

EL M.A.N. Y LA INVESTIGACIÓN SOBRE EL PÚBLICO

Las Jornadas sobre «El Público y el Museo: un tema de investigación»

ÁNGELA GARCÍA BLANCO

Departamento de Educación. Museo Arqueológico Nacional

MIKEL ASENSIO BROUARD

Universidad Autónoma de Madrid

ELENA POL MÉNDEZ

Universidad Autónoma de Madrid

El Museo Arqueológico Nacional ha sido uno de los primeros museos españoles que se ha preocupado especialmente por sus visitantes. Una manifestación específica de esta preocupación fue la temprana puesta en marcha de un departamento educativo, que asumiera la relación más directa del museo con los visitantes de sus salas de exposición y encauzara la proyección del museo hacia la sociedad.

La necesidad de conocer a sus visitantes y, por extensión, a los visitantes de museos y exposiciones en su diversidad, ha motivado una continua labor de estudio e investigación sobre su perfil, comportamiento, dificultades, expectativas y motivaciones.

Como es sabido, el estudio de estos aspectos requiere la colaboración de un equipo interdisciplinar en el que estén implicados diversos profesionales pertenecientes, por un lado, al campo de la museología, y por otro, al de la psicología y sociología. De esta necesidad ha surgido una colaboración entre el Departamento de Educación del Museo Arqueológico Nacional y el Departamento de Psicología Básica de la Universidad Autónoma de Madrid de la que han resultado diversas investigaciones.

En evidente relación con esta trayectoria, la organización de las Jornadas sobre «Público y Museo: un tema de investigación», que se celebraron en el M.A.N. el 4 y 5 de junio de 1992, respondía a la intención de que se pudieran dar a conocer a los profesionales de museos (conservadores, educadores, diseñadores, etc.) algunas de las investigaciones y evaluaciones más relevantes realizadas hasta el momento en nuestro país, sobre el visitante de museos y exposiciones temporales. Se pretendía con ello provocar un encuentro entre los profesionales interesados por estos temas, con el objetivo espe-

cífico no sólo de intercambiar y discutir resultados, sino también de discutir propuestas metodológicas. Estas aportaciones se completarían con presentaciones teóricas sobre temas relevantes para esta investigación, sobre todo relacionados con las técnicas empleadas habitualmente en este tipo de estudios.

Parte de las contribuciones allí presentadas constituyen el dossier de artículos que aparecen a continuación en estas páginas. Estas líneas pretenden ser una presentación de aquellas Jornadas y de estos artículos, así como una breve valoración de las mismas. El programa definitivo se estructuró en torno a dos días de trabajo con diversos tipos de contribuciones: ponencias, posters y demostraciones.

La primera ponencia corrió a cargo de Jorge Wagensberg, del Museo de la Ciencia de Barcelona, sobre «La relación de un museo interactivo con la audiencia». En ella expuso las ideas que se recogen en su reciente artículo titulado «Public understanding in a science centre». Su contribución giró en torno a la idea de la necesidad de que los museos de la ciencia sean un centro de difusión y creación de opinión científica; en contra de la idea general del coleccionismo, se defendieron las exposiciones no permanentes donde se creen estímulos a partir de los conocimientos científicos; la propuesta principal es la utilización del método científico como base para la estimulación del público no científico; se plasmó la comprensión científica en un modelo: comprensión/causalidad/estructura, proponiéndose la misma secuencia para el museo; y, sobre estas bases de análisis, se ejemplificaron algunas de estas situaciones; por último, respecto a los análisis de público realizados, se expuso la insuficiencia de las encuestas y se apostó por la observación directa en las salas. Su contribución aparece más adelante bajo el mismo título citado.

Un primer bloque de investigaciones sobre el público en el museo fue desarrollado por Carmen Prats y Eloísa Pérez, del Museo Nacional de Ciencias Naturales, y por Manuel Muñoz, de la Universidad Complutense de Madrid; presentaron los siguientes trabajos: «Evaluación de exposiciones: el caso del Museo Nacional de Ciencias Naturales», «Comparación de la eficacia de distintos métodos expositivos en distintas exposiciones», «Influencia de la colocación de elementos informativos sobre la atención de los mismos»; y, junto a Ramón Losada y Maite Soto, «Tiempo real y estimado en la visita a una exposición»; aparecen aquí los artículos de las dos últimas contribuciones, la segunda puede encontrarse publicada en las Actas de las Jornadas de Psicología Ambiental (Sevilla, 1991). Carmen Prats realizó una primera exposición sobre la evaluación de los aspectos de público y de las exposiciones como un aspecto más integrado en un modelo de conjunto del funcionamiento del museo. Se articuló este análisis en torno a la idea del estudio de la situación comunicativa que pretende analizar el contenido informativo, el sujeto

