



Entrevista a Elena Benarroch, Directora de Promoción y Marketing del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza

## 25 aniversario del Museo Nacional Thyssen-Bornemisza

**En 2017, el Museo Nacional Thyssen-Bornemisza ha cumplido su 25 aniversario. ¿Nos puede hacer una valoración de estos cinco lustros de historia?**

El museo ha crecido a lo largo de estos años, cumpliendo la misión de conservar, difundir y promover la extraordinaria colección de pintura occidental que alberga como un vehículo de transmisión de conocimiento y de valores. En torno a ella se han desarrollado incontables actividades dirigidas a los distintos públicos que nos visitan, ya sea presencial o virtualmente. Hoy podemos estar orgullosos del prestigio internacional del museo, de su colección, de sus exposiciones temporales, así como de los proyectos de investigación que se han llevado a cabo. Contamos con el reconocimiento de nuestros públicos, somos un museo que interesa y entretiene, con propuestas para cada tipo de turismo.

**¿Fue difícil los primeros años en relación a la llegada de las obras de la colección privada de la familia, procedentes de la Villa Favorita en Lugano?**

Fue difícil la negociación entre el Gobierno de España y la familia Thyssen-Bornemisza hasta firmar el acuerdo de préstamo en primer lugar y a continuación de compra. Tras la inauguración en 1992 el Estado compró la Colección, convirtiéndose así en una parte relevante de nuestro patrimonio nacional. Una vez cerrado el acuerdo, la creación del museo fue ejemplar en todos los sentidos, desde la reforma arquitectónica realizada por Moneo al traslado de las 800 obras de arte, el mayor realizado en el siglo XX.

**Hoy en día es el quinto museo más visitado de España y el 61 del mundo, superando el millón de visitas en 2016. ¿Nos puede dar datos de 2017?**

Nuestra capacidad de visitantes es limitada, no contamos con enormes espacios, y por otra parte valoramos la calidad de la visita. El número de visitantes es importante pero para nosotros la satisfacción del visitante es la prioridad. Visitar una colección de arte o una exposición es un acto íntimo, muy personal para cada visitante que busca disfrutar con las emociones, sensaciones y con el conocimiento que cada obra o autor pueda aportarle. Eso requiere una visita de calidad y ese es nuestro objetivo. Por eso, en nuestro caso rondar el millón de visitantes es el estándar. En 2017 los visitantes han sido 850.000, si lo comparamos con 2016 no es un dato positivo pero la comparativa interanual no es la adecuada para medir el grado de cumplimiento de nuestra misión. Los programas expositivos cada año cambian y no son homogéneos. En 2017 hemos ofrecido una programación muy institucional, respondiendo a la celebración del 25 aniversario del museo. Sabíamos que no eran contenidos tan populares como los del año anterior pero, como museo público, nuestra obligación también es dar a conocer autores y movimientos pictóricos menos conocidos o, por ejemplo, destacar el papel que el museo juega en la responsabilidad de educar en humanidades, principios y valores a los ciudadanos, especialmente ahora que esas materias no gozan de especial atención en los programas educativos,

como hemos hecho con nuestra exposición "Lección de arte", algo que está en el ADN del Museo Thyssen.

**¿Tiene capacidad de crecimiento en cuanto a visitas se refiere?**

Sí, sobre todo la Colección Permanente que, sin duda, es la "joya de la corona" del museo. En los últimos cinco años el número de visitantes a la colección permanente ha crecido un 80% y seguimos trabajando en ello para atraer a nuevos públicos y fidelizar a los que ya nos visitaron. En términos de audiencia, las exposiciones temporales son determinantes para llamar la atención pero, como decía, presentan oscilaciones importantes en función de los pintores, los temas, las disciplinas, etc. por eso las comparaciones entre sus resultados en visitantes no son lineales.

**Junto al Museo del Prado y el Reina Sofía conforma el llamado Triángulo del Arte en el Paseo del Prado.**

Sí, el Thyssen fue el museo que cerró el Triángulo del Arte, aportando al Prado y al Reina estilos artísticos y autores de los que sus colecciones carecen. De este modo, Madrid puede ofrecer al turista una concentración de obras de arte en sólo dos kilómetros única en el mundo.

