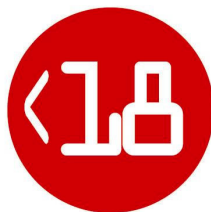


hastadieciocho.mncars **jóvenes en el museo**

Pablo Martínez

hastadieciocho.mncars@cars.mcu.es



Los orígenes de una programación para jóvenes en el MNCARS.

En julio de 2004 el Departamento de educación del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía pone en marcha a modo de experiencia piloto una actividad de ocio para público joven con edades comprendidas entre 13 y 18 años. El principal objetivo de esta experiencia piloto era testar la respuesta de los jóvenes a una convocatoria para visitar el museo en su tiempo libre, con el fin de establecer posteriormente una programación de actividades lúdicas vinculadas al programa de exposiciones temporales del museo.

En la génesis de esta propuesta se recogía la experiencia de proyectos similares ya existentes en el museo. Por un lado, se estaba trabajando con jóvenes de esas edades en los programas de visitas taller para grupos de educación secundaria y bachillerato. Por otro, el departamento ya programaba desde hacía tiempo actividades de ocio para otros tramos de edad, como era el caso del CLUB de talleres infantiles formado por niños menores de 12 años. Con el paso del tiempo y el consecuente crecimiento de los socios del CLUB, surgió un nuevo sector de público que demandaba actividades diseñadas conforme a su edad y nuevas inquietudes como espectadores.

Estas circunstancias sumadas al éxito obtenido en la experiencia piloto en verano de 2004 y la manifiesta satisfacción de sus participantes, nos animaron a continuar programando para jóvenes en el museo.

Objetivos de hastadieciocho.

- El objetivo fundamental de <18 es ofrecer a los jóvenes una alternativa de ocio para su tiempo libre. Convertir el museo en un espacio familiar para ellos en el que se sientan cómodos expresando sus opiniones y al que puedan acudir cuando lo deseen en compañía de amigos.
- Potenciar a través del trabajo con el arte el desarrollo de espectadores activos capaces de interpretar los mensajes que desde nuestra cultura visual reciben en su vida cotidiana.
- Fomentar el desarrollo de actitudes críticas ante la realidad cotidiana impuesta.
- Ofrecer a los jóvenes actividades de taller relacionadas con las exposiciones temporales del museo con el fin de darles a conocer de forma práctica diferentes técnicas artísticas y medios de expresión creativos.
- Propiciar en las actividades de taller el trabajo en equipo, el diálogo, el intercambio de ideas y la complementariedad de aptitudes.

Para la consecución de estos objetivos, las actividades desarrolladas en <18 se han vinculado al programa de exposiciones temporales del museo, lo que nos permite trabajar con un amplio abanico de disciplinas, temáticas y propuestas artísticas diferenciadas. Desde Lichtestein (julio-sept. 2004) y su filiación al mundo del comic y la cultura de masas, hasta Kippenberger (oct.2004-enero 2005) con su carácter irreverente e irónico, pasando por programas de vídeo ("Cárcel de Amor" abril-mayo 2005) en los que analizar medios de expresión artística comprometidos con nuestra realidad social o trabajos más poéticos como el de Regina Silveira (mayo-junio 2005).

La importancia de pertenecer a un grupo: del CLUB de talleres infantiles a <18 .

En el año 2001 el Departamento de Educación del MNCARS crea el CLUB de talleres infantiles para todos aquellos niños menores de 12 años participantes en las actividades infantiles del museo. El principal objetivo de esta iniciativa era vincular de forma permanente a nuestro programa de actividades a todos los niños que habían tenido una experiencia positiva en el museo, manteniéndoles informados de todas nuestras iniciativas. La afiliación a este club no supone ningún coste económico para sus socios y al inscribirse reciben un carné del club con su número de socio. Gracias a esta iniciativa se fue creando una rica base de datos con niños acostumbrados a visitar el museo en su tiempo de ocio.

