

Laboratorio de Público: investigar para actuar

«Tenemos los datos, ahora es el momento de su lectura». Esta frase, la más repetida por la Comisión Científica en la última reunión de Laboratorio Permanente de Público de Museos Estatales, resume a la perfección el estadio en el que se encuentra este proyecto de formación, investigación e intercomunicación: ahora es el momento de que cada museo redacte un informe que interprete los resultados de las encuestas realizadas. Con esto se concluirá el primer ciclo de esta interesante andadura iniciada ya en 2008.

Como ya se publicó en el anterior número de «Noticias», esta iniciativa procedente de La Subdirección General de Museos Estatales del Ministerio de Cultura pretende convertirse en un INSTRUMENTO DE GESTIÓN para profesionales de museos. Pero para llegar a «la acción», es necesaria «la investigación».

La atracción del espectador centra la reflexión y el esfuerzo de los responsables de la institución y los ESTUDIOS han sido y son, la herramienta más efectiva para materializarla. Pero la línea de actuación busca ir más allá de la recopilación de datos puramente cuantitativos. De este modo, recordamos que Laboratorio de Público de Museos Estatales, se ha centrado en analizar, de forma permanente, actitudes y opiniones de los visitantes abarcando desde el trazado de un perfil general del visitante, expectativas y motivos de la visita, publicidad y conocimiento del museo y opiniones y valoraciones del mismo.

Concretamente, en lo que se refiere al Museo Sefardí, aunque ya se habían realizado otros estudios de público que habían permitido trazar un perfil tipo de visitante (Jiménez Morán, Carmen; *Los visitantes de los museos de Toledo: un estudio de público del Museo Sefardí*, 2000), el prototipo se amplía ahora de un modo más exhaustivo. Así, éste estaría representado por un varón (aunque el porcentaje entre hombres y mujeres está bastante igualado con un 50,2% frente al 49,8%) de una media de edad de 42 años, que posee estudios superiores y que trabaja por cuenta ajena o asalariado. Su ocupación no guarda relación con la temática del museo, procede en su mayoría de la Comunidad de Madrid, acude al museo acompañado, preferentemente de su pareja y dedican a la visita entre 30 y 60 minutos. Además, este visitante medio prefiere dedicar su tiempo libre a aprender algo nuevo, estar con gente o realizar actividades en contacto con la naturaleza.



¿Lo que espera de la visita? Adquirir nociones históricas. ¿Y los motivos de la misma? Aquí, una vez más, la impactante belleza y singularidad del edificio constituyen uno de los principales atractivos para el espectador.

Otra reflexión que se plantea en este estudio son los canales de publicidad empleados por los museos y a través de los cuales se consigue la proyección social. Las posibilidades de interacción que ofrece Internet no han pasado desapercibidas en este estudio. En este sentido, desde la Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales se ha puesto en marcha un operativo que hará que el Museo Sefardí pueda por fin sumarse, en 2010, a la lista de museos estatales que poseen página web.

A la hora de evaluar los servicios ofertados por el museo, el trato recibido por el personal de sala, el ambiente creado en las salas de exposición y la visita realizada, en general, fueron los tres aspectos más valorados por los encuestados. Por el contrario, la información dada en cada sala de la exposición permanente fue lo que causó un menor grado de satisfacción.

Con todo esto, se pretende lograr calidad en la visita y en las actividades ofertadas y para ello es necesario reflexionar de modo sistemático. Tenemos los planteamientos teóricos pero, ¿sabemos reconverter los datos obtenidos para trasladar la teoría en práctica?

De momento, uno de los objetivos planteados en «Laboratorio de Público» que aboga por la creación de una red de comunicación entre los museos, ha comenzado a dar sus frutos. La necesidad de los departamentos de Difusión y Comunicación por compartir sus inquietudes y problemas derivados de la gestión diaria, ha cristalizado en la redacción de un documento que pretende exponer a los responsables de los museos las dificultades a las que se enfrentan en el día a día. Queda aún mucho por hacer pero la reflexión está servida.

Departamento
de Difusión-Comunicación.

Despedida de la directora del Museo Sefardí

Me piden de la revista «Noticias», que creamos Ana María y yo, unas palabras sobre la que fue mi compañera y «jefa» en el Museo Sefardí durante casi 20 años. Ahora que el Museo ya es mayor de edad y es el más visitado en Castilla la Mancha y de la Red de Museos Estatales del Ministerio de Cultura, me cuesta trabajo resumir en unas pocas palabras su labor con mayúsculas.

Para empezar algo que todos entenderán, llegaba la primera y se iba la última y en todo ese tiempo nunca dejaba de trabajar ni de renovarse a sí misma y al centro. Éramos pocos, muy pocos, en comparación con las plantillas actuales y especializadas de los museos, pero trabajábamos en equipo y todos hacíamos de todo, ella la primera, desde enviar sobres a fajar revistas o colocar sillas para conciertos en la sinagoga.

Prácticamente fuimos un museo muy innovador en muchas cosas, desde la creación de la imagen e identidad del centro, logotipo incluido, hasta su implantación en todo tipo de soportes, cuando todavía el diseño no estaba de moda. Creamos un Consejo Científico Asesor para un montaje muy controvertido sobre la aportación judía a la Historia de España, que hasta entonces, se había tergiversado o malinterpretado. Nos dieron muchos Premios por ello, e incluso después de «jubilar» (los que la conocemos sabemos que no se jubilará nunca) Ana María López Álvarez recibió uno de los Premios Internacionales más prestigiosos, el Samuel Toledano (Jerusalén) por su trabajo como Directora del Museo Sefardí de Toledo. Empezó como Becaria del CSIC, siguió como Bibliotecaria del Museo, después Secretaria y por fin Conservadora-Directora durante 30 años; antes había sido Maestra y tiene todavía una primorosa y cuidada letra, de la que todavía conservamos algún antiguo cartel hecho con su propia caligrafía. Sin ella, no existiría el actual Museo Sefardí; sin su empuje, sin su tozudo esfuerzo, no habría salido adelante la Asociación de Amigos, de la que todavía es Secretaria. Más de 20 cursos de verano y sus corres-