

LA DIFUSIÓN URBANA DEL MUSEO

TRINIDAD NOGALES BASARRATE / PILAR ALDEANUEVA VIEJO
ANA B. OLMEDO GRAGERA / LOURDES ROMÁN ARAGÓN
VALLE ROMERO-CAMACHO / MAR SÁNCHEZ GÓMEZ
Museo Nacional de Arte Romano, Mérida.

El título del presente trabajo obedece a nuestro deseo de sintetizar en él los objetivos y planteamientos que guiaron el Proyecto «Acércate al Museo», proyecto centrado en una de las múltiples parcelas que la difusión museística puede y debe abarcar, cual es la destinada al entorno natural del Museo, el medio urbano en el que se desenvuelve.

Entre las innumerables posibilidades difusoras e informativas del Museo que la ciudad ofrece¹: indicadores de dirección y localización, vallas publicitarias, publicaciones variadas —desde los folletos manuales a las guías extensas del Museo—, soluciones audaces como la estación de Metro «Louvre» de París², y un larguísimo repertorio de medios audiovisuales e interactivos hoy en uso, el Proyecto «Acércate al Museo» ha basado su actuación en la búsqueda directa de los visitantes³.

Centraremos nuestra exposición en esta experiencia, pionera en el medio urbano emeritense, que no en el marco de la Comunidad Autónoma, ya que en los años inmediatamente posteriores a la inauguración del Museo, 1986 y 1987, realizamos, el equipo de conservadores del Museo en colaboración con la Asociación de Amigos del MNAR, un proyecto difusor destinado a los límites de nuestra Región⁴. La experiencia consistió en la exposición

¹ Vid. E. ANTZOULATOU-RETSILLA, «El futuro de los Museos: ¡la calle!», *Museum* 174, 1992, pp. 114-116.

² A este respecto, la idea de situar réplicas de piezas en vitrinas y hornacinas iluminadas en la estación del metro homónima del Museo nos parece un importante reclamo difusor y publicitario del contenido museológico.

³ A. M. TAVERS BASTOS BARBOSA, «El Museo en la calle», *Museum* 161, 1989, p. 49.

⁴ G. G. WATSON, «Museums and the community», *Museums J.* 75,3, 1975.

oral con apoyo audiovisual del MNAR en distintas poblaciones, generalmente cabeceras de comarca natural. El trabajo surtió sus frutos, pues a consecuencia de esta campaña logramos mover gran masa de población al Museo, hecho reflejado en los partes de visitantes mensuales posteriores a la experiencia regional⁵.

Transcurridos unos años de margen desde la apertura del Museo, a fin de que los datos de índices de visitas se estabilizaran, nos parecía interesante intentar descubrir lagunas en el contexto circundante más próximo, lagunas que eran difíciles de detectar en razón de dicha proximidad.

Partíamos de la evidente falta de conocimiento que del Museo existía en un importante sector de la sociedad emeritense. Los cauces informativos que refrendaban este hecho eran: las observaciones directas verbales que los emeritenses expresaban, observaciones de las que teníamos constancia gracias a la eficaz colaboración del personal vigilante del Museo que siempre puso en nuestro conocimiento estos datos⁶.

La actividad cotidiana del personal técnico del Museo reafirmaba esta impresión⁷. Los estudios de público en los Museos de nuestro país son escasos, si exceptuamos algunos ejemplos aislados⁸.

Ante el hecho evidente de que el Museo aún era desconocido en su entorno natural primero, la ciudad que lo albergaba, comprendimos que ésta era una asignatura pendiente del Museo para con su medio, Mérida, y decidimos abrir un conducto de difusión urbana del Museo bajo el lema «Acércate al Museo».

Con estos datos objetivos de una necesidad importante en la comunidad ciudadana, que podía proporcionarnos nuevos visitantes, en la primavera del año 1992 entramos en contacto con las dos instituciones urbanas que, a nuestro juicio, debían necesariamente participar en el Proyecto: la Federación de Asociaciones de Vecinos de Mérida y la Concejalía de Cultura del Excmo. Ayuntamiento de Mérida. Obtuvimos de los responsables de ambas una inmediata y solidaria respuesta⁹.

⁵ No se ha efectuado un estudio estadístico de este fenómeno, pero la procedencia de las visitas de grupo de los meses posteriores a la campaña corrobora la afirmación.

⁶ El contacto directo con el público del personal vigilante del Museo, le sitúa en posición de privilegio. La labor de este colectivo, adecuadamente formado, tiene varias vertientes que numerosas ocasiones se desaprovecha en detrimento suyo y del propio centro. Sirvan estas líneas de toque de atención de un grupo profesional esencial, a veces infravalorado.

⁷ Tanto los Conservadores del Museo, profesionales de distintos Departamentos, como los técnicos contratados anualmente, habían corroborado en repetidas ocasiones este desconocimiento del Museo por una buena parte de la población emeritense. Las visitas de las guardias profesionales sirvieron también de cauce informativo sobre este aspecto.

⁸ E. VELLILLA, «Los visitantes del Museo de Zaragoza», *Boletín del Museo de Zaragoza*, 6. 1987, pp. 405-417.

⁹ Agradecemos desde estas líneas a D. Cecilio Chacón, presidente, y a toda la Junta directiva de la Federación de Asociaciones de Vecinos su contante apoyo. Agradecimiento que

Así las cosas, comenzamos a elaborar el Proyecto. La idea, nacida en abril de 1992, comenzó a elaborarse a partir de otoño del mismo año, debido a las dificultades del calendario laboral y del propio MNAR, enfrascado en otras actividades difusoras importantes. La experiencia fue desarrollada desde noviembre de 1992 a enero de 1993.

