

La otra mirada de los museos: ¿Perciben sus públicos los cambios realizados?

Autores: Iñigo Ayala, Macarena Cuenca-Amigo, Jaime Cuenca

OcioGune 2019

Durante los últimos años se ha reivindicado la necesidad de actualizar las organizaciones culturales más tradicionales, como son los museos, para adaptarse a los retos del siglo XXI y al contexto en el que se inscriben, tanto social como económico. Desde un punto de vista general, a partir de la década de los años 80 del siglo XX, los postulados de la democracia cultural comenzaron a enfrentarse a aquellas barreras que impedían a gran parte de la población acceder y disfrutar a la denominada “alta cultura”.

Siguiendo esta línea de pensamiento, en los últimos años destaca el enfoque del desarrollo de audiencias culturales, conocido en castellano como desarrollo de públicos. Esta perspectiva reivindica desde el punto de vista de la gestión cultural la necesidad de establecer una vinculación real con la sociedad en la que se inscriben las organizaciones. Además, es necesario profundizar en el conocimiento de los públicos, las formas de comunicarse con ellos y la adaptación de las actividades organizadas a las distintas necesidades de la audiencia. Es decir, el desarrollo de públicos pretende transformar desde el punto de vista interno y externo las organizaciones culturales, acercando su contenido a los visitantes y, en la medida de lo posible, atraer nuevas audiencias.

De forma paralela a esta reivindicación general, en el campo de los museos se desarrollaron teorías específicas que defendían los mismos postulados adaptados al contexto de estas organizaciones, así se desarrollaron las corrientes de la Nueva Museología o Museología Social, y de la Museología Crítica. Estas teorías sostienen que los museos no solo deben incrementar su vinculación con la sociedad, sino que deben situar a los distintos públicos en el centro de la gestión. Dentro de esta referencia destaca la figura de Iñaki Díaz Balerdi quien en el año 2002 publicó *¿Qué fue de la nueva museología? El caso de Quebec*:

Frente al dogma de la conservación, se proclamaba la primacía de la participación. Frente a la institucionalización autoritaria y poco proclive a los cambios, se defendía la democracia cultural y el dinamismo social. Frente a un sistema cerrado, se exigía la apertura y la interactividad. Frente al discurso ensimismado, se buscaba el diálogo enriquecedor. Frente a la categorización del público como sujeto-pasivo, se reconocía al colectivo social como protagonista-activo de la Nueva experiencia. Frente a los

límites físicos del museo, se hablaba de territorio. Frente a la especialización, se optaba por la interdisciplinariedad (pp. 504-505).

Una vez presentado el marco teórico es necesario preguntarse ¿perciben los públicos de los museos estos cambios? El proyecto *PUBLICUM: Públicos en transformación. Nuevas formas de la experiencia del espectador y sus interacciones con la gestión museística* (HAR2017-86103-P) financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades, se ha propuesto dar respuesta a esta pregunta. El objetivo de esta fase del proyecto es analizar la percepción de las personas visitantes acerca de los cambios acontecidos en los museos desde un punto de vista general y, específicamente, en las áreas asociadas a las barreras, la participación y el uso de la tecnología. Para ello, en un primer lugar, se ha realizado un estudio exploratorio gracias a la elaboración de 75 entrevistas estructuradas a visitantes de museos realizadas en el Museo Nacional de Artes Decorativas y los Museo Guggenheim y Bellas Artes de Bilbao.

Esta comunicación expone las principales conclusiones obtenidas en esta primera fase de la investigación, atendiendo a la muestra seleccionada y las características de la misma y sirve como antecedente de un análisis a mayor escala. Asimismo, los resultados contribuirán a profundizar y avanzar en la investigación general llevada a cabo tanto dentro del proyecto *PUBLICUM* como de *CONNECT - CONNECTING AUDIENCES European Alliance for Education and Training in Audience Development, project n. 575807-EPP-1-2016-1-ES-EPPKA2-KA*. Palabras clave: museos; públicos; desarrollo de audiencias; estudios de públicos; PUBLICUM; CONNECT.

Palabras clave: desarrollo de audiencias, estudios de públicos, museos, PUBLICUM, CONNECT