



UNA APROXIMACIÓN AL
ANÁLISIS DEL
NO-PÚBLICO
DE LOS MUSEOS A PARTIR
DEL ESTUDIO DE USO DEL
MUSEO DE ARTE DE
GIRONA

GABRIEL ALCALDE GURT Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural–Universitat de Girona
JOSEP MANUEL RUEDA TORRES Direcció General de Patrimoni Cultural, Generalitat de Catalunya

AL ANALIZAR EL USO DE LOS MUSEOS Y

considerar su diversificación, el aumento del número de centros y el considerable incremento de las visitas que reciben, podemos interpretar que se está consiguiendo una democratización real de estos centros. Pero también podemos plantearnos si las tendencias actualmente más generalizadas orientan los museos hacia objetivos que priorizan su utilización por parte de sectores concretos de la sociedad, que excluyen a otros sectores, y si los mensajes que transmiten favorecen y mantienen esta orientación prioritaria. Es en este sentido que entendemos el interés del debate sobre la democratización real de los museos y las aportaciones que se pueden realizar desde los estudios de público y, sobre todo, del no-público de este tipo de centros.

INCLUSIONES Y EXCLUSIONES

Resulta complejo definir quien es visitante de museos. La dificultad radica en el hecho de que para la adscripción a esta condición no es suficiente tener en cuenta si se ha visitado alguna vez algún museo, sino que es preciso considerar al mismo tiempo otros parámetros relacionados con la frecuencia (Dierking, 1994; Caillet, 2001) o con las características de uso. La condición de visitante es difícil de establecer para los museos en general y también para un museo concreto: ¿Quién es visitante de museos? ¿Quién es visitante de este museo?

Los datos publicados en las encuestas de comportamiento cultural nos indican que solamente una proporción reducida del conjunto de la población utiliza con alguna asiduidad estos centros. Por ejemplo, en la Encuesta sobre el comportamiento cultural de los españoles, se publicaba en 1985 que el 16% de la población española realizaba con cierta asiduidad (al menos una vez cada tres meses) una visita a "museos, exposiciones o monumentos" (Secretaría General Técnica, 1985). Otra encuesta de este mismo tipo realizada en 2006-2007 (Encuesta de hábitos..., 2008), aporta las cifras de un 31% de la población española que ha visitado un museo en el último año, un 33% que ha visitado un museo hace más de un año y un 35% que no ha visitado nunca o casi nunca un museo. A

UN 31% DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA HA VISITADO UN MUSEO EN EL ÚLTIMO AÑO, UN 33% HA VISITADO UN MUSEO HACE MÁS DE UN AÑO Y UN 35% NO HA VISITADO NUNCA O CASI NUNCA UN MUSEO.

pesar de que las dos encuestas presentan informaciones obtenidas de preguntas distintas, y por tanto no es posible comparar de manera directa los resultados, las cifras nos pueden ayudar a reflexionar sobre cual ha sido la progresión que se ha producido en la sociedad española en un período de más de veinte años en relación a la utilización de los museos.

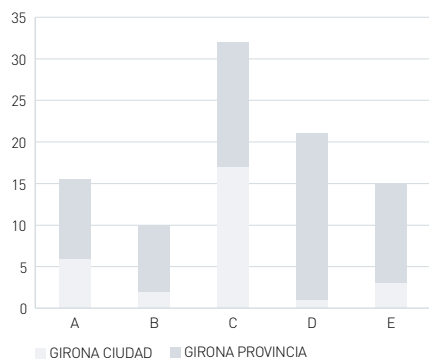
Muchos de los estudios de público realizados en museos determinan que éstos son visitados por segmentos concretos de la sociedad y que las características de los visitantes son parecidas en los diferentes centros. Así, las personas que visitan museos constituyen un segmento concreto de la sociedad que es especialmente practicante de esta actividad (Sánchez Horcajo *et al*, 1997; Solima, 2000). Estas constataciones, que ya empezaron a ser observadas a mediados de los años 60 del siglo pasado en los estudios de Bourdieu y Darbel (1969), se hacen aún más evidentes en los museos de temática artística (Schuster, 1993). Si bien es cierto que, como propone Donnat (2002), no se puede interpretar de forma superficial esta situación sino que es preciso analizarla con mayor profundidad; es como mínimo preocupante, puesto que puede ser indicativa de que se continúan produciendo diferencias importantes en las posibilidades de uso de los museos que dificultan que estos centros puedan actuar como agentes inclusivos (Fleming, 2002).

