necesario fidelizar a este sector del público, con el fin de asegurar que en el futuro la institución va a seguir recibiendo visitantes (Pérez Santos, 2020a, p. 7).

Sin embargo, cabe plantear una interpretación complementaria: la cultura juvenil es vista como un mundo alternativo que cuestiona la visión de la cultura en términos de patrimonio heredado del pasado que es preciso conservar de cara a las futuras generaciones. El museo ha ejercido tradicionalmente esa función. Sin embargo, desde los tiempos de la Nueva Museología se asiste a lo que Ariño (2020, s.p.) llama “patrimonialización de la cultura”. Consiste en dar valor patrimonial a la cultura entendida como identidad de un grupo o colectividad. Esto afecta a la institución museística, puesto que “el patrimonio no se define ya única y principalmente desde arriba, ni exclusivamente desde los expertos, sino mediante cooperación y negociación entre una pluralidad de actores (Ariño, 2020, s.p.). En este contexto, las actividades actuales de los museos para atraer al público joven pueden considerarse una estrategia para que aquel considere al museo como parte de su propia identidad. De este modo, las instituciones museísticas dejan de adoptar una actitud de superioridad intelectual para entrar en diálogo abierto con la identidad cultural de grupos específicos de público.

En consecuencia, analizar las acciones de los museos dirigidas a los jóvenes es una ventana privilegiada a la política actual de una parte significativa de las instituciones museísticas, en la dirección de esta patrimonialización de la cultura. Eso es lo que

justifica la presente investigación, centrada en las iniciativas emprendidas por el Ayuntamiento de Zaragoza entre 2012 y el momento presente, con el fin de atraer a los jóvenes de la ciudad a la cultura museística de la ciudad.

3. MARCO TEÓRICO Y CONTEXTUAL

3.1. Marco teórico

Entre el 12 y el 23 de diciembre de 2017 se desarrolló el *Encuentro sobre Jóvenes en Museo*, organizado por el Ministerio de Cultura y Deporte. Las intervenciones fueron publicadas en el libro titulado *Conociendo a todos nuestros públicos. Los jóvenes y los museos* (Pérez Santos et al, 2020). En este volumen encontramos dos elementos de gran interés que servirán como marco teórico del presente trabajo: los criterios generales a tener en cuenta para implicar a los jóvenes y adolescentes en la cultura museística (Pérez Santos, 2020b, pp. 42-51) y una clasificación de los tipos de iniciativas que se están desarrollando en función de su alcance y objetivos (Ajenjo y Rodríguez, 2020, pp. 30-41).

En relación con los primeros, son de particular importancia, pues servirán de base para la evaluación de las acciones del Ayuntamiento de Zaragoza dirigidas a acercar a los jóvenes a la cultura museística. Según Pérez Santos, este tipo de iniciativas han de basarse en el siguiente conjunto de criterios:

- 1) Empoderamiento: la iniciativas han de estar orientadas a “hacer que los adolescentes sean autónomos y voluntarios, actores en sus vidas y de la sociedad, invitándolos a jugar roles relevantes en un museo que les permita hacerlo” (Pérez Santos, 2020b, p. 49).
- 2) Participación: El museo deben fomentar el uso de fórmulas que permitan la participación activa, tales como “usar preguntas abiertas, proponer temas de discusión, animar a explorar el museo mediante el uso de un enfoque personal, alentar a explicar las primeras reacciones a los objetos, etc.” (Pérez Santos, 2020b, p. 49).

- 3) Socialización: En sus iniciativas educativas dirigidas a los jóvenes, el museo ha de dar prioridad a aquellas actividades que fomenten “la interacción, el intercambio, los debates y la discusión entre iguales” (Pérez Santos, 2020b, p. 49).
- 4) Experimentación: Los museos deben promover actividades para jóvenes “que propicien el desarrollo del pensamiento divergente, que difiere del pensamiento convergente que domina la escuela” (Pérez Santos, 2020b, p. 49).
- 5) Diversión: en el marco de la institución museística, el disfrute y la diversión han de convertirse “en un componente esencial de las actividades dirigidas a jóvenes y adolescentes” (Pérez Santos, 2020b, p. 49).
- 6) Afirmación de identidad: es algo que afecta sobre todo a los adolescentes, que sienten como uno de sus problemas la falta de consideración social hacia su identidad y sus manifestaciones culturales. Ante esta situación, los museos han de abrirse a “incorporar parte de esta cultura en los museos, crear conexiones con los objetos que impliquen a los jóvenes y les planteen aspectos esenciales de sus vidas” (Pérez Santos, 2020b, p. 49).
- 7) Estructuración versus libertad: para lograr un acercamiento efectivo entre los jóvenes y la institución museística, es preciso que las actividades sean reguladas normativamente, pero, con el fin de dar autonomía a adolescentes y jóvenes, “estas normas no deben ser demasiado rígidas y, sobre todo, deben permitir cierta libertad de acción” (Pérez Santos, 2020b, p. 49).
- 8) Producción de contenidos: los jóvenes crean continuamente contenidos a través de las redes sociales, por lo que el museo no puede obviar esto, de modo que “los contenidos coproducidos deben tener un papel central en la actividad” (Pérez Santos, 2020b, p. 49).
- 9) Comunidades de intereses: para los jóvenes y adolescentes compartir intereses es una oportunidad para hacer amigos, pero también una ocasión para participar en una comunidad que “puede ser entretenida y refuerza la identidad cultural” (Pérez Santos, 2020b, p. 49).

10) Tecnología: Finalmente, las actividades de los museos han de tener presente que la tecnología es parte esencial de la vida de los jóvenes. Por esa razón, estas instituciones deben “lograr que los adolescentes se apropien del espacio del museo desde perspectivas novedosas” (Pérez Santos, 2020b, p. 49).

