



Instituto Nacional
de Antropología
e Historia



Consejo Nacional
para la
Cultura y las Artes



RESULTADOS DEL ESTUDIO DE PÚBLICO

Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones

Dirección Técnica • Subdirección de Museología



PROGRAMA NACIONAL DE ESTUDIOS DE PÚBLICO

INVESTIGACIÓN REALIZADA POR:



PROGRAMA NACIONAL DE ESTUDIOS DE PÚBLICO

FREIRE RODRÍGUEZ SALDAÑA

**JEFE DE ESTUDIOS DE PÚBLICO
COORDINACIÓN NACIONAL DE MUSEOS Y EXPOSICIONES**

PRESENTACIÓN

El Programa Nacional de Estudios de Público (PNEP) se creó hace 13 años como parte de las acciones museológicas que la Dirección Técnica de la Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones llevó a cabo para dar respuesta a una serie de críticas de los investigadores de la cultura del país que cuestionaban al Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) por carecer de información acerca de sus públicos a museos.

Actualmente, los datos obtenidos en más de 60, 000 encuestas y entrevistas, han permitido a la CNME dotar al Instituto de una herramienta básica para la toma de decisiones, ya que la información permite, además de evaluar desde la mirada de los visitantes los productos culturales ofertados por el INAH, contar con una brújula que oriente la planeación de futuras exposiciones o renovaciones museológicas y museográficas.

Es importante señalar, que por primera vez dentro del PNEP se conformó el proyecto llamado “estudio de público interactivo”, cuya principal característica consiste en aprovechar la tecnología con la que cuenta el Instituto con el fin de facilitar, en tiempo y forma, la aplicación, captura y sistematización de la información de los estudios de público. Mediante pantallas *touch screen* instaladas en *kioscos*, se invita al visitante a responder una serie de preguntas relacionadas con su perfil sociodemográfico, el impacto de la difusión de las exposiciones, los motivos de la visita, así como con el nivel de

satisfacción de los visitantes con respecto a diferentes rubros como la información, la atención del personal y los servicios ofertados. Las respuestas se capturan automáticamente en una base de datos lo cual permite realizar cortes periódicos para monitorear el comportamiento de las variables, y en su caso, detectar y realizar ajustes en algún aspecto de la exposición.

En esta ocasión, y gracias al valioso apoyo de la Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional que desarrolló el *software* de las encuestas, se logró aplicar simultáneamente los estudios de público en las exposiciones “*Isis y la Serpiente Emplumada*”, en el Museo Nacional de Antropología, y “*Buda Guanyin, Tesoros de la compasión*”, presentada en el Museo Nacional de Historia. Cabe señalar que la Dirección Técnica contrató a cuatro personas que se encargaron de operar los kioscos así como de seleccionar al público para que las muestras tuvieran validez metodológica.



NUMERALIA

- Exposición: *Buda Guanyin, Tesoros de la Compasión*
- Sede: Museo Nacional de Historia
- Fecha de inauguración: 5 de marzo de 2008
- Fecha de clausura: 13 de julio de 2008
- Número de días abierta al público: 112
- Número de visitantes: 120, 218
- Encuestas aplicadas: 5, 981
- Kioscos interactivos: 2



¿QUIÉNES VISITARON LA EXPOSICIÓN?

- El 52% de los visitantes fueron mujeres.
- El 42% acudió a la exposición en compañía de familiares y solamente el 2% en grupos turísticos y el 6% con grupos escolares.
- El 72% acudió a la exposición en grupos de dos a cinco personas.
- Se trató de un público joven: el 70% eran menores de 30 años.
- El público que acudió a la exposición fue mayoritariamente estudiantil con el 60% del total de los visitantes.
- El 39% de los visitantes tenía estudios de licenciatura. Los de educación básica representaron el 34%, y los de educación media superior, el 18%. Los estudiantes de educación técnica solamente alcanzaron el 7%, lo cual es reiterativo en este tipo de estudios, quizá sea necesaria una campaña de difusión para captar un mayor número de personas de este sector.
- La mayoría de los visitantes provino de la zona conurbada (DF y EDO. MEX.), aunque, como en el caso de “*Isis y la serpiente Emplumada*”, se registró una considerable afluencia de personas de prácticamente todos los estados de la República.

- El 35% de los visitantes acudió a la exposición porque tenía un interés particular en el tema, lo cual se explica quizá a que existe un amplio sector de la población que practica o tiene conocimientos sobre el Budismo. La recomendación/invitación, refleja el grado de calidad que el público asignó a la exposición; en este caso, encontramos que un 26% acudió a la exposición por este motivo; el motivo escolar se situó en tercer lugar con el 21% de visitantes (realizar una tarea o trabajo de investigación) y finalmente, destaca el hecho de que un 4% de visitantes acudió varias veces a ver la exposición.



EL CONTEXTO DE LA VISITA

- La mitad de los visitantes acudió al museo en compañía de la familia.
- El 80% fue en compañía de 5 ó menos personas.
- El 38% de los visitantes a la exposición asistieron por primera vez el Museo Nacional de Historia, en tanto que el restante 62% ya había visitado el MNH al menos una vez, destacando el hecho de que un 19% de estos, señaló que lo había visitado en más de seis ocasiones (inclusive hasta diez o más), lo cual nos habla de un segmento de público que tiene fidelidad a la oferta cultural del museo.
- Para la mitad de los visitantes, esta fue su primera exposición temporal en el MNH, mientras que el otro 50% mencionó que ya antes había visitado alguna otra, principalmente “España Medieval. Comparando estos datos con anteriores estudios de público hechos en el MNH, se puede observar el crecimiento significativo de un público que asiste regularmente a las exposiciones que ofrece el INAH en este museo, lo que significa que al paso de los años, se ha logrado construir un público específico que gusta de la oferta de exposiciones temporales del MNH.



- Solamente el 33% del público señaló que había acudido motivado por tener un interés en el tema. El 23% fue un público que se logró captar al momento de visitar el museo. El 16% acudió a la exposición por un motivo escolar (tarea o investigación) y finalmente, el 28% lo hizo por una invitación o por recomendación.

¿CÓMO SE ENTERARON DE LA EXPOSICIÓN?

- Un 25% se enteró de la exposición por “casualidad”, es decir, al momento mismo de recorrer el museo. En segundo lugar, encontramos que el 20% lo hizo a través de la escuela (fueron enviados a realizar algún trabajo escolar a la exposición), en tercer lugar estuvo la recomendación “de boca en boca” con el 17%. En otro grupo de datos están los medios electrónicos que tuvieron poco impacto en general: t.v 8%, radio 3% e internet con el 4%. Por periódicos y revistas se enteró el 11% de los visitantes mientras que por guías turísticas fue el 5% y por anuncios en la vía pública el 7%.



- Se preguntó a los asistentes sobre hacía cuanto tiempo se habían enterado de la existencia de la exposición, a lo cual el 40% respondió que ese mismo día en que fueron al MNH, un 29% señaló que menos de una semana, el 23% entre una semana y un mes y finalmente, el 9% mencionó que un mes o más.