A continuación, en aras de la ordenación expositiva y claridad valorativa del Proyecto, realizaremos una revisión ordenada de aquellos apartados que resultan necesarios para comprender, en su esencia, el trabajo realizado.

- A. *Objetivos y planteamientos.*
- B. *Material y método.*
- C. *Resultados y valoración del proyecto.*
- D. *Conclusiones.*

A. OBJETIVOS Y PLANTEAMIENTOS

Hemos de reflexionar en torno a uno de los apartados que deben primar a la hora de acometer cualquier empresa: los objetivos que guían la misma y los planteamientos que se siguieron para alcanzar los primeros.

Partimos de la premisa que nuestro trabajo nunca debía evaluarse desde un exclusivo nivel cuantitativo numérico, a pesar de que las cifras de participación pudieran tomarse como parámetro válido de otros aspectos.

El objetivo «base» del Proyecto de estableció en el hecho de que el Museo se difundiera en el mayor espectro urbano posible. Buscamos centrar el objetivo en aquella población que respondía al demandante urbano que desconocía, según los cauces informativos mencionados, el Museo, esto es: población activa, adulta y habitante de áreas periféricas de la ciudad.

La difusión del Museo al espectro social más amplio posible es una de las premisas que preconiza la Museología moderna, pues ya en la definición que del Museo realiza el ICOM se establece este amplio parámetro.

En la actualidad, los Museos tienden a efectuar actividades dirigidas hacia sectores específicos, ya que el trabajo de difusión resulta así más eficaz¹⁰. En el caso del MNAR, las actividades realizadas desde el Departamento de Educación y Acción Cultural, DEAC, se han dirigido en distintas experien-

extendemos a los miembros de las Asociaciones de las Barriadas participantes, y en especial a M.^a Luisa Fernández Calderón, colaboradora eficaz del Proyecto.

También queremos mencionar la favorable disposición de D. Elías Paule, Concejal de Cultura del Excmo. Ayto. de Mérida.

¹⁰ A. GARCÍA BLANCO, *La función pedagógica de los Museos*, Madrid, 1980; Varios, *La didáctica museale*. Atti del Convengo, Foggia, 1990, Museo Cívico, 1992.

cias y proyectos hacia varios colectivos: enseñantes, alumnado, tercera edad, etc.¹¹ El Proyecto «Acércate al Museo» debía tener en cuenta las actividades programadas en el DEAC, para no repetir esfuerzos, y deslindar el Proyecto hacia el campo receptor vecinal, colectivo que hasta entonces no había sido objeto de atención por parte del Museo.

Además de este objetivo primero, podemos extraer otra serie de objetivos menores que se desglosan a partir de él, y que guardan una estrecha relación con los fines y la esencia de la institución museológica moderna.

Desde el acceso a esta población desconocedora del Museo nos será posible trazar las zonas en las que las carencias culturales sean mayores y, por tanto, las que más necesitan de nuestra dedicación.

El acercamiento a esta población, a la sazón refractaria al Museo, supone la ruptura de la barrera principal, tal vez una cierta desacralización del Centro Museológico para el colectivo ciudadano que nos ocupa.

La difusión en el medio vecinal bien pudiera incorporar al ciudadano al itinerario urbano del entorno del Museo.

El acercamiento de la riqueza patrimonial emeritense de un modo sencillo y claro, redundará en beneficio de la custodia patrimonial urbana, esfera fundamental en la conservación del Patrimonio¹².

Por último, la colaboración entre las instituciones representativas de los ciudadanos, las Asociaciones vecinales, y el Museo facilitarán el acceso de aquéllas a éste¹³.

Establecido el perfil del potencial «cliente» del Museo y los objetivos que a partir de él se pueden trazar, entramos a cuestionar los métodos y sistemas de acceso a él.

La amplitud del primer objetivo, el acceso al mayor espectro social, delimitaba los planteamientos del Proyecto, que debían ajustarse a caracteres tales como la versatilidad y adaptabilidad al medio.

El planteamiento o procedimiento del Proyecto «Acércate al Museo» siguió distintas fases, cada una de ellas respondía a una finalidad concreta del mismo. En primer lugar la denominación del Proyecto buscaba, mediante un término imperativo coloquial «Acércate al Museo», invitar al ciudadano a traspasar la barrera física del edificio con el exterior, hacérselo próximo con familiaridad. El Proyecto buscó la colaboración de las Asociaciones Vecinales a través de la Federación de las mismas, en la idea de que éstas conocían el medio de trabajo y participarían eficazmente. La Concejalía de Cultura,

¹¹ Este área del Museo ha estado coordinado por la Dra. Dña Pilar Caldera.

¹² No debemos olvidar que gran parte de las denuncias ciudadanas de atentados al patrimonio han salvado numerosos restos culturales. Cfr.: M. A. QUEROL, «Los mecanismos de protección del patrimonio arqueológico», *Trabajos de Prehistoria* 49, 1992, pp. 27-34.

¹³ M. X. FERNÁNDEZ et alii, *Museo y sociedad. Primer curso de museos. Santiago 1986, 1987.*

ejecutora de numerosos trabajos de difusión en el medio vecinal, aportaría la experiencia necesaria para canalizar adecuadamente el Proyecto.

Perfilados los cauces de acceso al espectro deseado, el paso posterior se hallaba en la delimitación de las actividades.

Actividades del Proyecto «Acércate al Museo»:

- a) La primera actividad consistía en una charla-coloquio explicativa del patrimonio arqueológico emeritense: «Mérida romana». Bajo este sencillo epígrafe se buscaba definir al público el contenido de la charla, abriéndole un amplio abanico de posibilidades, en la idea de responder mejor a sus expectativas. La exposición de la riqueza pasada ayudaría a reflexionar sobre la presente, para finalmente llegar al Museo como contenedor de ésta.
- b) El segundo paso del Proyecto, tras la charla-coloquio, era la visita guiada al Museo, verdadero núcleo del objetivo marcado. La visita era una actividad clave, por lo que se incorporaron otros elementos de atracción: el sorteo final de un lote de libros para los participantes.