Por otra parte, Ajenjo y Rodríguez (2020, pp. 30-41) proponen una interesante clasificación de las iniciativas para jóvenes que se están desarrollando los museos en los países europeos y en Estados Unidos. Según estas autoras, tales iniciativas pueden encuadrarse en tres grupos: estratégico, táctico y público.

a) Nivel estratégico: En este nivel, los jóvenes se implican en la estructura de la institución a largo plazo, influyendo en algunos casos en la definición de los planes del museo. Algunas prácticas propias de este nivel serían, por ejemplo, el Grupo de Asesores Adolescentes del Museo Metropolitano de Nueva York o los patrones menores de 30 años en las principales instituciones culturales de Reino Unido (Ajenjo y Rodríguez, 2020 p. 34)

b) Nivel táctico: hace referencia a las opciones innovadoras que se ofrecen a los usuarios jóvenes para relacionarse con el museo. Así por ejemplo, el Studio 13/16 del Centro Pompidou de París es un espacio permanente de libre acceso en el que se desarrollan eventos y talleres con artistas y los jóvenes tienen a su disposición de una colección de objetos y películas DIY (*Do It Yourself*) para que elaboren sus propias creaciones (Ajenjo y Rodríguez, 2020 p. 34).

c) Nivel público: en este nivel el usuario toma contacto con la institución museística a través de la visita. Lógicamente, esta forma de relacionarse con el museo es la que tiene más tradición, pero admite una gran margen de innovación, a través del uso imaginativo de las nuevas tecnologías como vehículo para interpretar el patrimonio. Por otra parte, la visita puede concebirse de un modo distinto al tradicional, introduciendo en ella componentes lúdicos que impliquen de forma activa al usuario.

3.2. Marco contextual: el consumo cultural en la ciudad de Zaragoza

Como se ha dicho anteriormente, el presente trabajo se centra en las iniciativas emprendidas por el Ayuntamiento de Zaragoza para atraer a los jóvenes a los museos de la capital aragonesa. En consecuencia, es necesario caracterizar, aunque sea brevemente, las características del consumo cultural y las prácticas patrimoniales en esta ciudad. Para hacer esto, el recurso más idóneo son los datos estadísticos acerca de esta cuestión. Sin embargo, ello no resulta fácil, pues las operaciones del Instituto Nacional de Estadística sobre este tema (*Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España y Anuario de Estadísticas Culturales*) no proporcionan datos del nivel municipal, sino que se limitan al nacional y el autonómico. Ambas fuentes serían de interés y utilidad si el presente trabajo tuviera como ámbito la comunidad autónoma de Aragón en lugar de la ciudad de Zaragoza.

Sin embargo, existe un estudio que sí tiene ámbito municipal, si bien no es reciente. Se trata de la *Encuesta sobre hábitos de cultura en la ciudad de Zaragoza*, elaborada por la empresa Euro NetResearch en 2009, por encargo del Observatorio de la Cultura del Ayuntamiento de Zaragoza. El estudio se hizo con el objetivo, entre otros, de “determinar el nivel de conocimiento y valoración de Zaragoza como Capital Europea de la Cultura 2016, tanto por parte de los zaragozanos como por parte del resto de España” (Observatorio de la Cultura, 2009, s.p.).

En consecuencia, se hicieron dos encuestas: una centrada en la ciudad y otra de ámbito nacional. En relación con la primera, cabe decir que el universo estuvo formado por “hombres y mujeres mayores de 18 años residentes en Zaragoza”. (Observatorio de la Cultura, 2009, s.p.). Se entrevistó a 300 personas en noviembre de 2009 a través de un cuestionario *on line* autoadministrado. Por otra parte, la muestra estuvo compuesta por 151 personas de entre 18 y 40 años y 149 de 40 años y más.

En cuanto a la encuesta de ámbito nacional, el universo consistió en “hombres y mujeres mayores de 18 años, residentes en ciudades del resto de España” (Observatorio de la Cultura, 2009, s.p.). Se entrevistó a 405 personas, también en noviembre de 2009. Al igual que en el caso anterior, se utilizó un cuestionario *on line* autoadministrado. En relación con la composición de la muestra, el documento especifica dos grandes grupos: 202 personas de entre 18 y 40 años y 203 de 40 años y más.

Los resultados más relacionados con el presente trabajo son de dos tipos: por un lado, los datos obtenidos en relación con el ítem “museos, monumentos y archivos”: tiempo transcurrido desde la última visita y motivos por los que el encuestado no acude con mayor frecuencia a museos (tablas 2 y 3). Por otro lado, aparece un resultado en el que sí se discrimina entre los dos grandes grupos de edad: la valoración de la oferta cultural (tabla 4) (Observatorio de la Cultura, 2009, s.p.).

Tabla 2.

Museos, monumentos y archivos. Tiempo transcurrido desde la última visita.

		En el último trimestre (%)	En el último año (%)	Hace más de un año (%)	Nunca o casi nunca (%)
Visitaste un monumento	Nacional	51,90	29,40	14,6	4,2
	Zaragoza	51	27,30	17	4,7
Visitaste un museo	Nacional	41,20	29,40	24,2	5,2
	Zaragoza	34,30	26,30	32,3	7
Visitaste una exposición/galería de arte	Nacional	32,80	26,70	29,6	10,9
	Zaragoza	34,70	25,70	28	11,7
Visitaste un yacimiento arqueológico	Nacional	21,20	30,40	35,30	13,10
	Zaragoza	20,70	24,70	41	13,70

Fuente: Observatorio de la Cultura (2009, s.p.)

Tabla 3.