VALORACIÓN DE LA VISITA

- Al 50% le pareció que la información ofrecida en la exposición fue “excelente” mientras que al 34% le pareció buena. El 16% la consideró de regular a mala.
- Los objetos fue el elemento de la exposición que más gustó a los visitantes (61%), lo cual refleja el excelente trabajo de curaduría.
- Al 19% lo que menos le gustó fue la información escrita.
- El 72% calificó su visita a la exposición como “educativa” mientras que el 28%, dijo que fue “divertida”. Este último dato resulta *sui generis*, ya que generalmente no se consideran divertidas o entretenidas nuestras exposiciones.
- El 82% se dijo satisfecho con el sistema para la distribución de los boletos (Ticket Master), mientras que un importante 18% de los visitantes señaló que fue de regular a malo.
- La atención al público por parte del personal de la exposición (taquilla, vigilancia, custodia, tienda, etc.) fue calificada como “excelente y buena” por el 81% y el 19% la consideró de regular a mala.



- Además de la atención del personal, los servicios y actividades que se ofrecen en una exposición temporal resultan fundamentales al momento de que el público califica en general su visita. En este caso, encontramos que el 51% señaló la necesidad de que se ofrecieran distintas actividades de tipo cultural (cine, teatro, conciertos, etc.) para complementar su visita. Por otra parte, el 27% mencionó que le hubiera gustado asistir a una conferencia o actividad educativa, en tanto que un importante 22% de los visitantes sugirió que se ofreciera el servicio de “la foto del recuerdo”, algo que nunca se ha hecho en algún museo del INAH.
- La tienda que se montó exclusivamente para la exposición, fue calificada por el 31% de los visitantes como “excelente”, por el 32% como “buena”, el 13% como mala, mientras que el 24%, no la visitó.
- El 85% quedó muy satisfecho o simplemente satisfecho de su visita a la exposición. El restante 15% señaló alguna insatisfacción.

COORDINACIÓN NACIONAL DE MUSEOS Y EXPOSICIONES

JOSÉ ENRIQUE ORTIZ LANZ. COORDINADOR.

GABRIELA EUGENIA LÓPEZ TORRES. DIRECTORA TÉCNICA.

ALEJANDRO CORTÉS CERVANTES. SUBDIRECTOR DE MUSEOLOGÍA.

FREIRE RODRÍGUEZ SALDAÑA. JEFE DE ESTUDIOS DE PÚBLICO.



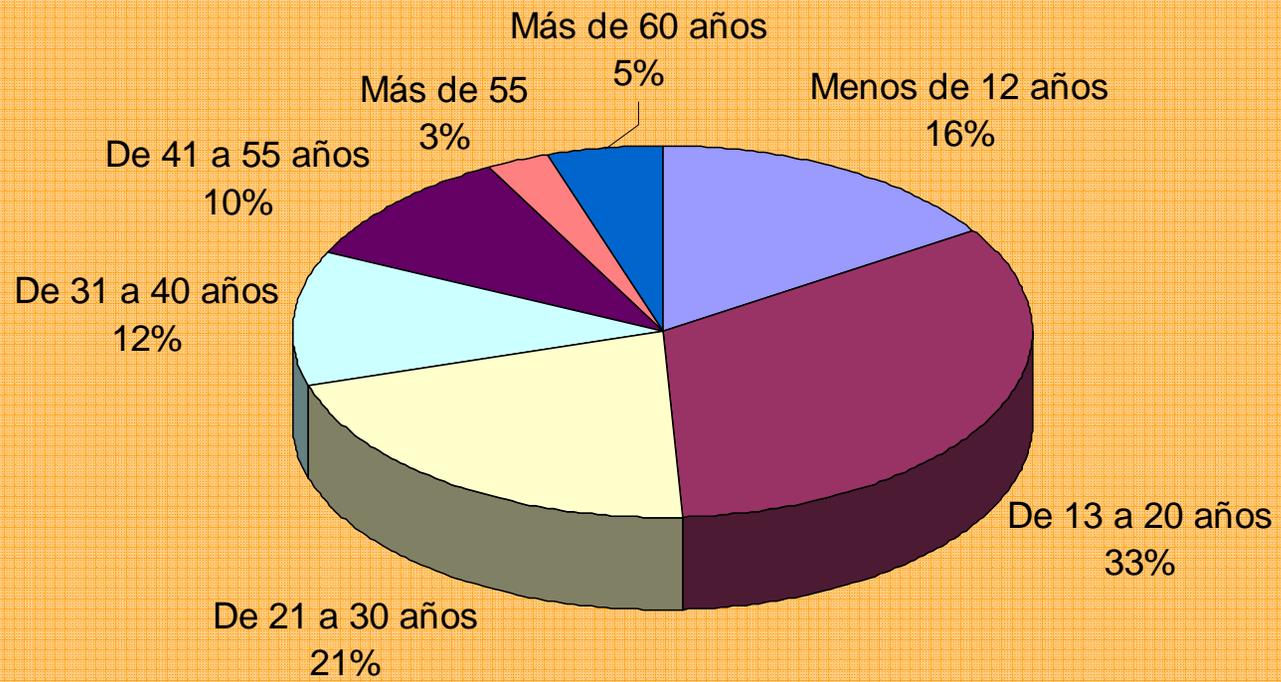
GRÁFICAS

PRIMERA ETAPA

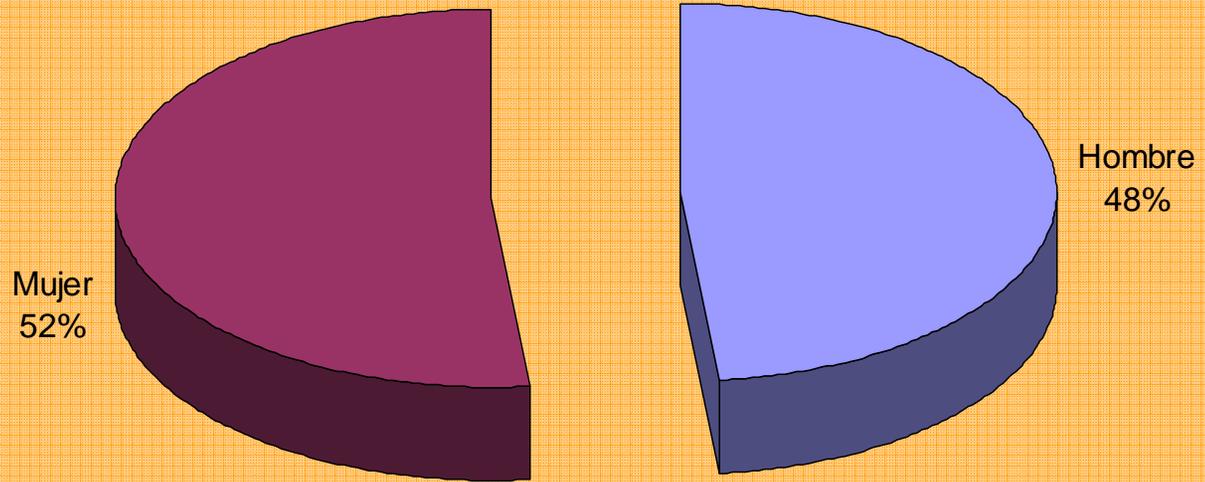
Coordinación Nacional de Museos y Exposiciones
Dirección Técnica
Subdirección de Museología



