

Estado de la cuestión de los estudios de públicos de museos. La necesidad de incrementar los estudios de grupos familiares

Marta Laufey Pacho Ásgeirsdóttir

RdM. Revista de Museología: Publicación científica al servicio de la comunidad museológica. ISSN 11-34-0576, n. 78, 2020, p. 15-22

Los estudios de grupos familiares en museos son una modalidad de estudios de públicos que surgió hace cuatro décadas y que poco a poco ha ido ganando importancia dentro de esta disciplina museística que busca conocer en profundidad el perfil de los visitantes de los museos, sus necesidades y deseos, para convertir estas instituciones en centro de disfrute y aprendizaje, además de mejorar su oferta cultural, tanto en exposiciones como en actividades y servicios. En este artículo se definen algunos conceptos básicos como “públicos” y “estudios de públicos” para poner en contexto la materia que se va a desarrollar: el recorrido cronológico de este tipo de estudios desde el origen hasta la actualidad, tanto en el ámbito internacional como nacional, para terminar con un enfoque de los estudios de público familiar. Su finalidad es destacar la importancia de las evaluaciones, y dentro de estas la relevancia de las propias de los grupos familiares, para mejorar la calidad de las experiencias museísticas. Evaluar a las familias no es una tarea fácil, dado que la mayoría de las técnicas están pensadas para una persona individual. Sin embargo, las familias forman una unidad dentro del museo ya que participan en conversaciones y experiencias de aprendizaje:

aprenden con los objetos, pero también con la interacción entre los miembros, incrementando la cantidad de información. A esto hay que añadir que se ha constatado que los grupos familiares pasan una media de dos horas en las salas de exposiciones, una meda mayor que los grupos no familiares, que mantienen conversaciones más largas, especialmente con los niños, y se produce una mayor influencia entre miembros. Además, buscan una experiencia divertida y evalúan muy positivamente los aspectos sociales, sobre todo de aspectos asociativos y comparativos. Uno de los retos de futuro será ampliar la producción y ejecución de estudios de públicos con el fin de conocer sus necesidades y dificultades particulares, con el fin de facilitar la accesibilidad física, emocional y cognitiva. De este modo, los museos del futuro estarán vinculados a las necesidades de sus públicos, buscando mejorar la calidad y cantidad de su oferta cultural, con exposiciones cada vez más didácticas. Además, también se buscará la implantación de nuevas tecnologías a estos estudios, como nuevos sistemas de observación o el empleo de la informática y las redes para el desarrollo de cuestionarios y métodos de muestreo. Pero principalmente, se buscará implantar la evaluación como procedimiento de trabajo permanente en las instituciones museísticas.

Resumen de la propia publicación