En el Museo de Arte de Girona, por ejemplo, un estudio de su uso realizado en 2002–2003 (Alcalde & Rueda, 2004, 2005) constataba que el conjunto de personas visitantes presentaban unas características diferenciadas de las del conjunto de población de la región donde se encuentra ubicado el centro (un 63% de los visitantes individuales tenía estudios universitarios, un 30% declaraban ser profesionales de la educación, del derecho, de las ciencias sociales o del arte...). Y además mostraba que se producía un elevado grado de fidelización de los visitantes, evidentemente condicionado por el lugar de residencia habitual de éstos (un 91% de los visitantes individuales con residencia en la ciudad de Girona declaraba haberlo visitado con anterioridad, y un 71% de éstos afirmaba haberlo hecho en más de cinco ocasiones).

Los visitantes individuales del Museo de Arte de Girona son personas que visitan museos con frecuencia (el 92% de las personas encuestadas declaraba haber visitado otro museo anteriormente y el 80% de éstos manifestaba haberlo hecho ese mismo año). Esta proporción es muy distinta de la que mostraba una encuesta a la población que vive en la provincia de Girona, donde se obtiene un resultado del 36% de personas encuestadas que declaraban haber visitado un museo en los últimos 12 meses y un 16% no haber visitado nunca ninguno.

Ante la importante diferenciación entre las personas que utilizan los museos y las que no los utilizan, resulta de enorme interés poder desarrollar estudios también sobre el no-público de los museos. Su definición es, de entrada, también compleja, y al mismo tiempo cubre situaciones muy distintas. Mengin (2001) plantea la distinción entre visitantes potenciales y no-público, considerando a los primeros como aquellas personas que no han utilizado los museos pero para las cuales no existen barreras suficientemente importantes que puedan impedirles esta práctica en un futuro; y a los segundos como aquellas personas para quienes existen barreras de exclusión, debidas a múltiples factores, que no les permiten utilizar los museos. Un estudio realizado por Artimetria (1999) sobre el no-público de los museos catalanes constata que éste constituye un conjunto muy heterogéneo que reúne a personas de características muy diversas, y propone diferenciar el no-público a partir de criterios de distancia-proximidad a los centros.

SI BIEN ES VERDAD QUE ES DIFÍCIL ENCONTRAR PERSONAS QUE MANIFIESTEN UNA NEGATIVA RADICAL A VISITAR MUSEOS, ES TAMBIÉN CIERTO QUE EXISTE UN VOLUMEN CONSIDERABLE DE POBLACIÓN QUE NO MUESTRA NINGÚN INTERÉS POR EL USO DE ESTE TIPO DE CENTROS.



Sobre la costumbre de visitar museos de las personas no visitantes del Museo de Arte de Girona [A: No han visitado nunca un museo; B: no recuerdan el nombre de ningún museo visitado; C: han visitado museos durante viajes turísticos; D: han visitado el museo de la localidad donde residen; E: No contestan; en %] (según una encuesta telefónica realizada a personas residentes en la ciudad de Girona —Girona C.— y en el resto de la provincia —Girona P.—; Alcalde & Rueda, 2004).

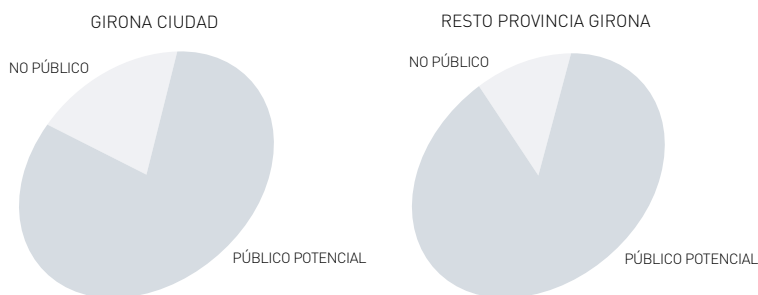


Diagrama de las proporciones entre visitantes potenciales (que no han visitado el Museo de Arte de Girona pero que no muestran inconvenientes para visitarlo) y no-público (que no tienen ninguna intención de visitarlo) del Museo de Arte de Girona (según una encuesta telefónica realizada a personas residentes en Girona ciudad y en el resto de la provincia; Alcalde & Rueda, 2004).