**¿Le consta que buena parte de los turistas intentan visitar los tres en un mismo viaje?**

Por el momento, la mayor parte de los visitantes al museo lo hacen en su segunda visita a Madrid. La primera suele ser para el Prado, que tiene 200 años y es nuestro buque insignia. Sin embargo, cuando los turistas de Madrid descubren el Museo Thyssen sus opiniones son excelentes: no se aburren, pasan un rato estupendo, compran objetos que les recordarán su visita, almuerzan al sol en Las Terrazas, sobre un jardín inesperado en pleno centro de Madrid, en definitiva, tienen una experiencia memorable, no es otro museo más en su viaje, es uno muy especial y así nos lo comunican. En nuestro libro de visitantes la expresión más común es "mi museo favorito".

**¿Hasta qué punto los podemos considerar complementarios?**

Son perfectamente complementarios. La diferencia es que si el Prado presenta a los maestros antiguos españoles y el Reina a los contemporáneos, el Thyssen permite hacer el paseo más completo por la historia del arte occidental en los últimos ocho siglos, desde el XIII hasta el XX, dejando ver cómo hemos vivido, pensado, amado, vestido,

**"El número de visitantes es importante pero para nosotros la satisfacción del visitante es la prioridad."**

25

1992 - 2017  
MUSEO THYSSEN-  
BORNEMISZA  
MADRID

comido, bebido, jugado, viajado, etc. a lo largo de esas épocas. Es un magnífico retrato de la historia de la civilización occidental.

**Describanos un poco el Palacio de Villahermosa, donde está ubicado el Museo**

El Palacio es un edificio neoclásico, construido en el siglo XVIII, que en el siglo XIX fue Ateneo artístico y en el XX tuvo distintos usos hasta convertirse en el museo que hoy tenemos. La intervención de Rafael Moneo fue muy inteligente. Por ejemplo, el camino del visitante en la Colección Permanente está de tal modo trazado que es imposible perderse y por lo tanto, la visita no resulta cansada, ese es un factor invisible, pero crucial para la satisfacción del público. Salen de las salas encantados, habiendo aprendido y disfrutado de la variedad que las salas le ofrecen.

**¿Y las tres obras más valoradas?**

La identidad de la Colección no es tener obras icónicas como la Gioconda, sino desplegar una línea continua desde el siglo XIII al siglo XX en la que se suceden los diferentes movimientos artísticos sin que falte uno solo; es una colección extraordinariamente completa, por eso es tan didáctica, al ver las obras una tras otra uno puede comprender la evolución de un estilo a otro sin esfuerzo. Pero si tuviéramos que señalar sólo algunas obras maestras, podrían ser por ejemplo, el retrato de Giovanna Tornabuoni de Domenico Ghirlandaio, Santa Catalina de Caravaggio, Les Vessnots de Van Gogh y Habitación de hotel de Hopper.

**Describanos un itinerario ideal para una visita y el tiempo que le deberíamos dedicar al Museo**

Entendemos que una visita ha de oscilar entre 45 y 90 minutos. En hora y media se puede hacer una visita a la Colección Permanente deteniéndose en las principales obras maestras sin acabar exhausto y en tres cuartos de hora se puede hacer una visita a una exposición temporal o bien a un recorrido temático dentro de la Permanente. Hemos trazado distintos hilos conductores en torno a los temas que atraen a los distintos sectores turísticos, por ejemplo, la gastronomía, el vino, el viaje, las joyas, la moda o la sostenibilidad. Se realizan con una audioguía que va indicando el itinerario y son muy apreciados por los públicos interesados en cada uno de los temas. No tratan de destacar únicamente el valor artístico de cada una de las piezas que conforman ese itinerario, sino que son un auténtico relato sobre esos temas en nuestra sociedad a lo largo de la historia.

**¿Podemos decir que Carmen Cervera está implicada en los objetivos del Museo?**

Desde luego, ella es la vicepresidenta del Patronato, nuestro órgano rector.

**En 2004 el Museo se amplió con 240 piezas más aportadas por Carmen. ¿Qué supuso esta ampliación?**

Supuso un enriquecimiento de la oferta del museo que abundaba en la ya valiosa colección del Estado Español, comprada en 1993 al Barón Thyssen-Bornemisza y, al mismo tiempo, representaba más posibilidades de emprender nuevos proyectos expositivos.

