

Por qué unos museos tienen más visitantes que otros. Una respuesta a las inquietudes de los políticos

Antonio Bellido Blanco

RdM. Revista de Museología: Publicación científica al servicio de la comunidad museológica. ISSN 11-34-0576, n. 78, 2020, p. 7.14

En este texto se analizan algunas de las razones para explicar por qué algunos museos tienen más tirón que otros a partir de las diferencias entre instituciones: sus colecciones, su tipología, la atención que se presta a los visitantes, sus programas de actividades, su edificio, sus equipamientos, la financiación, su plantilla, su visibilidad, la propaganda, su localización y la consideración que reciben por parte de la gente. El repaso a estos elementos dará una buena medida de la posibilidad real que existe de aumentar el número de visitantes a los museos, gran preocupación de las administraciones que gestionan un buen número de ellos. Un elemento destacado de atracción de visitantes a los museos es la presencia de obras maestras del arte universal. Uno de los factores que más determinan el número de personas que entran a un museo es la programación de convocatorias de toda índole. Esto produce una complejidad en el desglose de visitantes que ha de encarar un museo para dar atención a tantos tipos de público. Las características técnicas, morfológicas y estéticas de los edificios de los museos causan una gran atención y pueden determinar su éxito. Lo importante es que contengan unos espacios funcionalmente útiles que canalicen una serie de servicios, como accesos, salas de exposición, salones de actos, zonas para talleres y conferencias, una

tienda y zonas de descanso. Otro punto importante para que los museos tengan éxito es contar con un buen respaldo financiero. Una buena manera de ganarse el interés del público es la relevancia y la visibilidad. Para ello los museos con mayor apoyo financiero podrán costearse campañas publicitarias, pero la mejor forma de ganar el favor del público suele venir de la actuación de los departamentos de relaciones públicas. Una técnica habitual de los grandes museos es abrir subsedes en zonas consideradas marginales con la intención de potenciar determinados barrios. Es distinta la afluencia potencial de visitantes según la localidad donde se ubiquen, no es lo mismo una ciudad de millones de habitantes que un pequeño pueblo. También es muy importante para muchos museos la influencia del clima. Un último elemento a valorar es que la gente se deja influenciar enormemente por las listas y clasificaciones en el ámbito cultural. Los centros más visitados suelen ser los mejor dotados en todas las facetas museísticas. Pero los parámetros no deben quedarse solo en el número de visitantes. Hay museos que contribuyen a la formación de los ciudadanos, proporcionan disfrute o conservan el patrimonio histórico y cultural.

Resumen elaborado por Antonio Rodríguez Vela