

# Prólogo

Es para mí un honor el haber sido invitada a escribir el prólogo de este tercer volumen de la serie Estudios sobre públicos y museos. Aún recuerdo cuando leí, en los años noventa, el libro *Los museos y sus visitantes* (1998) de Eilean Hooper-Greenhill. Me pareció muy reveladora su tesis, la cual señalaba que si los museos querían garantizar su supervivencia en el siglo XXI debían demostrar su valor social. Aunque todavía nos encontramos en medio de la encrucijada que Eilean planteaba, hemos avanzado mucho en todo el mundo. Hoy existen numerosos estudios que permiten demostrar las aportaciones de los museos a la sociedad.

En este sentido, me gustaría iniciar con una pregunta fundamental para quienes nos dedicamos a la educación en museos: ¿Podemos hablar de “buenas prácticas” en los museos sin realizar estudios de público?

Quizá para la mayoría de las personas interesadas en los temas de esta publicación, la respuesta es un rotundo “no”. Tal vez piensen que esta pregunta ya no tiene relevancia en la escena contemporánea de los museos. Desafortunadamente, desde mi experiencia profesional, puedo asegurarles que el conocimiento y la inclusión de los visitantes en la planeación y desarrollo de proyectos, sigue sin considerarse como una necesidad en los museos mexicanos. Esta resistencia o desconocimiento se ha traducido en la realización de exposiciones, programas o iniciativas que no comprendemos, no nos emocionan y no conectan con nuestras historias personales.

Ahora bien, ¿qué pasaría si todo el equipo del museo, desde los encargados de la seguridad hasta el director, reconociéramos el valor de escuchar y dialogar con nuestros públicos y los que no lo son? ¿Qué pasaría si dejáramos de ver a los visitantes como “intrusos sospechosos”?, como los describe Graciela Schmilchuk en su artículo “Venturas y desventuras de los estudios de público” (1997).

Sentarnos a platicar u observar cómo se comportan las niñas, los niños, los jóvenes y los adultos que nos visitan —o que aún no lo han hecho— nunca será una pérdida de tiempo. Significa dejar nuestras “islas” o zonas de confort y salir al encuentro de nuestros públicos de una manera honesta, pertinente y respetuosa. Por supuesto que esto debe hacerse con objetivos claros y una estrategia definida.

¿Será posible que estos diálogos resulten en una revisión de nuestra misión y visión?, ¿en la exploración de nuevas formas de trabajar en equipo?, ¿de reconocernos y comunicarnos? El entendimiento de las necesidades, preocupaciones y sueños de nuestros visitantes ¿podría llevarnos a replantear las estructuras de nuestras instituciones? Conocer mejor a nuestros públicos, ¿podrá contribuir a su desarrollo? ¿Cómo lograrlo?

Estoy convencida de que los museos seguirán siendo relevantes en la medida en que desarrollen su capacidad de análisis acerca de la sociedad y de la conciencia que adquieran sobre la vida cotidiana de las personas.

En este contexto es que sitúo las aportaciones de la presente publicación. El texto de Leticia Pérez y Manuel Gándara es una invitación a dejar atrás nuestra soberbia institucional y creer que todo lo que hacemos es perfecto, para ir en busca de nuestros públicos y construir una agenda con ellos. Por su parte, el ensayo de Fernando Enseñat y Elda Moreno nos explica paso a paso cómo determinar el tamaño de una muestra representativa para los estudios de público y cómo elegir el mejor proceso de muestreo. Su lectura se complementa muy bien con el trabajo realizado por

Constanza Suárez en la Ex Aduana Marítima de Tampico porque aplicó estos principios metodológicos para realizar el sondeo de público que llevó a cabo con el fin de contar con elementos que permitieran una mejor gestión de este patrimonio portuario.

Las valiosas aportaciones tanto de Eloísa Pérez como de Livier Jara provocan una reflexión, entre muchas otras, sobre las posibilidades de los estudios de público para el desarrollo de audiencias, como podrían ser los jóvenes, mediante estrategias que generan procesos participativos entre el museo y sus comunidades.

Si contrastamos lo estudiado por Patricia Aguilera y Mildred Muñoz, un elemento esencial de ambas investigaciones es su interés en que las experiencias que ofrecen los museos sean transformadoras. Para ello no escatimaron esfuerzos en buscar metodologías que permitieran descubrir y entender de una manera sistemática y objetiva los comportamientos sociales entre los guías, los elementos expositivos y los diferentes públicos. Sus conclusiones brindan claves importantes a tomar en cuenta en el diseño de exposiciones o programas educativos.

Valiosas contribuciones también se presentan en los dos últimos estudios de este libro. El primero, a cargo de Dolores Nájera y Rubí Conde, destaca por recordarnos la pertinencia de mantener vasos comunicantes entre los hechos del pasado que se exponen y el presente de nuestros visitantes. El segundo, realizado por Rosa Elba Camacho, nos motiva a pensar sobre las múltiples aproximaciones que se pueden extraer de un estudio cualitativo de largo aliento.

Espero que la lectura de esta publicación inspire a muchos colegas. Si nuestros lectores no cuentan con la formación, los recursos o las herramientas metodológicas necesarias, los invito a revisar con cuidado este volumen —y los dos anteriores— para aprender de sus autores y, por qué no, a ponerse en contacto con ellos. Sus semblanzas y direcciones de correo electrónico se incluyen en la parte final de este libro.

Antes de concluir quiero subrayar que los estudios de público no terminan con el análisis de la información ni con la presentación de los resultados. El reto es utilizar la información generada para tomar decisiones fundamentadas y transformar esas decisiones en acciones efectivas que beneficien a los visitantes. Pero aquí no acaba la historia, porque también hay que tener la capacidad de medir el impacto de esas acciones y aprender de nuestros errores.

Agradezco a todos los autores de esta publicación, la oportunidad de aprender de ustedes para hacer mejor mi trabajo. Deseo que en el futuro se multipliquen este tipo de esfuerzos, así como el interés de nuestros profesionales de museos en estos temas.

Madelka Fiesco Trejo

Educadora de museos

## Referencias

Hooper-Greenhill, E. (1998). *Los museos y sus visitantes*. S. L, Gijón, Asturias, España: Ediciones Trea.

Schmilchuk, G. (1997). Venturas y desventuras de los estudios de público. *Cuicuilco*, 3(7), pp. 31-57.