B. MATERIAL Y MÉTODO DE TRABAJO

Material de trabajo

En el apartado material podemos establecer sendas categorías: material humano e infraestructura técnica, ambos bloques necesarios para comprender el desarrollo y gestión del Proyecto.

Los integrantes del equipo humano procedían de varios organismos, los citados anteriormente: Museo Nacional de Arte Romano, Federación de Asociaciones de vecinos de Mérida y Concejalía de Cultura del Excmo. Ayuntamiento de Mérida¹⁴.

¹⁴ El responsable desde la Concejalía de Cultura, D. Elías Paule Paule, refrendó y apoyó desde su inicio el programa.

La federación de Asociaciones de Vecinos, en las personas de su Presidente, D. Cecilio Chacón Ordóñez, y de Dña M.ª Luisa Fernández Calderón, colaboró activamente en la gestión e intermediación con las Asociaciones que solicitaron ser incluidas en el calendario del Proyecto. No podemos tampoco olvidar a todos los presidentes de las diferentes Asociaciones, quienes corrieron con la responsabilidad de cada una de sus zonas de acción. Sería prolijo nombrar a todos y cada uno de ellos, pero vaya desde estas páginas nuestro agradecimiento.

El Museo Nacional de Arte Romano fue el germen desde donde partió la idea matriz del Proyecto. La ejecución corrió a cargo de un nutrido grupo de personas, todas ellas vinculadas de uno u otro modo al Museo¹⁵.

La Asociación de Amigos del MNAR, entidad que apoya constantemente las actividades del Centro, participó con la donación de material bibliográfico. Además aprovechó esta ocasión para darse a conocer al pueblo emeritense.

La infraestructura técnica que poseía el Proyecto puede resumirse en distintos apartados:

Espacio destinado a las actividades:

Las charlas-coloquio tuvieron lugar en los locales sociales de cada barriada. En aquéllas que carecían de centro, la actividad se trasladó al Colegio de la zona, o en el caso de las Asociaciones de la zona Centro se unificó la charla en la sede de la Caja de Ahorros, local social capaz para un mayor número de público. Los locales precisaban de sencilla infraestructura: una sala de dimensiones suficientes para acomodar a los vecinos.

Material técnico:

La charla-coloquio en cada uno de los centros vecinales contaba con el apoyo de aparatos audiovisuales que ilustran al espectador sobre el contenido teórico. Un sencillo proyecto de carrusel, la pantalla y una selección de diapositivas en color componían todo el complejo material de esta actividad. La visita al Museo, segunda fase de la actividad, no precisaba de atención en infraestructura; si los medios económicos nos lo hubieran permitido, el Proyecto preveía la participación de transporte colectivo vecinal para facilitar la llegada al Museo.

Tras la visita, el material de trabajo lo formaban las hojas de encuesta y los lotes de libros a sortear entre los asistentes. Dichos lotes estaban formados por los siguientes ejemplares:

Guía del Museo Nacional de Arte Romano, Revista *ANAS I*, tres ejemplares de las series *Cuadernos emeritenses*. Toda la bibliografía, de asunto relacionado

¹⁵ La coordinación del Proyecto fue llevada a cabo por Dña. T. Nogales Basarrate, Conservadora del Museo.

Las charlas-coloquios se impartieron por el Director, D. J. M.^º Álvarez Martínez, conservadores y titulados superiores vinculados al M.N.A.R.: D. J. Luis de la Barrera Antón, Dña. T. Nogales Basarrate, Dña. P. Aldeanueva Viejo, Dña. A. B. Olmedo Gragera, Dña. L. Román Aragón, Dña. M. Sánchez Gómez y D. A. Morales Muriano. Igualmente estas personas se ocuparon de la atención a las visitas guiadas al museo.

Dña. M. V. Romero-Camacho, Psicóloga, realizó trabajos de orientación de cada una de las actividades, realizando la supervisión de la ficha-cuestionario. Dña. Torremocha y Dña. E. Sánchez se encargaron de las tareas de administración e información.

con la Mérida romana, buscaba acercar al ganador a los temas locales. La inclusión de la guía pretendía mantener en el público el interés, en su propia casa, hacia nuestro Museo.

En este apartado de infraestructura técnica debemos incluir también aquellos elementos de apoyo hacia el Proyecto. Nos referimos a las cuñas informativas de los medios de comunicación, y a las octavillas que realizó gratuitamente Artes Gráficas Boysu para repartir en el correo de los vecinos de cada barriada en la semana correspondiente.

Es patente que el Proyecto «Acércate al Museo» se ha desarrollado de un modo modesto en cuanto a las posibilidades presupuestarias y materiales. La participación humana ha gozado, en todo momento, de un enorme entusiasmo por parte de todos y cada uno de los participantes. En el capítulo de conclusiones apuntaremos, a modo de observaciones futuras, posibles novedades a incluir en nuevos programas.

Método de trabajo

Por lo que respecta al método de trabajo, podemos hablar de una dualidad interconexiónada. En primer lugar, un previo acercamiento al medio vecinal; en segundo orden, la recepción del mismo en el Museo, centro y objeto principal del Proyecto.

Ya hemos citado la selección de los centros vecinales como entorno idóneo para realizar las charlas-coloquio debido a la cercanía y familiaridad con los espectadores.