Motivos por los que no acude con mayor frecuencia a museos

	Zaragoza (%)	Nacional (%)
La información es escasa	40	33,10
El precio es caro	26	37,80
La programación temporal es poco atractiva	23,70	16,30
No me interesan los museos en general	20,70	10,90
El horario es limitado	19	30,60
Lo que se expone ya lo he visitado	15,30	14,10

Otros motivos	13,30	17
----------------------	-------	----

Fuente: Observatorio de la Cultura (2009, s.p.)

Tabla 4.

Valoración de la oferta cultural de Zaragoza.

	Zaragoza	Hombre	Mujer	18 a 39 años	40 años y más
Muy buena	1,7	0,7	2,70	1,3	2
Buena	37	35,3	38,70	35,10	38,90
Regular	50,3	52,70	48	51	49,70
Mala	9	10	8	9,90	8,10
Muy mala	2	1,3	2,70	2,60	1,30

Fuente: Observatorio de la Cultura (2009, s.p.)

De estos resultados cabe destacar las siguientes observaciones:

- a) Al menos a la altura de 2009, la visita al museo es más esporádica en Zaragoza que en el conjunto de España.
- b) Los zaragozanos tienen una imagen de los museos más negativa que en el conjunto de España, pues consideran en mayor medida que la información es escasa y la programación temporal es poco atractiva. Además, se aprecia un mayor grado de desinterés general por los museos (20,70 % frente al 10,90 %).
- c) En el tramo de edad comprendido entre 18 a 40 se observa una tendencia a valorar peor la oferta cultural de la ciudad que entre las personas de 40 años y más. Una mayor desagregación de los tramos de edad habría permitido saber si entre los menores de 30 años la valoración es más negativa.

Así pues, en el momento de realizar esta encuesta, el año 2009, el grado de satisfacción de los zaragozanos con los museos de la ciudad era inferior al del conjunto de España. Asimismo, una parte significativa de la población apenas se relacionaba con estas instituciones. Por otra parte, en lo que respecta a la valoración de la oferta cultural de Zaragoza, se detecta una tendencia del público más joven a valorarla negativamente.

4. METODOLOGÍA

4.1. Objetivos

El objetivo general del presente trabajo es evaluar las actividades desarrolladas por el Ayuntamiento de Zaragoza con el fin de acercar los jóvenes a los museos de la ciudad, entre 2012 y 2021.

En cuanto a los objetivos específicos, son los que se indican a continuación:

- a) Proponer una rúbrica que sirva para la evaluación de las actividades de las instituciones museísticas orientadas a atraer a los jóvenes.
- b) Desarrollar una reflexión teórica en torno a la función educativa de los museos en relación con el público joven.

4.2. Tipo de investigación

La metodología que se va a aplicar en este trabajo puede encuadrarse en el campo de la Evaluación Educativa, pues las actividades que se exponen y evalúan son de carácter educativo, incluso en el caso de las más innovadoras. Inicialmente, la evaluación en el ámbito educativo estaba restringida al aprendizaje y el rendimiento de los alumnos. Sin embargo, el concepto de Evaluación se ha ampliado enormemente como consecuencia de su desarrollo histórico. De este modo, en la actualidad toda actividad educativa es susceptible de evaluación y por tanto es evaluación educativa (García Ramos, 1999).

A este respecto, García Ramos (1999, p. 199) señala que se han propuesto dos tipos de definiciones. Algunos autores van en la línea de la evaluación de productos educativos individuales, mientras que otros van en la línea de la evaluación de programas (*evaluation*). Por último, otras definiciones tratan de abarcar ambos conceptos (García Ramos, 1999, p. 199).

Este trabajo puede incluirse dentro de la segunda de las líneas reseñadas. En ella una de las técnicas de evaluación más usadas actualmente es la rúbrica. Cano la describe del modo siguiente:

“una matriz de valoración que incorpora en un eje los criterios de ejecución de una tarea y en el otro eje una escala y cuyas casillas interiores están repletas de texto [...]. En cada casilla de la rúbrica se describe qué tipo de ejecución sería merecedora de ese grado de la escala” (Cano, 2015, p. 266).

En el ámbito educativo se ha extendido el uso de la rúbrica en la evaluación de programas, pero, como señala Cano (2015, p. 268), “la rúbrica puede utilizarse para comportamientos observables (en simulaciones, en prácticas de laboratorio, en exposiciones,...) o para evaluar trabajos (proyectos, monografías, ensayos...)”.

Sin embargo, lo más relevante de una rúbrica es lo que señalan Torres y Perera:

“La rúbrica tiene un doble valor en el uso que le damos cuando trabajamos con ella en nuestra práctica educativa. De una parte, es una herramienta de evaluación que debe entenderse en un contexto diferente al de la evaluación convencional. La rúbrica no sólo pretende evaluar los conocimientos del alumnado, sino que, además, debe servir como herramienta de reflexión que le permita tomar conciencia de lo aprendido.” (Torres y Perera, 2010, p. 148).

Si trasladamos esta reflexión al ámbito de la evaluación de actividades educativas realizadas por instituciones museísticas, puede decirse que la rúbrica es una herramienta de gran utilidad para ellas, en la medida en que les sirve para explicitar los supuestos y criterios que rigen sus actuaciones para atraer a los jóvenes o a cualquier tipo de público. De este modo, los museos pueden ir más allá de emprender iniciativas: pueden llegar a evaluar el desempeño de las mismas y tomar decisiones para una mejora futura. Así, en el caso del presente trabajo, se trata de evaluar la capacidad de llegar a los jóvenes de las actividades didácticas y participativas que ha desarrollado el Ayuntamiento de Zaragoza entre 2012 y 2021.

