



4. IMPULSO Y CONTROL DE LA ACCIÓN DE GOBIERNO

463. Preguntas para respuesta escrita

PE/003627-03 *Contestación de la Junta de Castilla y León a la pregunta para respuesta escrita formulada por el Procurador D. José Ignacio Martín Benito, relativa a promoción de la Cultura de Castilla y León, publicada en el Boletín Oficial de estas Cortes, n.º 192, de 15 de febrero de 2013.*

PRESIDENCIA

De conformidad con el artículo 64 del Reglamento de las Cortes de Castilla y León, se ordena la publicación de la Contestación de la Junta de Castilla y León a la pregunta para respuesta escrita formulada por el Procurador D. José Ignacio Martín Benito, PE/003627, relativa a promoción de la Cultura de Castilla y León, publicada en el Boletín Oficial de estas Cortes, n.º 192, de 15 de febrero de 2013.

En la sede de las Cortes de Castilla y León, a 5 de abril de 2013.

LA PRESIDENTA DE LAS CORTES DE CASTILLA Y LEÓN,
Fdo.: María Josefa García Cirac

Contestación a la Pregunta Escrita P.E./0803627, formulada a la Junta de Castilla y León por el Procurador D. José Ignacio Martín Benito, del Grupo Parlamentario Socialista, relativa a promoción de la Cultura de Castilla y León.

Durante el año 2012 se han realizado publicaciones diarias en las cuentas oficiales de la marca de promoción del Turismo Regional (@cylesvida en Twitter y facebook.com/castillayleonesvida en Facebook) con especial atención a la promoción cultural.

Los eventos culturales tienen un valor intrínseco de ámbito turístico y son considerados como uno de los recursos de mayor valor para potenciar el turismo de Castilla y León tanto a nivel internacional, nacional como regional. En este sentido, se realiza una monitorización diaria de todas aquellas actividades de índole cultural, dando difusión a aquellas consideradas de mayor importancia e interés, interactuando con los perfiles o cuentas oficiales de los eventos.

Teniendo en cuenta la diversidad de actividades que se realizan, se difunde un espectro amplio de propuestas que abarca a la variedad de público existente en las cuentas de redes sociales (eventos culturales familiares, exposiciones, conciertos, etc.).

Por otra parte, se ha mantenido atención con todos aquellos eventos culturales que con carácter periódico se realizan en Castilla y León, difundiendo directamente información con carácter previo y durante la celebración del evento e interactuando con las cuentas oficiales de aquellos eventos que contarán con perfiles o cuentas propias



(FACYL, Certamen Internacional de Coreografía, Feria de Teatro de Castilla y León, Festival Sonorama, Titirimundi, Festival de Teatro para niños y jóvenes Te Veo, etc.).

En estas publicaciones se han dado respuesta a todas las dudas planteadas por los usuarios en sus comentarios, bien de forma directa o bien redirigiendo a los canales apropiados.

Mención especial merece la promoción realizada en redes sociales del lanzamiento de la campaña “El museo más grande del mundo está vivo” durante la celebración de la Feria Internacional de Turismo de Interior (INTUR 2012). La propia configuración del stand que la Junta de Castilla y León estructuró para la citada feria, se realizó de manera que se daba un especial protagonismo a los cuatro museos regionales (Museo de la Evolución Humana, Museo Etnográfico, Museo de Arte Contemporáneo y Museo de la Siderurgia y la Minería), con salas diferenciadas para cada uno de ellos y con la posibilidad de obtener una tarjeta descuento para visitar estos museos, mediante la visita de las cuatro salas. A su vez, y de modo global, se realizó la difusión de la campaña “El museo más grande del mundo” mediante referencias a diferentes aspectos relacionados con la cultura de Castilla y León y enlazando con el vídeo de promoción de la campaña ubicado en la cuenta oficial de Castilla y León es Vida en YouTube.

También cabe destacar la promoción especial realizada con motivo de la Exposición de las Edades del Hombre “Monacatus” (del 23 de mayo al 4 de noviembre de 2012), con numerosos mensajes informativos tanto en Twitter como en Facebook, creándose en esta última red social la sección “Pieza de la Semana” en la que de manera periódica y durante todo el desarrollo de la Exposición, se mostraba una fotografía de una de las obras expuestas.

En 2012 se organizó o colaboró con varios festivales y ferias que utilizan las redes para la difusión de sus propuestas culturales, entre ellos: Feria de Teatro en Castilla y León en Ciudad Rodrigo (que además desarrolló un app para ver la programación a través de dispositivos móviles); TAC en Valladolid; TVEO en Zamora; FETAL en Urones de Castroponce; Sonorama en Miranda de Ebro; Abulensis en Ávila; Festival de Blues de Béjar; Muestra Internacional de Cine de Palencia; Semana de Cine de Medina del Campo; Seminci en Valladolid.