El día dedicado a la charla-coloquio fue el viernes, por la mayor disponibilidad que este último laborable de la semana ofrecía a los vecinos. La segunda actividad, la visita al Museo, continuaba el sábado como remate de la actividad del viernes. Intentamos, al disponer ambas seguidas, que las dos actividades no sufrieran ruptura y la primera, de carácter preparatorio de la segunda, se mantuviera fresca en la mente de los participantes.

La franja horaria de la charla-coloquio, entre 20,30 horas y 22 horas, nos parecía adaptada al final del horario laboral y comercial. La visita al Museo, de 16,30 a 18,30 horas, tenía que realizarse en el horario de apertura del Centro; éramos conscientes del retraso del almuerzo los sábados y tuvimos este factor en cuenta para programar el inicio de la visita con margen suficiente para cualquier interesado.

En el segundo estadio del método se hallaba la experiencia de la visita al Museo.

El contacto que habíamos mantenido el día anterior con el público en la charla-coloquio nos había servido para crear un nivel de conocimiento inicial y además habíamos aprovechado la ocasión para potenciar el deseo de visitar el Museo. Creadas estas necesidades, las premisas de las que partiría-

mos eran: un discurso, unas obras y un espacio. El Museo, objeto de trabajo, se convertía en la fuente primaria de comunicación para aproximarnos al público participante. A la hora de perfilar el discurso nos planteamos las interrogantes siguientes:

- ¿Qué queremos contar?
- ¿Qué contenido se expone?
- ¿Para qué se expone?
- ¿Hacia quién va dirigida la exposición?
- ¿Cómo se ha efectuado la exposición?

El nivel de instrucción del público fue una variable constante que estuvo siempre presente, ya que nuestro objetivo intentaba hacer accesible el discurso a todos los niveles. Además de las pretensiones didácticas y cognoscitivas, buscamos estimular al sujeto para estimular la sorpresa y facilitar su visión particular de los objetos, todo ello en aras de hallar paralelos con el presente. El método, por tanto, se basaba en conceptos de la ciencia cognitiva y el constructivismo¹⁶.

Utilizamos un método dinámico en el que recurrimos a una Historia explicativa y conceptual con una organización explícita para que el participante intentara reconstruirla. A esto, añadimos estrategias de descubrimiento, comparación, aplicación, etc.¹⁷, en la idea de conseguir un método interactivo.

En cuanto a la selección de obras, se impuso la dialéctica entre obra y discurso, a lo que se añadiría el valor estético de la pieza. Existía un doble deseo de resaltar, por un lado, los valores culturales del mundo romano, y por otro la importancia de la conservación de nuestro Patrimonio a través de los objetos del Mundo.

El espacio museológico debe su existencia al yacimiento arqueológico¹⁸. No es comprensible el primero aislado del segundo, de ahí nuestra preocupación de hacer patente al visitante, de un modo atractivo y accesible, la importancia del pasado romano.

Comenzamos la visita por la zona de la Cripta arqueológica, ya que de este modo conectábamos yacimiento y museo, mediante la proximidad de los vestigios «in situ» quedaban relacionados yacimiento y museo. A continua-

¹⁶ M. CARRETERO, J. I. POZO y M. ASENSIO, «Modelos de aprendizaje-enseñanza de la Historia», *La enseñanza de las Ciencias sociales*, Madrid, 1989, pp. 211-239.

¹⁷ A. GARCÍA BLANCO: *Didáctica del Museo. El descubrimiento de los objetos*, Madrid, 1988.

¹⁸ J. DAVALLON, G. GRANDMONT y B. SCHIELE. *L'environnement entre au Musée*, París, 1992; L. PITARELLO, «Museo e territorio: un tessuto connettivo di svelare», *Il Museo n.º 0*, 1992, pp. 33-38.

ción pasamos al área expositiva de la planta baja, centrándonos en aspectos genéricos de la vida pública y privada de la Colonia romana; en la primera planta los objetos seriados menores en vitrinas se utilizaron como soporte de un guión de contenido diverso; la segunda planta, circunscrita a temas específicos de índole múltiple, sirvió como punto de referencia y conclusión a las fases anteriores, cobrando especial interés la visualización cercana de los pavimentos musivos. La duración de la visita, siempre en límites variables en función de factores distintos, oscilaba temporalmente entre 45 y 60 minutos.

C. RESULTADOS Y VALORACIÓN DEL PROYECTO

El equipo profesional integrante de este Proyecto decidimos, en su día, la ejecución de una encuesta entre los participantes, con el ánimo de evaluar y extraer conclusiones en torno a la experiencia¹⁹. Pensamos en la posibilidad de utilizar algún instrumento de aplicación sencilla y rápida, con el fin de recoger las opiniones de los asistentes. A lo largo de la visita, dichas opiniones podrían manifestarse espontáneamente.

Modelo de encuesta:

PROYECTO

«ACÉRCATE AL MUSEO»

COLABORE CON NOSOTROS, RELLENE LA ENCUESTA

GRACIAS POR SU AYUDA

EDAD:

PROFESIÓN:

SEXO:

1. ¿CONOCÍA EL MUSEO?

SÍ NO

2. ¿CÓMO SE INFORMÓ DE ESTE PROYECTO?

- Prensa, Radio, etc.
- Asociación de la barriada.
- Carteles.
- Otros.

¹⁹ Varios, «El Museo como centro de investigación del público», *Boletín del M.A.N.* 34, 1922.

3. VALORE LA CHARLA DE AYER (de 1 a 10)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

4. VALORE LA VISITA DE HOY (de 1 a 10):

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

5. ¿QUÉ LE GUSTÓ MÁS?

.....

6. ¿QUÉ LE GUSTÓ MENOS?

.....

7. ¿REPETIRÍA LA EXPERIENCIA?