Para ello, partiremos de los criterios generales expuestos recientemente por Pérez Santos (2020, p. 49) en relación con la implicación a los jóvenes y adolescentes en la cultura museística: fomento de la autonomía y el empoderamiento, participación, socialización, experimentación, diversión, afirmación de identidad, normas flexibles, producción de contenidos, comunidades de intereses y tecnología.

De estos criterios, dos de ellos (diversión y afirmación de identidad) pueden considerarse un resultado más que un criterio propiamente dicho. Por otra parte, los criterios “experimentación” y “producción de contenidos” tienen un contenido casi idéntico, por lo que cabe fusionarlos en uno solo. Lo mismo cabe hacer en el caso de “socialización” y “comunidades de intereses”. Tras estas operaciones se obtiene la siguiente rúbrica:

Tabla 5.

Rúbrica para la evaluación de actividades de los museos dirigidas a jóvenes.

	Deficiente (1)	Correcto (3)	Bien (6)	Excelente (9)	Evaluación y puntuación
Autonomía y empoderamiento	Los jóvenes no tienen ningún rol especial, más allá de ser destinatarios de la actividad	La actividad está dirigida por personal del museo y los jóvenes tienen un papel subsidiario	La actividad está dirigida por personal del museo, pero se cede protagonismo a los jóvenes en algunos aspectos	La actividad es gestionada por los propios jóvenes	
Participación	No hay actividades participativas para los jóvenes	La actividad incluye una actividad participativa	La actividad incluye más de una actividad participativa	La actividad está basada en la participación de los jóvenes	
Socialización +	La actividad	La actividad	La actividad	La actividad	

comunidades de intereses	no incluye foros que permitan la socialización	incluye un foro de socialización a través de una red social	incluye la posibilidad de socialización e interacción en persona	incluye la interacción en persona y a través de redes sociales	
Producción de contenidos Experimentación	La actividad no permite la producción de contenidos	La actividad permite la experimentación <i>on line</i>	La actividad permite la producción de contenidos y la experimentación en el museo	Múltiples actividades de producción de contenidos y experimentación, tanto <i>on line</i> como en el museo	
Normas flexibles	La actividad se regula por un reglamento rígido	La actividad se regula por un reglamento rígido, pero algunos aspectos se aplican de forma flexible	La actividad se regula por normas flexibles definidas por el museo	La actividad se regula por normas consensuadas entre los participantes que se aplican de forma flexible	
Tecnología	La tecnología está ausente de la actividad	El usuario puede informarse de la actividad a través de un sitio web o una aplicación móvil	El usuario puede acceder y participar en la actividad a través de un sitio web o una aplicación móvil	La tecnología forma parte esencial de la propia actividad.	
Puntuación total					

5. ANÁLISIS DE DATOS: EVALUACIÓN DE LAS INICIATIVAS DEL AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA PARA ATRAER A LOS JÓVENES A LA CULTURA MUSEÍSTICA (2012-2021)

5.1. Introducción

En el momento actual, el Ayuntamiento de Zaragoza se muestra especialmente activo en el desarrollo de iniciativas que atraigan a los jóvenes a la cultura museística. Cabe destacar que estas iniciativas operan en los tres niveles definidos por Ajenjo y Rodríguez (2020): público, nivel táctico y nivel estratégico. De este modo, las iniciativas recientes pueden clasificarse en tres grupos:

- a) Iniciativas centradas en fomentar la visita, utilizando diversas formas de interpretación: en este apartado puede agruparse las actividades didácticas destinados a los alumnos de los diversos niveles de educación o universitaria.
- b) Iniciativas en el nivel táctico, es decir, que permiten formas de relación alternativa con la institución que implique el protagonismo de los participantes jóvenes. En este apartado puede incluirse dos iniciativas: las dos ediciones de #Cambia el Museo y El Enigma Gargallo, que propone la resolución de un misterio.
- c) Iniciativas que operan a la vez en el nivel público, en el táctico y en el estratégico: Es el caso del Proyecto Rompepuertas. Así se afirma al menos en un documento de este proyecto, en el que se afirma explícitamente que la iniciativa pretende operar en los tres niveles (Equipo Rompepuertas, s.f.)

5.2. Las visitas guiadas a los museos arqueológicos municipales

Zaragoza dispone de varios museos arqueológicos municipales: Museo del Foro, Museo del Teatro, Museo del Puerto Fluvial y Museo de las Termas Públicas. En torno a ellos el Ayuntamiento oferta a visitas guiadas para alumnos de todos los niveles de la educación no universitaria, con el objetivo de acercar a los alumnos al aprecio y el conocimiento del patrimonio arqueológico de Zaragoza (Ayuntamiento de Zaragoza, s.f.). Entre ellos, la atención se centrará en aquellas actividades en la que participan tanto alumnos de Bachillerato como de ciclos formativos de FP: “Entre tres aguas”, “¡Abajo el telón!” y “Si las piedras hablarán” (Ayuntamiento de Zaragoza, 2018a, 2018b y 2018c).

El planteamiento metodológico es común a las tres actividades. Se pretende que tengan un marcado carácter participativo, a través de la interacción con el monitor, lo que implica la preparación previa en clase. Por otra parte, se busca captar la atención y el

interés a través de la sorpresa, para lo cual se usan reproducciones de objetos. El sentido general de esta metodología queda bien claro en el siguiente párrafo:

“Entendemos que ayudar a interpretar, bien sean unos restos arqueológicos o una obra de arte, es mucho más que informar; es poner en relación la experiencia del mundo de los alumnos con lo que están viendo, se parte de lo que ya conocen para lograr un aprendizaje verdaderamente significativo” (Ayuntamiento de Zaragoza, 2018a, 2018b y 2018c).

Tras el análisis de los documentos citados, se ha procedido a evaluar esta iniciativa a través de la rúbrica, con el resultado que aparece en la tabla 5.

Tabla 6.