**Hay también obras en el MNAC de Barcelona y en el Museo Carmen Thyssen de Málaga ¿Habrá que verlas también para tener un visión global de la colección?**

“Nuestra labor se centra en unir los sectores del Turismo y la Cultura, que históricamente se han dado la espalda, y en cambio, se necesitan mutuamente.”

ellas serán ocasiones únicas para admirar obras de arte que de otro modo sería imposible conocer, por pertenecer a colecciones privadas o a museos que quizá no visitaríamos nunca.

**¿Qué importancia le dan a los profesionales del turismo a la hora de vehicular las visitas y promocionar el Museo?**

La máxima importancia. Nuestra labor se centra en unir los sectores del Turismo y la Cultura, que históricamente se han dado la espalda, y en cambio, se necesitan mutuamente. Nuestro cliente es el turista y por eso nos esforzamos en adaptarnos a las necesidades de los operadores turísticos, nuestros principales prescriptores para traer visitantes al museo.



©Pablo Casares

Las que están en el MNAC sí pertenecen a la colección del Estado Español, comprada al Barón. Están cedidas temporalmente en préstamo al MNAC y por ello ayudan, en efecto, a tener una visión global de la colección estatal. En cambio, las del Museo Carmen Thyssen de Málaga pertenecen a la colección privada de la Baronesa, por lo tanto no forman parte de la Colección del museo. Mientras el museo de Madrid es público y pertenece al Estado Español y a todos sus ciudadanos, como rubrica la reciente denominación de Museo Nacional Thyssen-Bornemisza que hemos recibido, el de Málaga nace en torno al acuerdo entre el Ayuntamiento de Málaga y la Baronesa Carmen Thyssen, que expone en él parte de su colección privada, especialmente pintura costumbrista española del XIX.

Por eso les ofrecemos unas condiciones comerciales muy ventajosas, un descuento del 15% para individuales y del 20% para grupos, *skip the line*, microrreceptores gratuitos, etc. y una gestión de las reservas, compras y facturación a través de un canal de venta *online* especialmente pensado para ellos. Con un registro cada profesional puede tener la taquilla del museo en su despacho, facilitando su trabajo diario. Además, estamos constantemente creando productos turísticos adecuados a la demanda que identificamos, como por ejemplo, Family Thyssen, una actividad en inglés dirigida a familias de turistas que visitan la ciudad para disfrutar todos juntos.

Nuestro objetivo es hacer cada vez más fluida esa relación con el sector. Con la ayuda imprescindible de la tecnología hemos conseguido ya ser un museo accesible para todos los públicos, en el que cada segmento encuentra su propuesta a la medida y cada visitante vive el museo con toda la emoción que transmiten las obras de arte. Estamos con los ojos y los oídos muy abiertos para identificar las necesidades que los miembros de la comunidad turística, nuestros principales aliados.

**¿Le gustaría añadir alguna cosa más?**

Reiterar nuestra prioridad en la satisfacción del visitante. Consolidarnos como el segundo mejor museo de España en Trip Advisor (después del Prado), ascendiendo en *rankings* europeos (ahora somos ya el 18 de Europa) y sobre todo recibir en directo las continuas muestras de reconocimiento de nuestros visitantes, es el mejor retorno que podemos obtener. Pensamos en todos los públicos, somos el único museo de Madrid certificado por AENOR como totalmente accesible, y pensamos en la calidad de la visita en todos sus momentos, ante el cuadro pero también en los momentos del recuerdo en la tienda o del descanso en el jardín y la cafetería. Queremos seguir siendo el museo favorito de los que nos visitan.

