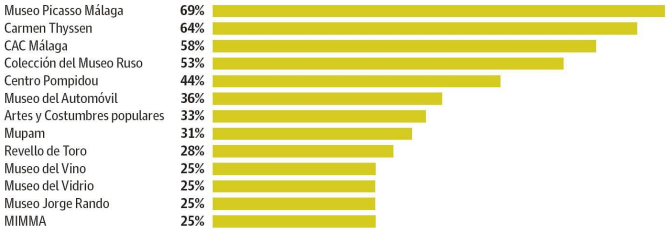
Más del 80% de los malagueños dice haber visitado algún museo de la ciudad

Los malagueños y los museos de la ciudad

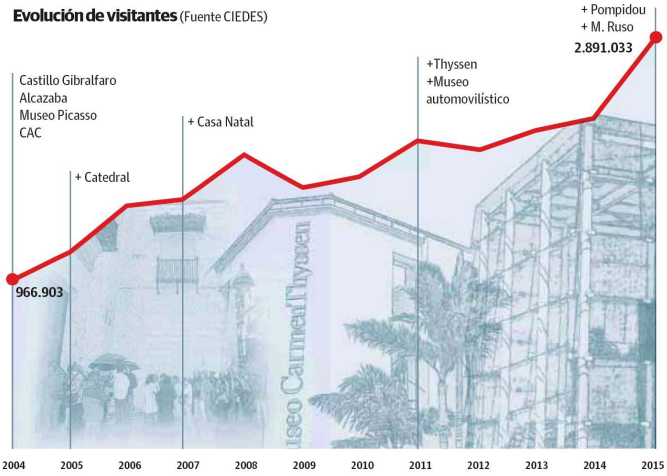
Fuente: Estudio 'Málaga más allá de los números'

¿Cuándo fue la última vez que visitó un museo?

Conocimiento de los museos



Evolución de visitantes (Fuente CIEDES)



Las respuestas contrastan con las estadísticas de los museos

:: A. J. L.

MÁLAGA. El informe 'Málaga más allá de los números. Un estudio sobre la interacción del público malagueño y los espacios museísticos y expositivos de la ciudad' pretende desde su propio titulo profundizar en la relación entre la audiencia local y los espacios expositivos sin quedarse en la frialdad de los datos. Por eso, aunque las respuestas a la encuesta ofrecen motivos para el optimismo (el 82,4% dice haber ido alguna vez a los museos y el 58,9%, haber acudido en el último año), en sus conclusiones, acota: «Casi todas las instituciones presentan una mayor afluencia de público nacional o internacional y declaran la escasa participación del público local en las exposiciones que realizan habitualmente».

Una tendencia que encuentra su correlato en las estadísticas de los propios museos malagueños. De este modo, el Museo Picasso ronda el 15% de visitantes malagueños; la Casa Natal registra un 8,55%; el Museo Carmen Thyssen se sitúa en un 40,5%; la Colección del Museo Ruso ofrece un 53%; el Centro Pompidou Málaga, un 38% y el CAC Málaga (de entrada gratuita) presenta un 64% de público local.

ANTONIO JAVIER LÓPEZ
@ajavierlopez

Un informe calcula que el 58,9% de los residentes en la capital ha acudido durante el último año a algún espacio expositivo de la ciudad

MÁLAGA. Desde hace nueve primaveras se repite la misma escena en la capital malagueña: colas de gente esperando para acceder a los museos durante la Noche en Blanco... cuando al día siguiente la entrada sigue siendo gratuita en la inmensa mayoría de esos espacios. La imagen ilustra la ambivalente relación del público local con los espacios expositivos, a los que se van acercando de manera paulatina, eso sí, a menudo al calor de la gratuidad. Usos y costumbres que por primera vez son objeto de un análisis de calado en un informe elaborado por la consultora malagueña A2 Paneque Catalán, titulado 'Málaga más allá de los números. Un estudio sobre la interacción del público malagueño y los espacios museísticos y expositivos de la ciudad'.

