

HERNANI.- “Chillida Leku busca acercar el museo a los ciudadanos de Gipuzkoa”

Desde hace años los responsables del museo Chillida Leku han venido afirmando que uno de los principales aspectos que había que potenciar era el de la llegada como visitantes de las personas que residen más cerca del propio museo.

Los guipuzcoanos son posiblemente la cuenta pendiente de Chillida Leku y se están buscando alternativas para acercar el museo a ellos, o lo que es lo mismo, que el número de visitantes de la provincia al museo sea mayor.

El director del museo, Luis Chillida, ha repetido en distintas ocasiones que son muchos los que acuden desde otros lugares, como Madrid, Barcelona o países europeos, a visitar la obra de Eduardo Chillida que se encuentra en el museo situado en Hernani, pero que para muchos vecinos de Gipuzkoa el mismo es un auténtico desconocido.

Aunque en menor medida en Hernani, ya que la relación entre la localidad y el museo se ha intensificado en los últimos años, pero también son muchos los hernaniarras que nunca han estado en Chillida Leku.

Desde la dirección del museo están buscando cubrir esa falta y para ello han firmado sendos convenios con el Ayuntamiento y la Diputación.

Si con el Consistorio ha supuesto una serie de ventajas para los vecinos de Hernani e intensificar una relación entre el Ayuntamiento y el museo que lleva años trabajándose, la firma con el Departamento de Deportes y Acción Exterior de la Diputación Foral busca el desarrollo de un plan de promoción.

El convenio firmado esta semana recoge el desarrollar campañas de comunicación tanto en Francia (desde Toulouse hasta Hendaia) como en medios locales.

En un año en el que las expectativas de entrada de turistas no son nada favorecedoras debido a la situación actual de crisis, entienden que es el momento para potenciar al visitante tanto local como excursionista que no necesita pernoctar en la provincia.

Además de ser uno de los segmentos de mercado que menos nos visitan, afirman.

También está previsto acometer una campaña de promoción en Navarra mediante spots publicitarios, así como intensificar la publicidad de los diferentes actos culturales, educativos, exposiciones temporales que se vayan a realizar en el museo. Otros dos objetivos son promover acciones en hoteles y agroturismos de Euskadi y Navarra como principales prescriptores del museo y potenciar el uso de la web para la adquisición de entradas, para la venta de productos y el alquiler de espacios.