

LA PROFESORA DE PSICOLOGÍA ELOISA PÉREZ SANTOS ES LA ASESORA CIENTÍFICA DEL LABORATORIO PERMANENTE DE PÚBLICO DE MUSEOS

Los museos españoles miran hacia sus visitantes para mejorar su función social

El Laboratorio Permanente de Público de Museos, del Ministerio de Cultura, se creó en 2008 con la participación de la UCM. Recientemente ha publicado su primer informe, "Conociendo a nuestros visitantes", en el que no solo se aportan datos y opiniones, sino también recomendaciones para mejorar la interacción entre los museos y la sociedad

ALBERTO MARTÍN

En 2008 el Ministerio de Cultura, a través de su Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales, decidió crear el Laboratorio Permanente de Público de Museos (LPPM). Para ello firmó con la UCM un convenio para el establecimiento de un programa de trabajo conjunto para desarrollar el proyecto de investigación denominado "Laboratorio permanente de investigación sobre público de museos: Programa de investigación continuada sobre el público de los museos estatales".

El objetivo del LPPM, como explica la profesora Eloisa Pérez Santos, asesora científica del laboratorio desde su creación, es triple. Por un lado, pretende desarrollar programas de investigación que permitan que los museos cumplan de mejor manera sus funciones. Por otro, busca formar a los trabajadores de los museos, sobre todo de las áreas de difusión y educación, en las metodologías necesarias para analizar al público que los visita. Y, por último, se compromete a comunicar y difundir los resultados obtenidos en sus investigaciones para que cualquier museo pueda aplicar las recomendaciones que contienen los informes.

Tras cuatro años de trabajo, el Laboratorio acaba de hacer público su primer informe. En él, bajo el título "Conociendo a nuestros visitantes", se contienen no solo datos y opiniones de los visitantes de los museos que forman parte de la Red de Museos del Estado, sino que el análisis de todo ello ha permitido redactar una serie de recomendaciones que, de acuerdo con la profesora

El informe contiene datos de doce museos estatales. Próximamente se añadirán los de cinco más, entre ellos el Reina Sofía



complutense, serán ahora incluidas en los planes estratégicos de cada uno de estos museos.

En concreto, en el informe se contienen datos de los visitantes a doce museos: Museo de América; Museo Nacional de Antropología, Museo Sorolla, Museo Nacional de Artes Decorativas, Museo del Traje, Museo Arqueológico Nacional, Museo Sefardí, Museo Nacional de Arte Romano, Museo de Altamira, Museo Casa de Cervantes, Museo Nacional Colegio de San Gregorio y Museo Nacional de Cerámica. Próximamente, según anuncia la directora científica del laboratorio, se incorporarán datos de otros cuatro museos que se han incorporado a la red estatal: Museo Nacional del Romanticismo, Museo de El Greco, Museo Cerralbo y Museo Lázaro Galdiano. Y también del Museo Reina Sofía, que pese a como sucede con El Prado y el Thyssen no son



de gestión directa del Estado, sus gestores han decidido solicitar su inclusión en el estudio. También está previsto tomar nuevos datos en el Arqueológico Nacional, tras su reciente remodelación.

Los resultados obtenidos, como explica la profesora Pérez Santos, van a permitir que los museos mejoren su función

Sobre estas líneas, visitantes en el Museo Sorolla. A la izquierda, una persona responde al cuestionario en la entrada del Museo Arqueológico Nacional

social. Por ejemplo, el informe señala que el visitante tipo de los museos es mujer, de alrededor de 42 años y con estudios universitarios. Los hombres de entre 12 y 25 años son excepción, así como las personas mayores de 65 años. No son muchas las personas que acuden al mismo museo con asiduidad y tampoco las personas discapacitadas o las familias con niños pequeños que pasan por las salas. Tampoco es común que un mismo visitante acuda con asiduidad al mismo museo ni que, por ejemplo, lo hagan los extranjeros residentes en nuestro país.

Tras analizar toda esta serie de datos –el informe puede consultarse íntegramente



Los resultados del informe están permitiendo marcar objetivos y actuaciones concretas para mejorar la función social de los museos

en <http://www.calameo.com/read/0000753353c6f6cc139ef->, según explica la profesora Pérez Santos, el informe marca una serie de objetivos y recomendaciones para conseguirlos. Por ejemplo, hay que mejorar los servicios que se ofrecen en las salas, hacerlas más cómodas, más accesibles y mejorar la señalización de las mismas. Hay que variar más las exposiciones para favorecer la asiduidad de los visitantes. Hay que extender la idea de que los museos son para todos, para que personas con cualquier nivel de estudios se sientan atraídas. Debe de buscarse que los niños se conviertan en público mayoritario apostando por contenidos para ellos...

Pérez Santos pone como ejemplo de lo que se puede hacer en este campo el trabajo que se llevó a cabo en la exposición "Fascinados por oriente", que se pudo visitar entre diciembre de 2019 y octubre de 2010 en el Museo Nacional de Artes Decorativas. Entonces se evaluaron las opiniones y gustos del público no sólo durante su visita, sino también antes. Un año antes de inaugurarse la exposición se llevaron a cabo una serie de encuestas para ver qué es lo que quería ver el público, qué colores, olores o términos identificaban con oriente... Todos esos datos se utilizaron a la hora de montar la exposición y, como después se pudo comprobar en la evaluación que se llevó a cabo entre los visitantes, elló redundó en la satisfacción del público y provocó que la muestra se prorrogara y fijara un nuevo récord de taquilla del museo.

Veinte años "psicoanalizando" al público

Eloisa Pérez Santos (a la izquierda de la imagen, junto a Virginia Garde, coordinadora del Laboratorio, y Ángela García Blanco, asesora del mismo) lleva veinte años dedicada al análisis de los públicos de los museos. De hecho, su tesis doctoral ya versó sobre este tema. Reconoce que llama la atención que una psicóloga –es profesora de Evaluación Psicológica– se dedique a esto. "Es cierto que no es algo usual, pero el público de los museos no deja de ser personas a las que se puede analizar psicológica y socialmente", señala Pérez Santos. Lo cierto es que la profesora Pérez Santos es una autoridad en este tema, como demuestra el hecho de ser la autora de uno de los pocos libros publicados en España en este área: "Estudio de visitantes en museos: metodología y aplicaciones" (Ediciones Trea, 2000).