Rúbrica de actividades didácticas en museos arqueológicos municipales de Zaragoza (“Entre tres aguas”, “¡Abajo el telón!” y “Si las piedras hablan”)

	Deficiente (1)	Correcto (3)	Bien (6)	Excelente (10)	Evaluación y puntuación
Autonomía y empoderamiento	Los jóvenes no tienen ningún rol especial, más allá de ser destinatarios de la actividad	La actividad está dirigida por personal del museo y los jóvenes tienen un papel subsidiario	La actividad está dirigida por personal del museo, pero se cede protagonismo a los jóvenes en algunos aspectos	La actividad es gestionada por los propios jóvenes	Bien (6)
Participación	No hay actividades participativas para los jóvenes	La actividad incluye una actividad participativa	La actividad incluye más de una actividad participativa	La actividad está basada en la participación de los jóvenes	Excelente (10)
Socialización y comunidades de	La actividad no incluye	La actividad incluye un foro	La actividad incluye la	La actividad incluye la	Bien (6)

intereses	foros que permitan la socialización a través de una red social	de socialización a través de una red social	posibilidad de socialización e interacción en persona	interacción en persona y a través de redes sociales	
Producción de contenidos y experimentación	La actividad no permite la producción de contenidos	La actividad permite la experimentación <i>on line</i>	La actividad permite la producción de contenidos y la experimentación en el museo	Múltiples actividades de producción de contenidos y experimentación, tanto <i>on line</i> como en el museo	Deficiente (1)
Normas flexibles	La actividad se regula por un reglamento rígido	La actividad se regula por un reglamento rígido, pero algunos aspectos se aplican de forma flexible	La actividad se regula por normas flexibles definidas por el museo	La actividad se regula por normas consensuadas entre los participantes que se aplican de forma flexible	Bien (6)
Tecnología	La tecnología está ausente de la actividad	El usuario puede informarse de la actividad a través de un sitio web o una aplicación móvil	El usuario puede acceder y participar en la actividad a través de un sitio web o una aplicación móvil	La tecnología forma parte esencial de la propia actividad.	Deficiente (1)
Puntuación total					30/60

5.3. El concurso #Cambia el museo

#CambiaelMuseo es “un concurso juvenil en Instagram donde se versionan una selección de cuadros, imágenes y piezas de los Museos de Zaragoza” (Ayuntamiento de Zaragoza, 2020, s.p.). Es una iniciativa del Ayuntamiento que pretende “fomentar el acceso a la cultura mediante el uso de las redes sociales y la promoción del arte a través

de los formatos digitales” (Ayuntamiento de Zaragoza, 2020, s.p.). En él participan jóvenes comprendidos entre los 14 y los 35 años.

Hasta la fecha se han celebrado dos ediciones, la de 2020 y la de 2021. Participan los museos arqueológicos municipales, así como el Pablo Gargallo, también municipal, pero también se versionan obras del Museo Goya-Colección Ibercaja, CaixaForum Zaragoza y EMOZ (Escuela-Museo de Origami de Zaragoza).

Tras el análisis de los documentos citados, se ha procedido a evaluar esta iniciativa a través de la rúbrica, con el resultado que aparece en la tabla 6.

Tabla 7.

Rúbrica del concurso juvenil #CambiaelMuseo

	Deficiente (1)	Correcto (3)	Bien (6)	Excelente (10)	Evaluación y puntuación
Autonomía y empoderamiento	Los jóvenes no tienen ningún rol especial, más allá de ser destinatarios de la actividad	La actividad está dirigida por personal del museo y los jóvenes tienen un papel subsidiario	La actividad está dirigida por personal del museo, pero se cede protagonismo a los jóvenes	La actividad es gestionada por los propios jóvenes	Bien (6)
Participación	No hay actividades participativas para los jóvenes	La actividad incluye una actividad participativa	La actividad incluye más de una actividad participativa	La actividad está basada en la participación de los jóvenes	Excelente (10)
Socialización + comunidades de intereses	La actividad no incluye foros que permitan la socialización	La actividad incluye un foro de socialización a través de una red social	La actividad incluye la posibilidad de socialización e interacción en persona	La actividad incluye la interacción en persona y a través de redes sociales	Deficiente (1)

Producción de contenidos y experimentación	La actividad no permite la producción de contenidos	La actividad permite la experimentación <i>on line</i>	La actividad permite la producción de contenidos y la experimentación en el museo	Múltiples actividades de producción de contenidos y experimentación, tanto <i>on line</i> como en el museo	Correcto (3)
Normas flexibles	La actividad se regula por un reglamento rígido	La actividad se regula por un reglamento rígido, pero algunos aspectos se aplican de forma flexible	La actividad se regula por normas flexibles definidas por el museo	La actividad se regula por normas consensuadas entre los participantes que se aplican de forma flexible	Deficiente (1)
Tecnología	La tecnología está ausente de la actividad	El usuario puede informarse de la actividad a través de un sitio web o una aplicación móvil	El usuario puede acceder y participar en la actividad a través de un sitio web o una aplicación móvil	La tecnología forma parte esencial de la propia actividad.	Excelente (10)
Puntuación total					31/60

5.4. El enigma Gargallo

Se trata de un juego ha sido diseñado por el equipo técnico del Museo Pablo Gargallo. En él un equipo de 6 jóvenes debe descubrir en 60 minutos el misterio que se oculta en el museo, a la vez que aprenden sobre el artista y sus esculturas. Esta iniciativa se ha puesto en marcha muy recientemente, en junio de 2021. En él pueden participar jóvenes de Zaragoza con edades comprendidas entre los 16 y 30 años (Zaragoza Noticias, 2021). Los jugadores tienen a su disposición una *tablet* que les sirve en todo momento para resolver las pistas. Además, los participantes tendrán que superar retos a través de

materiales en papel u objetos de los años 70 y 80 del siglo XX, como cintas de casete o de VHS.