Edad



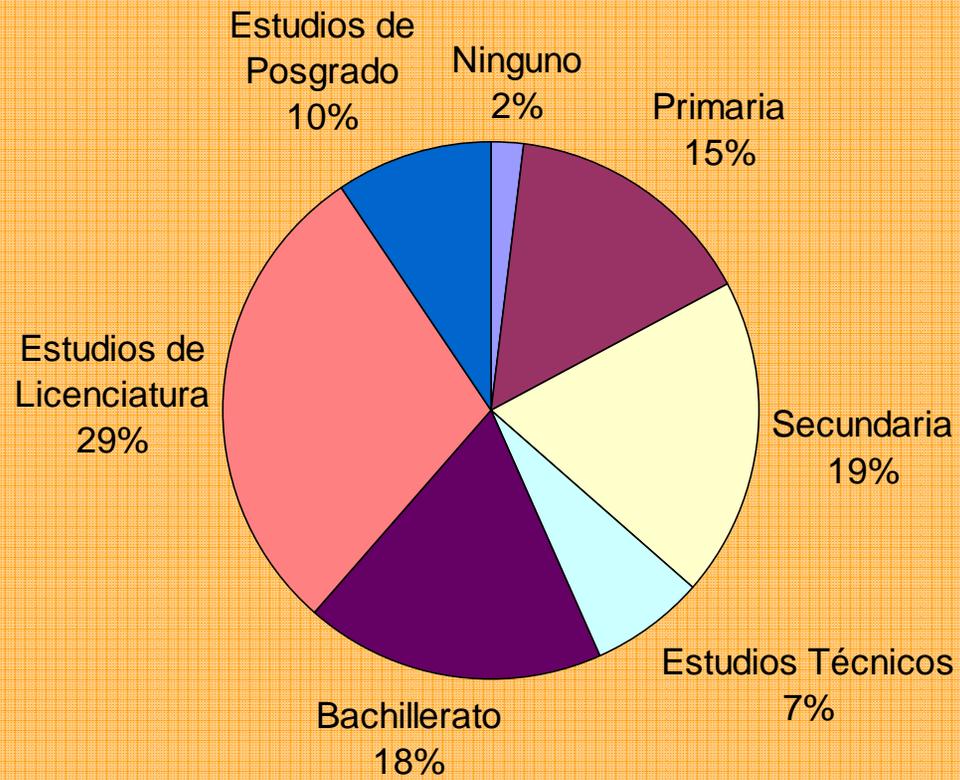
Sexo



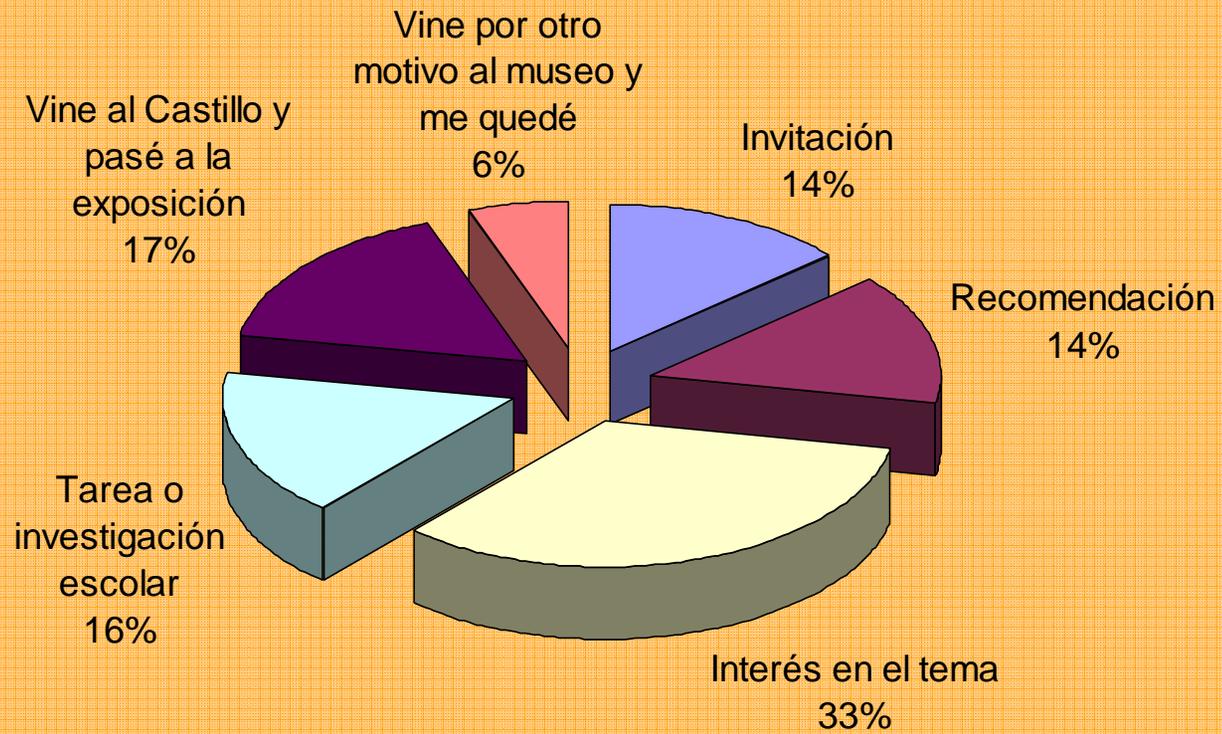
Ocupación



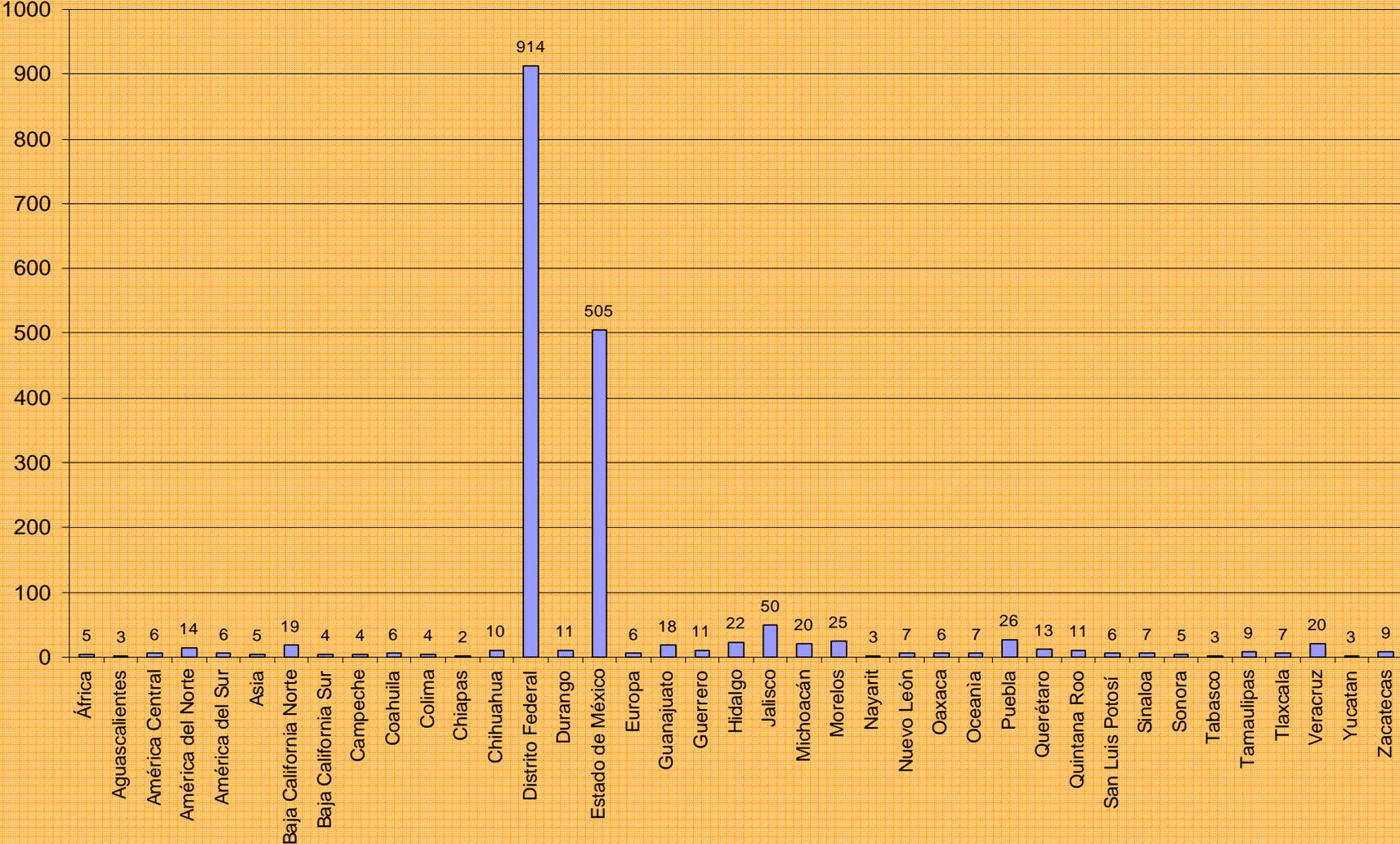
Nivel educativo