Igualmente se editaron seis números de la revista digital La Flor de la Canela, accesible desde las webs de Museos, Bibliotecas y SPC y en TuJcyl, con propuestas culturales que incluyen recomendaciones de libros, discos, exposiciones, obras de teatro y otras propuestas culturales con una media de 5.000 lectores por número.

A través del Portal de Bibliotecas, se puede acceder a las cuentas en Twitter y Facebook en las que las bibliotecas difunden sus iniciativas: actividades culturales (ciclos de cine, exposiciones, charlas, conferencias, mesas redondas, recitales, talleres, etc.), actividades de animación a la lectura (clubes de lectura, cuentacuentos, presentaciones de libros, etc.), actividades formativas (visitas pedagógicas, talleres de idiomas, cursos de alfabetización informacional, etc.), actividades dirigidas a colectivos especiales y actividades relacionadas con el empleo.



Además y también a través del Portal de Bibliotecas, se han implementado otros recursos como los distintos blogs que mantienen abiertos las bibliotecas, muchos de ellos dedicados a los clubes de lectura.

Por último, es preciso destacar cómo las correspondientes cuentas en redes sociales de las bibliotecas sirven para canalizar las sugerencias e iniciativas de los ciudadanos; a través de las mismas, también se difunden las actividades que tienen lugar en las respectivas ciudades y provincias, convirtiendo así a las bibliotecas en referentes de búsqueda y localización de actividades e iniciativas culturales.

Para la adquisición de libros, estos canales de comunicación se han comenzado a utilizar para trasladar las desideratas de los ciudadanos, principalmente de libros, aunque también de música y cine; de este modo se procura responder a sus necesidades, incorporando esas nuevas adquisiciones a las secciones de préstamo.

Uso de otros recursos (sitios web de intercambio de recursos) a través de YouTube, Flickr, Picasa, etc.

La información referente a los Museos se difunde en general a través de Facebook, Twitter, o Pinterest, sin olvidar las cuentas en Vimeo, Calameo e Issuu (estas tres últimas con menor actividad e impacto).

En diciembre de 2012 la Junta de Castilla y León culminó la implantación del modelo de Gobierno Abierto, un compromiso basado en la transparencia, la participación y la colaboración. La Consejería de Cultura y Turismo se ha sumado a la estrategia coordinada de presencia del Gobierno autonómico en las redes sociales de mayor trascendencia aportando las cuentas de "Museos" a las doce líneas temáticas abiertas en las redes sociales.

En lo relativo a la página de Facebook, creada en abril de 2011, se alcanzaron a final del año los 2.376 seguidores. Por su parte, el Museo de León, el Museo de Valladolid, y el Museo de Zamora también cuentan con página propia en Facebook, con el objetivo de mantener una relación social más cercana y prestar información de manera más directa. Estas cuentas están gestionadas por el propio personal de los centros, y su funcionamiento y contenidos supervisados por el Servicio de Museos.

En cuanto a la red social Twitter, el perfil @museoscastyleon contaba el 31 de diciembre con 4.605 seguidores, habiendo aumentado en casi 3.000 seguidores durante este último año. Actualmente @museoscastyleon es la segunda cuenta corporativa de la Junta de Castilla y León en número de seguidores (tomando como referencia las doce mencionadas), es la primera cuenta institucional sobre museos de la región, y se encuentra entre las cuentas concernientes a museos más seguidas a nivel nacional.

Museos de Castilla y León también utiliza la red social Pinterest a través de diversos "tableros" que prestan información visual para promocionar el patrimonio museístico de Castilla y León, y que también son el soporte para presentar diversas campañas de difusión o mostrar imágenes destacadas de nuestra Región.

Una de las campañas de promoción de los museos de la región mediante las redes sociales se realizó durante la Bienal AR&PA celebrada en Valladolid entre el 24 y el 27 de mayo, a través de un "stand institucional" en el que se planteó la difusión de



la imagen que se trasmite desde el Portal de Museos de la Junta de Castilla y León, subrayando la relevancia del Sistema de Museos de Castilla y León.