Tras el análisis de los documentos citados, se ha procedido a evaluar esta iniciativa a través de la rúbrica, con el resultado que aparece en la tabla 7.

Tabla 8.

Rúbrica de “El enigma Gargallo”.

	Deficiente (1)	Correcto (3)	Bien (6)	Excelente (10)	Evaluación y puntuación
Autonomía y empoderamiento	Los jóvenes no tienen ningún rol especial, más allá de ser destinatarios de la actividad	La actividad está dirigida por personal del museo y los jóvenes tienen un papel subsidiario	La actividad está dirigida por personal del museo, pero se cede el protagonismo a los jóvenes	La actividad es gestionada por los propios jóvenes	Bien (6)
Participación	No hay actividades participativas para los jóvenes	La actividad incluye una actividad participativa	La actividad incluye más de una actividad participativa	La actividad está basada en la participación de los jóvenes	Excelente (10)
Socialización + comunidades de intereses	La actividad no incluye foros que permitan la socialización	La actividad incluye un foro de socialización a través de una red social	La actividad incluye la posibilidad de socialización e interacción en persona	La actividad incluye la interacción en persona y a través de redes sociales	Bien (6)
Producción de contenidos y experimentación	La actividad no permite la producción de contenidos	La actividad permite la experimentación <i>on line</i>	La actividad permite la producción de contenidos y la experimentación	Múltiples actividades de producción de contenidos y experimentación,	Deficiente (1)

			en el museo	tanto <i>on line</i> como en el museo	
Normas flexibles	La actividad se regula por un reglamento rígido	La actividad se regula por un reglamento rígido, pero algunos aspectos se aplican de forma flexible	La actividad se regula por normas flexibles definidas por el museo	La actividad se regula por normas consensuadas entre los participantes que se aplican de forma flexible	Deficiente (1)
Tecnología	La tecnología está ausente de la actividad	El usuario puede informarse de la actividad a través de un sitio web o una aplicación móvil	El usuario puede acceder y participar en la actividad a través de un sitio web o una aplicación móvil	La tecnología forma parte esencial de la propia actividad.	Excelente (10)
Puntuación total					34/60

5.5. El proyecto Rompepuertas

El Proyecto Rompepuertas pretende fomentar la participación de los jóvenes entre 16 y 21 años en los museos municipales. Ha sido organizado por el Servicio de Cultura y el Servicio de Juventud del Ayuntamiento de Zaragoza. Básicamente, consiste en la formación de un equipo de 16 jóvenes que permita una conexión estrecha con las necesidades, inquietudes, demandas y reivindicaciones culturales de los jóvenes de la ciudad. Por esta vía se pretende hacer propuestas que mejoren la programación cultural de los museos municipales de Zaragoza dirigidas al público joven, así como formular estrategias para captarlo y fidelizarlo.

El proyecto consiste básicamente en la formación de un grupo de jóvenes entre 16 y 21 años que desarrollarán acciones culturales específicas “que darán un aiento juvenil a las diversas colecciones de nuestros Museos” (Equipo Rompepuertas, s.f.). Los miembros

del equipo reciben una beca remunerada y otros incentivos, pero a cambio han de asistir a “30 sesiones formativas especializadas y de calidad dirigidas por profesionales, artistas y colectivos de prestigio en ámbitos como la historia del arte, el patrimonio, la dinamización sociocultural o la comunicación y las redes sociales” (Equipo Rompepuertas, s.f.). El proyecto comenzó en marzo de 2021 y se encuentra en pleno desarrollo actualmente, como muestra el hecho de que el plazo de inscripción ha estado abierto hasta el pasado 20 de octubre de 2021 (Ayuntamiento de Zaragoza, 2021b)

En cuanto a las tareas que se prevé que desarrolle el equipo Rompepuertas, son las siguientes (Equipo Rompepuertas, s.f.):

- a) Propuesta y desarrollo de iniciativas artísticas o creativas en museos.
- b) Propuesta y desarrollo de iniciativas formativas o didácticas en los museos de la ciudad.
- c) Propuesta y desarrollo de iniciativas que impliquen a personas jóvenes ajenas a los circuitos establecidos.
- d) Propuesta y desarrollo de iniciativas que atraigan y fidelicen a la población joven.
- e) Propuesta y desarrollo de iniciativas que generen redes de jóvenes para la difusión de nuestros museos.
- f) Evaluación de políticas de los museos en su relación con el público joven.

Tras el análisis de los documentos citados, se ha procedido a evaluar esta iniciativa a través de la rúbrica, con el resultado que aparece en la tabla 8.

Tabla 9.

Rúbrica del Proyecto Rompepuertas

	Deficiente (1)	Correcto (3)	Bien (6)	Excelente (9)	Evaluación y puntuación
Autonomía y empoderamiento	Los jóvenes no tienen ningún rol especial, más allá de ser destinatarios de la actividad	La actividad está dirigida por personal del museo y los jóvenes tienen un papel subsidiario	La actividad está dirigida por personal del museo, pero se cede protagonismo a los jóvenes en algunos aspectos	La actividad es gestionada por los propios jóvenes	Excelente (10)
Participación	No hay actividades participativas para los jóvenes	La actividad incluye una actividad participativa	La actividad incluye más de una actividad participativa	La actividad está basada en la participación de los jóvenes	Excelente (10)
Socialización + comunidades de intereses	La actividad no incluye foros que permitan la socialización	La actividad incluye un foro de socialización a través de una red social	La actividad incluye la posibilidad de socialización e interacción en persona y a través de redes sociales	La actividad incluye la interacción en persona y a través de redes sociales	Excelente (10)
Producción de contenidos Experimentación	La actividad no permite la producción de contenidos	La actividad permite la experimentación <i>on line</i>	La actividad permite la producción de contenidos y la experimentación en el museo	Múltiples actividades de producción de contenidos y experimentación, tanto <i>on line</i> como en el museo	Bien (6)
Normas flexibles	La actividad se regula por un reglamento rígido	La actividad se regula por un reglamento rígido, pero algunos aspectos se aplican de forma flexible	La actividad se regula por normas flexibles definidas por el museo	La actividad se regula por normas consensuadas entre los participantes que se aplican de forma flexible	Excelente (10)