El documento es el resultado de más de un año de trabajo, en el que se ha recabado la información procedente de 30 entidades y de 336 entrevistas personales. El estudio detalla que el 17,6% de los encuestados admite que nunca ha visitado un museo ni un espacio expositivo de la ciudad. A primera vista parece un dato poco alentador, pero cabe darle la vuelta y hacer el planteamiento inverso; es decir, el 82,4% de los preguntados dice haber acudido a la llamada de los museos malagueños en alguna ocasión. Además, el informe establece que más de la mitad de los encuestados (el 58,9%) afirma que ha pasado por algún museo, sala de exposiciones o galería de la ciudad en el último año.

«En los últimos años la ciudad de Málaga ha dado un giro importante hacia la cultura, mejorando su oferta sustancialmente, tanto en el aspecto museístico y expositivo como en el de creación artística, de puesta en escena de espectáculos y de dinamización artística y cultural. Sin embargo, queda mucho camino por andar hacia la mejora de la percepción de la cultura que tiene gran parte de la población malagueña. Este cambio no puede producirse a corto plazo sino que vendrá dado a medio y largo plazo», establece en sus conclusiones el informe de la consultora malagueña.

De parte de las instituciones culturales, el estudio pone el acento en la necesidad de que revisen sus estrategias de comunicación para llegar más y mejor al público cercano. «El origen de este estudio está en nuestro trabajo con museos, donde organizamos talleres y otras iniciativas. Pese a las comunicaciones emprendidas por estas entidades, muchas personas no conocían las propuestas que realizábamos. ¿Por qué a la gente no le llega? ¿Dónde se corta la comunicación? Fueron algunas de las preguntas que quisimos responder con este informe y una de las conclusiones a las que hemos llegado consiste en la necesidad de revisar la manera en la que estas entidades difunden sus propuestas», sostiene Susana Catalán, coautora del estudio junto a Ana Paneque.

Un ejemplo. La encuesta preguntaba a los usuarios qué pediría a los museos de la ciudad. Y entre las respuestas abundaba una reclamación: entrada gratuita. Lo llamativo es que la mayoría de los museos malagueños (el 75,9% según el estudio) ofrece algún día de puertas abiertas. Las salas de exposiciones y las galerías privadas brindan siempre el acceso gratuito.

«La falta de cultura lleva asociado el concepto de que los museos y espacios expositivos en general, son caros e inaccesibles. En la mayoría de las ocasiones esta percepción va unida a una falta de información acerca de las posibilidades y actividades gratuitas y/o a bajo coste que ofrecen las entidades museísticas», establece el informe.

Eso sí, el estudio también incide en la existencia de un grupo de malagueños «con un nivel cultural medio-alto que tiene una percepción distinta de la cultura» y que se muestra activo y reincidente a la hora de hacer uso de la oferta cultural y lúdica de los museos de la ciudad.

Tan cerca, tan lejos

Parece, por tanto, que a pesar de estar tan cerca, los museos y los vecinos de la capital no se conocen demasiado bien. Un asunto al que también se asoma el estudio de la consultora A2 Paneque Catalán al destacar que menos de la mitad de las instituciones analizadas (el 43,5%) segmenta la información que maneja sobre sus visitantes con datos como la edad, la procedencia o el nivel de estudios de los usuarios.

El estudio también aboga por establecer sinergias entre las instituciones expositivas malagueñas. Cierra Susana Catalán: «Cada museo no debe ser un pequeño reino. Es necesario ver la situación en su conjunto. De hecho, la ruta elaborada por el Museo Carmen Thyssen, el Museo del Vino y el de Artes Populares o la entrada combinada entre el Pompidou, el Museo Ruso y la Casa Natal han dado buenos resultados. Hay que ahondar en esas sinergias, en lugar de que los museos se vean entre sí como competidores». En algunos despachos también hace falta otra forma de pensar.