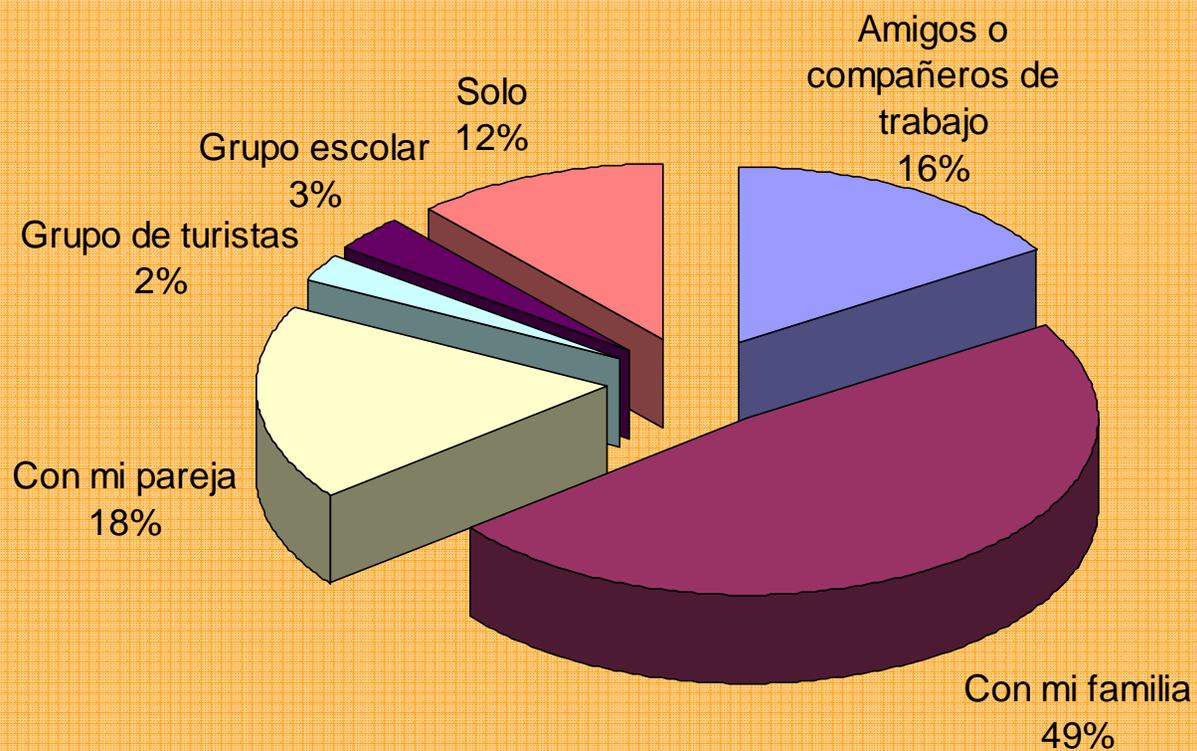
Motivo de visita



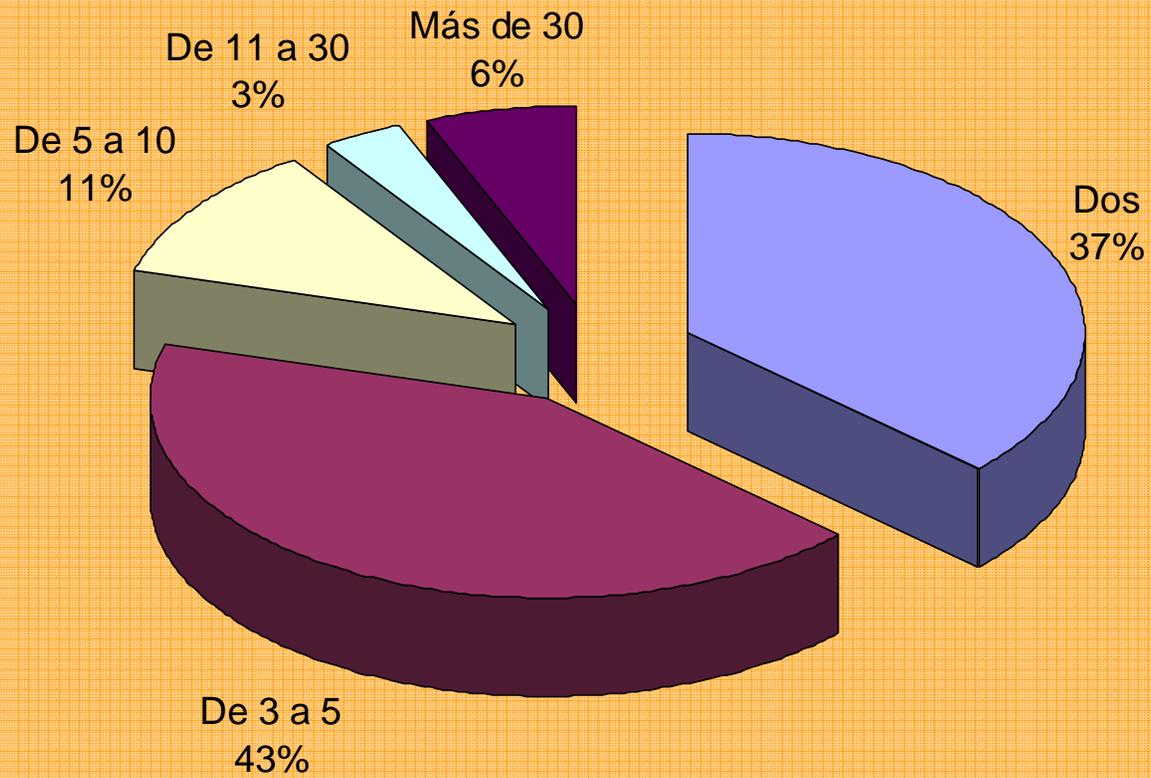
Residencia



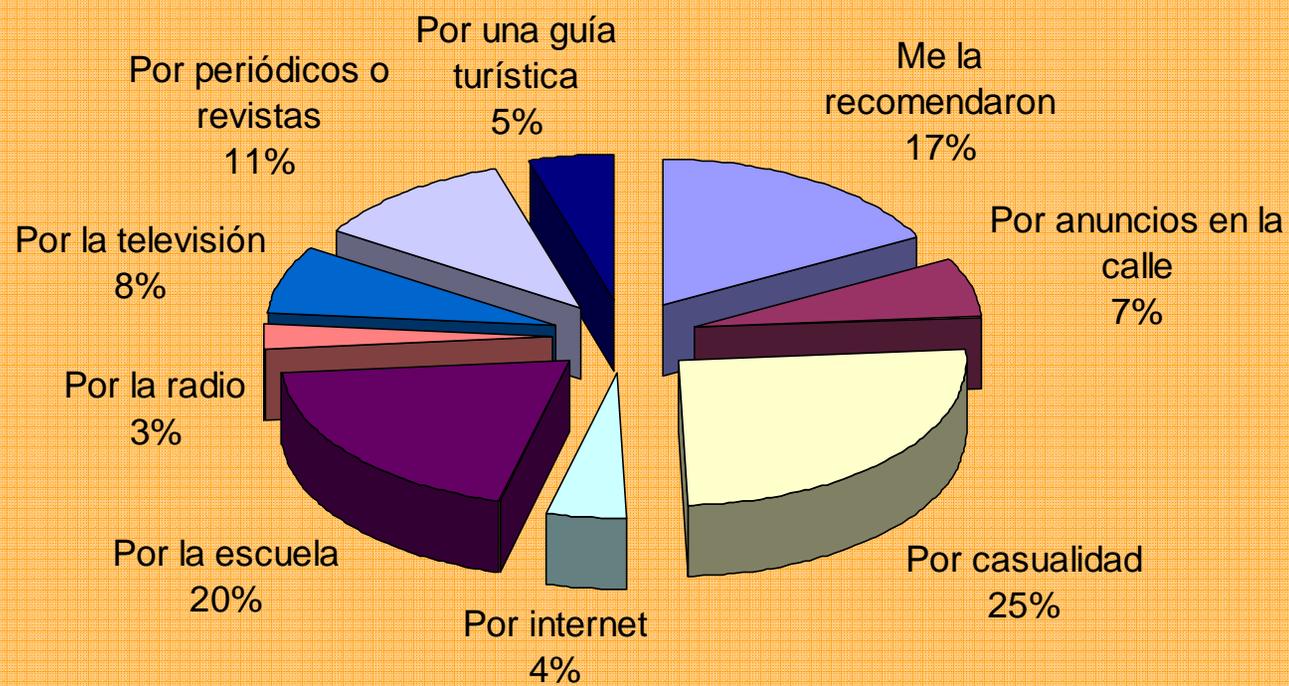