Tecnología	La tecnología está ausente de la actividad	El usuario puede informarse de la actividad a través de un sitio web o una aplicación móvil	El usuario puede acceder y participar en la actividad a través de un sitio web o una aplicación móvil	La tecnología forma parte esencial de la propia actividad.	Bien (6)
Puntuación total					52/60

6. CONCLUSIONES

Desde los años 60, periodo en el que surge la Nueva Museología, las instituciones museísticas se han enfrentado al reto de dejar de ser percibidas como elitistas y de superar la distancia entre las llamadas “alta cultura” y “cultura popular”. En una entrevista publicada por el Observatorio social de “La Caixa” en noviembre de 2018, la ya citada Françoise Benhamou, prestigiosa especialista francesa en economía de la cultura, hacía una afirmación que puede parecer categórica y simplista: “La cultura pertenece a las clases altas”, a lo que añadía que “cuesta atraer a la cultura a las familias con niveles de educación más bajos” (Observatorio Social de La Caixa, 2018). Añadía esta investigadora que, en Francia, las estadísticas muestran de forma recurrente que, a pesar de las inversiones realizadas para captar nuevas audiencias, el perfil del usuario de cultura es poco variado, pues son mayoría los titulados universitarios de clases medias y altas. Esto significa, en definitiva, que amplios sectores de la población están excluidos del consumo de productos culturales, muchos de los cuales están financiados con fondos públicos.

Esto significa que la actual preocupación de los museos por ampliar su público es un empeño de gran complejidad. Implica en realidad salvar brechas culturales entre la cultura institucionalizada que albergan los museos y la cultura desarrollada en otras instancias. Por otra parte, los museos buscan de forma afanosa que la sociedad considere a la institución como algo suyo, con lo que se identifican. Ello solo es posible si diversos sectores sociales lo consideran como parte de su identidad cultural. Este es

el trasfondo de las iniciativas que se están desarrollando en toda Europa para atraer e implicar a los jóvenes.

En este contexto, el Ayuntamiento de Zaragoza se sitúa en línea con las iniciativas más avanzadas. Sería interesante hacer un estudio comparativo con otras ciudades españolas o del resto de Europa. Es probable que arrojara como resultado que, en el momento presente, Zaragoza es la ciudad española más en vanguardia en lo que respecta al tema del presente trabajo.

Por otra parte, las iniciativas aquí expuestas y evaluadas tienen una peculiaridad. No se trata de la iniciativa de un museo, sino de una institución política: el Ayuntamiento de la ciudad ha adoptado esta línea, en la cual ha implicado principalmente a los museos municipales, pero también a otros museos e instituciones culturales zaragozanas. Lo que más cabe destacar es que, por así decirlo, estas actividades cubren todo el rango de posibilidades que se han desarrollado en los últimos años: las visitas para los estudiantes de la educación universitaria se mantienen, pero se han realizado también actividades que suponen formas alternativas de relación con el museo, como ocurre con las dos ediciones de #Cambia el Museo y El enigma Gargallo. Por último, la formación del Equipo Rompepuertas se sitúa en línea con las iniciativas de carácter estratégico que pretenden implicar a jóvenes en la formulación de los planes de instituciones museísticas a largo plazo, de forma que los jóvenes adopten un papel mucho más activo que hasta ahora.

Cabe también hacer referencia a las limitaciones del presente trabajo y a los posibles desarrollos del mismo. En relación con las primeras, es preciso decir que el presente trabajo, si bien ha recogido los datos disponibles sobre el consumo cultural en la ciudad de Zaragoza, se ha centrado en el lado de la oferta. El carácter emergente e innovador de estas nuevas actividades las hacía merecedoras de atención específica. Pero en el futuro será necesario profundizar también en el lado de la demanda. A este respecto, las líneas posibles son varias. Por un lado, se hacen necesarios trabajos que usen técnicas cualitativas para perfilar con la máxima precisión posible las aspiraciones y actitudes de los jóvenes de la ciudad de Zaragoza en relación con los museos y los bienes culturales en general. Por otra parte, existe una necesidad objetiva de encuestas que actualicen los

resultados obtenidos en la encargada en 2009 por el Observatorio de la Cultura, pero desagregando más los tramos de edad.

También procede hacer referencia a otra posible línea de investigación futura, investigar el “lado de la oferta” en otras ciudades españolas, con un doble fin: trazar un cuadro de la situación en el conjunto del país, de forma que sea posible detectar qué ciudades o comunidades autónomas están avanzando más en este terreno; y, no menos importante, situar el caso de la ciudad de Zaragoza en un contexto más amplio. A partir de los resultados obtenidos en el presente trabajo es posible plantear la hipótesis de que las iniciativas municipales han puesto a la capital aragonesa a la vanguardia de la captación del público joven por parte de las instituciones museísticas. Pero esto tendrá que ser confirmado en futuras investigaciones que permitan hacer análisis comparativos con las experiencias de otras ciudades. Algunas de estas experiencias están recogidas en el ya citado volumen *Conociendo a todos los públicos. Los jóvenes y los museos*, por lo que el primer paso a dar sería comparar las iniciativas recogidas en este trabajo con las recogidas en este libro coordinado por la profesora Pérez Santos.

7. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

Ajenjo, C. y Rodríguez, S. (2020). ¿Es para mí? Jóvenes e instituciones culturales. En E. Pérez Santos (coord.). *Conociendo a todos los públicos. Los jóvenes y los museos*. Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte y Laboratorio Permanente de Público de Museos, pp. 30-41.

Ariño, A. (2020) La patrimonialización de la cultura y sus paradojas postmodernas. Recuperado de:
https://www.academia.edu/1198690/La_patrimonializaci_o_n_de_la_cultura_y_sus_paradojas_postmodernas

Arrieta Urtizberea, I. (2008). La nueva museología, el patrimonio cultural y la participación ciudadana a debate. En: I. Arrieta (coord.). *Participación ciudadana, patrimonio cultural y museos: entre la teoría y la praxis*. Servicio editorial de la Universidad del País Vasco, pp. 11-24.

Ayuntamiento de Zaragoza (2018a). Entre tres aguas. Recuperado de:
<http://www.zaragoza.es/contenidos/museos/guias/entre-tres-aguas-18.pdf>

Ayuntamiento de Zaragoza (2018b). Si las piedras hablan. Recuperado de:
<http://www.zaragoza.es/contenidos/museos/guias/piedras-hablan-18.pdf>

Ayuntamiento de Zaragoza (2018c). ¡Abajo el telón! Recuperado de:
<http://www.zaragoza.es/contenidos/museos/guias/abajo-telon-18.pdf>

Ayuntamiento de Zaragoza (2020). #Cambia el museo. Concurso de arte joven en Instagram. Recuperado de: <http://www.zaragoza.es/cont/paginas/cultura/folleto-cambialmuseo-2020.pdf>

Ayuntamiento de Zaragoza (2021a). #Cambia el museo2. Concurso de arte joven en Instagram. Recuperado de:
http://www.zaragoza.es/contenidos/cultura/BASES_cambialmuseo2.pdf

Ayuntamiento de Zaragoza (2021b). Rompepuertas. Recuperado de:
https://www.zaragoza.es/ciudad/museos/es/chistoria/detalle_Noticia?id=305040

Ayuntamiento de Zaragoza (s.f.). Actividades didácticas museos. Curso 2020/2021. Recuperado de: <https://www.zaragoza.es/contenidos/museos/activ-didacticas1718.pdf>

Cano, E. (2015). Las rúbricas como instrumento de evaluación de competencias en educación superior: ¿uso o abuso? *Profesorado. Revista de currículum y formación del profesorado*, 19. Recuperado de:
<http://www.ugr.es/local/recfpro/rev192COL2.pdf>

Díaz Balerdi, I. (2008). *La memoria fragmentada: el museo y sus paradojas*. Gijón: Editorial Trea.

Equipo Rompepuertas (s.f.) Equipo Rompepuertas. Proyecto de participación, interacción, atracción y fidelización de público joven en Museos (inédito)

Fontal, O., y Gómez, C. (2015). Evaluación de Programas Educativos que abordan los procesos de patrimonialización. *Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales*, 29, 89-118.

García Ramos, J.M. (1999). Investigación y evaluación. Implicaciones y efectos. Algunas reflexiones metodológicas sobre investigación y evaluación educativa. *Revista Complutense de Educación*, vol. 10, pp. 189-214.

Maure, M. (1996). La nouvelle muséologie, qu'est-ce que c'est?. En M.R. Schärer, (ed.) *Museum and community II, Icom Study Series*, 25, pp. 127-132.

Observatorio de la Cultura de Zaragoza (2009). Encuesta sobre hábitos de cultura en la ciudad de Zaragoza. Recuperado de: https://www.zaragoza.es/contenidos/cultura/observatorio/Informe_Cultura.pdf

Observatorio Social de La Caixa. (2018). La cultura pertenece a las clases altas. Cuesta atraer a la cultura a las familias con niveles de educación más bajos. Recuperado de: <<https://observatoriosocial.lacaixa.org/es/-/entrevista-francoise-benhamou>>

Pérez Santos, E. (2020a). Introducción. En E. Pérez Santos (coord.). *Conociendo a todos los públicos. Los jóvenes y los museos*. Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte y Laboratorio Permanente de Público de Museos, pp 7-9.

Pérez Santos, E. (2020b). Jóvenes y museos: Una revisión crítica de los principales informes, estudios e investigaciones sobre el tema. En E. Pérez Santos (coord.). *Conociendo a todos los públicos. Los jóvenes y los museos*. Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte y Deporte y Laboratorio Permanente de Público de Museos, pp. 42-51.

Pérez Santos, E. et al (2020). *Conociendo a todos los públicos. Los jóvenes y los museos*. Madrid: Ministerio de Cultura y Deporte y Deporte y Laboratorio Permanente de Público de Museos.

Rivière, G.-H. (1985). Définition évolutive de l'écomusée. *Museum*, 1985, n° 148, pp. 182-183.

Rivière, G.-H. (1993). *La Museología. Curso de museología. Textos y testimonios*. Madrid: Akal.

Torres, J.J. y Perera, V.H. (2010). La rúbrica como instrumento pedagógico para la tutorización y evaluación de los aprendizajes en el foro online en educación superior. *PíxelBit. Revista de Medios y Educación*, 36, pp. 141-149.

Zaragoza Noticias (2021). El Museo Pablo Gargallo estrena “Enigma Gargallo”, un Hall Scape policíaco para jóvenes de 16 a 30 años. Recuperado de: <https://www.zaragoza.es/sede/servicio/noticia/nopub/303527>

Zavala, L. (2006). El paradigma emergente en educación y museos. *Opción*, vol. 22, núm. 50, pp. 128-141.