Durante los cuatro días de celebración de la Bienal se realizó la difusión de los museos de Castilla y León mediante el uso de la web 2.0, presentando una uniformidad visual entre el stand y los videos que acompañaban el montaje expositivo, que aumentaba la conectividad e interacción habitual de las redes sociales con los ciudadanos. Como ejemplo basta mencionar el uso de la cuenta @museoscstyleon en la red social Twitter que mantuvo informados a sus entonces tres mil seguidores gracias a la etiqueta #ARPAmuseos. Asimismo se utilizó un corpóreo con la imagen de marca de Museos de Castilla y León a modo de Photocall en tres dimensiones, delante del cual se fotografiaron los visitantes que así lo deseaban. Las fotos de esa actuación se subieron a la cuenta de Pinterest.

El 19 de septiembre la cuenta “Museos de Castilla y León” participó, por segunda vez, en el encuentro internacional “Ask a curator day” una iniciativa que tiene como objetivo que los conservadores de museos, galerías y centros expositivos de todo el mundo dediquen un día a contestar las preguntas que el público les realice a través de Twitter y resolver las dudas y curiosidades que puedan tener. Nuestra cuenta fue una de las quince cuentas españolas (la única de Castilla y León) que participaron en la primera convocatoria (2010). En esta última ocasión (2012) ya participaron hasta 37 centros españoles, varios de Castilla y León

Con objeto de atraer a nuevos públicos hacia los Museos se organizó y financió la campaña ESTÁ EN TU MUSEO que se inició el pasado noviembre en el Centro Comercial y de ocio Espacio León. Bajo el título “Está en tu museo” se desea impulsar el crecimiento del número de visitantes y de visitas a los museos, así como su fidelización, aprovechando la colaboración y la reciprocidad entre estos centros y potenciando su promoción como elemento imprescindible para aumentar la actividad cultural. Esta campaña también pretende expandir la presencia pública de los centros pertenecientes al Sistema de Museos de Castilla y León a través de distintos medios, fortaleciendo su difusión a través de Internet, pero sin olvidar su proyección en ámbitos cercanos. Por ello se ha procurado la utilización de canales de comunicación electrónicos y el uso de TIC.

La campaña, que inicialmente se desarrollará durante un año, consiste en la presentación de 10 paneles de grandes dimensiones que hacen referencia a las 9 provincias de la Comunidad Autónoma y que destacan, mediante una frase temática y un lema común, la variedad de sensaciones que se pueden descubrir en estos museos. Un código QR situado en estos paneles enlaza con la web donde se pueden consultar las condiciones. Los grandes paneles rotarán por al menos 5 centros comerciales de la Comunidad, para ir luego a bibliotecas, centros de enseñanza y otras dependencias administrativas.

La Fundación Siglo dispone de un portal www.fundaciónsiglo.es que sirve de nexo de las webs de los diferentes Museos, además de contener la Agenda Cultural de Castilla y León. También se dio cabida a un enlace directo a www.turismocastillayleon.com.



Los museos regionales entienden como fundamental el trabajo con los usuarios a través del fortalecimiento de redes de personas en el contexto de Castilla y León, España y a nivel internacional; desde las prácticas educativas inclusivas con la comunidad, y facilitando las conexiones con y entre los usuarios, teniendo en cuenta la diversidad de necesidades y hábitos culturales.

El Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León dispone de página web www.musac.es. MUSAC forma parte desde 2005 de redes sociales. Así, el museo cuenta con cuantas activas en Facebook, Twitter y Youtube. Además posee un Canal de streaming, blogs digitales, Plataformas artísticas, etc.

El Museo de la Evolución Humana, con sede en Burgos, tiene en su web www.museoevolucionhumana.com enlaces a las siguientes redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube, Tuenti, Flickr, Issuu y Google +.

El Museo Etnográfico de Castilla y León, en web www.museo-etnografico.com, dispone de enlaces a sus cuentas de Facebook, Twitter, Youtube y Vimeo.

En la web www.museosm.com del Museo de la Minería y la Siderurgia de Castilla y León se encuentra el enlace al perfil de Facebook del centro.

El centro Palacio de Quintanar de Segovia tiene acceso, desde su página web www.palacioquintanar.com a sus cuentas de Facebook, Twitter, Flickr y Tuenti, mientras que el Festival de las Artes de Castilla y León (FACYL), dispone de cuentas abiertas en Facebook, Twiter, Youtube y Flickr, especialmente activas los meses antes del desarrollo del festival.

Por último, el Centro Cultural Miguel Delibes tiene en su web www.auditoriomigueldelibes.com un enlace a su cuenta de Facebook, así como a su blog muy activo y en el que se vuelcan las informaciones referentes a actuaciones, entradas, etc., del Centro y la Orquesta Sinfónica de Castilla y León.

Valladolid, 27 de marzo de 2013.

Fdo.: Alicia García Rodríguez,
Consejera