¿Con quién vino?



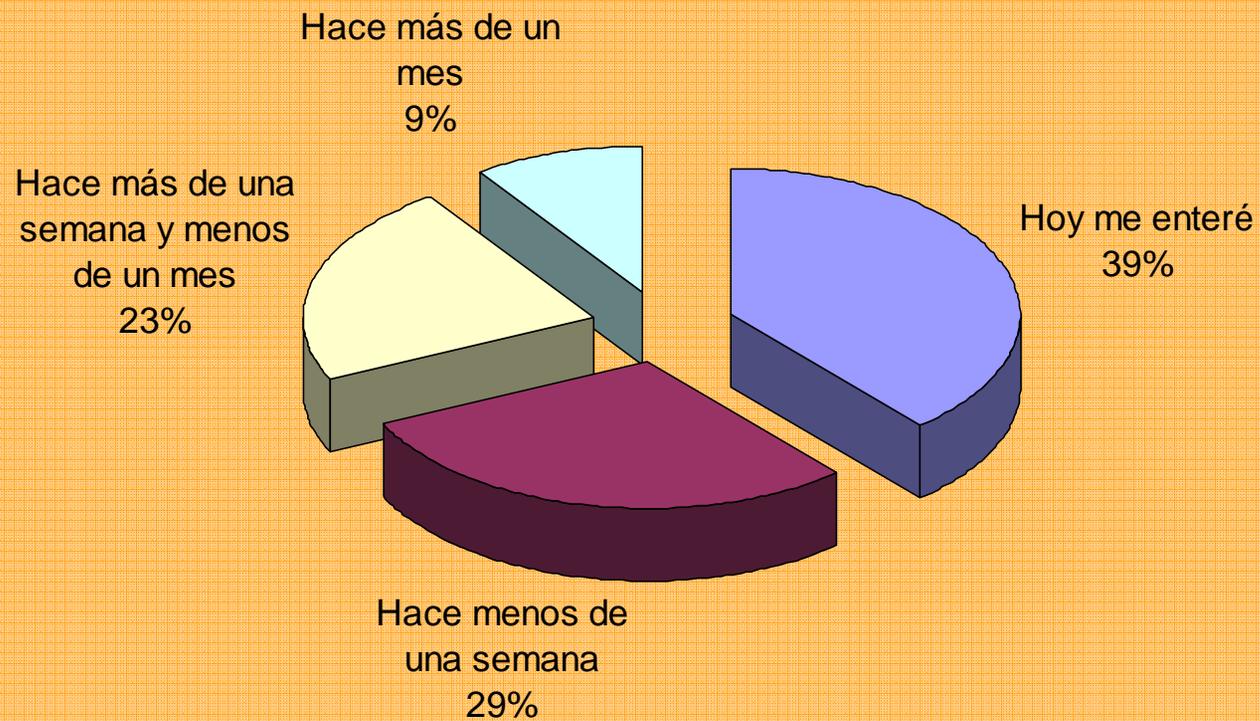
¿Cuántos son?



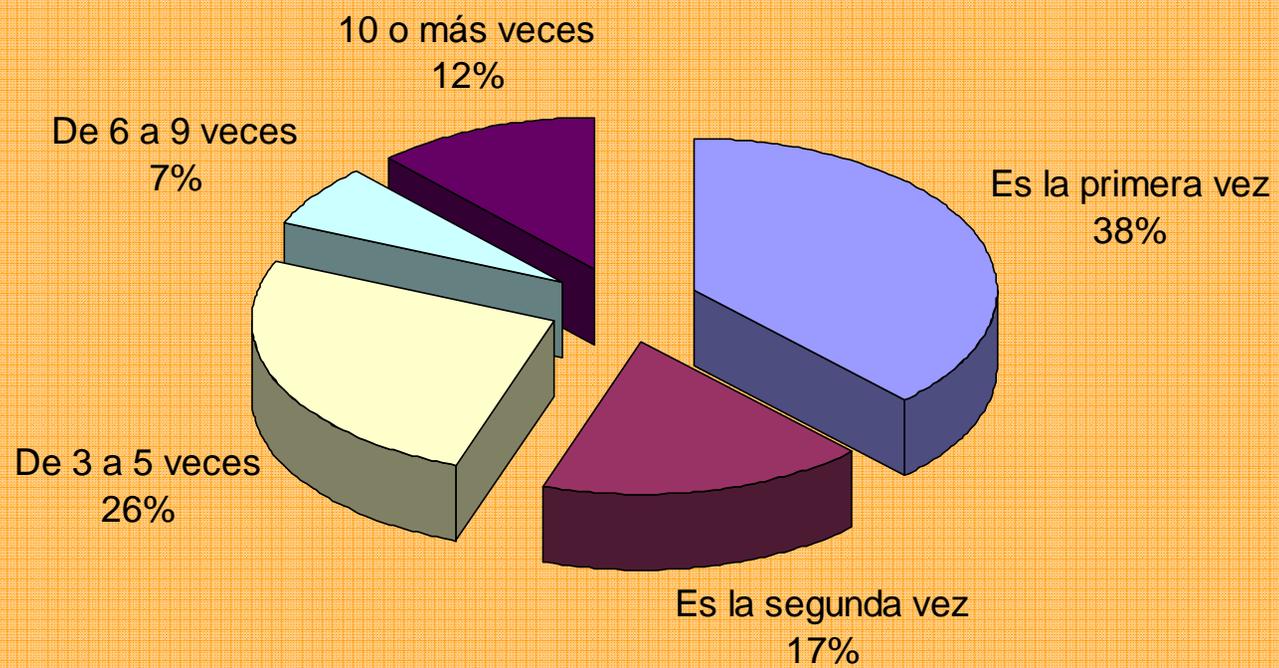
Medio por el que se enteró de la exposición