SÍ NO

La encuesta se planteaba como un último estadio en el proceso de trabajo. La actividad tenía además carácter voluntario y anónimo, con lo que creímos facilitar la veracidad y objetividad de las observaciones y respuestas. Teniendo en cuenta que la cumplimentación del cuestionario se efectuaba al final de la visita, consideramos oportuno que el desarrollo del mismo fuera breve y sencillo. En siete preguntas se analizaban los aspectos más significativos en la evaluación del Proyecto.

El primer bloque del cuestionario lo componen los datos relativos al perfil del encuestado: edad, profesión y sexo.

Los resultados no pueden ser más reveladores:

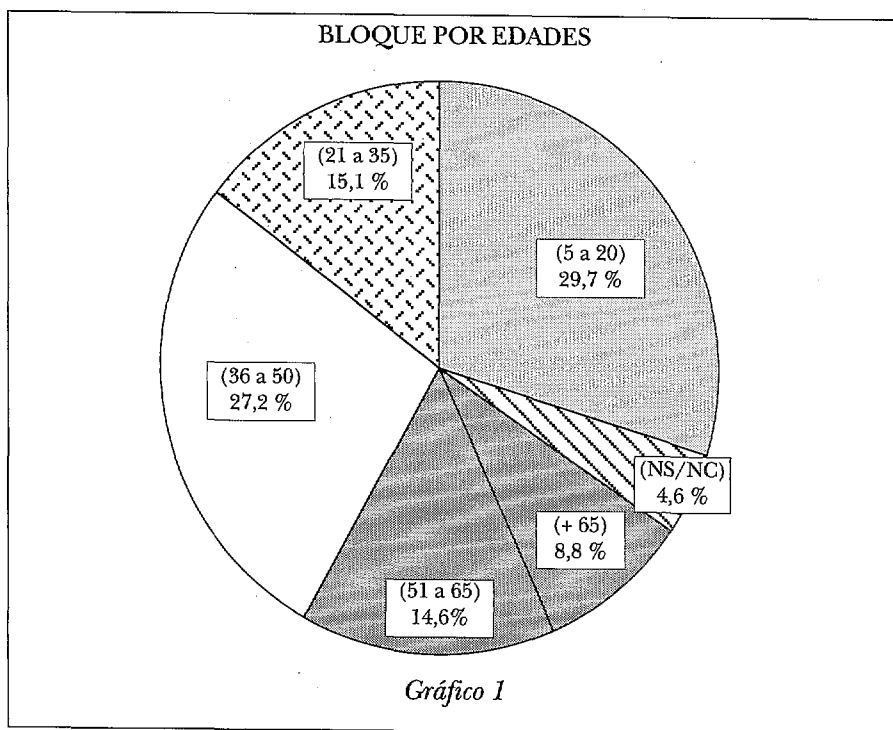
La participación general ha sido del 11,5 por ciento, ya que las Asociaciones que han desarrollado el Proyecto tienen en total 2.007 afiliados²⁰.

De un total de 229 encuestas, que sería aproximadamente el número total de participantes, extraemos:

²⁰ Estos datos nos han sido facilitados por la Federación de Asociaciones de Vecinos de Mérida.

Una media de edad de participación con los índices más altos entre 5 y 20 años y entre 36 y 50 años. Edad media que varía según las Asociaciones sobre las que se esté trabajando.

Las edades en bloques oscilan de:



		<i>Porcentaje (%)</i>
Entre 5 y 20	71	29,7
Entre 21 y 35	36	15,1
Entre 36 y 50	65	27,1
Entre 51 y 65	35	14,6
Más de 65	21	8,8
ns/nc	11	4,6

La profesión es otro de los aspectos que puede proporcionar un perfil bastante cercano del receptor. Aun con cierto margen de desequilibrio, la profesión nos permitirá establecer la actividad ocupacional y el nivel cultural.

Valorando los datos que nos aporta el perfil profesional, podemos apreciar que los sectores más numerosos han correspondido a las amas de casa,

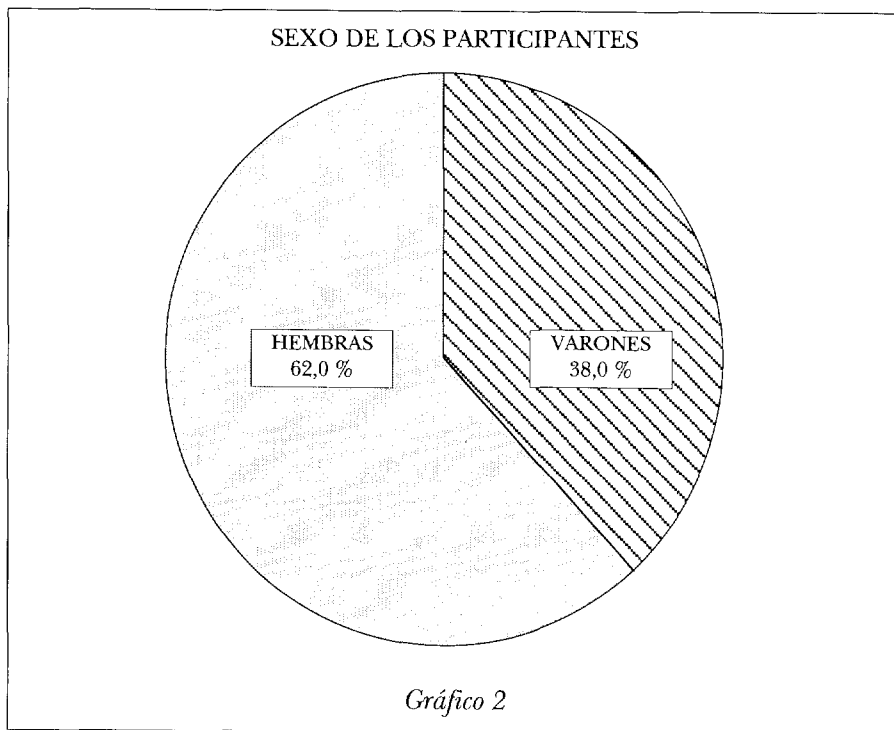
estudiantes, obreros sin cualificar, jubilados, titulados medios y funcionarios, empresarios, titulados superiores, agricultor y cuerpo del ejército.