que lo recibe, el modo de transmisión y el modo de recepción. Lamentablemente un error en las grabaciones nos ha privado de poder reproducir esta ponencia. Concretamente sobre los análisis de público se revisaron los diferentes tipos de estudio: sociodemográficos, comportamentales, de aprendizaje y de impacto. Manuel Muñoz expuso un estudio sobre la incidencia de los paneles y los paneles-vitrina en una exposición de ciencias naturales, donde se analizaban los escasos tiempos de atención dedicados por los visitantes a dichos elementos y la discusión de su mejora. Ramón Losada expuso un trabajo sobre la colocación de paneles en diferentes zonas de la exposición y su consiguiente utilización por los visitantes. Por último, Eloísa Pérez expuso un estudio comparativo sobre las diferencias encontradas en la evaluación entre tiempo real y tiempo estimado dedicado a la visita.

Se dedicó una sesión de trabajo a la problemática específica de los cuestionarios, herramienta muy utilizada en este tipo de estudios sobre el público. Se contó con una reflexión metodológica sobre la técnica de cuestionarios «Metodología de cuestionarios: principios y aplicaciones», a cargo de María Amérigo, de la Universidad Complutense de Madrid; y una reflexión sobre los cuestionarios realizada desde el museo: «El uso de los cuestionarios en el museo», a cargo de Ana Verde, del Museo Nacional de Etnología de Madrid. Ambas aportaciones se recogen más adelante.

La evaluación mediante utilización de cuestionarios es utilizada con frecuencia por los museos, fundamentalmente porque ofrecen información de interés para el propio museo y porque se trata de una herramienta asequible y económica. Pero el problema que plantean es que se trata de una herramienta útil para evaluar un tipo de aspectos y no otros y que, además, precisa de unos conocimientos teóricos y un rigor metodológico que puedan garantizar una fiabilidad y de modo que se puedan extrapolar sus resultados. Elaborar un cuestionario no es anotar preguntas que en un día de inspiración se nos ocurre que podemos hacerle al visitante del museo. María Amérigo realizó una clara exposición de los principales aspectos teóricos que deben conformar una adecuada construcción de estas herramientas. Mientras que Ana Verde expuso una reflexión, desde la propia experiencia del museo, sobre los objetivos que deben cumplir los cuestionarios en estos contextos. Ambas contribuciones se recogen más adelante con los títulos, respectivamente, de «Metodología de cuestionarios: principios y aplicaciones» y «El uso de los cuestionarios en el museo: ¿para qué?».

Un segundo bloque de investigaciones sobre el público en el museo corrió a cargo de Mikel Asensio, de la Universidad Autónoma de Madrid, Ángela García Blanco, del Museo Arqueológico Nacional, y Elena Pol, de la misma universidad recién citada. Se presentó un amplio trabajo sobre la evaluación de la exposición «Los Bronces Romanos en España» que incluía estudios de los perfiles de público e impacto expositivo; utilización del espa-

cio expositivo; comprensión de claves expositivas; comprensión de medios informativos (textos); activación de conocimientos específicos; y aprendizaje en la visita»; este trabajo aparece más adelante en el artículo titulado «Evaluación cognitiva de la exposición los Bronces Romanos en España: dimensiones ambientales, comunicativas y comprensivas».

Se dedicó otra sesión de trabajo a la consideración de los problemas de diseño del espacio expositivo desde el punto de vista del público. Se contó aquí con dos contribuciones importantes y complementarias. De una parte la aportación de Juan Ignacio Macua (Macua y García Ramos, Equipo Diseño S.A.), que presentó una ponencia sobre «Espacio y comportamiento del visitante en la exposición». Macua, que pertenece a un escaso conjunto de profesionales que están presentes en una parte muy importante de los montajes de exposiciones en nuestro país, reflexionó en torno a las connotaciones del espacio que condicionan el comportamiento del visitante.