Además del no-público de los museos en general, es preciso considerar el no-público de cada museo concreto. En el momento de particularizar el análisis de los no visitantes a centros concretos es necesario tener en cuenta los aspectos específicos que influyen para hacer posible o para dificultar su uso. Las personas que no utilizan un centro concreto pueden ser personas que no utilicen los museos en general, pero en muchos casos esta no utilización se debe a causas específicas en la relación de la persona con el centro. Cuando hablamos del conjunto de no usuarios de museos, debemos entender que está constituido por aquellas personas que no han visitado ningún museo y por aquellas que, aunque no hayan visitado ninguno, podrían estar dispuestas a visitar museos en general o alguno en concreto. Si bien es verdad que es difícil encontrar personas que manifiesten una negativa radical a visitar museos, es también cierto que existe un volumen considerable de población que no muestra ningún interés por el uso de este tipo de centros.

EL MUSEO DE ARTE DE GIRONA Y EL NO-PÚBLICO

En el estudio del uso del Museo de Arte de Girona, desarrollado en 2002–2003, se prestó una atención especial al no-público del centro. La aproximación a las características de las personas no usuarias se realizó a través de encuestas telefónicas entre la población de Girona ciudad y de la provincia y de entrevistas en profundidad realizadas a personas no usuarias del Museo.

A partir de las encuestas se aprecia una diferente relación con el museo dependiendo de la proximidad geográfica entre el lugar de residencia y el centro. Un 61% de las personas encuestadas en la ciudad de Girona se pueden considerar como no usuarias; la mayoría de éstas (80%) pueden considerarse como usuarias potenciales —es decir, que no declaran ninguna imposibilidad de utilizar el Museo— y solamente un 19% las podemos adscribir al

MUCHAS DE LAS PERSONAS
ENTREVISTADAS VINCULAN LA VISITA
A MUSEOS A VIAJES TURÍSTICOS.

no-público de museos: no han visitado ningún centro y declaran que no les interesan los museos. En cuanto a las personas encuestadas en el resto de la provincia, el 96% se pueden considerar como no usuarias del Museo de Arte de Girona; de éstas, el 88% pueden considerarse como visitantes potenciales, y el 11% como no-público (ver gráfico página anterior). La mayoría de las personas consideradas en este estudio como no visitantes, tanto si se trata de residentes en la ciudad de Girona como en el resto de la provincia, se caracterizan por un cierto desconocimiento del centro y de sus características (un 13% y un 4%, respectivamente, lo sitúan aproximadamente en la zona de la ciudad donde se encuentra, y un 3% y un 2% tienen referencias de alguna actividad efectuada por el Museo).

Las personas encuestadas que pueden considerarse no usuarias del Museo de Arte pero sí público potencial de éste declaran que han visitado otros museos de la provincia de Girona (Teatro-Museo Dalí, Museo del Cine, Museo del Empordà, Museo de Arqueología de Catalunya-Empúries...) y de Cataluña (Museo de Historia de Catalunya, Museo Picasso...), o que, vinculadas a viajes y estancias turísticas, han realizado visitas en museos del resto del estado (Museo del Prado, Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Museo Guggenheim...) o de otras ciudades del mundo (El Cairo, Viena, San Petersburgo, Berlín, Londres, París, Florencia, Roma...). Estas personas que no han visitado el Museo de Arte, si bien en una cierta proporción son visitantes muy ocasionales de museos (un 30% declara que hace muchos años que ha visitado un museo), muchas de ellas se pueden considerar como visitantes de museos de cierta asiduidad (un 46% declara haber visitado algún museo en el último año) (ver gráfico página anterior).

En las entrevistas en profundidad realizadas a personas no usuarias del Museo de Arte de Girona, algunas personas declaran sobre su relación con los museos que, por ejemplo, "no soy aficionado al tema de los museos en general", "no estoy interesada en el arte", "no tengo una idea de cómo son porque he visto muy pocos" o "no voy nunca a los museos". Otras personas manifiestan que no visitan los museos porque tienen otras preferencias y prioridades: "me gusta más el aire libre y salir a caminar en mi tiempo libre". Pocas personas se muestran radicalmente contrarias al uso de los museos: "¡esto de los museos, a mí no me va!" Sin embargo, la mayoría declara que, si bien no conoce el Museo de Arte de Girona, ha visitado en alguna ocasión algún centro: "comprar una entrada para ir a visitar algún museo y estar ahí dos horas, lo hago en algunas ocasiones". Muchas de las personas entrevistadas vinculan la visita a museos a viajes turísticos: "cuando haces un viaje visitas un museo, pero ir a visitar un museo de por aquí no lo he hecho nunca", "sobre todo visito museos cuando viajo" o "si voy de viaje y he de ir a algún museo me encanta recorrerlo y leer la información". Algunas de las personas encuestadas, a pesar de no ser usuarias del Museo de Arte, no solo manifiestan interés por los museos sino que declaran un uso habitual: "me gusta visitarlos y he visitado unos cuantos". Es decir, que en las entrevistas a la población se observa que el concepto de no-público constituye una condición no demasiado extendida; quizás no los visitan pero podrían visitarlos. Ésta es una información importante que anima a trabajar para la conquista de nuevos públicos en los museos.