Los resultados de este otro bloque informativo son:

Empresarios	6
Agricultor	1
Obrero cualificado	13
Obrero sin cualificar	15
Titulado superior	5
Titulado medio	8
Funcionario	16
Oficial FFAA.	1
Jubilados	13
Estudiantes	62
Amas de casa	74
ns/nc.....	10

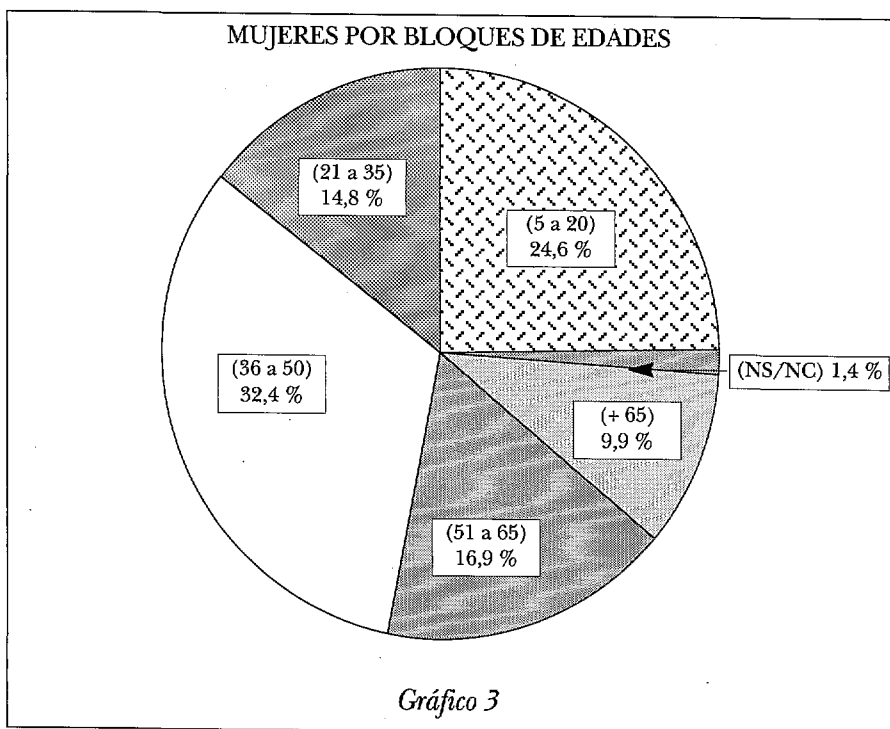
La distinción de sexo la efectuamos a sabiendas de que un núcleo receptor esencial de nuestro Proyecto serían las amas de casa. La participación femenina o masculina ha variado en función de distintos elementos. Los resultados por sexo son los siguientes:

Participación total por sexos:



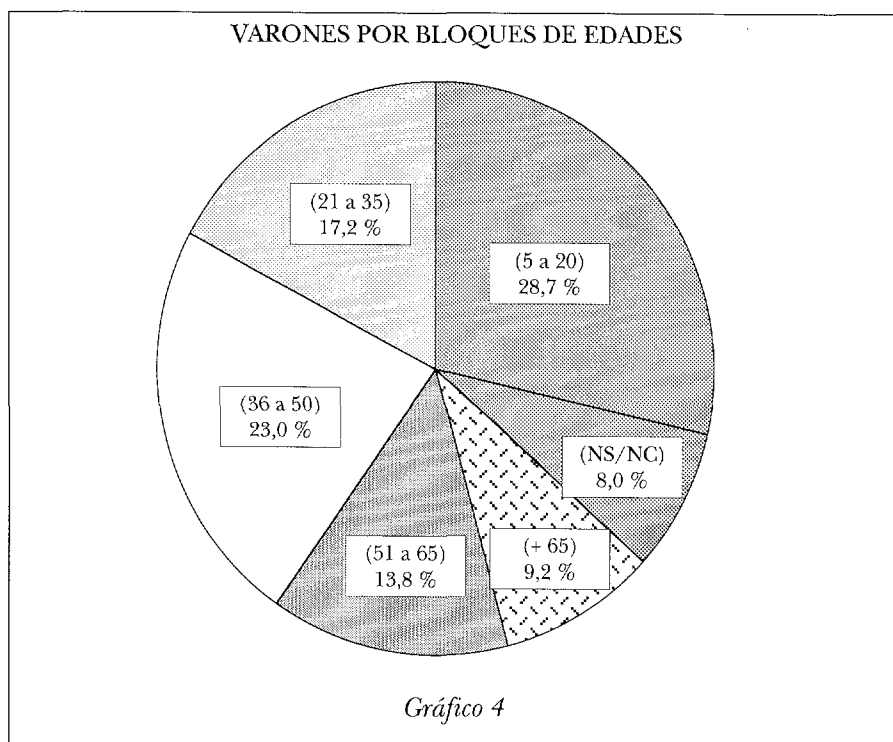
		<i>Porcentaje (%)</i>
Varones	87	38
Hembras	142	62

Mujeres por bloques de edad:



		<i>Porcentaje (%)</i>
Entre 5 y 20	35	24,6
Entre 21 y 35	21	14,8
Entre 36 y 50	46	32,4
Entre 51 y 65	24	16,9
Más de 65	14	9,9
ns/nc	4	1,4