De otra parte se presentó la ponencia «La consideración ambiental del espacio expositivo: una perspectiva psicológica» a cargo de José Antonio Corraliza (Universidad Autónoma de Madrid). Este psicólogo social pertenece a un reducido grupo de profesores que han impulsado en España la implantación de una nueva disciplina: la Psicología Ambiental, que trata de la relación del individuo con el entorno psíquico-social, arquitectónico y natural. Su contribución, que se presenta más adelante, se centró en la presentación de las principales líneas de argumentación de esta disciplina adecuándolas a un intento reflexivo en el contexto de los museos. El visitante recrearía así el espacio expositivo en función de unas claves-afectivas que constituyen un anclaje para explorar el museo y llegar a comunicar con el mensaje expositivo. El diseño de estos espacios estaría, de esta forma, sujeto a una serie de dicotomías de planteamiento ambiental que deberían respetarse en su construcción. Este análisis se basaría en las claves representacionales, comportamentales y emocionales de los visitantes en función de las propiedades del mensaje esquematizadas en un esquema mediacional de comprensión por exploración; finalizando con las implicaciones para la señalización y el impacto afectivo. Este trabajo se recoge más adelante con el mismo nombre que la ponencia citada anteriormente.

Y la última sesión de trabajo se centró en la presentación de acciones y reflexiones sobre el papel de los ordenadores en la mediación entre el público y el museo. Se presentaron dos intervenciones, la primera a cargo de Camila González, del Museo de Historia de la Ciudad, sobre «Los medios informáticos y los museos». Y la segunda a cargo de Ana Luisa Delclaux, del Museo Arqueológico Nacional, sobre «El programa RACE». Camila González realizó un análisis de las aportaciones de los ordenadores antes, durante y después de la visita a la exposición, así como de las funciones a cubrir en cada caso. Ana Luisa Delclaux describió un programa de navegación infor-

mática puesto en marcha entre diversos museos europeos que permitirá acceder a una selección de las piezas u obras, así como a diversa documentación de dichos museos. La primera contribución se recoge más adelante con el mismo título, mientras que una visión general de la segunda puede consultarse en el Boletín del Museo Arqueológico Nacional (1991).

Las Jornadas se completaron con una sesión de posters sobre investigaciones de público, donde se daba cabida a las contribuciones presentadas por los asistentes. Cabe citar aquí a Mercedes Martín de la Torre, del Museo del Pueblo Español, con los resultados de una encuesta realizada con motivo de la exposición «La moda en sombras». Y a Victoria Gaudens y Cristina Guedán, que presentaron unas experiencias relacionadas con la formación en el arte contemporáneo de profesionales de la educación como recurso metodológico de apoyo a la enseñanza.

Sin pretender resumir las aportaciones presentadas a lo largo de estos dos días, sí se pudieron observar algunos puntos de acuerdo general.

En primer lugar, estas jornadas supusieron la constatación del interés en este tipo de aspectos, demostrado por la asistencia de numerosos profesionales de los museos, y por el nivel de las discusiones, reflexiones y trabajos presentados.

Todos los asistentes coincidieron en la importancia de la investigación en los aspectos de público dentro del contexto más amplio de la necesidad de renovación progresiva de la actual oferta museística. Efectivamente, para lograr una mayor comunicación entre los mensajes expositivos y los visitantes es preciso analizar los planteamientos de base en cuanto a los objetivos planteados en las exposiciones, así como estudiar sus dificultades y los medios para superarlas.

Igualmente, se pudo detectar una creciente preocupación por la utilización de métodos más adecuados en los estudios sobre el público. Se constató un acuerdo generalizado sobre la falta de validez de la utilización de encuestas y cuestionarios apresurados, que no ofrecen resultados fiables. Se dio un amplio acuerdo entre las diferentes aportaciones en la necesidad de diversificación de las técnicas utilizadas. Se vio la necesidad de correlacionar los estudios basados en cuestionarios bien elaborados con estudios de observación comportamental directa y con estudios de tipo experimental. En varias de las discusiones, el público asistente expuso la dificultad de llevar a cabo este tipo de trabajos en las condiciones actuales de la mayor parte de los museos.

Los análisis sobre la problemática de los visitantes se contemplaron, en suma, como un aspecto más del entramado de aportaciones profesionales, dentro de una colaboración interdisciplinar, que deben orientar la adecuada conformación del mensaje expositivo.