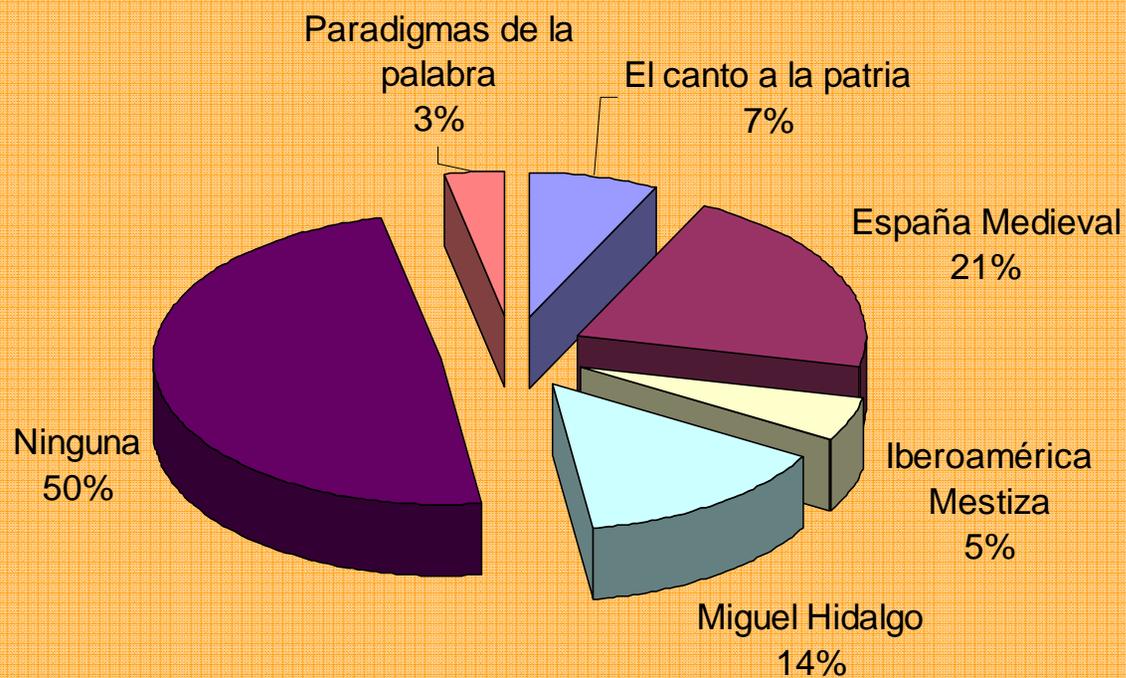
¿Cuánto te enteraste de la exposición?



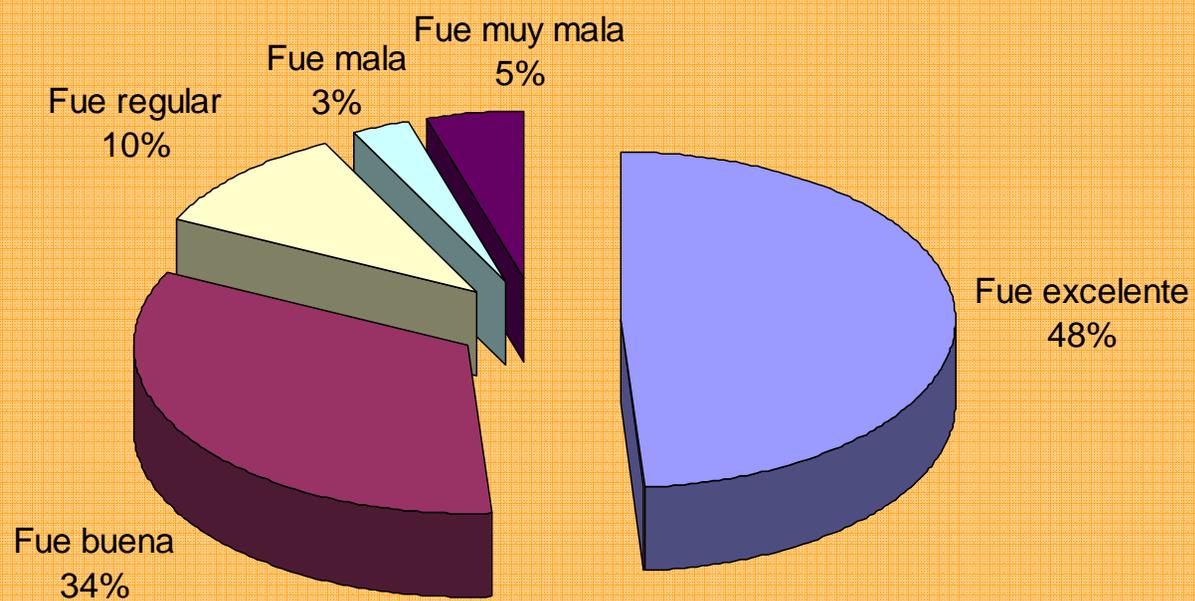
Visitas al Museo Nacional de Historia



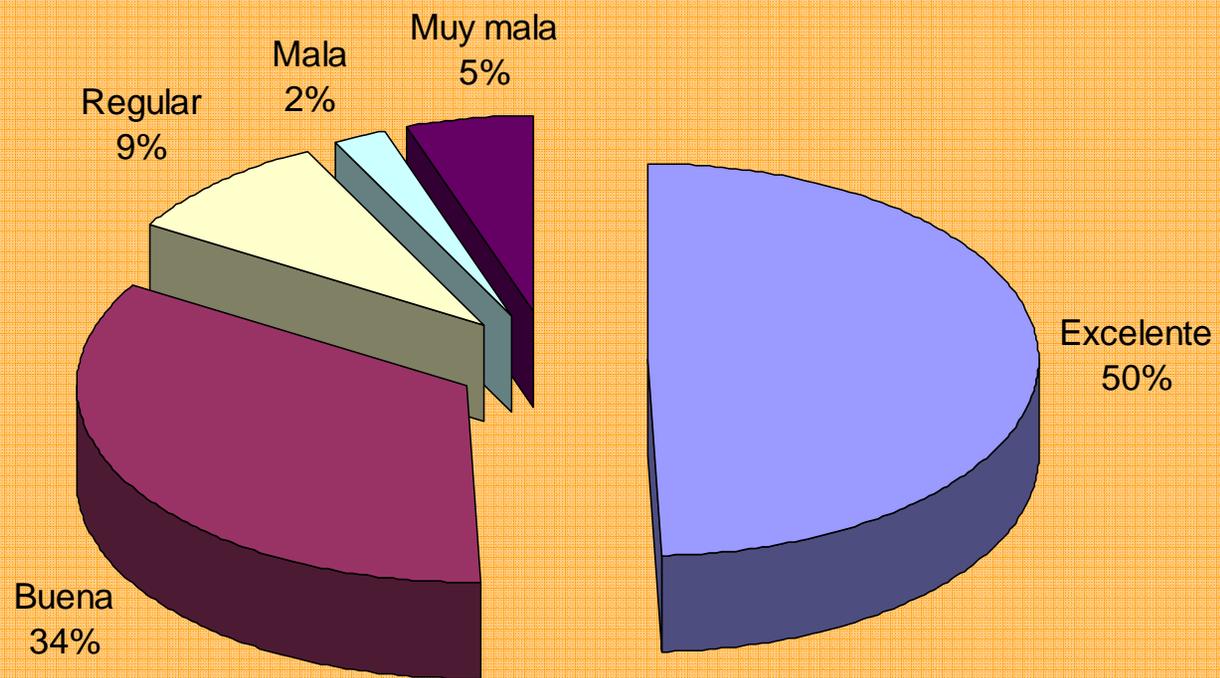
Exposiciones visitadas en el Museo Nacional de Historia