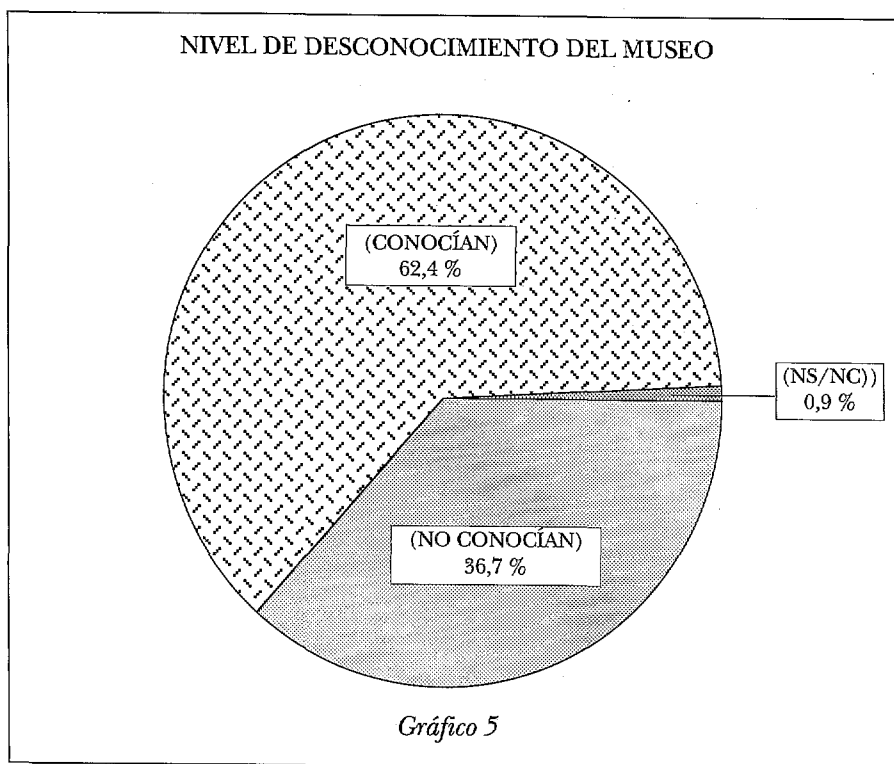
Varones por bloques de edad:



		<i>Porcentaje (%)</i>
Entre 5 y 20	25	28,7
Entre 21 y 35	15	17,2
Entre 36 y 50	20	23
Entre 51 y 65	12	13,8
Más de 65	8	9,2
ns/nc	7	8

Prácticamente duplican las mujeres a los hombres, como podemos apreciar.

Si combinamos la profesión con el sexo, extraemos algunas observaciones interesantes, como el menor nivel cultural de las mujeres participantes. Este hecho queda corroborado por los datos facilitados en algunas barriadas, como S. Bartolomé o las Abadías, en las que se había llevado a cabo un programa de alfabetización dirigido a este colectivo.



Inmediatamente detrás del perfil del encuestado, iniciamos la batería de preguntas de diferente tipo: dicotómicas, alternativas, graduadas en escala o preguntas abiertas breves.

La secuencia es lógica y temporal, pretende repasar sucesivamente las distintas fases de que consta la experiencia. En términos generales las preguntas no son abiertas, ya que como sabemos no son recomendables para este tipo de trabajos dirigidos a colectivos heterogéneos. Las preguntas cerradas facilitan las respuestas, especialmente a individuos con dificultad de expresión.

Tras obtener el perfil del encuestado, la segunda parte de la encuesta quedó estructurada de la siguiente forma:

Dos preguntas dicotómicas, las n.º 1 y 7.

La n.º 2 que ofrecía diferentes alternativas.

Preguntas graduadas en escala, correspondientes a los n.º 3 y 4.

Dos preguntas abiertas, las n.º 5 y 6.

En la primera cuestión, el encuestado responde con claridad a su nivel de conocimiento del Museo. El cómputo de todas las respuestas nos permite saber qué nivel de desconocimiento existía del Centro (Gráfico 5). Los resultados han sido: Un total de 229 encuestados, de los que 84 desconocían el Museo. Esta cifra supone un desconocimiento del 36,7%. Aunque hemos de

mencionar que muchas de las personas que responden afirmativamente, potencialmente eran desconocedores del Museo, ya que su visita había apenas superado el acceso al interior.

La valoración y análisis de estos importantes datos nos permite precisar que: la población que desconocía en mayor grado el Museo era la adulta aún joven, con un promedio de edad de 35 a 50 años. El porcentaje mayor de población conocedora del Museo se centraba en el bloque de 5 a 20 años, formado por jóvenes en edad escolar. También abundaba la población jubilada de más de 65 años.

Mediante la segunda cuestión, ¿cómo se informó usted de este Proyecto?, perseguimos efectuar una valoración de la efectividad de algunos medios de información usados en el Proyecto. Los resultados no dejan de ser reveladores. Del total de encuestados la información ha accedido masivamente a través de la propia Asociación, siguiendo los demás medios a una respetable distancia. La efectividad de la actuación vecinal, con el envío de folletos y carteles, ratifica nuestra idea de llegar más directamente al posible participante.

Con respecto a la valoración de la charla-coloquio, los datos numéricos obtenidos nos demuestran la efectividad didáctica de este apartado de la experiencia, y la generosidad del público asistente, que la calificó con una nota media de 9,25 puntos. La valoración de la visita obtuvo una media de 9,44 puntos, lo que supone un resultado sobresaliente en ambas actividades. Somos conscientes de la tendencia generalizada a la hipervaloración en este tipo de encuestas, por lo que quizá la calificación final sería conveniente rebajarla para lograr aproximarnos a una cifra objetiva.