**¿Cuáles son las exposiciones temporales previstas para 2108?**

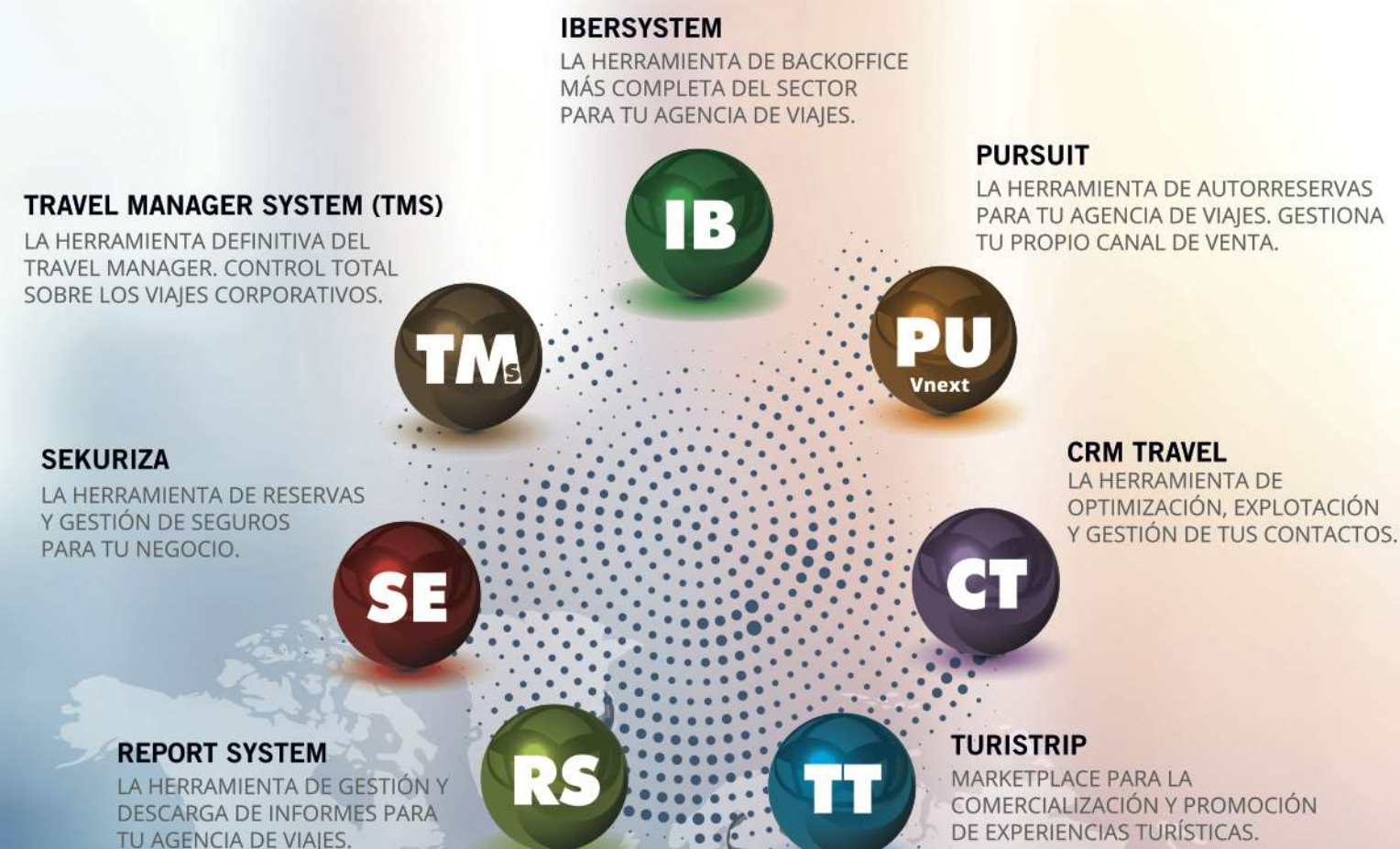
El programa es muy prometedor: en febrero empieza una muestra sobre Sorolla y la moda, en la que podremos apreciar las *Tenues* de la época del gran pintor valenciano, en verano tendremos Monet/ Boudin, donde podremos comparar las obras impresionistas del maestro y el discípulo, y al mismo tiempo, se presenta una muestra sobre Victor Vasarely, uno de los principales representantes del Op Art. Y para terminar en otoño se ofrecerá una monográfica sobre Max Beckmann, uno de los artistas alemanes más destacados del siglo XX. Todas

TravelLoop

TOURISM TECHNOLOGIES  
Tecnología que inspira a viajar

# TECNOLOGÍA 360º PARA TU NEGOCIO

AGENCIAS DE VIAJES - TRAVEL MANAGERS - EMPRESAS - ASOCIACIONES - ENTIDADES PÚBLICAS



**Software desarrollado por Travel Loop.**  
Utilizamos la última tecnología del mercado y estamos en continuo desarrollo para que nuestros productos se adapten a los tiempos.

[www.travelloop.com](http://www.travelloop.com)

Paseo de la Castellana 123 Escalera Derecha 8º B. Madrid (España)  
+34 91 431 28 10 - [info@travelloop.es](mailto:info@travelloop.es)