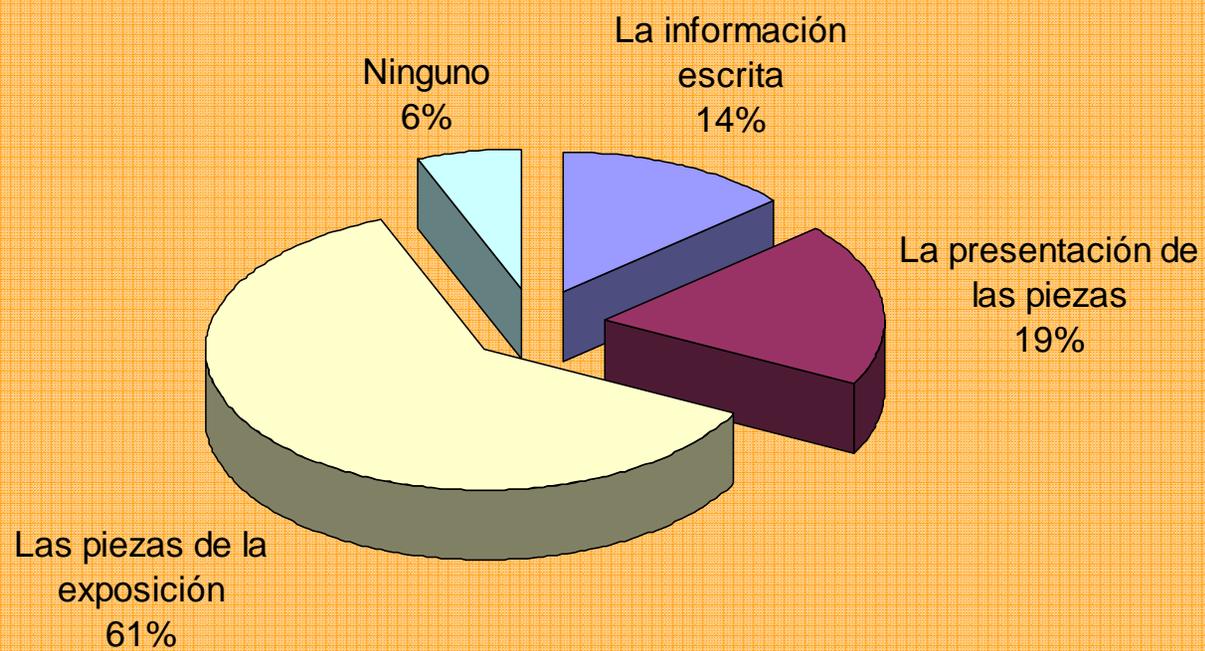
La distribución de boletos



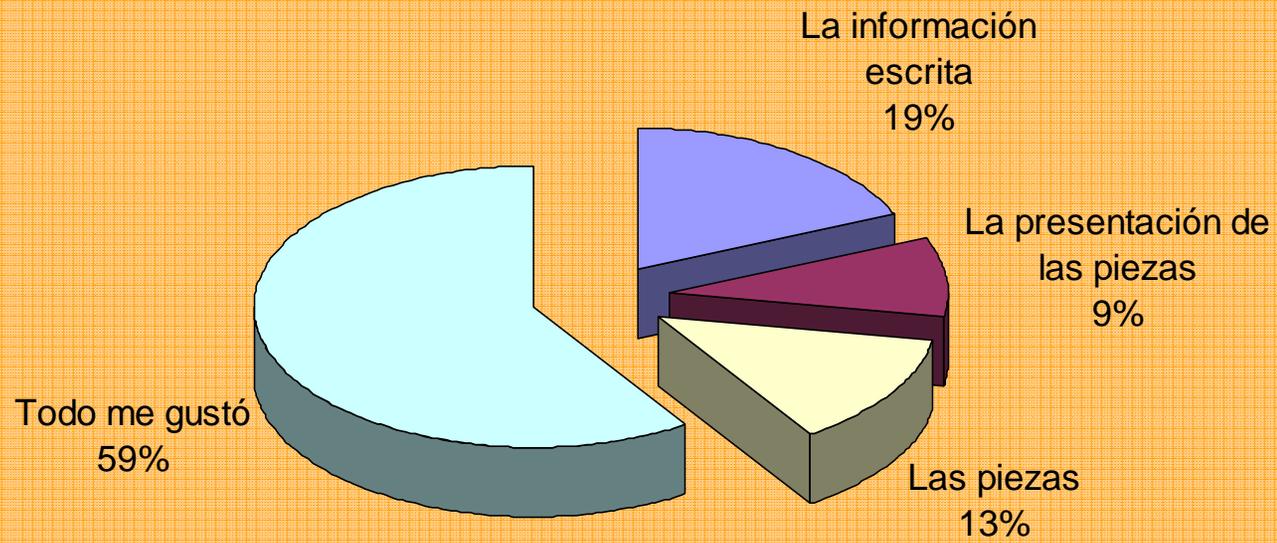
La información ofrecida te pareció



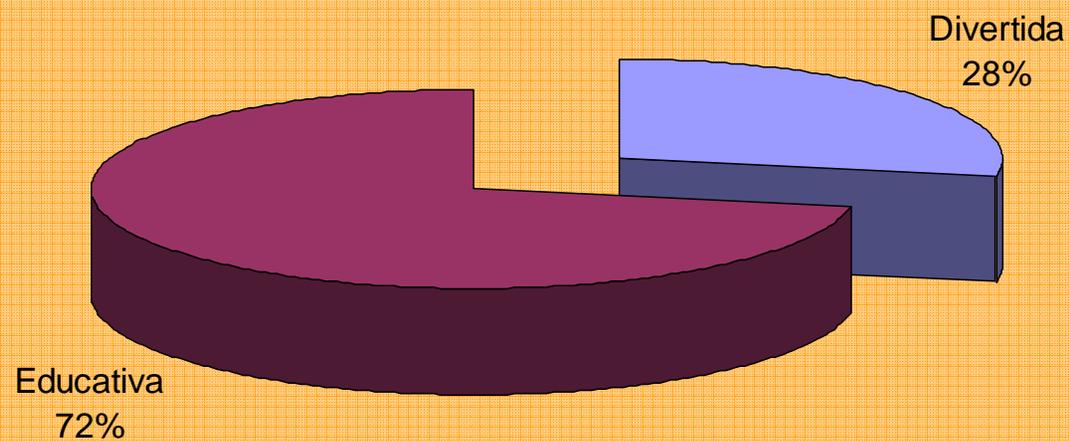
Lo que gustó más de la exposición



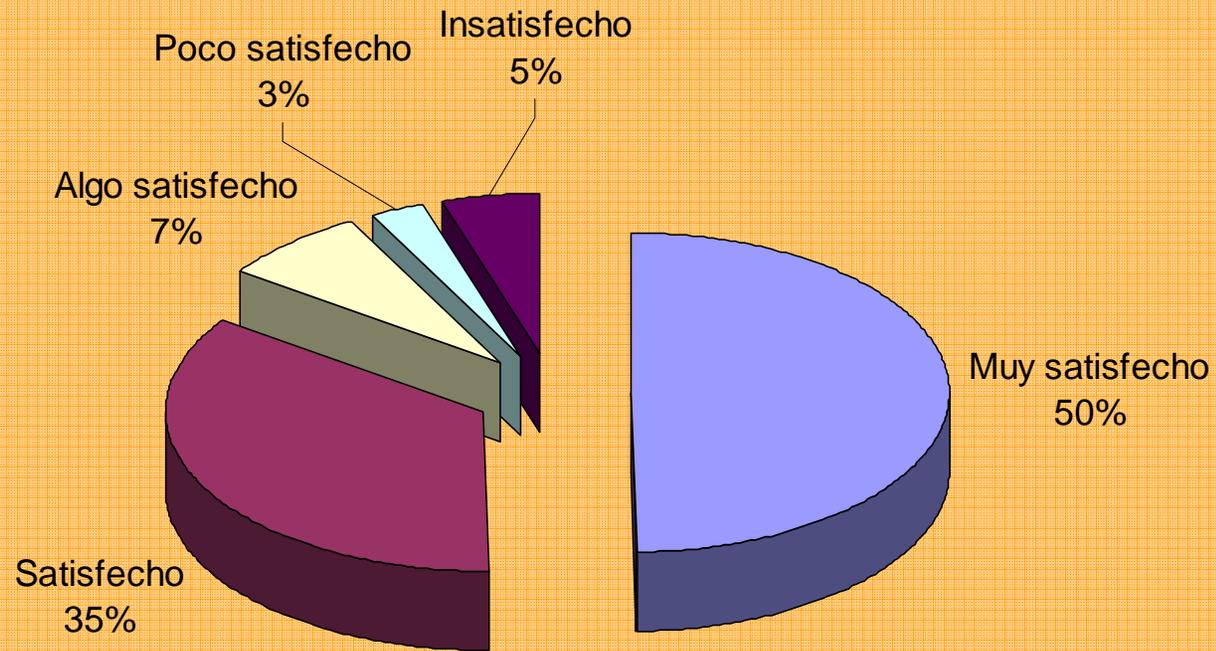
Lo que gustó menos de la exposición



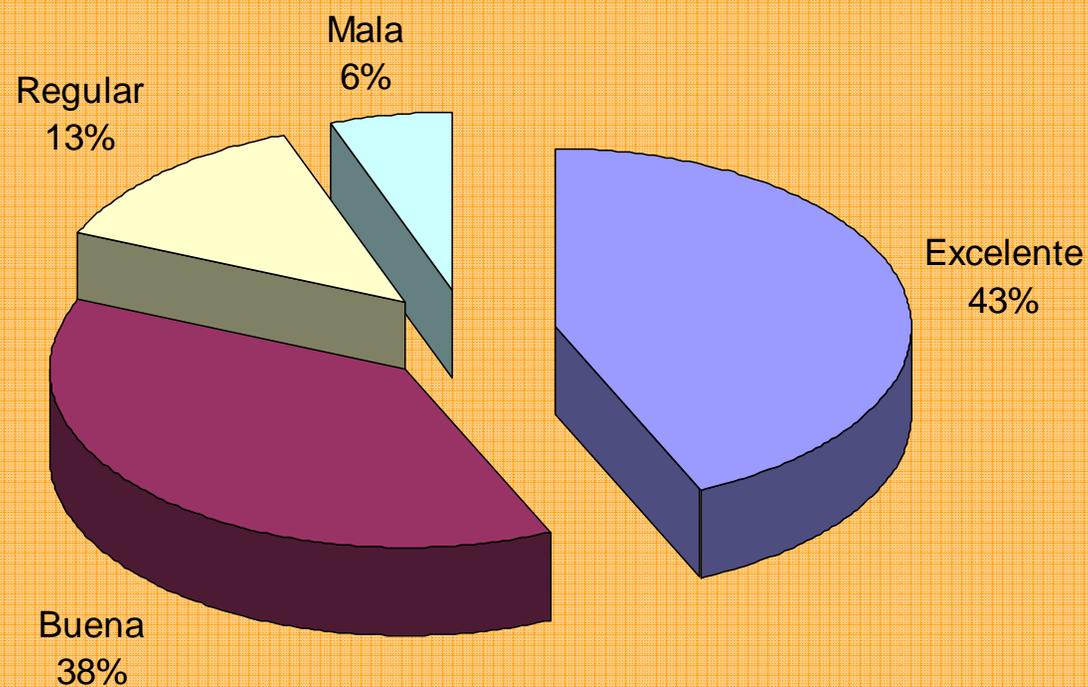