En las preguntas abiertas ¿Qué le gustó más?, ¿Qué le gustó menos?, dada la variedad de respuestas, efectuamos bloques temáticos: arquitectura, escultura, mosaicos, artes menores, cripta, etc.

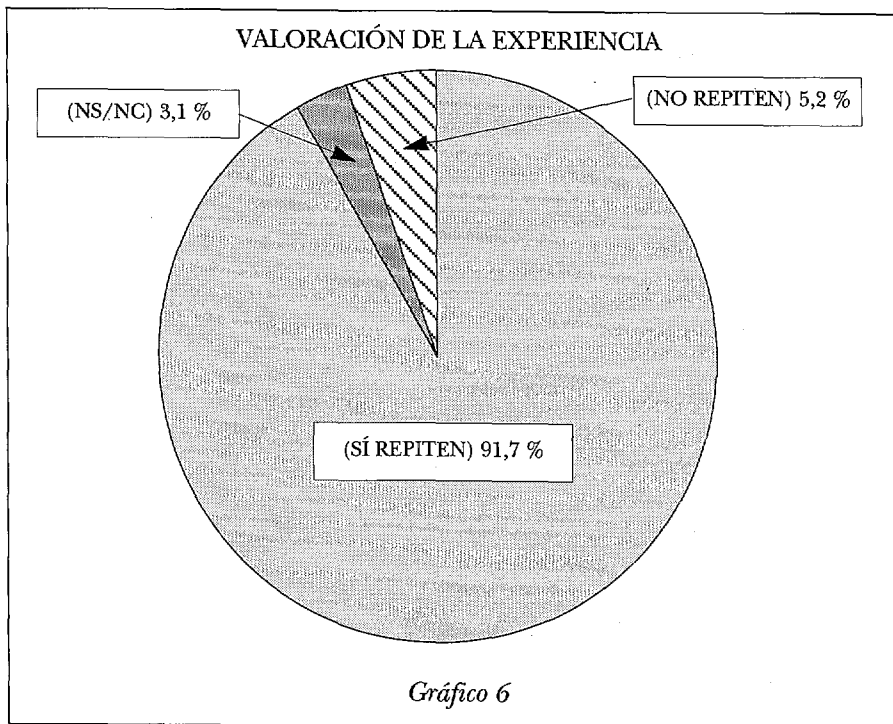
En el primer interrogante, resulta relevante comprobar que un alto porcentaje de los encuestados, un 22,8% eligen homogéneamente arquitectura y mosaicos, siguiéndole muy de cerca la cripta, con un 22,4%. De estos resultados podríamos realizar la siguiente lectura: por un lado la arquitectura y los mosaicos son los elementos más llamativos para el espectador que realiza una visita rápida al Museo; por otra parte, la zona de la cripta, al ser de acceso restringido, atrae al visitante en los recorridos programados. A este último espacio le concedíamos gran importancia en el Proyecto, ya que perseguíamos una doble finalidad:

- 1.º Dar a conocer al visitante un yacimiento arqueológico *in situ*, interrelacionándolo con las colecciones.

- 2.º Resaltar el respeto al yacimiento urbano emeritense.

En relación a la segunda cuestión, ¿Qué le gustó menos?, los resultados ponen de manifiesto una apreciación global favorable de la visita, sin em-

bargo se aprecia que un 13,5% considera insuficiente el tiempo empleado en la visita, un 29,8% no halla nada digno de mención y un 43,8% no sabe o no desea responder a la pregunta.



El tiempo del recorrido al Museo, estimado en un máximo de 60 minutos, al participante le resulta insuficiente. La valoración de esta impresión es positiva, por la sensación de ausencia de fatiga e interés suscitado, como consecuencia de un disfrute en la visita, pero no creemos oportuno, en términos generales, que la visita al Museo deba exceder del límite establecido.

Para finalizar, en la cuestión ¿Repetiría la experiencia?, los datos los estimamos muy significativos y a tener en cuenta en proyectos futuros, ya que responden afirmativamente un 91,7% de los participantes, un 5,2% no repetiría y un 3,1% no sabe o no contesta a esta cuestión (Gráfico 6).

D. CONCLUSIONES

En términos generales, el Proyecto «Acércate al Museo» ha visto cumplidos sus objetivos. El acceso a un amplio espectro de la población emeritense, aun siendo bajo el nivel de participación, satisface las expectativas trazadas desde el comienzo. La respuesta del participante es también positiva,

habida cuenta del alto porcentaje de ellos que repetirían la experiencia, un 91,7%.

Queda demostrado que el medio de difusión de la experiencia, la información vecinal a través de la Asociación, fue el de mayor incidencia. Este elemento hemos de tenerlo en cuenta a la hora de plantear actividades futuras.

Respecto al método de trabajo, charla-coloquio y visita guiada, parecen haber respondido a las necesidades del público, si nos guiamos por las impresiones reflejadas en las encuestas. Tal vez en el futuro fuera interesante incorporar otros medios de difusión, interactivos y audiovisuales, para motivar al espectador. La duración de la visita, insuficiente para gran número de personas, debe considerarse como un factor positivo; el tiempo real nos resulta idóneo para la actividad, y si el participante sufre esta impresión creemos que obedece al estado satisfactorio en que ha efectuado el recorrido.

Otro punto de interés de este trabajo lo constituye la encuesta, utilizada como medio de evaluación tanto de la actividad en sí misma como de los medios utilizados. A pesar de que el campo total de encuestados no es elevado, creemos que la lectura de este material nos facilitará información interesante de cara a futuras experiencias y a la elaboración de nuevos trabajos de campo.

A tenor de los resultados, podemos aplicar estos datos para la ejecución de programas y colaboraciones interdisciplinares que enriquezcan la tarea ardua pero imprescindible de la difusión urbana del Museo.