MUSEOS, ¿PARA QUIÉN Y AL SERVICIO DE QUÉ? ¿QUIÉN LOS USA Y QUIÉN NO LOS USA?

El número de usuarios de los museos ha aumentado, pero este crecimiento no ha tenido las consecuencias que cabría esperar en relación a la ampliación del público. La intensificación del uso por parte de los sectores tradicionalmente relacionados con la visita a los museos

y el aumento de la oferta museística pueden ser dos de los factores que cabe relacionar con este aumento. Un tercer factor a tener en cuenta es el turismo y la participación de los museos como productos en la oferta turística. Sin embargo, las personas no usuarias de los museos continúan constituyendo una proporción elevada del conjunto de la sociedad, y existen sectores de la sociedad ajenos a los museos.

Algunas de las causas de esta situación las podemos atribuir al hecho de que muchos museos tienden a estar dirigidos —y por tanto a ser utilizados— a aquellos segmentos de la población que encuentran referentes en ellos. Y, por este motivo, otros sectores no encuentran en los museos respuestas a sus problemáticas y a sus intereses y no sienten ni siquiera la necesidad de estar incluidos (Alcalde & Rueda, 2007).

Los museos no pueden ni deben renunciar a su papel de centros abiertos a la comunicación del conocimiento. Pero deben, al mismo tiempo, implicarse en la realidad en la que viven y no ser exclusivamente observadores externos. La responsabilidad social no ha de ser la principal prioridad de los museos pero sí tiene que estar incluida entre sus objetivos (Sandell, 2002; Scott, 2002). Llegar al no-público y ampliar el máximo posible los sectores sociales a los que puedan interesar los museos constituye un importante desafío. Para este reto, los museos, a la vez que adquieren un buen conocimiento del perfil de las personas que hacen uso de estos centros, deben avanzar también en el estudio del no-público.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcalde, G. & Rueda, J. M. *L'ús del Museu d'Art de Girona. Anàlisi de la utilització del centre en el període 2002-2003*, (Treballs de Patrimoni Cultural, 1). Girona: Universitat de Girona, 2004.
- Alcalde, G. & Rueda, J. M. "Estudio de visitantes del Museo de Arte de Girona", *Revista de Museologia*, 35: 44-51, 2005.
- Alcalde, G. & Rueda, J. M. "People Who Don't Go to Museums", *International Journal of Heritage Studies*, 13-6: 521-523, 2007.
- Arismetria. *Estudi qualitatiu sobre el no-públic dels museus de Catalunya*, (trabajo no publicado), Barcelona, 1999.
- Bourdieu, P. & Darbel, A. *L'amour de l'art. Les musées d'art européens et leur public*. Paris: Les Éditions de Minuit, 1969.
- Caillet, E. "Construire les outils préalables à des indicateurs de démocratisation", en Donnat, O. & Octobre, S. (ed.), *Les publics des équipements culturels. Méthodes et résultat d'enquêtes*: 37-43. Paris: Ministère de la Culture et de la Communication, 2001.
- Dierking, L. D. "Rôle de l'interaction sociale dans l'expérience muséale", *Publics et Musées*, 5: 10-43, 1994.
- Donnat, O. "Les catégories socioprofessionnelles: un outil encore efficace dans l'analyse des disparités culturelles", in Donnat, O. & Octobre, S. (ed.), *Les publics des équipements culturels. Méthodes et résultat d'enquêtes*: 27-35. Paris: Ministère de la Culture et de la Communication, 2001.
- Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España 2006-2007. Madrid: Ministerio de Cultura, 2008.
- Fleming, D. "Positioning the museum for social inclusion", in Sandell, R. (Ed.), *Museums, Society, Inequality*: 213-224. London & New York: Routledge, 2002.