¿Cómo calificas tu visita a esta exposición?



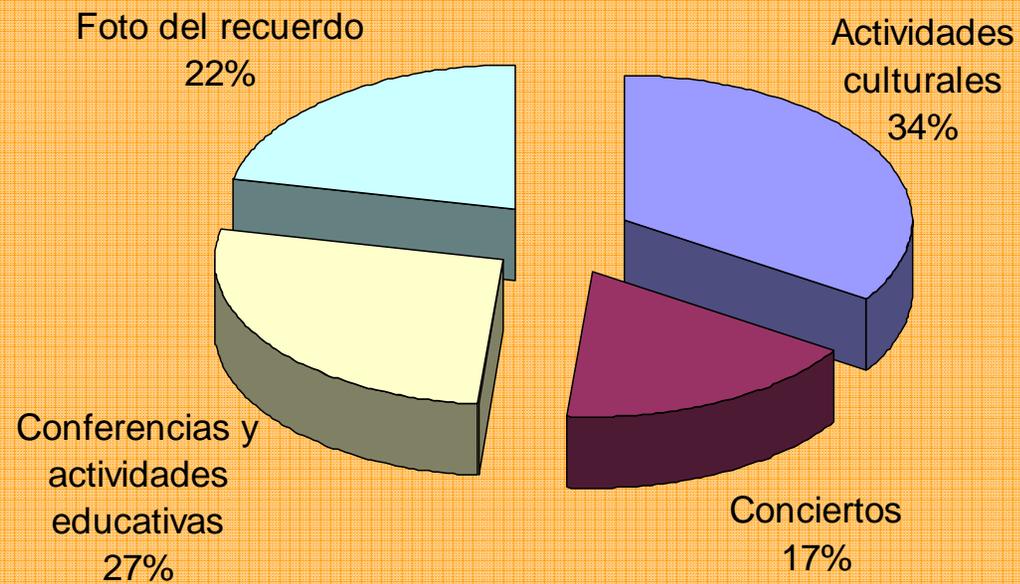
Niveles de satisfacción de los visitantes



¿Cómo calificarías la atención del personal de taquillas, vigilancia, salas y tienda?



¿Qué actividades te gustaría que acompañaran a la exposición?



La tienda te pareció