Al cumplir 13 años estos jóvenes amigos del museo dejaban de pertenecer al CLUB y con ello se les perdía como visitantes, ya que desde el museo no se les ofrecía ninguna actividad diseñada específicamente para ellos. Es entonces cuando surge <18.

hastadieciocho no nació con vocación de club, pues creímos que esta opción no interesaría a los jóvenes. Pero con el paso del tiempo hemos ido detectando en ellos cierta identificación con nuestro logotipo y un manifiesto deseo de sentirse parte del museo.

Por ello, en estos momentos estamos pensando iniciativas que potencien el sentido de pertenencia e identificación con el programa. En este sentido se distribuyeron de forma gratuita chapas con nuestro logotipo y no descartamos en un futuro crear una tarjeta de socio o vincularnos a algún carné joven de los ya existentes.

Invita a un amigo. La difusión.

Desde el comienzo de hastadieciocho con su programa piloto y las estrategias de comunicación que se diseñaron para su difusión, detectamos que el éxito de nuestro trabajo con jóvenes pasaba obligatoriamente por el diseño de una acertada divulgación de nuestras actividades.

Esta difusión debía suprimir los filtros de padres y profesores anteriormente empleados para la captación de público en otros de nuestros programas; debíamos dirigirnos directamente a los jóvenes, ya que son ellos quienes deben venir al museo por iniciativa propia.

En este sentido, consideramos esencial la creación para hastadieciocho de unas señas de identidad específicas y claramente diferenciadas del resto de nuestros programas. El diseño de un logotipo fue fundamental para el proyecto, ya que sabíamos que éste iba a ser el único elemento estable e invariable de los programas para jóvenes del museo. Todo lo demás en <18, iba a estar en continua revisión y cambio: la transformación continua como estrategia y seña de identidad.

De esta manera, nuestra difusión ha ido reinventándose a sí misma no sólo en relación a nuestras diferentes ofertas, sino también en respuesta a la demanda de los jóvenes. En este sentido, muchos son los esquemas que nuestros jóvenes nos han roto en cuanto a lo que a difusión se refiere. Sorprendentemente, la tradicional transmisión de información entre ellos, el "invita a un amigo", continúa siendo la estrategia de mayor éxito de captación entre los jóvenes. Ni las nuevas tecnologías, ni los medios de comunicación (la aparición en internet, programas de televisión, radio o prensa), nos han servido a nosotros para conseguir atraer a jóvenes interesados en el arte.

Hay cosas que nunca cambian, los adolescentes siguen a otros adolescentes, y ellos nos han trazado nuestras líneas de actuación.

Proyectos de futuro.

Nuestro principal objetivo de futuro es conseguir mantener una programación estable que nos permita ofrecer actividades muy diferenciadas entre sí, de forma permanente. Conseguir crear programas atractivos pero a la vez rigurosos, sin olvidar en ningún momento nuestra función educadora dentro del museo.

Para ello, en el presente, continuamos trabajando para conocer los deseos e inquietudes de los jóvenes. Somos conscientes de que debemos crear, más

que una programación para jóvenes, una programación de espíritu joven. Para conseguir este objetivo no poco ambicioso, nuestros proyectos de futuro pasan por involucrar cada vez más a los jóvenes en la propia configuración de nuestros-sus programas, ya que son ellos quienes mejor conocen sus gustos, inquietudes e intereses y los medios de difusión efectivos de los mismos.

Actualmente estamos trabajando en la creación de una red de jóvenes colaboradores que trabajen con nosotros y nos ayuden con sus propuestas a rejuvenecer nuestra institución.

En lo referente a programas concretos, nuestro deseo es, para el año 2006, además de continuar trabajando en paralelo a las exposiciones temporales del museo, crear un programa estable de eventos diseñado por <18 que cuente con proyecciones de cine específicas para jóvenes, encuentros con artistas, sesiones de pincha discos....

Pablo Martínez

Coordinador de Programas para Jóvenes.
Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía
hastadieciocho.mncars@cars.mcu.es